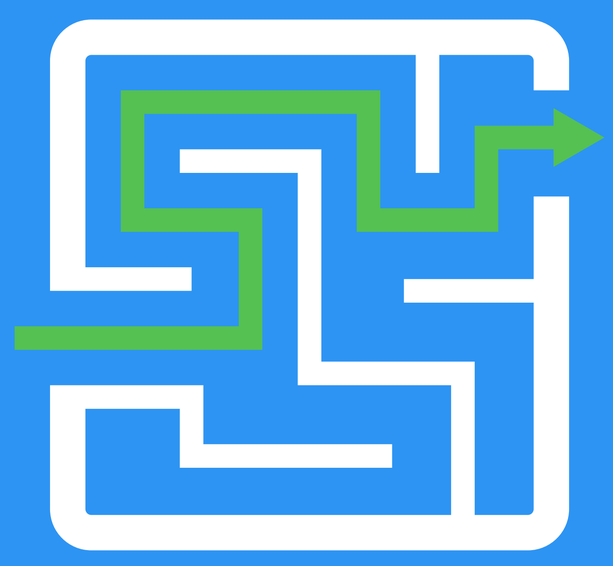
Flexfone
E-bog

Version 1.0

Den komplette guide til valg af ny telefoniløsning



Denne e-bog er baseret på Flexfones flere tusinde dialoger med virksomheder, der har skullet vælge ny teleløsning. E-bogen er netop til dig, der er på udkig efter en ny telefoniløsning, og den vil give dig en opskrift til hvordan du og dine kolleger træffer det rigtige valg.

Indholdsfortegnelse

Kapitel 1: Din opgave 1

Find noget nyt og bedre 3

Spar penge! 4

Vi kigger bare 5

Kapitel 2: Start med behovet 6

Inddrag de rigtige folk 7

Undersøg jeres binding 8

Lav en let kravspecifikation 9

Kapitel 3: Undersøg markedet 10

Online er godt, men... 11

Spørg dem, der ved noget 12

Få en live demonstration 13

Læs det med småt 14

Kapitel 4: Målstregen nærmer sig 15

Træf et valg - og stå ved det 16

Hvad sker der efter underskriften? 17

Flexfone
E-bog

Kapitel 1

Din opgave

Du er måske så “heldig" at have fået ansvaret for at finde virksomhedens nye teleløsning. Det kan være en større opgave, for der findes mange leverandører og endnu flere til- eller fravalg af f.eks.:

- Bordtelefoni
- Mobiltelefoni
- Softphone (til web eller selvstændig applikation)
- Chat
- Integration til jeres nuværende systemer
- Telefonsystemets funktioner (telefonkøer, tastemenuer etc.)

Det gælder derfor om at få stillet dig selv og virksomheden de rigtige spørgsmål, så udgangspunktet for din søgen bliver så effektiv som mulig. Og det er dét vi vil hjælpe dig med i denne e-bog.

15 %

Godt begyndt er halvt fuldent. 85% tilbage førend du er meget klogere

Hvad er dit udgangspunkt?

Der kan være mange årsager til at lede efter ny teleløsning - lige fra rastløshed hos ledelsen over spareøvelser i økonomiafdelingen til “noget” at sætte praktikanten til. Tit kan man dog koge det ned til disse tre årsager:

Find noget nyt og bedre

Du er blevet opmærksom på, at jeres løsning ikke kan det, I har brug for og har en nagende tanke om, at der må findes noget nyere og bedre.

Er det der, du er?
Læs mere på side 3.

Spar penge!

Hvem vil ikke gerne det? Men måske er blevet særligt forfærdet over det beløb, som står på udgiftsiden i økonomisystemet ud for telefoni.

Er du på spareøvelse?
Læs mere på side 4.

Vi kigger bare

Nysgerrigheden løber af med dig, måske fordi du ser en reklame eller snakker med en bekendt. Du er mere nysgerrig end du egentlig er i markedet for at skifte.

Er du bare nysgerrig?
Læs mere på side 5.

Find noget nyt og bedre

Utilfredshed med den nuværende løsning er en hyppig årsag for virksomheder, der leder efter noget nyt og/eller bedre. Det kan være du oplever utilstrækkelig kundeservice, dårlig mobildækning eller noget helt tredje, som bliver den sidste dråbe i bægeret.

Det kan også være, at den nuværende binding (hvis man er så uheldig at have det) udløber og udbyderen ønsker at forny kontrakten. Du er ikke nødvendigvis utilfreds, men måske vil du gerne undersøge, om der findes noget nyere eller bedre på markedet inden du siger ja til 36 måneder mere af det samme.

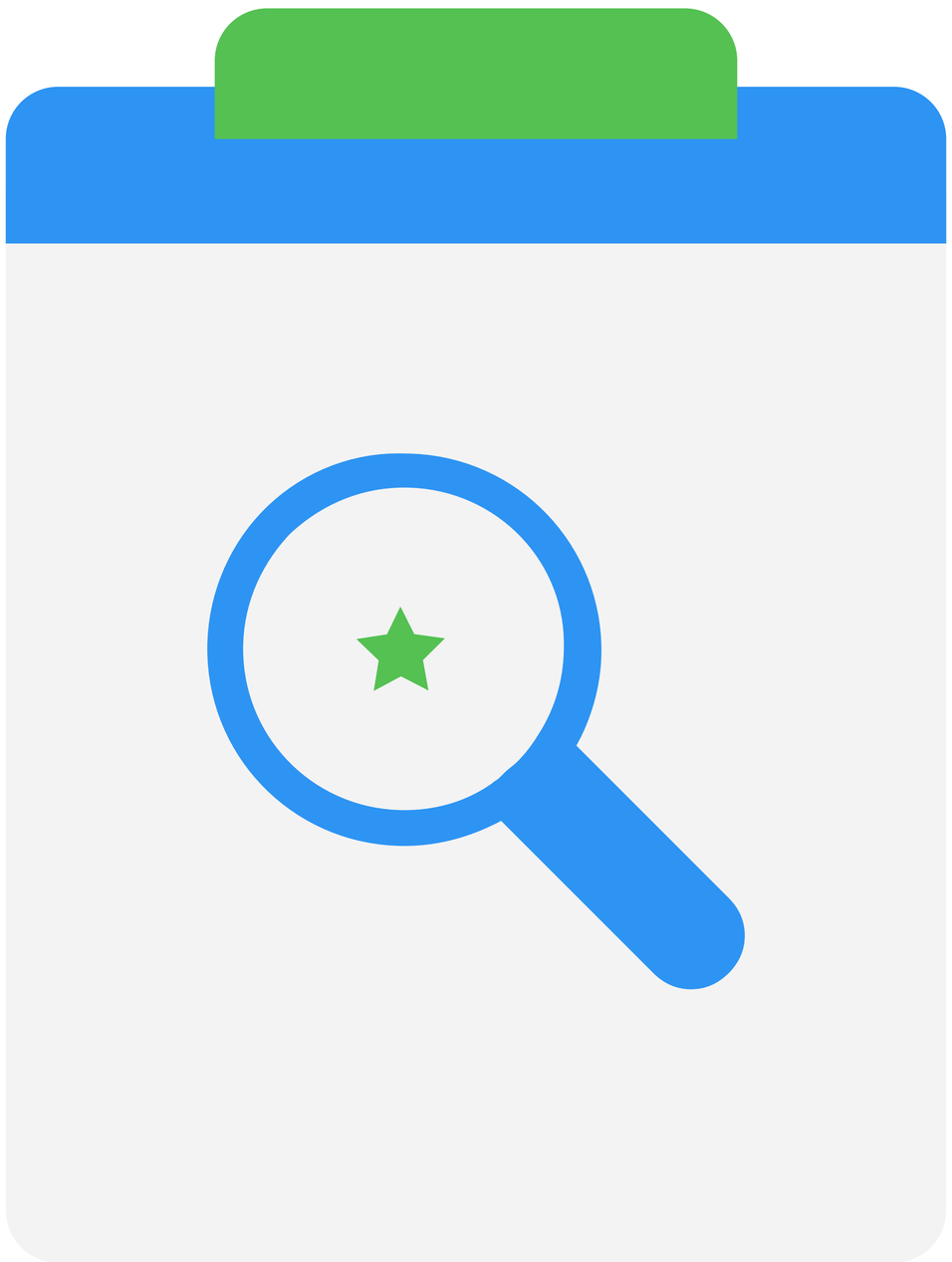
Uanset hvilken af disse to kategorier, du falder i, så er vores opfordring den samme: Lav en simpel liste med fordele og ulemper ved jeres nuværende løsning. Det giver jer et godt værktøj til at vurdere, om alternativerne faktisk er bedre end det I allerede har.

Er du utilfreds med jeres nuværende løsning vil ulemperne nok fylde mest, men sørg for at få noteret nogle fordele også. Er der ikke noget, som du vil savne? Ulemperne giver dig inspiration til de krav, som vi anbefaler, at du skriver ned i en kravspecifikation (se side 9).

Det kan også være, at de to sider er mere balanceret måske endda med en lille overvægt til plussiden. Sørg for at få indhentet alle de vigtige interessenters inputs. Man kan blive noget så upopulær, hvis man træder i den samme hundelort to gange. Læs mere om inddragelse af interessenter på side 7.

Vi anbefaler:

- ☑️ Lav en liste over fordele og ulemper ved jeres nuværende løsning



Spar penge!

En eller anden, måske dig selv, har fået øje på et beløb på en faktura og har fået kaffen galt i halsen. Hvordan kan man betale så meget for telefoni?

Lad os være helt ærlige - vi oplever mange cases, hvor kunden kan spare penge ved at skifte teleløsning, fordi deres nuværende ikke er tidssvarende eller slet ikke matcher virksomhedens reelle behov.

Men... inden du lader forargelsen over din seneste regning løbe af med dig, vil vi komme med en enkelt betragtning, som vi ofte får en god dialog med vores potentielle kunder om:

Prisen er det du betaler, værdien er det du får.

Betalingen af prisen er en negativ oplevelse, hvis ikke værdien står mål med beløbet på regningen. Men modsat prisen, opleves værdien på mange forskellige kontaktpunkter; hos jeres kunder, jeres medarbejdere, jeres teleansvarlige eller IT-folk.

Vi anbefaler derfor, at inden du sætter himmel og hav i bevægelse, at du undersøger hvorvidt den værdi som teleløsningen giver organisationen som helhed, kan være med til at retfærdiggøre din regning.

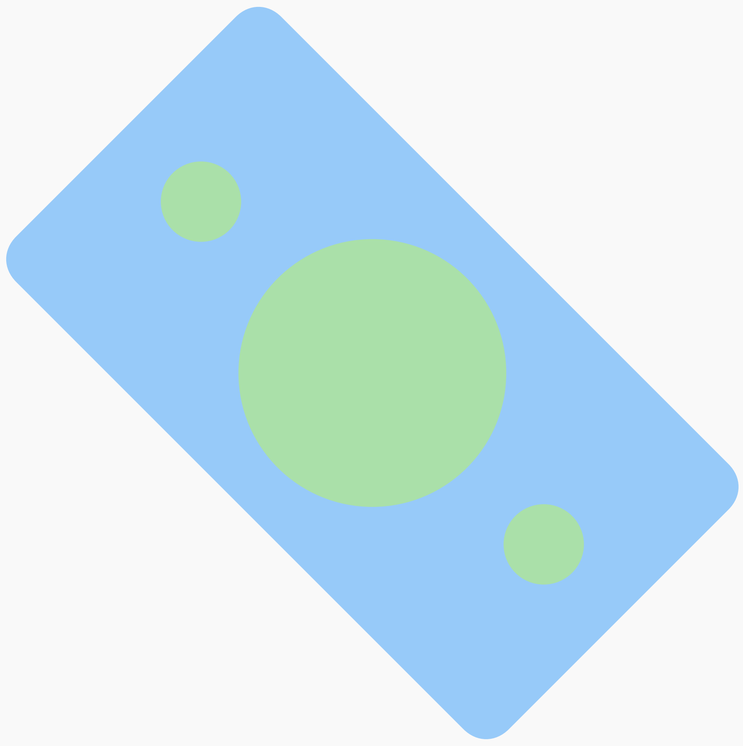
Når det så er sagt, oplever vi tit, at virksomheder bliver fanget i et tilkøbs- og pakkespil, hvor grundprisen har været tillokkende, men de tilkøb, der er nødvendige for, at løsningen fungerer optimalt, har skruet prisen i vejret.

Derfor har vi hos Flexfone gjort vores pris all inclusive og uden binding. Vi anbefaler, at I gennemgår prisstrukturen på jeres nuværende løsning og opdeler prisen i tre dele: funktionalitet, trafiktakster (mobilpakker osv.) og support. Med disse opdelinger kan I nemmere sammenligne med andre tilbud.

Har I svært ved at gennemskue jeres udbyders prisstruktur, tilbyder vi hos Flexfone at gennemgå regningen sammen med jer.

Vi anbefaler:

- ☑ Lav en liste over fordele og ulemper ved jeres nuværende løsning
- ☑ Undersøg værdien af jeres løsning i organisationen
- ☑ Opdel pris i funktionalitet, trafik og support



Vi kigger bare

Hvis du bare kigger, er du nok ikke klar til at skifte løsning hverken i morgen eller i næste uge, men måske er du interesseret i de muligheder, som moderne teleløsninger indeholder.

Vores råd til dig, der bare kigger er, at du først og fremmest **orientere dig om bindingen** i jeres nuværende løsning. Det er ærgerligt at blive forelsket i en anden løsning, hvis man først kan skifte om to år.

Undersøg om din nuværende udbyder udvikler løsningen med fremtiden for øje. F.eks. bliver integrationer til andre systemer og statistik vigtigere for mange moderne virksomheder. Vær derfor opmærksom på om jeres behov også i fremtiden bliver opfyldt.

Derudover vil vi opfordre til ikke at blive forblændet af flotte salgshjemmesider og produktvideoer. Man kan få helt ubrugelige løsninger til at se godt ud. Spørg om du kan **få en virtuel fremvisning** af det reelle produkt eller en demoløsning, så I kan se løsningen in action.

Vi anbefaler:

- ☑ Undersøg om I er i binding
- ☑ Lav en liste over fordele og ulemper ved jeres nuværende løsning
- ☑ Efterspørg demoløsning eller fremvisning

40 %

Kapitel 2

Start med behovet

Det er meget belejligt at starte med det tekniske eller økonomiske perspektiv, når man skal finde en ny teleløsning. Her kan man forholdsvis nemt finde tal eller features, sætte lighedstegn og to streger under resultatet.

Desværre oplever vi, at mange kunder kommer til os på bagkant af et valg, der ikke var i tråd med behovet hos deres kunder eller kollegaer. Derfor anbefaler vi, at man tager dette vigtige step først: indsaml inputs fra dine kollegaer og eventuelt også jeres kunder.

Dette uddyber vi på næste side.

Inddrag de rigtige folk

Medmindre du ejer en enkeltmandsvirksomhed, vil det valg du skal træffe, påvirke andre menneskers hverdag. Derfor kan vi ikke understrege nok, at det er vigtigt at lytte til behovet hos dem, der skal benytte teleløsningen til hverdag. Samtidig kan det være en god ide at sætte sig i jeres kunders sted: Hvilken oplevelse vil I gerne give dem, når de ringer til jer?

Hvordan griber man så det an?

Vi foreslår, at du inddrager de medarbejdere, hvis opbakning du ikke kan undvære. Det er ikke nødvendigvis ledelsen, men måske i stedet receptionisten, kontorassistenten eller jeres mest indflydelsesrige kundeservicemedarbejder. Hvis I inddrager disse i processen, vil der være større chance for at vælge den rette løsning og at den bliver taget godt imod på tværs af organisationen.

Du kan gøre det på mange måder, men et forslag kunne være at lave en interessentanalyse. Kort fortalt plotter du interessenterne ind i matrixen, så du har en huskeliste til dig selv med hvem der skal involveres, høres, informeres løbende og orienteres til sidst.

Udspørg ressourcepersonerne og eventuelt "gidsler" om deres fordele og ulemper ved jeres nuværende løsning og snak sammen om hvilke erfaringer I har med kundernes oplevelse af jeres service.

Med de rette interessenter udpeget, er du bedre rustet til at træffe et godt og velinformeret valg. Læs mere om interessentanalyse her.

Vi anbefaler:

- ☑ Lav en interessentanalyse
- ☑ Lav en liste over fordele og ulemper ved jeres nuværende løsning

Eksempel på interessentanalyse:
Køb af sommerhus

Undersøg jeres binding

Hos Flexfone har vi desværre ofte oplevet at nå langt i dialogen med en mulig kunde, før de finder ud af, at de er i binding hos deres nuværende udbyder langt ud i fremtiden.

Det er ærgerligt, fordi det betyder, at en virksomhed har brugt tid og ressourcer på en proces, som ikke kan komme i mål.

Vi opfordrer derfor til, at du som det første undersøger, om I er i binding hos jeres nuværende udbyder eller om bindingen kan ophæves.

Desværre ser vi som oftest, at man er nødt til at blive kontraktperioden ud, da der ellers skal betales en stor bod for at komme ud af aftalen.

Vi er i binding - hvad nu?

Du kan som sagt undersøge, hvad det vil koste at komme ud af aftalen. Alternativt kan du sætte en påmindelse i din kalender 6 mdr. før jeres binding udløber og altså vente med at lede efter ny teleløsning til den tid. Der kan ske meget på et år, så dét, der er den rette løsning i dag, er måske ikke den rette, når jeres binding udløber.

Vær opmærksom på, at selv efter endt binding kan der være et opsigelsesvarsel på 3 måneder. Derfor anbefaler vi at sætte processen i gang et halvt år før, så man er klar til at skifte løsning på dagen, hvor bindingen udløber.

Vi anbefaler:

- ☑ Undersøg om der er udvej ud af bindingen
- ☑ Lav en kalenderaftale til 6 mdr. før bindingen ophører

Lav en let kravspecifikation

Hvis du har læst de foregående sider, har du på nuværende tidspunkt måske en liste med fordele og ulemper, som du har udarbejdet i samarbejde med de vigtigste interessenter. Det er et rigtig godt udgangspunkt for at lave en kravspecifikation.

En kravspecifikation skal ses som en huskeliste, der sikrer, at I får afdækket så mange brugsscenarier i samarbejde med udbyderen inden kontrakten underskrives.

Opdel kravspecifikationen i fire afsnit:

- Ordforklaring
- Funktionalitet
- Implementering
- Vedligeholdelse/support

Til hver af disse punkter laver du krav til jeres nye løsning, og rangerer det enkelte krav med en prioritetsrangering
(1 = mindstekrav, 2 = krav, 3 = ønske).

Husk at en kravspecifikation fungerer bedst som udgangspunkt for dialog med udbydere. Hvis du ser det som en ufravigelig opskrift, vil du nok enten blive skuffet over, at ingen kan leve op til jeres krav eller at prisen på løsningen stikker i vejret.

Punkter i kravspecifikationen

Ordforklaring: Definering af hvad I forstår ved kernebegreber.

Funktionalitet: Hvad skal systemet kunne eller ikke kunne?

Implementering: Hvordan skal skiftet fra jeres nuværende udbyder foregå?

Vedligeholdelse/suppport: Hvad har du af forventninger til tiden efter skiftet?

Vi anbefaler:

- ☑ Hent skabelonen til kravspecifikationen
- ☑ Oversæt listen med fordele og ulemper til krav i dokumentet
- ☑ Verificer indholdet i kravspecifikationen med de vigtigste interessenter

Hent kravspecifikationsskabelon

60 %

Kapitel 3

Undersøg markedet

Med kravspecifikationen under armen, er du nu klar til at undersøge markedet. Det er nemt at springe til tasterne og lave en Google-søgning, og det råder vi dig selvfølgelig også til at gøre, men vi vil også opmuntre dig til at indsamle viden andre steder.

Online er godt, men...

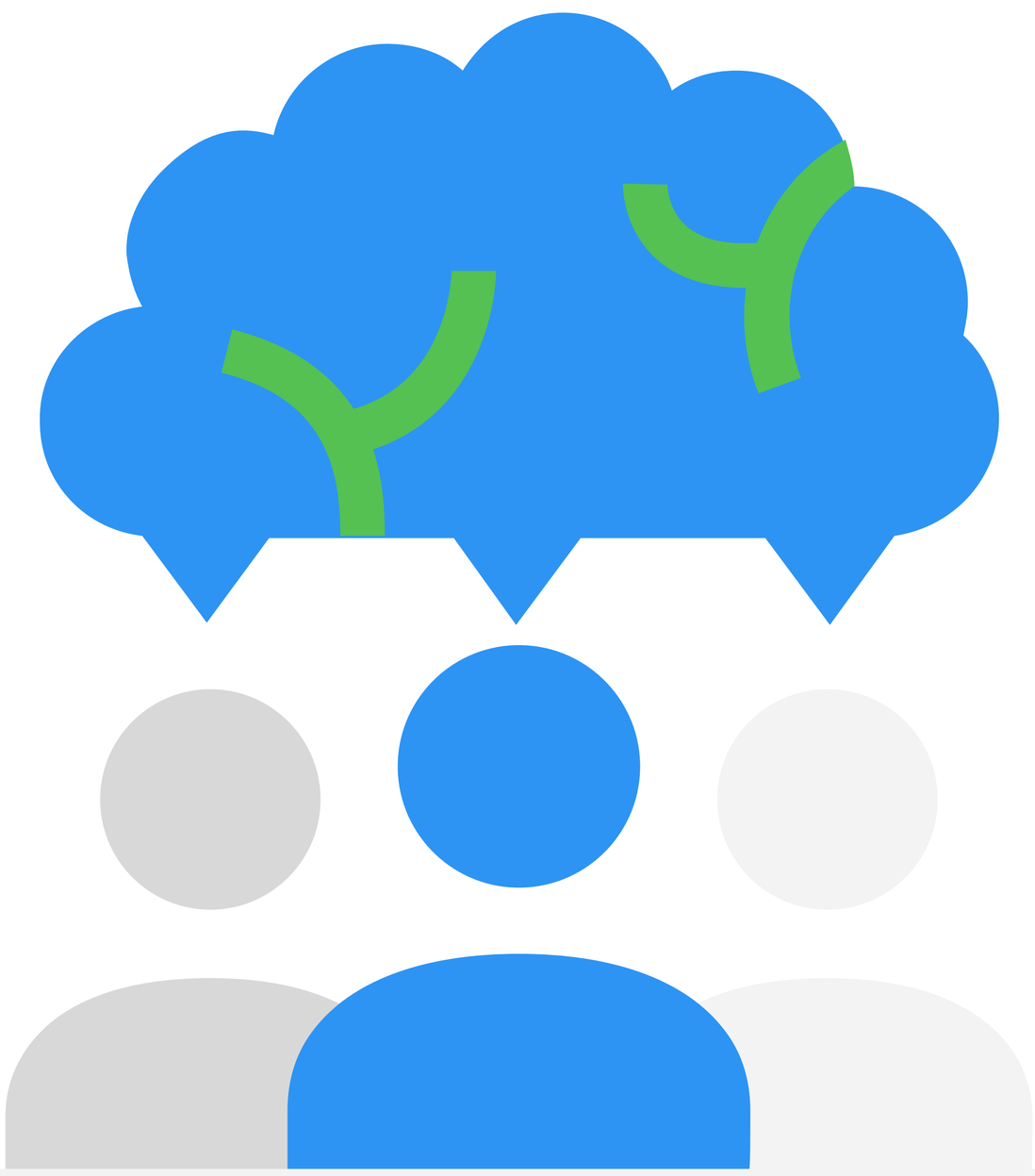
Vores erfaring fortæller os, at prissammenligningssider giver et skævt billede af virkeligheden. Derfor finder du ikke Flexfone på nogen af disse sider. Langt de fleste oplyser kun priser på deres mobilpakker og underlader dermed prisen på funktionalitet.

I stedet foreslår vi at lytte til andres erfaringer. Søg på forums som f.eks. Amino eller LinkedIn-grupper og få virkelige menneskers holdning. Trustpilot eller andre anmeldelsessites kan også benyttes, men tag det med et gran salt - folk har langt større incitament til at anmelde negative oplevelser end positive.

Spørg folk i dit netværk om, hvad de benytter og hvordan det virker. Måske kan du eventuelt prøve at benytte deres app eller se deres onlineportal? Hvad nævner de af fordele og ulemper?

Find derefter frem til en lille håndfuld udbydere på markedet, som giver jer et godt helhedsindtryk af deres løsning.

Tag kontakt til dem og bed dem forholde sig til jeres kravspecifikation. Det kan være at de vil svare til hvert enkelt krav, men det kan også være, at de hellere vil tage en helhedsdialog med jer på baggrund af det, der står i dokumentet.



Vi anbefaler:

- ☑ Brug internettet, men vær kritisk
- ☑ Engager dit netværk
- ☑ Send kravspecifikation til udvalgte udbydere

Spørg dem, der ved noget

Du kan også vælge at gå til en mellemmand. Det vil sige, at i stedet for at du skal sidde og sammenligne æbler og pærer, så får du en mere erfaren uvildig person/virksomhed til at hjælpe med processen.

Disse konsulenter er sjældent gratis, men kan godt betale sig, hvis man regner din timeløn ind i regnskabet med at diskutere kravspecifikation med 5 forskellige leverandører.

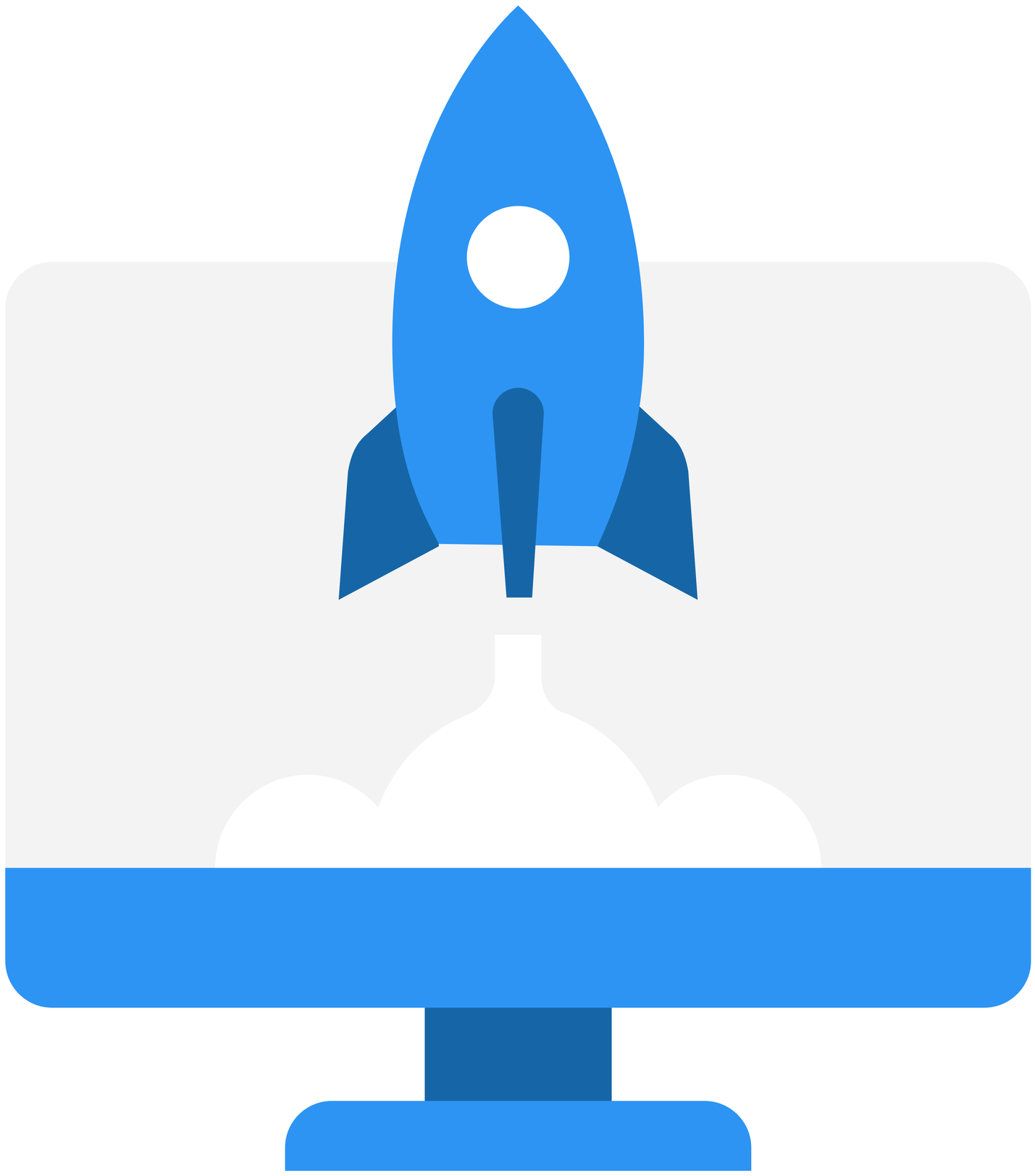
Hvordan finder du så sådan en mellemmand?

Online kan du f.eks. nogle steder modtage tre tilbud på forskellige løsninger. Alternativt kan du række ud til en it-leverandør, der ofte også har telefoni i deres produktportefølje.

De kan være behjælpelig med at finde en løsning, og det kan I givet fald også være dem, som ender med at supportere løsningen, så sørg for, at I er et godt match professionelt og personligt.

Vi anbefaler:

- [x] Overvej en lokal eller online konsulent



Få en live demonstration

Når I har fundet nogle mulige løsninger, er det en god ide at kræve en live demonstration af produktet. Det anbefaler vi, fordi vi oplever, at nogle udbydere kan visualisere deres optimale produkt i f.eks. en produktvideo uden at dette har hold i virkeligheden.

Det er meget sværere at fake en produktpræsentation, når det er det reelle produkt, der vises frem. Hvis der i demonstrationen viser sig at være udfordringer på platformen, vil vi anbefale, at du beder udbyderen redegøre for om/hvornår dette udbedres.

Inden demonstrationen vil det være en god ide at have forberedt nogle dagligdagsbrugsscenarier, som I kan bede udbyderen vise. Se eksemplerne til højre.

Brugsscenarier i dagligdagen

Hvordan omstiller jeg et opkald?

Hvordan tilmelder jeg mig til en kø?

Hvordan tilmelder jeg en kollega til en kø?

Hvordan finder jeg den rette kollega?

Hvordan ringer jeg fra softphonen?

Hvor redigerer jeg i vores kaldsflow?

Vi anbefaler:

- ☑ Kræv at få en live demo
- ☑ Identificer brugsscenarier og få dem vist

Læs det med småt

Du modtager muligvis et skriftligt tilbud, som kan være lidt kludret opsat og hvor der benyttes andre ord for fx binding. Sørg derfor for at få din kontaktperson ved udbyderen til at gennemgå tilbuddet med dig, så du ved, hvad der skrives under på.

Sørg for at få svar på de spørgsmål du sidder med - benyt spørgsmålene nedenfor som inspiration.

Stil disse spørgsmål til tilbudet

Er der binding?

I så fald hvor længe?

Kan I komme ud af bindingen?

I så fald hvordan?

Er tilbuddet betinget af køb af andre services eller fysiske produkter?

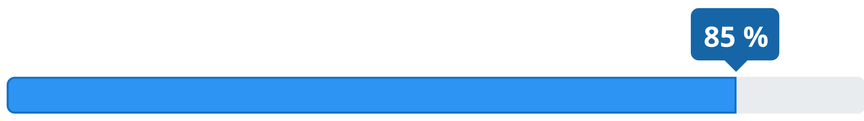
Er der en serviceaftale inkluderet i beløbet?

Hvad kan I forvente af service og fejlretningsniveauet?

Er der angivet etableringsomkostninger i tilbuddet?

Hvor hurtigt og tit kan I foretage ændringer i jeres løsning?

Koster det noget at skifte mobilpakker eller funktionalitetstrin?



Kapitel 4

Målstregen nærmer sig

Godt begyndt er halvt fuldendt og i dette tilfælde er det præcis hvor du befinder dig nu. Meget af det hårde arbejde er nu overstået og det ruster dig til det, der ligger foran.

Kapitel 4

Træf et valg - og stå ved det

Nu har du forhåbentlig nogle relevante og gode alternativer at vælge imellem. Du har et overblik over hvilke dele af jeres kravspecifikation, som de forskellige tilbud kan leve op til og hvad de ikke kan opfylde.

Du har også nogle kernepersoner involveret i processen, som kan hjælpe med at indsnævre feltet sammen med dig. Til sidst står du med valget eller i hvert fald at anbefale et valg.

Har du fulgt de gode råd, som vi giver i denne e-bog, tror vi på, at du kan træffe et velinformeret valg og har rygdækning i din organisation.

Vi anbefaler:

- ☑️ Gennemgå tjeklisten i boksen til højre inden underskriften sættes

Undersøg følgende punkter

Er jeres mindstekrav i kravspecifikationen opfyldt?

Svarer prisen til værdien I får?

Er interessenterne tilfredse med valget?

Er der et godt match professionelt og personligt med jeres leverandør?

Har I en serviceaftale inkluderet i aftalen?

Er løsningen let at skalere ved nye behov eller udskiftning af medarbejdere?

Har I designet et godt kaldsflow til kunderne?

Er der lagt en god plan for opstarten?

Hvad sker der efter underskriften?

Du har en vigtig opgave inden opstartsdatoen for jeres nye telefoniløsning: **Informer din organisation og begrund dit valg**.

Vi anbefaler, at du gør noget ud af dette, da et skift af systemer sjældent er ret populære - uanset hvor utilfreds man er med det nuværende. Lad os kalde det **intern markedsføring** af jeres nye løsning. Du har nok allerede nogle interessenter involveret, som kan agere marketingssøjler i deres afdelinger, men resten af organisation må ikke glemmes - især ikke "gidslerne" fra interessentanalysen.

Hvis det er muligt, anbefaler vi, at du kommer rundt og ser dem i øjnene og tager ejerskab over den beslutning der er truffet, men samtidig også lytter til deres bekymringer.

Send derefter en fælles besked ud hvor du adresserer de hyppigste bekymringer. Skitsér overgangsperioden med hjælp fra leverandøren og send gerne på forhånd vejledninger og materialer til hver enkelt sådan at disse er klar på dagen for opstarten.

Det er din opgave at **sælge løsningen til dine kollegaer**. Jo mere succesfuldt og empatisk du løser denne opgave jo større er chancen for at jeres nye system bliver en succes.

Vi anbefaler:

- ☑ Lav intern markedsføring i organisationen
- ☑ Udsend plan for skifte/opstart
- ☑ Adressér bekymringerne

Med venlig hilsen Flexfone

Du er nu nået helt igennem denne komplette guide til valg af telefoniløsning i små og mellemstore virksomheder. Vi håber, at de pointer vi har fremhævet, har givet stof til eftertanke og hjælper jer med at træffe et bedre valg om telefoni.

Er du interesseret I at vide mere om Flexfone, kan du læse mere på flexfone.dk.

God fornøjelse med jeres nye teleløsning!