



**Når trenger du et
abonnementssystem?**

Innholdsfortegnelse

- ▶ Introduksjon 3
- ▶ Tegn 1: Økende volum 4
- ▶ Tegn 2: Økende kompleksitet 5
- ▶ Tegn 3: Mangel på interne ressurser 6
- ▶ Tegn 4: Mulighet for automatisert mersalg 7
- ▶ Konklusjon 8



Introduksjon

I en verden hvor forretningsmodeller vris mot abonnementsbaserte tjenester, blir det stadig viktigere å håndtere abonnenter på best mulig måte.

Enten det dreier seg om digitale tjenester, medlemskap eller periodiske leveranser av fysiske varer, krever abonnementshåndtering en god del “finesse” og nøyaktighet. Du skal helst slippe manuelle prosesser, samtidig som kunden opplever god service.

På et tidspunkt bør du investere i et abonnementsystem. Men når? La oss utforske dette nærmere.



Tegn 1: Økende volum

Hva det betyr: Når antallet abonnenter øker, øker også mengden av administrativt arbeid. Veksten i kundebasen betyr flere transaksjoner og endringer å prosessere, flere fakturaer å sende ut, og en generell økning i kundedata som må oppdateres og vedlikeholdes.

Eksempel: Forestill deg en nettbutikk som selger kaffebønner på abonnement. I starten, når butikken har rundt 30 abonnenter, er det håndterbart å følge opp hver bestilling individuelt. Men når abonnentbasen vokser til over 100, blir det raskt altfor krevende å administrere hver abonnementsfornyelse, oppdatering av kundepreferanser, og logistikk rundt utsendelse – hvis det skal gjøres manuelt. Dette er et klart signal om at et abonnementssystem er nødvendig for å håndtere volumet effektivt og sørge for at hver kunde fortsatt mottar personlig og presis service.



Tegn 2: Økende kompleksitet

Hva det betyr: Når tjenestene eller produktene du tilbyr blir mer mangfoldige og komplekse, krever håndteringen av disse en tilsvarende grad av finesse. Dette gjelder spesielt hvis du tilbyr ulike nivåer av medlemskap, tilpassede pakker eller har et stort utvalg av produkter tilgjengelig på abonnement. Hver kunde kan ha en unik kombinasjon av preferanser, noe som gjør manuell håndtering tungvint og kostbart.

Eksempel: La oss si at du driver en SaaS-bedrift som tilbyr skybaserte lagringsløsninger. Kunden din kan velge mellom flere lagringspakker, bestille tilgang til ekstra sikkerhetsfunksjoner, eller kanskje hen ønsker tilleggstjenester som regelmessig dataanalyse. Håndteringen av disse tjenestekombinasjonene kan raskt bli et logistisk mareritt uten et robust abonnementssystem som automatiserer prosesser og tilpasser tilgangsstyring til tjenestene i sanntid.



Tegn 3: Mangel på interne ressurser

Hva det betyr: Å allokere tilstrekkelige ressurser for effektiv håndtering av abonnementsmodeller kan være utfordrende, spesielt for bedrifter i vekstfasen. Når den manuelle administrasjonen av abonnementer begynner å ta verdifull tid fra kjernevirksomheten, som produktutvikling, markedsføring og kundeservice, blir behovet for et abonnementssystem tydelig.

Eksempel på bedrift uten nok tid: En startup som utvikler en innovativ plattform for online kurs i programmering, opplever rask vekst i antall abonnenter. Grunnleggerne bruker mye av sin tid på å utvikle kursinnhold og forbedre plattformteknologien. Imidlertid blir de stadig belastet med administrasjonsoppgaver relatert til håndtering av abonnementer, betalinger og tilgangsstyring for brukere. Uten dedikerte ressurser for disse oppgavene, blir det klart at et automatisert abonnementssystem er nødvendig for å frigjøre tid til kjerneaktiviteter og støtte videre vekst.

Eksempel på bedrift med eksisterende kapasitet: En etablert nettbutikk med et omfattende kundeserviceapparat selger skjønnhetsprodukter på abonnement. Med et team dedikert til kundeservice, har de kapasitet til å håndtere en god del abonnementsrelaterte henvendelser manuelt, inkludert fornyelser, endringer i abonnementsnivå, og avbestillinger. Disse kan klare seg lenger uten et abonnementssystem enn bedriften over, fordi de har et "apparat" som kan håndtere det manuelle uten at det går ut over kjerneoppgaver.

Men, etter en stund vil antagelig ledelsen se verdien i å automatisere disse prosessene for å redusere driftskostnader og forbedre kundeopplevelsen gjennom raskere og mer nøyaktige tjenester.

Tegn 4: Mulighet for automatisert mersalg

Hva det betyr: Et velutviklet abonnementssystem bidrar også til å identifisere og automatisere muligheter for mersalg. Dette er viktig for dem som har ambisjoner om å øke omsetningen pr abonnent (share of wallet) gjennom å tilby tilpassede oppgraderinger eller tilleggsprodukter basert på deres nåværende valg og tidligere adferd.

Eksempel: Tenk deg en app for lydbøker som tilbyr forskjellige abonnementer basert på antall bøker du kan lytte til hver måned. Basert på lytتهistorikken, kan appen foreslå skreddersydde abonnementer som inkluderer tilgang til eksklusive podcaster eller høyere antall bøker. Uten et system for å automatisere denne prosessen, vil muligheten for mersalg kreve manuell håndtering pr abonnent, noe som er lite skalerbart.



Konklusjon

Hver av de fire faktorene over kan alene være nok til å forsvare en investering i et moderne abonnementssystem. Men ofte er det en kombinasjon av faktorene som gjør at man ser at tiden nå er inne. Ettersom det tar litt tid fra man tenker “nå trenger jeg et system” til man har en løsning fullt implementert, så er det lurt å ta beslutningen i tide.

Ta gjerne kontakt med oss hvis du lurer på om tiden er inne for din virksomhet!



Book et mulighetsmøte

Vil du vite hvordan din virksomhet kan skalere smart med et abonnementssystem?

Bestill et uforpliktende 30-minutters mulighetsmøte med oss, hvor vi ser nærmere på hvordan du kan håndtere abonnenter mer effektivt og skape vekstmuligheter.

[Book et møte her](#)

