

Velkommen til morgenmødet

Hvordan segmenterer man mere end en million kunder?

25. maj 2009

Thomas Ritter

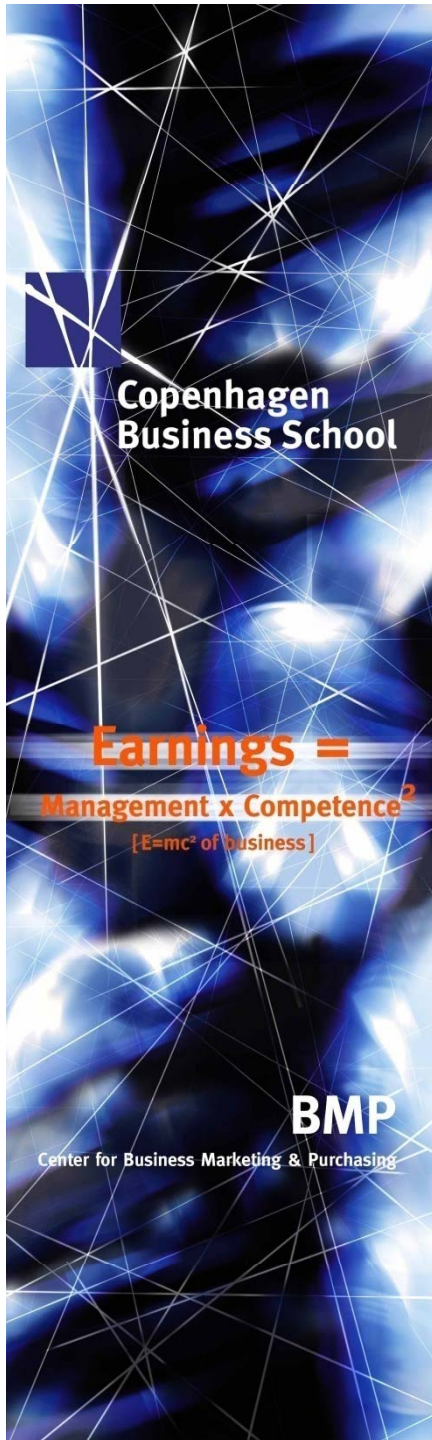
Center for Business Marketing and Purchasing (BMP)
Copenhagen Business School

Henrik Andersen

Andersen&Partners
Management Consulting

Birgitte Lomholt Woolridge

Rejseplanen



Andersen&Partners
Management Consulting
www.andersenpartners.com





Copenhagen
Business School

Earnings =
Management x Competence²
[E=mc² of business]

BMP

Center for Business Marketing & Purchasing

Segmentering: Den gordiske knude for markedssucces

25. maj 2009

Thomas Ritter

Center for Business Marketing and Purchasing (BMP)
Copenhagen Business School

Historien om Gordius og Alexander den Store

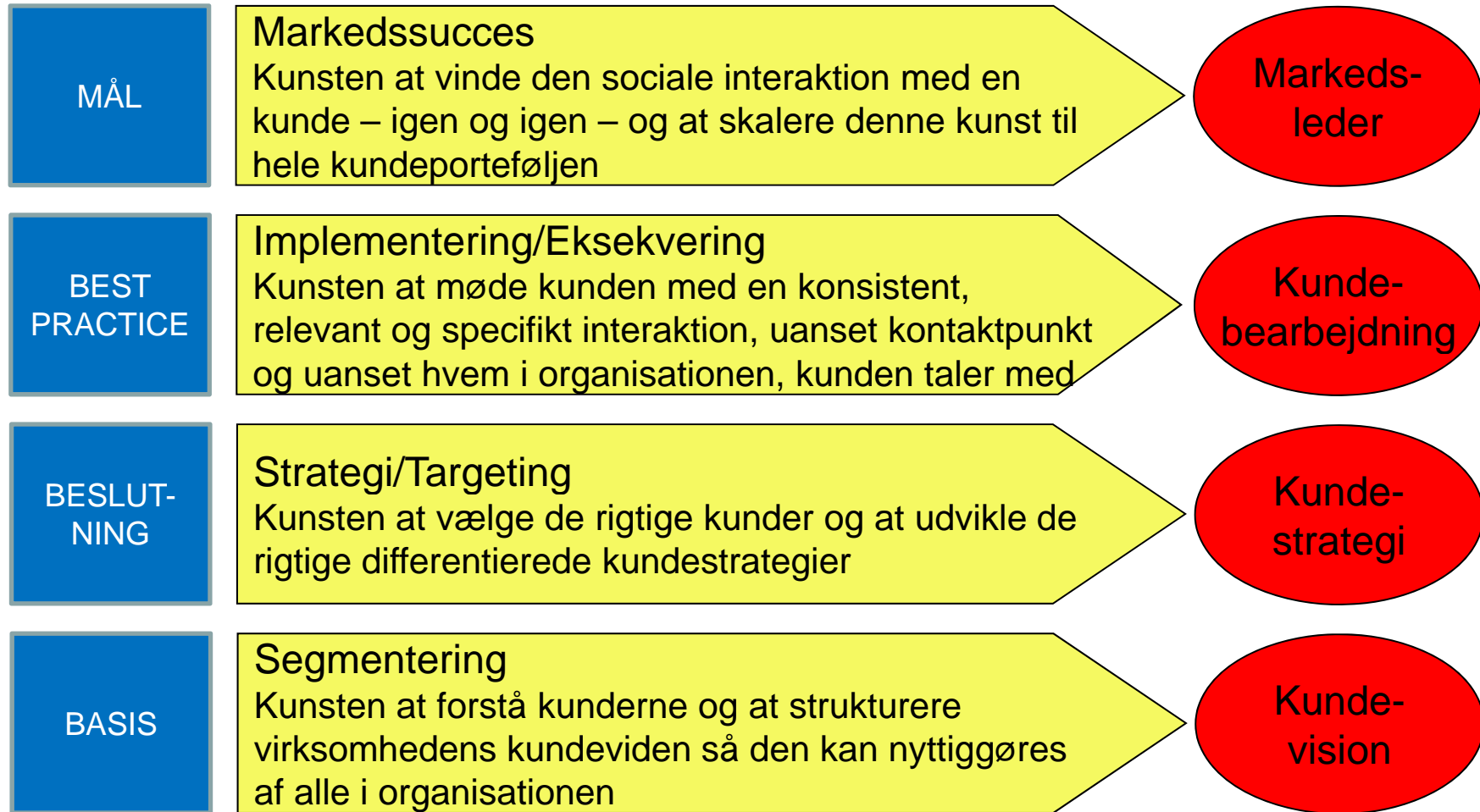


Kundesegmentering er erhvervslivets gordiske knude

- Mange prøver, få lykkes
 - ⇒ mange har opgivet at forstå deres kunder
- Man ved ikke, hvor man skal begynde og ende
 - ⇒ leder man efter en nål i en høstak, er det et godt udgangspunkt at vide, hvordan en nål ser ud
- De fleste tænker traditionelt
 - ⇒ heller bruge eksisterende ikke fungerende metoder og begå samme fejl som andre, end at vove pelsen og søge succes – alternativ begå egne fejl
 - ⇒ Et problem, der leder efter en løsning
- Innovativt og kreativt
 - ⇒ Han løser problemet i et hug
 - ⇒ Han løste opgaven og vandt Asien

I kan vinde jeres kunder!

Markedssucces kræver kundeindsigt
– markedslederskab handler om at sætte og opfylde
kundernes forventninger hinsides konkurrenternes formåen



Velkommen til morgenmødet

Hvordan segmenterer man mere end en million kunder?

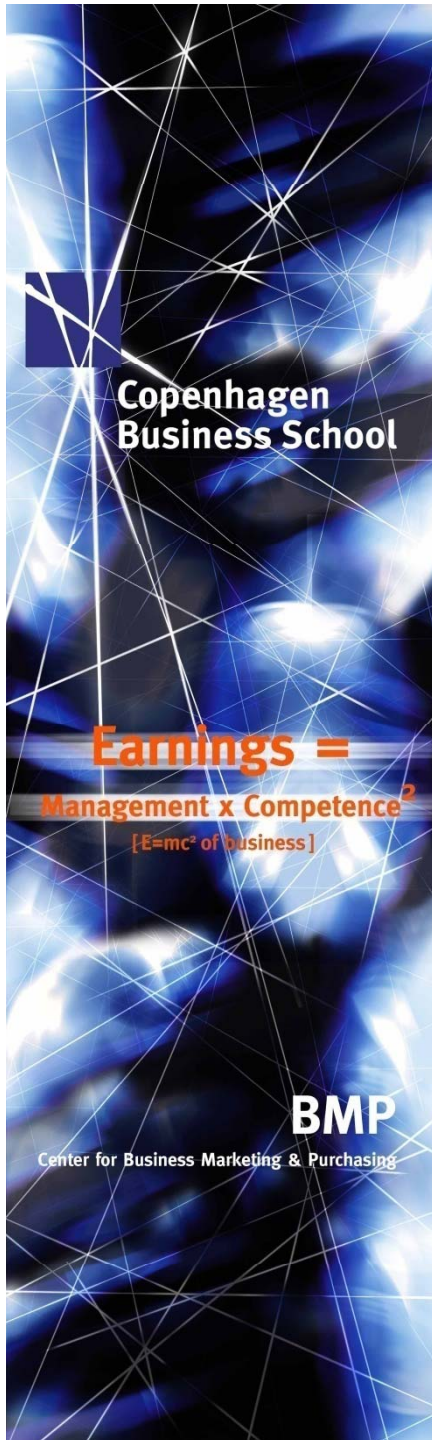
25. maj 2009

Henrik Andersen

Andersen&Partners
Management Consulting

Birgitte Lomholt Woolridge

Rejseplanen



Andersen&Partners
Management Consulting
www.andersenpartners.com





Copenhagen
Business School

Earnings =
Management x Competence²
[E=mc² of business]

BMP

Center for Business Marketing & Purchasing

Sådan bygges meningsfulde og operationelle segmenter

25. maj 2009

Henrik Andersen

Andersen&Partners
Management Consulting



Copenhagen
Business School

Earnings =
Management x Competence²
[E=mc² of business]

BMP

Center for Business Marketing & Purchasing

Kundetyper i kollektiv trafik: Sådan gik vi til værks

25. maj 2009

Birgitte Lomholt Woolridge
Rejseplanen



Copenhagen
Business School

Earnings =
Management x Competence²
[E=mc² of business]

BMP

Center for Business Marketing & Purchasing

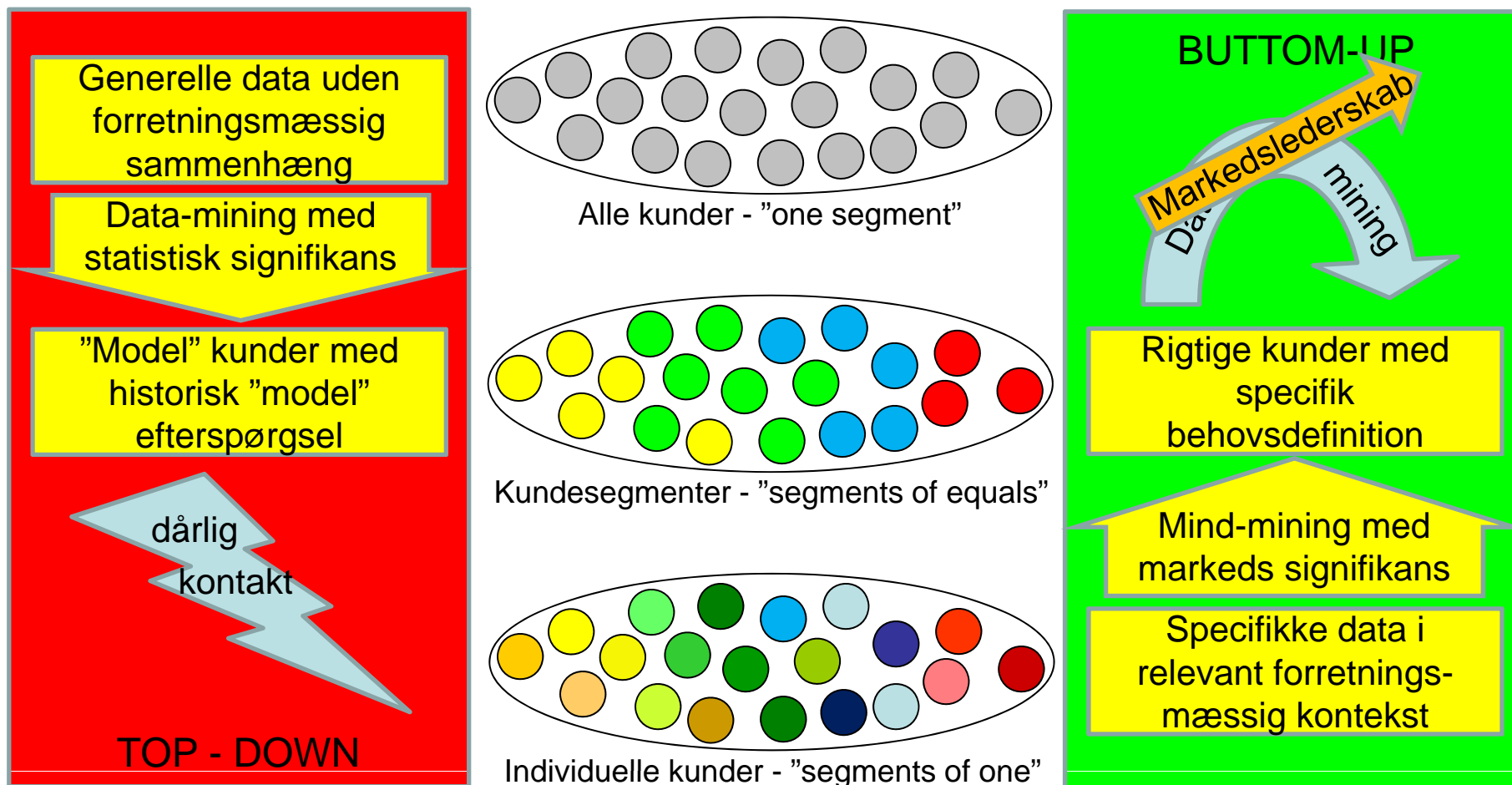
Afrunding

25. maj 2009

Thomas Ritter

Center for Business Marketing and Purchasing (BMP)
Copenhagen Business School

Måske skulle vi skifte spor og sprog:
Segmentering handler ikke om at dele ind, men om at samle sammen



Tak for i dag

Hvordan segmenterer man mere end en million kunder?

25. maj 2009

Thomas Ritter

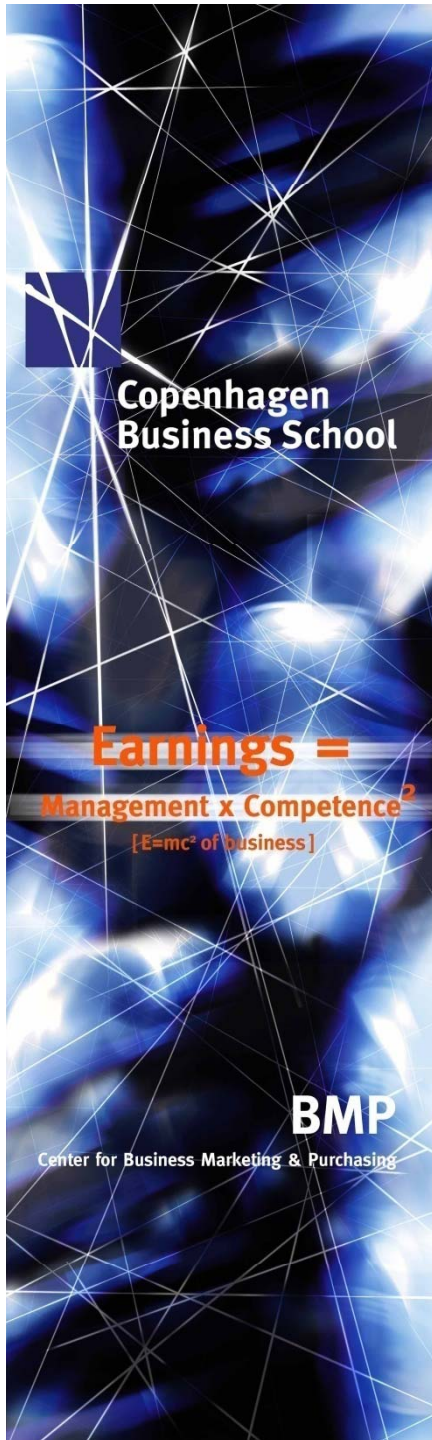
Center for Business Marketing and Purchasing (BMP)
Copenhagen Business School

Henrik Andersen

Andersen&Partners
Management Consulting

Birgitte Lomholt Woolridge

Rejseplanen



Andersen&Partners
Management Consulting
www.andersenpartners.com

