**Sammanfattning av mötet den 15 jan**

**Nuläge**

S2 kommer fokusera sin system utveckling på att stärka tre huvudfunktioner inom TM på den nya .net plattformen (som huvudsakligen har servat CRM-kunder hittills (?) ) som man vill att alla kunder ska gå över till. Det är:

*1. försäljning/orderregistrering*

*2. prospektering/marknadsundersökningar*

*3. mötesbokning*

Valborg står fast som deadline för den första lanseringen av dessa stärkta funktioner.

Utveckling mellan Valborg och Oktober ska fokuseras på ny logik för ringlistor, en förändring som inte kommer märkas lika mycket för kunden.

**Utmaning – övertyga gamla kunder om förträffligheten med nya S2.**

Det är viktigt för S2 att samtliga kunder kommer in i det nya S2 systemet eftersom det enbart är där som ny utveckling kommer ske och man vill inte hålla på att supporta och anpassa två system.

Utmaningen nu består i att ”sälja in” en uppgradering till gamla kunder som tycker livet är ganska bra som det är i gamla S2. Det är därför viktigt att hitta de mervärden i iform av funktioner och upplevelse som det nya S2 ger.

I samband med nylanseringen är det ett ypperligt läge att presentera en ny paketering av era tjänster för kunden. Så jag föreslår att ni parallellt med utvecklingen jobbar fram en ny paketering som ni kan börja sälja i samband med nylanseringen.

Våra diskussioner landade i att en utbildning i nya S2 bör erbjudas alla kunder där kunderna får skicka en representant som blir S2s primära kontaktperson (”superadmin”). Utbildningen hålls i Göteborg, Malmö och Stockholm och kostar ca 2500 kr/person och innehåller lite mer än bara genomgång av nya S2 – för att motivera pris och avsättning av tid för de som kommer.

När utbildningarna hålls ges också möjlighet att presentera S2s nya paketering och supportprocess samt boka möten med beställare hos kund för olika former av uppgraderingar. Så jag ser framför mig att ni gör en liten turné – där Morgan bokar in möten med kund dagen efter utbildning för införsäljning.

*Sammanfattande bild*

**Paketering**

Min erfarenhet är att när man ska paketera sin tjänst är det lätt att titta för mycket på tekniska funktioner och för litet på upplevt kundvärde. Exempelvis kan en ny layout av en rapport upplevas ha mycket större värde en en funktion som automatiskt tar fram en rapport åt en baserat på vissa standardinställningar (dvs man slipper själv fylla i ett formulär innan rapportern genereras).

Ni ska också tänka mer på de nya kunderna än de gamla på det sätt att de nya kunderna inte vet vad ni hade förut och vad man fick betala för detta. Slutsatsen är att ”grundpaketet” ska innehålla färre funktioner men kosta lika mycket.

Vad gäller implementering av S2 så finns här också säkert en del nya tjänster som ni kan få betalt för nu – och som tidigare låg inbakat i den support som följde direkt på implementeringen.

Jag skulle sammanfatta arbetet med paketering med följande diagram som visar att ni ska ta mer betalt för färre funtkioner. Totalt sett ska det finnas ett större erbjudande och det sker genom komplettering av dels tekniska tjänster i systemet, men också service och konsulttjänster i koppling till implementering och support samt ev. differentierade licenser för olika grupper eller funktioner (detta brukar dock komplicera prissättningen för kund).

***Relativt pris***

- tekniska funktioner  
- layout/design  
- konsulttjänster  
- differentierade licenser

**Målet bör vara att ta ungefär dubbelt så mycket**

**betalt som ni gör nu för samma typ av arbete**

**i ett medelstort projekt.**

**NYA kundvärden med nya plattformen**

Vi identifierade följande faktorer som kan användas för paketering på olika sätt inför lanseringen av nya plattformen:

**Utbildning**. Utbildning av kund i både funktion och gränssnitt i koppling till nya S2. Lägg till något i programmet om effektivare TM/CRM process som kan vara intressant för era målgrupper för att förbättra deras arbete eller för att ge era kontaktpersoner en personlig utveckling. Nätverka – mellan era kundkontaktpersoner brukar också vara en uppskattad och värdesatt del på en utbildning.

**Effektivitet.** Beskriv hur nya S2 gör era kunder effektivare

**Avskalning av funktioner till baspaket.** I baspaketet bör ganska få funktioner ingå, så att ni kan ta mer betalt för de tillval som kunden kan göra själv.

**Tilläggsfunktioner**. Vilka funktioner ska inte ingå i baspaketet? Är dessa funktioner användbara för alla användare eller bara visa grupper av användare?

**Online manualer och hjälp förbättras.**

**Grafisk form och struktur förbättras.**

**Support förtydligas**

**Förslag till fortsättning**

Jag föreslår att vi går vidare med paketering av både funktioner och tjänster. Jag tror det vore bra att hålla en workshop tillsammans med några av dina kollegor. Jag skulle då kunna ta ett tydligt exempel från Wide narrow hur vår ”paketeringsresa” gick till där vi förändrade prisbild och innehåll för våra tjänster. Det känns som att ni är i rätt läge för att börja med detta nu.

**Workshop Paketering ½ dag**

**Bakgrund**

Pär/Morgan. **Nuläge** – vilka paket kan man köpa av S2 idag? Vilka kundgrupper köper dessa paket?

Jonas. **Case Wide narrow** – hur dubblade vi priserna genom paketering?

Pär. **Case S2.** Hur tar S2 betalt idag under ett projekt? Vilken tid läggs i projekten på olika moment?

**Diskussionspunkter**

- Nya systemet, var finns potential för funktionspaketering?  
- Var finns potential för tjänstepaketering? (utbildning, konsultstöd, support)

Paketeringen av tjänster och funktioner i systemet behöver gå hand i hand och därför tror jag det är bra att några fler är med på en sådan här workshop.