

## REFLEKTIONSMALL | KUNDDRIVEN STYRNING I LEDNINGSGRUPPEN

- Ett strategiskt reflektionsunderlag för prioritering och affärsutveckling.

Denna mall hjälper ledningsgruppen att reflektera över nuläge, identifiera gap och tydliggöra nästa steg i det kundcentrerade arbetet.

### Varför är detta viktigt?

När lojalitet och kundperspektiv inte är integrerade i styrningen riskerar organisationen att:

- Överinvestera i områden med låg påverkan på affären
- Underskatta faktorer som faktiskt driver relation och intäktsstabilitet
- Arbeta reaktivt i stället för strategiskt

I många organisationer finns i regel bra tillgång till kundinsikter men det saknas allt för ofta bristande koppling till strategiska beslut. Kundupplevelse diskuteras, men påverkar inte alltid prioriteringar, investeringar eller uppföljning på ledningsnivå.

Kunddriven styrning innebär att systematiskt koppla kundinsikter till beslut, prioriteringar och uppföljning så att resurser används där de ger störst effekt på relation, lönsamhet och långsiktig konkurrenskraft.

### Syfte med reflektionsmallen

Mallen innehåller 18 centrala reflektionsfrågor. Syftet med frågorna är att säkerställa att kundupplevelse och lojalitet inte är ett sidospår utan en integrerad del av företagets strategiska prioriteringar.

*Vad händer när kundupplevelse och lojalitet blir ett sidospår i företagets styrning?*

När kundperspektivet inte är integrerat i styrning och prioritering uppstår en obalans mellan insikt och beslut. Det leder till effekter som sällan är önskvärda.

#### 1. För kunden

- Upplevelsen blir inkonsekvent.
- Förbättringar sker punktvis i stället för systematiskt.
- Förtroendet påverkas över tid, även om churn kanske inte syns direkt.

➔ Kunden märker när organisationen är reaktiv snarare än genomtänkt.

#### 2. För medarbetarna

- Otydlighet kring vad som faktiskt är viktigt.
- Initiativ startas men följs inte upp.
- Engagemang i kundfrågor blir personberoende i stället för strukturellt.

➔ När styrningen saknas blir kundfokus en ambition och inte ett arbetssätt.

#### 3. För företaget

- Resurser fördelas utan koppling till vad som faktiskt driver lojalitet.
- Risk för lägre retention, svagare rekommendationskraft och minskad betalningsvilja.
- Kundinsikter samlas in men omvandlas inte till affärseffekt.

➔ På kort sikt syns kanske inget dramatiskt. På längre sikt påverkas relationens styrka, intäktsstabilitet och konkurrenskraft.

## 18 centrala reflektionsfrågor att fundera kring och besvara

### DEL 1 – Strategisk riktning

1. Vad i vår kundupplevelse har starkast påverkan på lojaliteten? (Baserat på analys, inte magkänsla.)
2. Har vi tydlig evidens för detta eller bygger vi på antaganden?
3. Är våra strategiska prioriteringar i linje med det som faktiskt påverkar lojalitet?
4. Vad riskerar vi att överinvestera i som inte driver relationens styrka?



### DEL 2 – Ledarskap och kultur

5. Förstår medarbetarna hur deras arbete påverkar kundupplevelsen?
6. Är kundperspektivet en naturlig del i våra beslutsforum?
7. Hur synligt är kundinsikter i vår interna kommunikation?
8. Är kundfokus ett initiativ eller en del av vår kultur?
9. Om vi mätte vår styrka i kundkultur idag var skulle vi stå?



### DEL 3 – Struktur och styrning

10. Har vi en tydlig ägare för lojalitetsarbetet på ledningsnivå?
11. Har vi en strukturerad plan för hur vi:
  - Fångar in insikter
  - Prioriterar åtgärder
  - Följer upp effekt
  - Justerar riktning
12. Följer vi upp utvecklingen systematiskt över tid eller punktvis?
13. Är NPS ett nyckeltal eller ett styrverktyg?



### DEL 4 – Från insikt till effekt

14. Hur säkerställer vi att förbättringar faktiskt genomförs?
15. Hur kopplar vi kundupplevelse till:
  - Retention
  - Tillväxt
  - Lönsamhet
  - Riskminimering
16. När utvärderade vi senast effekten av en CX-insats på affären?
17. Vad är nästa konkreta steg för att stärka lojaliteten?



### Sammanfattande ledningsfråga

18. När vi ser på kundupplevelse som en strategisk tillgång, vad behöver vi förändra i vårt arbetssätt de kommande 12 månaderna?

### Avslutande not

Kunddriven affärsutveckling handlar inte om fler initiativ. Det handlar om tydligare styrning, konsekvent uppföljning och ett ledarskap som integrerar kundperspektivet i affären.

### Tack för att du ville ta del av denna mall!

Vi på MarketDirection arbetar med kunddriven affärsutveckling och NPS-metoden – från analys till affärseffekt.

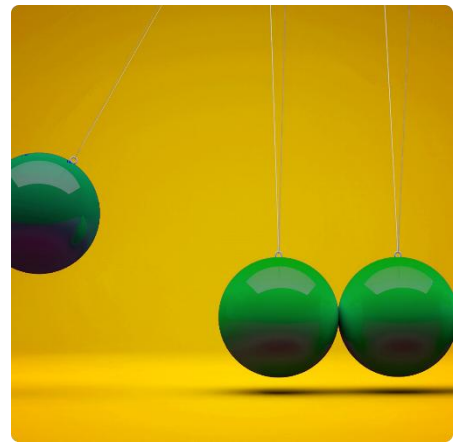
Vill du diskutera hur detta kan appliceras i din organisation?

Hör gärna av dig.

Nina Laudon  
MarketDirection  
nina@marketdirection.se

Läs mer på hemsidan >>>

Följ oss gärna på LinkedIn >>>



---

MarketDirection Sweden AB 2026