

# Få din tracking til at smitte positivt af på bundlinjen

Få inspiration til hvordan du kan erobre markedsandele, øge konverteringsrater og styrke din position i markedet gennem tracking



# Fokus på værdien af tracking



**Mikkel Ørting**

Client Consultant  
mio@wilke.dk  
60 71 30 36

I en verden fyldt med data er det afgørende at forstå, hvordan man bruger dem effektivt til at drive succes. Tracking er et kraftfuldt værktøj, som giver dig indsigt i din virksomheds præstationer - på markedet og i relation til kunderne. Ved at spore de rette nøglemål (KPI'er), kan du træffe datadrevne beslutninger, som øger din markedsandel, forbedrer kundetilfredsheden og optimerer dine marketingaktiviteter.

Dette whitepaper dykker ned i forskellige aspekter af tracking, og giver dig en omfattende forståelse af alle de værdifulde indsigter, du kan opnå med den rette tracking-løsning.

Du bliver bl.a. klogere på:

- Hvilken værdi du får med tracking
- De to overordnede kategorier af trackinger: Markedet og kunderne
- Hvad man kan tracke på
- Udfordringer forbundet med tracking - men også løsningerne!
- Hvordan du kan bruge trackingdata til at:
  - Identificere områder, som skal forbedres
  - Optimere dine strategier
  - Træffe bedre beslutninger
  - Skabe en datadrevet kultur i din virksomhed

Whitepaperet er fyldt med praktiske tips, brugbare eksempler og inspirerende cases, som hjælper dig med at implementere tracking i din virksomhed, og drage fuld nytte af de værdifulde data, som tracking giver.

God læselyst! Har du spørgsmål eller andet du gerne vil have svar på, så tøv ikke med at række ud til os!

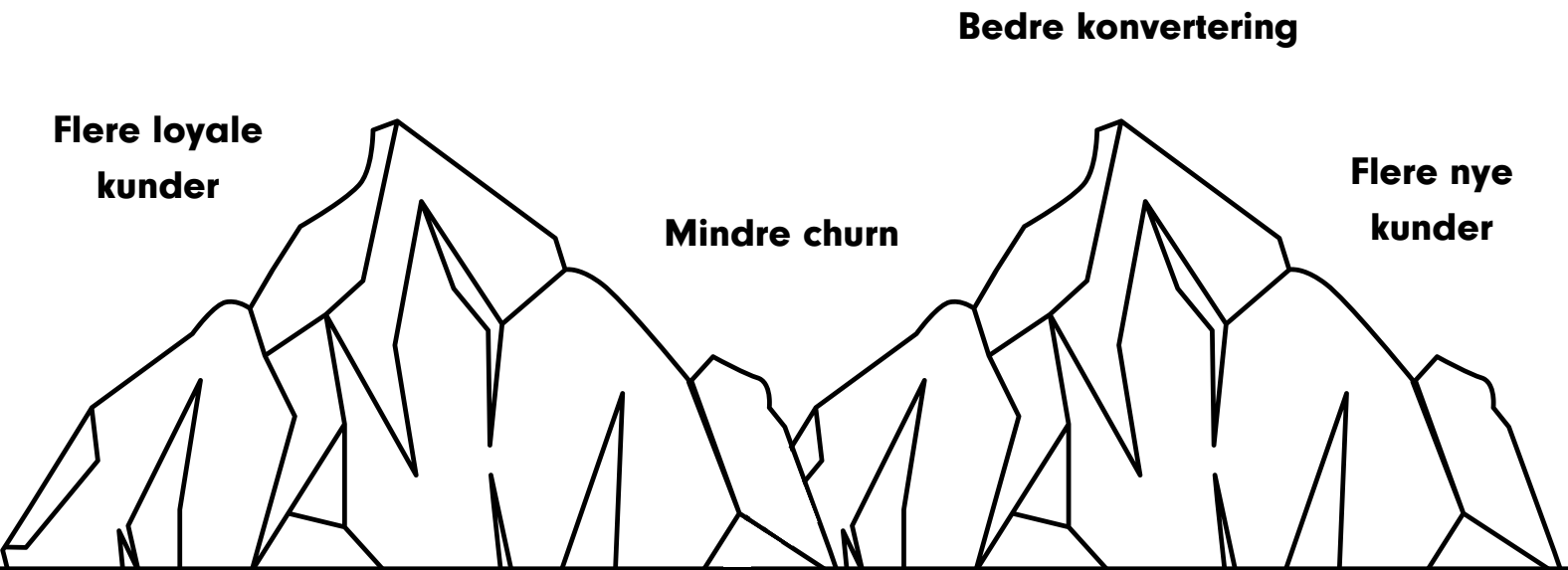
Nå, lad os så komme i gang!

*Mikkel Ørting*

Client Consultant

[mio@wilke.dk](mailto:mio@wilke.dk) // +45 60 71 30 36

# Vil du også gerne have...



## Så bør din tracking give svar på...

Betydningen af din NPS og ikke bare tallet

Hvilke trends og tendenser I kan og bør tappe ind i

Hvilke barrierer der skaber friktioner

Hvad der driver loyalitet

Hvilke nye mulighedsrum der eksisterer

Jeres evne til at efterleve jeres brand promise

Hvad der driver et positivt omdømme

Konkurrenternes bevægelser i markedet og potentielle trusler



# Årsagssammenhænge mellem fakta og forretning

Kundetilfredshed, Customer experience (CX), voice of customer, loyalitet... kært barn har mange navne! Fælles for dem alle er, at det handler om at lytte til sine kunder, for at skabe grundlæggende og varige forandringer, som skaber direkte aftryk på bundlinjen.

## BEDRE KONVERTERINGER

At tracke på noget som konverteringsrater, kan hjælpe dig til at flytte folk længere ned gennem din brandfunnel, så du eksempelvis rykker folk fra kendskab til overvejelse. Her er det vigtigt at sige, at du bør nedbryde din funnel på dine forskellige målgrupper, som bl.a. light, medium og heavy users, for på den måde at kunne få et indblik i, hvem du rent faktisk formår at rykke fra måling til måling og samtidig kan følge udviklingen. Det er alt sammen noget der øger ROI, og smitter positivt af på bundlinjen.

## FLERE LOYALE KUNDER DER MINDSKER CHURN

Der er flere gode områder at tracke på, for at få flere loyale kunder - heriblandt identificering af risiko-kunder - altså de kunder der er i risiko for at churne, og områder hvor du kan forbedre din kundeservice. Du kan desuden bruge kundedata til at lære mere om dine kunders behov med henblik på at opbygge stærkere kunderelationer. Loyale kunder er nøglen til en sund forretning, fordi de køber oftere, og er billigere at fastholde sammenlignet med at skulle tiltrække nye. Samtidig er flere loyale kunder med til at øge din modstandsdygtighed overfor konkurrenter og markedsændringer.

## FLERE NYE KUNDER

Ved at forstå nye kunders behov, skaber du et stærkt grundlag for både innovation og produktudvikling. Dette resulterer i en bredere produktportefølje med flere bundling-muligheder, som kan tiltrække endnu flere kunder, og dermed øge din markedsandel. Denne positive spiral af nye kunder er afgørende for din virksomheds langsigtede succes. Husk dog, at nye kunder ikke kun er nye indtægtskilder, men også en kilde til værdifuld feedback og inspiration. Vær derfor åben overfor deres idéer, og vær ikke bange for at udfordre din virksomheds status quo. Omfavn i stedet innovationen, så du kan sikre, at din virksomhed forbliver relevant og succesfuld i en dynamisk verden.



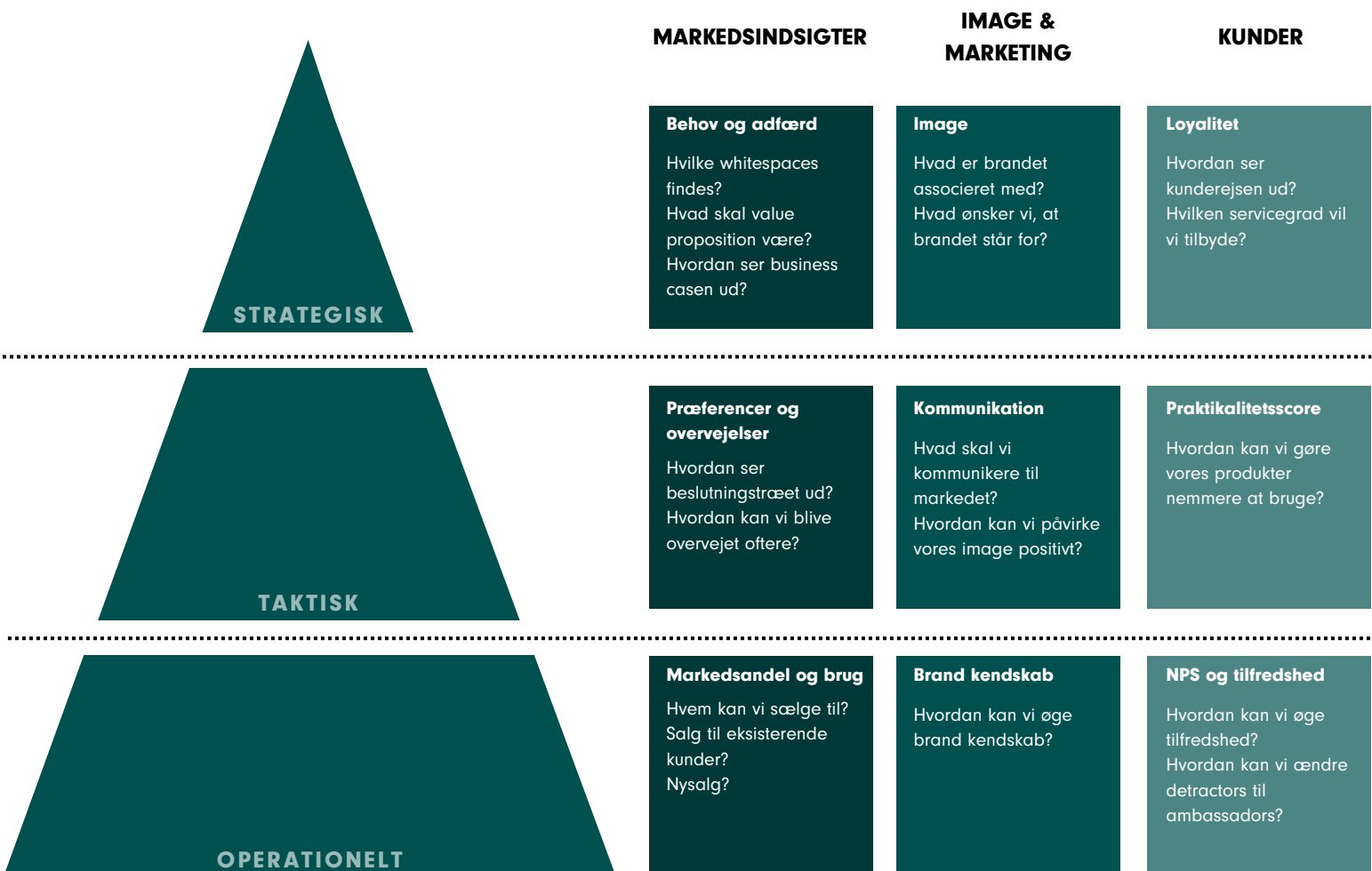


# Hvilken værdi giver en tracking?

Værdiskabelsen af en tracking kan vurderes ud fra tre niveauer; et strategisk, taktisk og operativt niveau. Det er derfor også en væsentlig pointe, at tracking først bliver værdifuldt, når indsigterne bliver aktiveret i hele organisationen.

De strategiske KPI'er bør være tilgængelige for og bruges af alle afdelinger, for at sikre et fælles kompas og målsætningen om kundecentrering hos alle medarbejdere. At dele strategiske KPI'er er dermed også en kraftfuld måde at skabe en kundecentreret kultur, forbedre samarbejdet og opnå bedre resultater.

På det taktiske og operationelle niveau, er det derimod nyttigt at have forskellige KPI'er eller forskellige detaljeringsniveauer, alt efter hvad der er relevant for de forskellige afdelinger. Hvor brandbevidsthed eksempelvis er mere relevant i detaljer for marketingafdelingen, så har NPS og kundetilfredshed større relevans hos salg og kundeservice.



# Hvad kan man tracke på?



# Hvad kan man tracke på?

Når der er adgang til enorme mængder data, er det vigtigere end nogensinde at forstå, hvilke data der er mest værdifulde for din virksomhed. Ved at spore de rette nøglemål (KPI'er) kan du få indsigt i, hvordan din virksomhed præsterer, og træffe datadrevne beslutninger, som driver vækst og succes.

Der er to overordnede kategorier, som du kan tracke på:

## Markedet

Kategorien omfatter data som giver indsigt i din virksomheds position på markedet og dens relation til kunderne.

Spør markedsandel, kundesegmentering, kundeefterspørgsel, konkurrentanalyse og brand-bevidsthed for at forstå din virksomheds position i det bredere marked og hvordan din virksomhed bliver opfattet af målgruppen.

MARKEDSINDSIGTER

Spør websitetrafik, konverteringsrate, brand og kampagneeffektivitet for at forstå, hvordan din virksomhed tiltrækker og konverterer kunder, samt effektiviteten af dine marketingaktiviteter.

IMAGE & MARKETING

## KUNDER

Spør kundetilfredshed, kundetilbage melding, (både b2c og b2b), samt NPS og loyalitetsrate for at forstå hvor tilfredse dine kunder er med dine produkter eller tjenester, og deres sandsynlighed for at anbefale din virksomhed til andre.

## Kunderne

Kategorien omfatter data, der giver indsigt i dine kunders oplevelse og behov, bl.a. ved at spore relevante KPI'er.

## SÅDAN BRUGES TRACKING

# Hvorfor skal du måle på noget over længere tid?

Måling over længere tid giver dig en unik mulighed for at få indsigt i udviklingen på et givent område. Det giver ikke kun mulighed for at observere tendenser og mønstre, men også for at tage proaktive beslutninger, fremfor først at reagere på problemer, når de opstår. Med et bedre indsigtgrundlag kan du træffe velinformerede beslutninger, og undgå at styre i blinde.

Ved at måle på udviklingen, kan du ikke blot følge hvordan tingene ændrer sig, men også honorere fremskridt og succeser. Det giver din virksomhed et fælles referencepunkt, hvor den kontinuerlige overvågning bliver afgørende, for at kunne afdække effekten af forskellige initiativer og tiltag. Formår du at kombinere de faste målepunkter med løbende nye fokusområder, får du et dynamisk og fleksibelt overvågningssystem, som kan tilpasses i takt med at behov og prioriteter skifter.

Wilke tager rollen som din partner, der identificerer de rette fokusområder. Vi anvender vores omfattende brancheviden kombineret med et outside-in-perspektiv, hvilket sikrer en holistisk tilgang til tracking-løsninger. Dette gør os i stand til at levere skræddersyede løsninger, som møder vores kunders unikke behov, og hjælper dem til at opnå deres mål.

Ved at vælge Wilke som partner til jeres næste trackingprojekt, får I ikke bare data, men også indsigt og rådgivning, som kan drive væksten i jeres virksomhed.

## CX WORKSHOP HOS DI

I Wilke har vi stor erfaring med at udvikle og facilitere workshops om CX. Det kan være et vigtigt greb at integrere workshops som led i sit arbejde med tracking, hvor man rent faktisk kan arbejde med kunderejsen og de friktioner, der ligger bag ved tallene i et dashboard. På en CX-workshop faciliteret af os, arbejder vi bl.a. med at udvikle personaer, kortlægge kunderejser - både fra kundens og jeres point of view og udvikler relevante initiativer og løsninger til at nedbryde friktioner. Vi hjælper ligeledes med at prioritere mellem disse, så I starter med det vigtigste først, og forhåbentlig kan aflæse effekterne i jeres tracking i fremtiden.



*CX workshop som en del af din tracking?*



**Udfordringer  
med tracking -  
og værktøjerne  
til at løse dem!**

# Udfordringer og løsninger

## Svært at omsætte indsigter til forandringer?

Når man kun måler hvad der sker, uden at forstå hvorfor det sker, bliver det vanskeligt at handle på det output, man står tilbage med. Det bliver uklart, hvad der skal prioriteres, og hvordan man bør handle, hvis man skal forbedre forretningen. Vil man skabe reelle forandringer, er det afgørende at forstå de dybereliggende årsager bag den observerede adfærd. Uden denne forståelse, kan indsigterne hurtigt fremstå for fragmenterede og utilstrækkelige til at kunne tage meningsfulde skridt. Det er nødvendigt at vide hvorfor X, Y og Z sker - ikke blot at de sker. Hvis indsigterne ikke er knyttet til klare årsagssammenhænge, vil virksomheden mangle det fundament, der kræves for at træffe strategiske beslutninger. Det bliver ligeledes en udfordring at identificere hvilke handlinger, der vil have størst positiv effekt, og hvad der konkret skal ændres, for at opnå de ønskede resultater. Manglen på en forbindelse mellem indsigter og handlinger kan føre til stagnation, hvor virksomheder fortsætter med at måle, men ikke formår at bruge data til at forbedre hverken processer, produkter eller serviceydelser.

### LØSNING

## Vi formulerer de mest værdifulde initiativer

Wilke tilbyder indsigtsbaserede anbefalinger og prioriteringer, som kan omsættes til konkrete forandringer. Vi ved, at de spørgsmål du stiller, i høj grad påvirker de svar du får. Vi er et helt hold af eksperter i både kvalitative og kvantitative metoder, og vores opgave er at sikre, at du får stillet de rigtige spørgsmål med den rette spørgeteknik. Vi sørger for, at hver undersøgelse er specifikt designet til at afdække de dybereliggende årsager bag adfærd, og hjælper dig efterfølgende med at konvertere data til klare, strategiske handlinger, som driver din virksomhed fremad.

## Det er for ufleksibelt og uaktuelt

Udfordringen består i, at der ofte er skiftende aktivitet i forhold til kampagner, konkurrenters aktiviteter og interne omstruktureringer. Det betyder, at det er vigtigt at kunne justere sin tracking løbende, både i forhold til antal spørgsmål og stikprøvestørrelse. Desværre er dataleverandører ikke altid fleksible med deres leverancer, indhold på platforme og dashboards. Denne manglende fleksibilitet gør det svært at tilpasse trackingen til de aktuelle behov og markedsforhold. Flexibilitet er afgørende for at sikre, at en tracking forbliver relevant, selv i perioder med lavt aktivitetsniveau. Det er også vigtigt, at leverandøren eller rådgiveren har et solidt branchekendskab, så man er sikker på, at trackingen er tilpasset de nuværende markedsforhold og behov. Ved at vælge en leverandør, som kan tilbyde denne fleksibilitet og har dyb indsigt i branchen, får man mest muligt ud af sin tracking.

### LØSNING

## Din fleksible samarbejdspartner

Vælger du Wilke, får du en fleksibel samarbejdspartner som formår at tilpasse sig dine behov. Vi er klar til at skrue op for trackingen i kritiske perioder, og ned, når det er fredstid. Sammen med dig, beslutter vi hvilke hypoteser der skal opstilles, og hvilke emner der skal være fokus i forskellige perioder. Vi researcher løbende markedet, og deler vores anbefalinger med dig, så din tracking altid forbliver aktuel og relevant, i forhold til de skiftende behov og udfordringer I står overfor.

# ...til at få større værdi af din tracking!

## Tracking er ressourcekrævende og skaber flaskehalse

Udfordringen består i, at vi mennesker er dovne af natur. Faktum er, at vi ikke læser en trackingrapport på 100 sider - uanset hvor relevant og vigtig den måtte være. Der ligger en kæmpe udfordring i relation til formidling af data og resultater, hvor en dårlig formidling ofte står i vejen for den efterfølgende aktivering internt i organisationen. Hvis man oven i det heller ikke formår at efterbearbejde data og fortælle de gode historier, fordi det kræver for mange ressourcer og tid, er det ligeledes med til at skabe flaskehalse - særligt hvis afdelingerne er afhængige af hinanden for at kunne krydstjekke data eller dele resultater. Det forsinker beslutningsprocesserne, og reducerer den effektivitet, man potentielt ville kunne have opnået gennem aktivering af data og indsigter i organisationen.

### LØSNING

## Wilke leverer både data og indsigterne

Vi sørger for at du får indsigt i "hvad", men også "hvorfor". Dermed løser vi problemet med den dårlige formidling, så du kan være sikker på, at data bliver aktiveret i organisationen. Det gør det nemmere at omsætte indsigterne til konkrete forandringer, da du får et mere nuanceret billede af baggrundene for den observerede adfærd. Ligeledes kan vi frigøre ressourcer ved at tage hånd om analyseprocessen. Vi cruncher jeres data, opsætter alerts og er jeres vagthund ved signifikante udsving. På den måde kan I frigive tid til andre vigtige opgaver og reducere spildtid. Ved at outsource denne proces undgår I også potentielle flaskehalsproblematikker, som ofte opstår, når der er for få personer til at håndtere for mange data.

## Intet engagement = ingen forandring

Udfordringen består i, at indsigterne ofte ikke bliver implementeret i organisationen, da formidlingen og formatet er svært at tage ind for medarbejderne. Ikke alle i organisationen læser en trackingrapport, enten fordi der er for meget information, eller fordi materialet ikke er brugervenligt - eller sågar kedeligt. Dette problem forstærker udfordringen med at omsætte indsigter til reelle forandringer, fordi den enkelte medarbejder ikke bliver motiveret til at engagere sig i dem.

### LØSNING

## Vi præsenterer indsigterne på en spiselig måde

Wilke går til udfordringen med u håndgribelig rapportering, ved både at tilbyde fysiske sessions, der omfatter levende præsentationer af indsigter og anbefalinger. Vi faciliterer workshops, som er designet til at integrere indsigtsbaserede anbefalinger og prioriteringer direkte i organisationens arbejdsgange. Desuden formidler vi kerneindsigter gennem video og andet interaktivt indhold, hvor vi sætter fokus på det vigtige og gør viden tilgængelig for organisationen på en letfordøjelig måde. Dette reducerer behovet for, at medarbejdere skal gennemgå lange trackingrapporter, og sikrer at vigtig information bliver kommunikeret effektivt og forståeligt.

# En værdifuld tracking er ikke kun data i et dashboard

Hos Wilke tror vi på, at en dybdegående trackingindsats er mere end bare data i et dashboard! Det handler om at skabe dybdegående indsigt, handlekraftig rådgivning og effektiv aktivering af indsigter. Med vores tilgang til tracking får du et værdifuldt værktøj til at opnå din virksomheds mål, og rent faktisk skabe reel værdi gennem data.

Vores tracking-løsning rummer følgende indsatser:

Wilke tilbyder rådgivning til at fortælle de gode historier, vi finder i dine data. Vi går forrest i identifikationen af tidlige tendenser, og omsætter dem til konkrete muligheder for din virksomhed. Vores ekspertise og indsigt i markedet hjælper dig med at udnytte tendenser til din fordel, og omsætte dem til håndgribelige handlinger, som styrker din konkurrenceposition.



Gennem aktiveringsgreb som video, fysiske sessions og summaries, hvor storytelling er i fokus, sørger vi for at engagere dine medarbejdere, men gør det samtidig nemt for dem at forstå og handle på data. Vi skræddersyr vores løsninger under hensyntagen til forskellige afdelingers behov og arbejdsgange, så vi sikrer optimal anvendelse og implementering af indsigterne.

Motoren kører selvfølgelig som den skal. Wilke sikrer ikke kun optimal ydeevne af dit dashboard, men også en intuitiv brugeroplevelse (UX) og integration af flere relevante datakilder. Med vores tilpassede filtreringsmuligheder, kan du skræddersy din visning efter dine specifikke behov og interesseområder (KPI'er), hvilket giver dig en dybere forståelse af din virksomheds performance.

# Værktøjer til at sikre større aktivering og formidling



## FORSTÅ ÅRSAGSSAMMENHÆNGE

Husker du at mødes med dine kunder og få dem til at sætte ord på deres oplevelser? Det kan vi hjælpe med gennem kvalitative indsigter, enten i et fast rul eller efter behov. Det er her du finder guldgrube i forhold til at forstå, hvad der ligger bag tallene. Vi har ligeledes mulighed for at levere testimonials fra kunderne, som rapporteres i videoformat, så kunderne rykker endnu tættere på forretningen og deler oplevelserne med deres egne ord.

Måned	Trackingaktivitet	Aktivitet(er)
Januar	Lav	Ad hoc spørgeskemaundersøgelse
April	Middel	Kvalitative dybdeinterviews
Juli	Lav	Ad hoc spørgeskemaundersøgelse
November	Høj	Dybdeinterviews & fokusgrupper

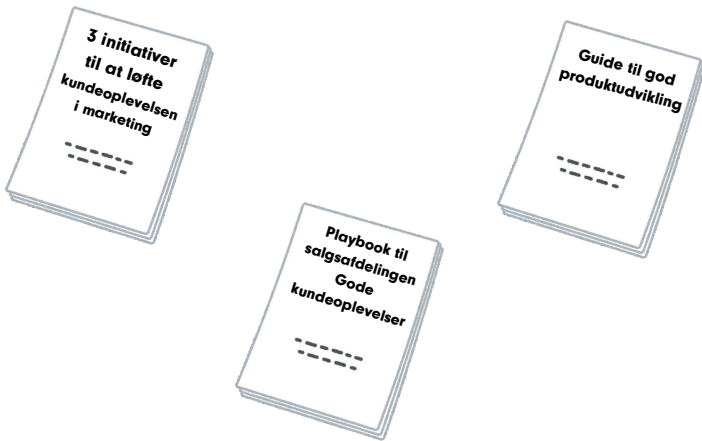
## SKRU OP OG NED EFTER BEHOV

Aktualiteten for en tracking svinger enormt meget over året og fra branche til branche. Står man overfor en stor lancering eller åbning af en butik, er behovet større. Er det i stedet fredstid eller uden for sæson, er behovet mindre. Ad hoc spørgeskemaundersøgelser er en måde hvorpå man kan gøre tracking dynamisk, og skru op og ned efter behov. Grundmotoren kører naturligvis hele vejen igennem.

## SAMFUNDS- OG BRANCHEVIDEN

Tag det lange lys på. Hvad sker der i verden omkring os? Er der ting og temaer, I ikke støder på i det daglige, som kunne udgøre et potentiale? Ved at få analytikere uden for forretningen til at crunch data, kan I formentlig spotte nogle andre huller i osten - måske endda før jeres konkurrenter.





### MERE TID TIL DET VIGTIGE

Der er 'nice to have', og så er der hverdag. Det er et stort ansvar, hvis man i et relativt lille team skal stå i spidsen for at fortælle alle de gode historier til resten af organisationen. Skal man have dem til at engagere sig, vil det være godt at personalisere fortællingen fra afdeling til afdeling. Men så rammer hverdagen, og alle ender med at få samme version, ofte i et lidt kedeligt format. Få hjælp til at skabe engagerende, personaliseret kommunikation i forskellige formater, så engagementet i indsigter stiger, og du skal bruge færre kræfter på at få flere med ombord.



### FÅ FYSISKE SEANCER TIL AT SKE

Det kan være svært at koordinere og planlægge interne vidensdelingsevents. Det kan derfor være en fordel, at få en partner til at påtage sig ansvaret for at få det til at ske - så det rent faktisk sker. Rammerne skabes med fokus på, at alle skal gå klogere derfra med en forståelse for, hvordan tracking, indsigter og ændringer i adfærd kan være værdifulde - også for dem.



### ØG ENGAGEMENT MED VIDEO

Video er verdens bedste værktøj, til at få dine kollegaer til at forstå det, du gerne vil fortælle dem. I stedet for 10 sider i PowerPoint kan du med 3 minutters video fortælle det samme - på en markant mere inspirerende måde! Her kan med fordel bruges optagelser fra kvalitative interviews, så kunderne selv er med til at fortælle historierne.

# Hvad får du med en tracking-løsning fra Wilke

Hos Wilke tilbyder vi meget mere end bare trackingløsninger med standardindhold. Vi går skridtet videre, ved at tilbyde en række værdiforøgende elementer på toppen af en klassisk trackingløsning i et dashboard, som gør det muligt at iværksætte konkrete initiativer og skabe reel værdi på bundlinjen. Sådan tror vi på, at du opnår den største konkurrencefordel på markedet.

## STANDARD INDHOLD

- Brand KPI'er
- Brand Promise
- Brand Funnel & konvertering
- Claims
- NPS
- Effektmåling af indsatser
- Monitorering af konkurrenter

## VÆRDFORØGENDE ELEMENTER

- Kvalitative indsigter
- Indsigtsbaserede anbefalinger
- En ekstern vagthund
- Flexibilitet, som sikrer kontinuerlig aktualitet og relevans
- Workshops
- Video & testimonials
- Alerts
- Adgang til samfunds- og brancheviden

# Hvad har andre gjort?

## FALCK NPS TRACKING

Sammen med Wilke gennemfører Falck Global Assistance løbende kundemålinger, som sikrer, at kunderne føler sig i trygge hænder under hele forløbet. Det ultimative succeskriterie er NPS-målet (net promoter score) – kundens villighed til at anbefale Falck Global Assistance til venner, familie og kollegaer. På den måde bliver NPS en tydelig indikator på FGA's evne til at leve op til sit serviceløfte – set fra kundens perspektiv. Gennem dette konsekvente arbejde har Falck løftet deres NPS score, hvilket også har haft en positiv indvirkning på Falcks churn rate.



Læs case

## PFA IMAGE TRACKING

I vores online WakeUp med PFA kan du høre mere om, hvordan du skal bygge din image tracking og ikke mindst, hvordan du får resultaterne ud i organisationen, så der kan tages action på konklusionerne.

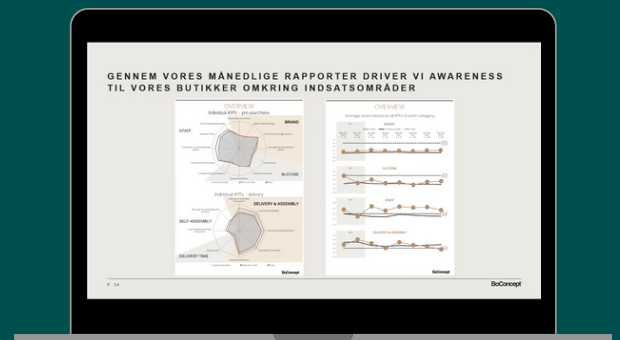
Vi kommer med do's and don't's i forbindelse med image-tracking, og deler de overvejelser du bør gøre dig, før du overhovedet går i gang med at udforme dit tracking-setup. Sidst kommer vi med i motorrummet, hvor den ansvarlige fra PFA viser rundt i deres 'markedsmonitor', som er dashboard-løsningen Wilke har udformet til PFA, hvor de løbende kan følge med i egen og konkurrenters positioner.



Se WakeUp

## BOCONCEPT CX TRACKING

Gennem mere end 10 år har Wilke arbejdet sammen med BoConcept, om at udvikle den bedst mulige kundeoplevelse i deres butikker over hele verden. Det har været en rejse, der har dækket Mystery Shopping og Exit-interviews, og som i dag primært består af en online opfølgning på kundernes oplevelser i interaktionen med BoConcept gennem hele indkøbsrejsen - med NPS i centrum. Udover den løbende monitorering, har BoConcept brugt data som et værdifuldt værktøj til at udvikle butikkerne, og træne personalet gennem egne træningsprogrammer. I vores webinar kan du høre mere om hvordan kundedata er blevet konverteret til bedre kundeoplevelser.



Se WakeUp



# Om Wilke



## HVAD TROR VI PÅ?

Hos Wilke tror vi på, at indsigter indenfor adfærd, teknologi og trends er livsnerven i enhver virksomhed. Vinderne i markedet er dem, som forstår kundernes nuværende og fremtidige behov bedre end konkurrenten, og som kan omsætte deres viden til bedre løsninger.

Men indsigter i sig selv fører sjældent til bedre løsninger og en mere konkurrencedygtig forretning. Indsigterne skal bringes til live i de løsninger, som din virksomhed går til markedet med. Det er den proces, vi er specialister i hos Wilke.

## HVAD LAVER VI?

Wilke er et analyse- og konsulenthus, der siden 1999 har hjulpet virksomheder og organisationer i ind- og udland med at komme tættere på deres kunder.

Vores forretning er at forstå mennesker. Vi stiller de svære spørgsmål til ledelse, medarbejdere og kunder. Og vi omsætter svarene til præcis de indsigter, der skal til for at træffe de rigtige beslutninger.

I vores arbejde kombinerer vi analytisk ekspertise med en nysgerrig forretningsforståelse. Vi forstår mennesker, så det giver resultater i forretningen.

## Vil du vide mere om tracking?

I Wilke har vi mange års erfaring med tracking, og hjælper i dag en lang række virksomheder med at identificere de værdiforøgende elementer, som vi ved smitter positivt af på bundlinjen.

Hvis du vil vide mere om hvordan vi kan hjælpe med jeres tracking, så ræk endelig ud til mig - så inviterer jeg på en fysisk eller virtuel kop kaffe, alt efter hvad der passer dig.

*Mikkel Ørting*

Client Consultant

[mio@wilke.dk](mailto:mio@wilke.dk) // 60 71 30 36





# Vi får kundefokus til at ske

© 2024

**Copenhagen**

Overgaden Neden Vandet 9c  
1414 København K

**Aarhus**

Vestergade 24, baghuset  
80000 Aarhus C

**Odense**

Gråbrødrepassagen 9, 2.  
5000 Odense

[www.wilke.dk](http://www.wilke.dk)

[hej@wilke.dk](mailto:hej@wilke.dk) +45  
70 10 20 80