

	<b>BHB Trä AB</b>	<b>Palltec Logistik AB</b>
<b>Kundprofil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ett fåtal "klienter", tre "supporters" och en "partners"<sup>1</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palltec har 400 kunder</li> <li>• Företagets kunder klassificeras som "prospekt-", "provköpande-" och "återköpande" kunder</li> </ul>
<b>Samarbete</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tack vare goda samarbeten med personer inom företagsvärlden lyckas BHB få reda vilka kunder som expanderar och därmed vilka man skall ingå samarbeten med</li> <li>• Med BHB visar sig då kunden skapar diskussion vid leveransfel istället för att hota med kontraktuppsägning och byte av leverantör</li> <li>• Sker bl a då BHB försöker hjälpa kunden genom att komma på förslag på förbättringar inom något område hos kunden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samarbetena sträcker sig endast till köp/sälj-tidpunkten. I övrigt inga samarbeten med kunderna</li> </ul>
<b>Beroende</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Det finns inget större beroendeförhållande mellan BHB och dess kunder</li> <li>• Med hänsyn till konjunkturen skiftar det lilla beroende som finns mellan BHB och kunderna (mest påtagligt för större kunder)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palltec är i behov av fler kunder för att öka lönsamheten</li> <li>• I början är Palltec beroende av sina kunder men därefter skapas ett ömsesidigt beroende i utbud och efterfråga</li> </ul>
<b>Förtroende</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skapas genom att löften och åtagande hålls till kunderna</li> <li>• Inges då leveranser sker i rätt tid och att produkten överrensstämmer med vad som avtalats</li> <li>• Skapas genom att besöka kundens företag, bjuda inköpschefen hos kunderna på middag, sponsra kundernas korplag i innebandy, bjuda in kunderna till företagsfester mm</li> <li>• Skapas genom att visa intresse för privatsidan hos kundföretagets inköpschef så att ett vänskapsförhållande byggs upp</li> <li>• Visar sig då kunden till viss del låter BHB vara med och påverka utvecklingsarbeten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skapas genom att Palltec håller sina löften och åtaganden</li> <li>• Vid ju fler tillfällen kunden köper från Palltec desto större förtroende skapas</li> <li>• Eftersom han inte har någon större personlig kontakt med sina kunder är det svårt för Palltec att mäta förtroendegraden</li> <li>• Förtroendet brister vid ytliga kontakter vilket syns vid felanmälan på leveranser, då man åker ut för att kontrollera sanningshalten i klagomålet</li> </ul>
<b>Makt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BHB anser inte att de har några maktfaktorer de kan använda till sin fördel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palltec har inga maktfaktorer som de kan använda till sin fördel</li> </ul>

<sup>1</sup> Se figur 2:1, sid 15-16

<b>Långsikt- lighet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En god och stabil relation tar cirka två år att bygga upp</li> <li>• Kunden bestämmer hur långsiktigheten ska se ut</li> <li>• Kunderna vill ofta ha långsiktiga kontrakt eftersom det då skapas en trygghet bland deras logistik investeringar</li> <li>• Det finns aldrig någon helt säker långsiktig relation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En långsiktig relation har Palltec med kunden efter att kunden köpt företagets produkter vid ett antal tillfällen</li> <li>• Palltec försöker bygga upp en enkelhet i systemet för att skapa goda och långa relationer. Palltec hoppas att systemet skall vårda de långsiktiga relationerna med så lite personlig kontakt som möjligt</li> <li>• Det är inte alltid Palltec's kunder vill ingå långa och intensiva kundrelationer</li> </ul>
<b>Frekvens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ju längre en relation pågår, desto frekventare blir leveranserna</li> <li>• Flertalet och intensiva möten träffas för att skapa goda samarbeten och för att sammanstamma leveranserna</li> <li>• Frekvensen på beställningarna varierar och sker dagligen, veckovis och månadsvis</li> <li>• Cirka 8-10 dagar läggs varje år ner på studiebesök hos kunder</li> <li>• Kundkontakterna blir fler ju mer kunden beställer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunderna beställer normalt en gång i månaden, men vissa beställer endast varannan månad</li> <li>• Kunder kan beställa 24 timmar om dygnet 7 dagar i veckan genom Internet</li> <li>• Affärskontaktarna sker endast affärsmässigt och inte på privat nivå</li> <li>• Vissa kunder har Palltec inga kontakter med, med andra kunder krävs ett cirka 15 minuters telefonsamtal för att förklara beställningsförfarandet genom Internet</li> </ul>
<b>Närhet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vid leveransfel försöker BHB infinna sig hos kunden så snabbt som möjligt för att avhjälpa problemet</li> <li>• Kunderna befinner sig inom en 20-mila radie från Bräkne-Hoby</li> <li>• Dock är alltid BHB nära till hands för sina kunder</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palltec försöker alltid finnas till hands när kunder vill nå dem</li> <li>• 020-numret används så att det alltid är ett och samma nummer till företaget oavsett var man befinner sig</li> <li>• Affärsidén utesluter inga geografiska avstånd</li> </ul>