



Brug af kundedata i danske virksomheder

Gennemført i samarbejde med analyseinstituttet Wilke

Forord

Danmark har ikke dyrebare råstoffer i jorden, men vi har stor viden og enorme mængder data. Derfor er data i stigende grad råstoffet, som mange virksomheder kan skabe værdi ud fra. Kundedata er guld værd, hvis virksomhederne forstår at bruge dem på den rigtige måde.

Vi ved, at de fleste virksomheder har adgang til kundedata, der kan give afgørende kundeindsigter og udnyttes til mersalg og vækst. Få er dog klar over, hvordan de bedst anvender deres data til at styrke forretningen og konkurrenceevnen. Dette gælder især de små og mellemstore virksomheder, som skal have hjælp til at grave guldet ud af de store datamængder.

Denne undersøgelse er en del af et 3-årigt projekt fondet af Industriens Fond, og har til formål at kortlægge danske virksomheders modenhed i deres arbejde med kundedata.

Undersøgelsen består af 21 nøje udvalgte spørgsmål. Du selv besvare disse spørgsmål og blive sammenlignet med undersøgelsens resultater på **brugkundedata.dk** og på den måde se, hvor I adskiller jer fra de andre 509 virksomheder.

God læselyst!

Projektpartnere:

INDUSTRIENS FOND





Indholdsfortegnelse

Forord	s. 2
Hovedkonklusioner	s. 4
De 5 områder i arbejdet med kundedata	s. 5
Virksomhedernes modenhed med kundedata	s. 23
Kundedata modenhed vs. økonomiske resultater	s. 31
Metode	s. 38
Om projektet	s. 42

Hovedkonklusioner

Virksomhederne har en opfattelse af, at de er succesfulde i arbejdet med kundedata

- 30 pct. af handels- og fremstillingsvirksomhederne er i høj grad eller helt enige i, at de er succesfulde i arbejdet med kundedata. Der er dog store forskelle når der ses på handelsvirksomhederne og fremstillingsvirksomhederne for sig. Imens hele 33 pct. af handelsvirksomhederne angiver, at de er succesfulde i arbejdet med kundedata, er der blot 22 pct. af fremstillingsvirksomhederne som tilkendegiver dette

Virksomhederne mangler en sammenhængende strategi med kundedata

- Kunden, Kundedata, Ledelsen, Medarbejderne og Økonomi/IT er i denne undersøgelse defineret som de 5 hovedområder inden for arbejdet med kundedata. Svarene fra undersøgelsen viser desværre, at en stor del af virksomhederne mangler en sammenhængende strategi i deres arbejde med kundedata. Ledelsen er det område, som har den højeste gennemsnitsscore, mens økonomi/it har den laveste. Scorerne inden for hvert område indikerer endvidere tydeligt det manglende sammenhæng i deres kundedata strategi.

Virksomhedernes størrelse og branche har betydning for arbejdet med kundedata

- Der er en tendens til, at jo større en virksomhed er, desto højere scorer de deres arbejde med kundedata i alle områder. Den samme tendens er også at spore blandt handelsvirksomhederne, der har højere gennemsnitsscore end fremstillingsvirksomhederne. Scorerne for handelsvirksomhederne er både højere på de 5 overordnede områder, men indenfor hvert område.

Virksomhedernes modenhed i arbejdet med kundedata er som oftest defineret som "begyndere" eller "bevægere"

- Overordnet set, så er størstedelen af virksomhederne enten bevægere eller begyndere og det gælder både på tværs af virksomhedsstørrelse og brancher. Mikrovirksomhederne og fremstillingsvirksomhederne havner typisk i begynderne (virksomheder der hverken har motivation eller adgang/viden til kundedata) og de små virksomheder, mellemstore virksomheder og handelsvirksomhederne havner typisk i bevægerne (virksomheder der både er motiveret og har adgang til kundedata).

Virksomheder der arbejder aktivt med kundedata, leverer også bedre regnskabstal

- Der er forskelle i resultaterne og fortjenesterne alt efter hvor i modenhedsmodellen virksomhederne befinder sig. Virksomheder, som betegnes begynderne leverer de dårligste regnskabstal og havde for 2020 en bruttofortjeneste på 624.000 kr. pr. medarbejder. Begrunderne har i snit et bruttoresultat på 712.000 kr. pr. medarbejder og beundrerne har en lidt højere gennemsnitlig bruttofortjeneste på 742.000 kr. pr. medarbejder. Bevægerne leverer de klart bedste regnskabstal og har en gennemsnitlig bruttofortjeneste på 786.000 kr. pr. medarbejder.



Resultater

De 5 områder inden for arbejdet med kundedata

Delkonklusioner

De 5 hovedområder og de respektive gennemsnitscore

- Kunden, Kundedata, Ledelsen, Medarbejderne og Økonomi/IT er i denne undersøgelse defineret som de 5 hovedområder inden for arbejdet med kundedata. I undersøgelsen har området "Ledelsen" opnået det højeste gennemsnitsscore, mens området "Økonomi/IT" har den laveste score. Scoren for hvert område er udregnet med udgangspunkt i virksomhedernes besvarelse af spørgsmål der relaterer sig til området. I undersøgelsen er der 21 spørgsmål fordelt på de 5 områder og alle disse spørgsmål har virksomhederne besvaret ud fra en skala fra 1-7, hvor 1 er lavest, mens 7 er højest.

KUNDEN: Virksomhederne har styr på GDPR-reglerne, men er ikke gode til at indsamle kundedata

- Hele 75 pct. af virksomhederne er i høj grad eller helt enige i, at de har styr på de gældende GDPR-regler. Her er der en tendens til, at større virksomheder mener, at de har bedre styr på GDPR-reglerne. Der er også en forskel mellem handels- og fremstillingsvirksomheder, hvor handelsvirksomhederne i højere grad mener, at de har styr på GDPR-reglerne. Selvom virksomhederne generelt angiver, at de har styr på GDPR-regler, mener de ikke, at de er gode til at indsamle kundedata. Blot 28 pct. angiver, at de i høj grad er enige eller er helt enige i, at de er gode til at indsamle kundedata. Det er igen de samme tendenser der gør sig gældende – at de større virksomheder i højere grad er gode til at indsamle kundedata og at handelsvirksomheder er bedre end fremstillingsvirksomhederne til at indsamle kundedata.

KUNDEDATA: Virksomhederne kender deres kunder, men anvender ikke kundedata til at udvikle nye produkter og services

- Der er hele 69 pct. af virksomhederne, som er i høj grad eller er helt enige i, at de ved hvordan deres kunder eller kunders kunder anvender deres produkter og 68 pct. som ligeledes er i høj grad eller helt enige i, at de ved præcist hvilke kunder de henholdsvis taber eller tjener penge på. Her er der ligeledes en tendens til at større virksomheder i højere grad er enige. Der er dog flere fremstillingsvirksomheder end handelsvirksomheder, som mener at de ved præcist hvilke kunder de henholdsvis taber eller tjener penge på. Der er derimod blot 17 pct. af virksomhederne, som angiver, at de i høj grad er enige eller er helt enige i at de anvender kundedata til at udvikle nye produkter og services. Her er der ligeledes en tendens til at større virksomheder i højere grad er enige end mindre virksomheder. På tværs af brancherne er der ikke de store forskelle.

Delkonklusioner

LEDELSEN: Kundedata skaber konkurrencemæssige fordele, men er ikke forbundet med virksomhedernes forretningsstrategi og -mål

- Knap halvdelen (49 pct.) af virksomhederne angiver, at de i høj grad eller er helt enige i, at kundedata indsigter skaber konkurrencemæssige fordele for virksomheden. Her er det igen særligt store virksomheder og handelsvirksomheder, som er i høj grad eller helt enige i netop dette. Det er til trods for, at der blot er 30 pct. af virksomhederne, som er i høj grad eller helt enige i, at de har et sammenhæng mellem kundedata initiativer og deres forretningsstrategi og -mål.

MEDARBEJDERNE: Der er adgang til kundedata i virksomhederne, men der er ikke fokus på at tiltrække og udvikle datakompetencer

- 55 pct. af virksomheder angiver at de er i høj grad eller helt enige i, at der er nem adgang til at anvende kundedata i det daglige arbejde i virksomheden. Med en andel på 71 pct. for samme, er særligt mellemstore virksomheder enige i netop dette. Til trods for nem adgang til kundedata, så har virksomhederne ikke fokus på at tiltrække og udvikle medarbejdere med data kompetencer. Det er der nemlig blot 14 pct. af virksomhederne, som er i høj grad eller helt enige i.

ØKONOMI/IT: Der er hverken afsat økonomi eller lagt en investeringsplan til hhv. at gennemføre kundedata eksperimenter og indfrielse af digitale initiativer

- 29 pct. er i høj grad eller helt enige i at de har afsat økonomi til at gennemføre løbende eksperimenter med ny teknologi på data/kundedata. Andelen for fremstillingsvirksomheder er derimod blot 18 pct., hvorimod det for handelsvirksomheder er 14 pct.-pt højere på 32 pct. I forhold til om virksomhederne har en investeringsplan der er målrettet indfrielse af deres digitale initiativer, er der blot 25 pct. der er i høj grad eller helt enige i netop dette. Her er der store forskelle alt efter virksomhedsstørrelsen, hvor større virksomheder i højere grad tilkendegiver at de har en investeringsplan end de mindre virksomheder.

30% af virksomhederne oplever succes med kundedata

30% af virksomhederne mener, at de i høj grad har været succesfulde i arbejdet med at bruge kundedata



■ Ved ikke

■ 1 Helt uenig

■ 2 I høj grad uenig

■ 3 I nogen grad uenig

■ 4 Hverken enig eller uenig

■ 5 I nogen grad enig

■ 6 I høj grad enig

■ 7 Helt enig

base n = 509

Q0 - I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om din virksomhed? - I vores virksomhed har vi været succesfulde i arbejdet med at bruge kundedata

Større andel af handelsvirksomheder oplever at have succes

Der er en lille, men ikke signifikant, tendens til, at jo større virksomheden er, desto mere oplever de at være succesfulde i arbejdet med brug af kundedata

30%

ALLE
VIRKSOMHEDER

33%



HANDEL

22%



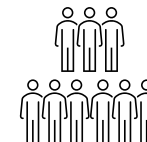
FREMSTILLING

29%



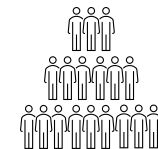
MIKRO

31%



SMÅ

32%



MELLEM
STOR

base n = 509

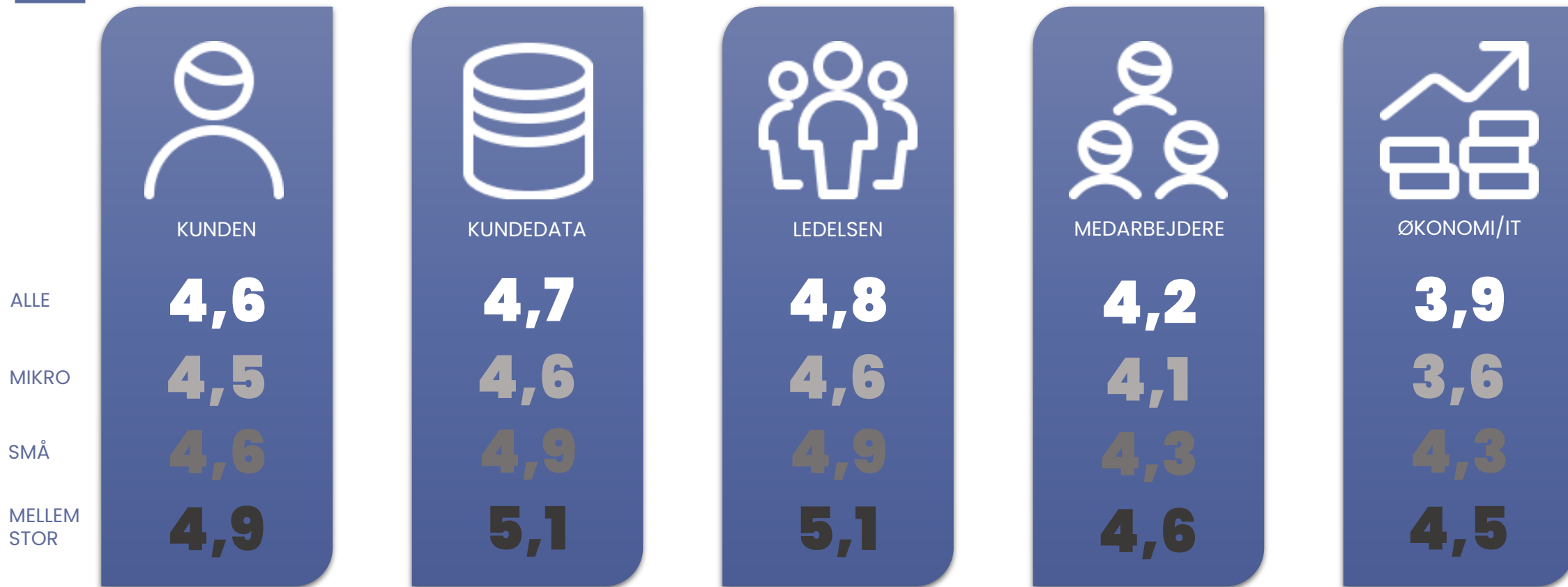
Q0 - I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om din virksomhed? - I vores virksomhed har vi været succesfulde i arbejdet med at bruge kundedata

De 5 områder inden for kundedata



Base n=509
Numerisk gennemsnit af alle spørgsmål fordelt på temaer i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

De 5 områder opdelt efter antal ansatte



Der er en tendens til, at jo større virksomheden er, desto højere er deres gennemsnit på alle 5 områder

Base n=509
Numerisk gennemsnit af alle spørgsmål fordelt på temaer og krydset med SMV definition (antal ansatte) i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

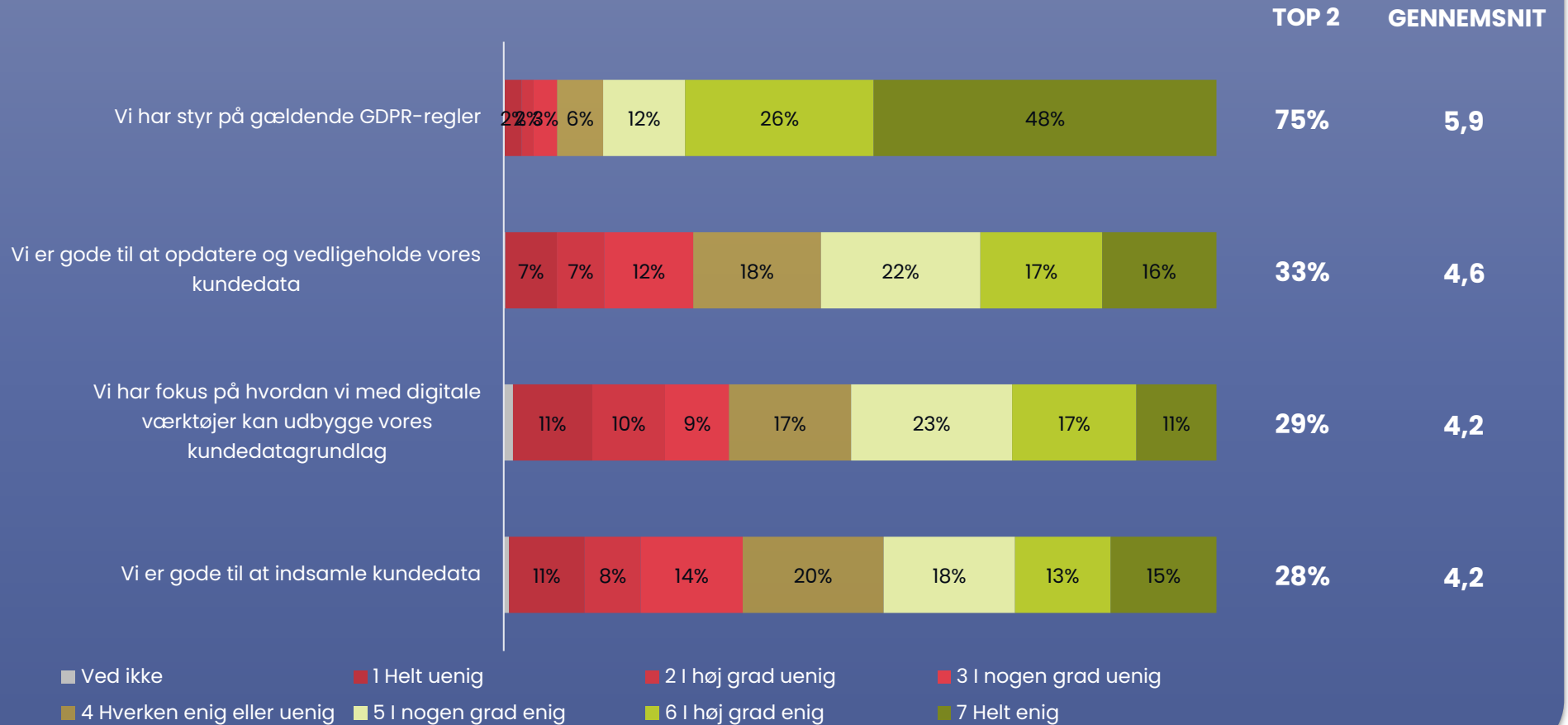
Kunden



KUNDEN

4,6

**Gennemsnit
ALLE**



Base n=509

Q4 - I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om din virksomhed

Top 2 viser andelen af virksomheder, der enten har svaret "Helt enig" eller "I høj grad enig"

GNS angiver numerisk gennemsnit af besvarelserne i den respektive gruppe i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

Kunden



KUNDEN

Vi har styr på gældende GDPR-regler

Vi er gode til at opdatere og vedligeholde vores kundedata

Vi har fokus på hvordan vi med digitale værktøjer kan udbygge vores kundedatagrundlag

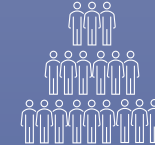
Vi er gode til at indsamle kundedata



MIKRO



SMÅ



MELLEMSTOR



FREMSTILLING



HANDEL

	MIKRO		SMÅ		MELLEMSTOR		FREMSTILLING		HANDEL	
	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS
Vi har styr på gældende GDPR-regler	70%	5,8	80%	6,1	82%	6,2	68%	5,8	77%	6,0
Vi er gode til at opdatere og vedligeholde vores kundedata	33%	4,4	33%	4,7	32%	4,8	32%	4,4	34%	4,6
Vi har fokus på hvordan vi med digitale værktøjer kan udbygge vores kundedatagrundlag	25%	4,0	34%	4,5	29%	4,7	21%	3,9	31%	4,4
Vi er gode til at indsamle kundedata	26%	4,0	31%	4,5	34%	4,7	23%	4,1	30%	4,3

Base n=509

Top 2 viser andel af virksomheder, der enten svarer "Helt enig" eller "1 høj grad enig"

GNS angiver numerisk gennemsnit af besvarelsene i den respektive gruppe i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

Kundedata

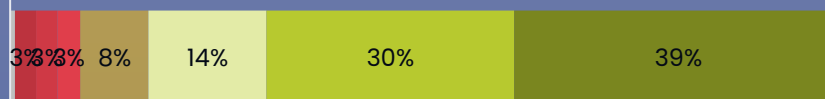


KUNDEDATA

4,7

**Gennemsnit
ALLE**

Vi ved hvordan vores kunder eller kunders kunder anvender vores produkter og services



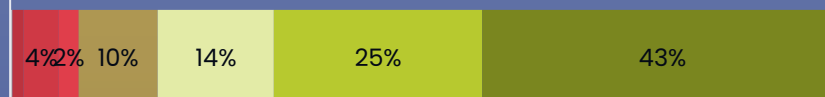
TOP 2

GENNEMSNIT

69%

5,7

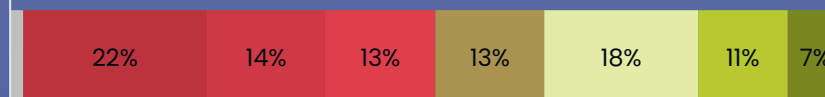
Vi ved præcist, hvilke kunder vi henholdsvis taber eller tjener penge på



68%

5,8

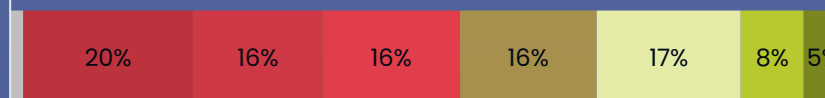
Vi anvender kundedata til at udvikle nye produkter og services.



17%

3,5

Vi måler på om vores initiativer indenfor kundedata skaber værdi hos kunderne.



12%

3,3

■ Ved ikke

■ 1 Helt uenig

■ 2 I høj grad uenig

■ 3 I nogen grad uenig

■ 4 Hverken enig eller uenig

■ 5 I nogen grad enig

■ 6 I høj grad enig

■ 7 Helt enig

Base n=509

Q4 - I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om din virksomhed

Top 2 viser andelen af virksomheder, der enten har svaret "Helt enig" eller "I høj grad enig"

GNS angiver numerisk gennemsnit af besvarelserne i den respektive gruppe i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

Kundedata



KUNDEDATA

Vi ved hvordan vores kunder eller kunders kunder anvender vores produkter og services

Vi ved præcist, hvilke kunder vi henholdsvis taber eller tjener penge på

Vi anvender kundedata til at udvikle nye produkter og services.

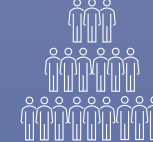
Vi måler på om vores initiativer indenfor kundedata skaber værdi hos kunderne.



MIKRO



SMÅ



MELLEMSTOR



FREMSTILLING



HANDEL

	MIKRO		SMÅ		MELLEMSTOR		FREMSTILLING		HANDEL	
	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS
Vi ved hvordan vores kunder eller kunders kunder anvender vores produkter og services	68%	5,7	69%	5,8	77%	5,8	66%	5,7	70%	5,8
Vi ved præcist, hvilke kunder vi henholdsvis taber eller tjener penge på	67%	5,8	67%	5,7	81%	6,1	72%	5,8	67%	5,8
Vi anvender kundedata til at udvikle nye produkter og services.	15%	3,3	19%	3,5	26%	4,1	18%	3,5	17%	3,4
Vi måler på om vores initiativer indenfor kundedata skaber værdi hos kunderne.	12%	3,2	13%	3,5	13%	3,5	10%	3,1	13%	3,4

Base n=509

Top 2 viser andel af virksomheder, der enten svarer "Helt enig" eller "1 høj grad enig"

GNS angiver numerisk gennemsnit af besvarelserne i den respektive gruppe i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

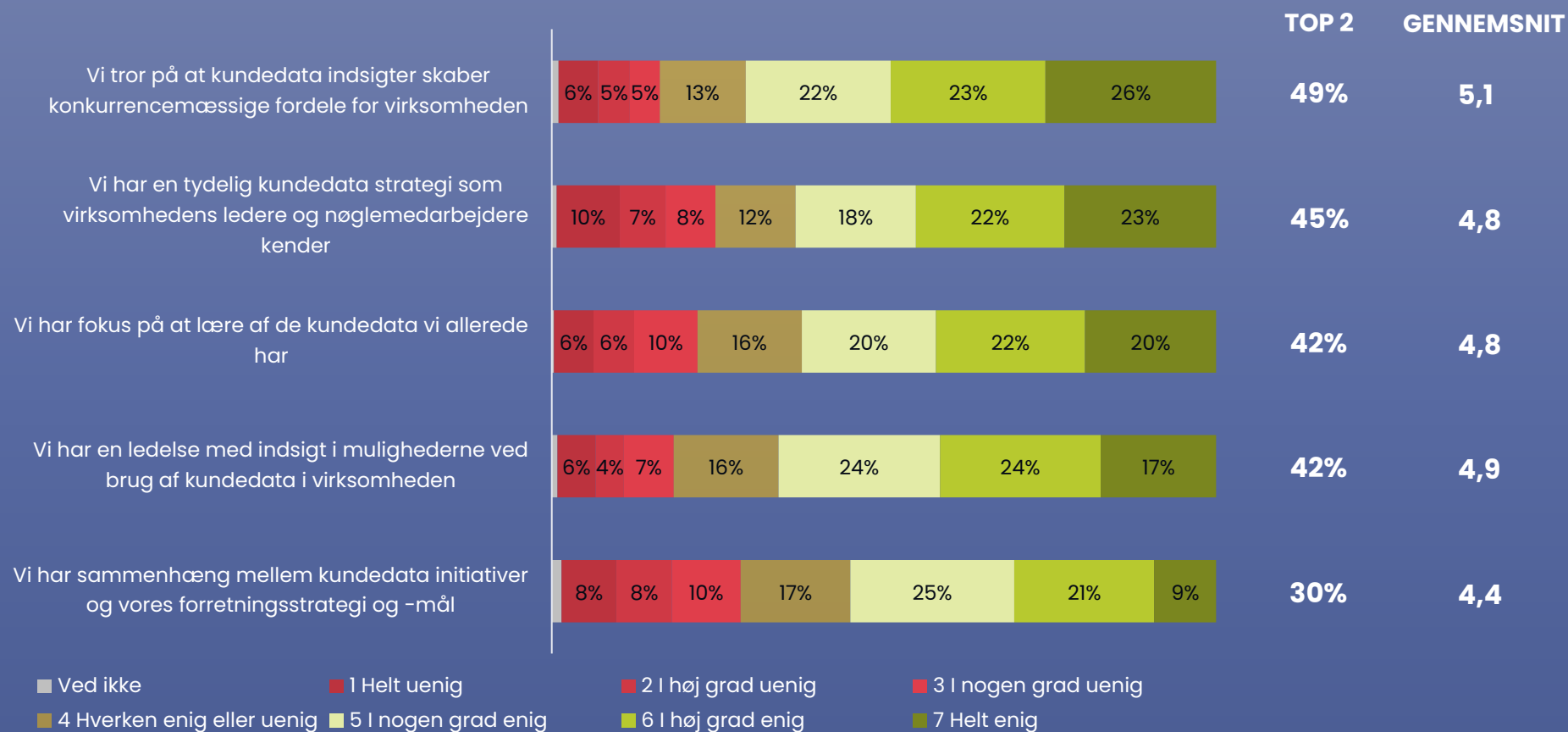
Ledelsen



LEDELSEN

4,8

**Gennemsnit
ALLE**



Base n=509

Q4 - I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om din virksomhed

Top 2 viser andelen af virksomheder, der enten har svaret "Helt enig" eller "I høj grad enig"

GNS angiver numerisk gennemsnit af besvarelserne i den respektive gruppe i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

Ledelsen



LEDELSEN

Vi tror på at kundedata indsigter skaber konkurrencemæssige fordele for virksomheden

Vi har en tydelig kundedata strategi som virksomhedens ledere og nøglemedarbejdere kender

Vi har fokus på at lære af de kundedata vi allerede har

Vi har en ledelse med indsigt i mulighederne ved brug af kundedata i virksomheden

Vi har sammenhæng mellem kundedata initiativer og vores forretningsstrategi og -mål



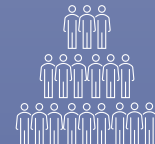
MIKRO

TOP 2	GNS
44%	4,9
47%	4,8
41%	4,7
36%	4,6
28%	4,2



SMÅ

TOP 2	GNS
51%	5,2
44%	4,8
44%	5,0
48%	5,1
32%	4,5



MELLEMSTOR

TOP 2	GNS
68%	5,6
40%	4,9
41%	5,0
52%	5,3
41%	4,7



FREMSTILLING

TOP 2	GNS
42%	4,8
38%	4,5
31%	4,5
36%	4,6
25%	4,0



HANDEL

TOP 2	GNS
52%	5,2
48%	4,9
46%	5,0
44%	5,0
32%	4,5

Base n=509

Top 2 viser andelen af virksomheder, der enten har svaret "Helt enig" eller "I høj grad enig"

GNS angiver numerisk gennemsnit af besvarelserne i den respektive gruppe i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

Medarbejderne



MEDARBEJDERE

4,2

**Gennemsnit
ALLE**

Vi har nem adgang til at anvende kundedata i vores daglige arbejde



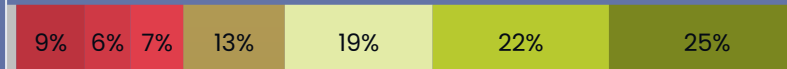
TOP 2

GENNEMSNIT

55%

5,2

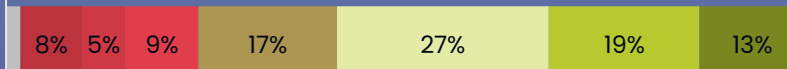
Vores medarbejdere anvender data til at betjene vores kunder



47%

4,9

Vores medarbejdere har forståelse for mulighederne i at anvende kundedata



32%

4,5

Vores medarbejdere har KPI'er der understøtter brugen af kundedata



17%

3,1

Virksomheden har fokus på hvordan vi kan tiltrække og udvikle medarbejdere med data kompetencer



14%

3,4

■ Ved ikke

■ 1 Helt uenig

■ 2 I høj grad uenig

■ 3 I nogen grad uenig

■ 4 Hverken enig eller uenig

■ 5 I nogen grad enig

■ 6 I høj grad enig

■ 7 Helt enig

Base n=509

Q4 - I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om din virksomhed

Top 2 viser andelen af virksomheder, der enten har svaret "Helt enig" eller "I høj grad enig"

GNS angiver numerisk gennemsnit af besvarelserne i den respektive gruppe i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

Medarbejderne



MEDARBEJDERE

Vi har nem adgang til at anvende kundedata i vores daglige arbejde

Vores medarbejdere anvender data til at betjene vores kunder

Vores medarbejdere har forståelse for mulighederne i at anvende kundedata

Vores medarbejdere har KPI'er der understøtter brugen af kundedata

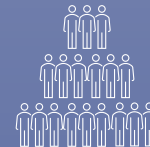
Virksomheden har fokus på hvordan vi kan tiltrække og udvikle medarbejdere med data kompetencer



MIKRO



SMÅ



MELLEMSTOR



FREMSTILLING



HANDEL

	MIKRO		SMÅ		MELLEMSTOR		FREMSTILLING		HANDEL	
	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS
Vi har nem adgang til at anvende kundedata i vores daglige arbejde	54%	5,2	53%	5,2	71%	5,5	49%	5,0	57%	5,3
Vores medarbejdere anvender data til at betjene vores kunder	47%	4,8	44%	5,0	54%	5,3	35%	4,4	51%	5,1
Vores medarbejdere har forståelse for mulighederne i at anvende kundedata	35%	4,6	29%	4,5	27%	4,5	23%	4,0	35%	4,7
Vores medarbejdere har KPI'er der understøtter brugen af kundedata	13%	2,8	20%	3,3	25%	3,8	7%	2,6	20%	3,2
Virksomheden har fokus på hvordan vi kan tiltrække og udvikle medarbejdere med data kompetencer	14%	3,2	12%	3,6	23%	3,9	12%	3,2	15%	3,5

Base n=509

Top 2 viser andel af virksomheder, der enten svarer "Helt enig" eller "1 høj grad enig"

GNS angiver numerisk gennemsnit af besvarelserne i den respektive gruppe i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

Økonomi/IT



ØKONOMI/IT

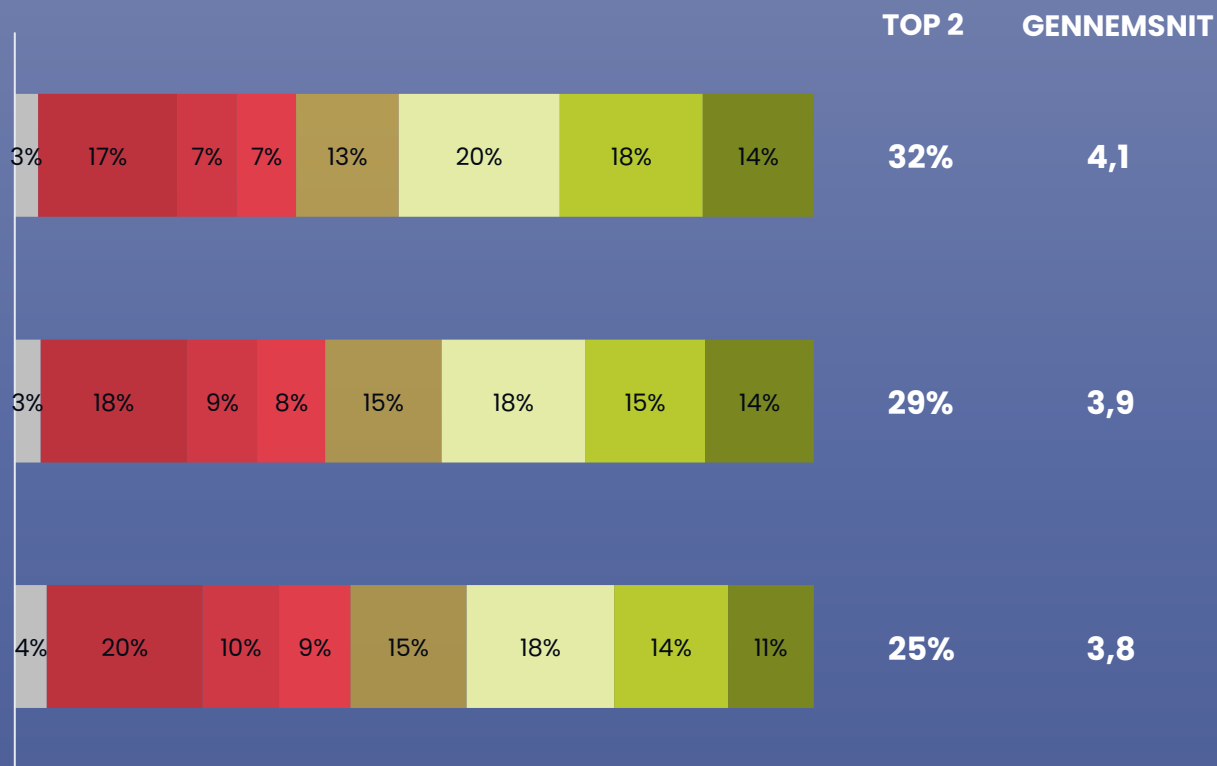
3,9

**Gennemsnit
ALLE**

Vi kombinerer kundedata på tværs af økonomi, lager, drift, salg, marketing og kundeservice

Der er afsat økonomi til at gennemføre løbende eksperimenter med ny teknologi på data/kundedata

Vi har en investeringsplan der er målrettet til indfrielse af vores digitale initiativer



Base n=509

Q4 - I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om din virksomhed

Top 2 viser andelen af virksomheder, der enten har svaret "Helt enig" eller "I høj grad enig"

GNS angiver numerisk gennemsnit af besvarelserne i den respektive gruppe i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

Økonomi/IT



ØKONOMI/IT

Vi kombinerer kundedata på tværs af økonomi, lager, drift, salg, marketing og kundeservice

Der er afsat økonomi til at gennemføre løbende eksperimenter med ny teknologi på data/kundedata

Vi har en investeringsplan der er målrettet til indfrielse af vores digitale initiativer

MIKRO		SMÅ		MELLEMSTOR		FREMSTILLING		HANDEL	
TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS	TOP 2	GNS
27%	3,8	37%	4,4	35%	4,7	25%	3,8	34%	4,2
24%	3,6	36%	4,3	27%	4,3	18%	3,6	32%	4,1
18%	3,3	32%	4,3	37%	4,5	20%	3,7	27%	3,8

Base n=509

Top 2 viser andel af virksomheder, der enten svarer "Helt enig" eller "1 høj grad enig"

GNS angiver numerisk gennemsnit af besvarelserne i den respektive gruppe i en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

Få jeres score på analyse.brugkundedata.dk

Har din virksomhed styr på kundedata?

Tag undersøgelsen og få konkrete bud på hvordan i høster fordelene ved udnytte jeres kundedata.

[Gå til undersøgelsen](#)

Bliv benchmarket ud fra 21 spørgsmål

Undersøgelsen består af 21 nøje udvalgte spørgsmål. Ud fra din besvarelse benchmarker vi din virksomheds evne til at anvende jeres kundedata og placerer jer i en matriks i forhold til motivation og kundedata.

500 danske virksomheders brug af kundedata

Vi har allerede spurgt 500 danske virksomheder om deres brug af kundedata og samlet besvarelsene i en rapport. Læs rapporten og se hvad andre virksomheder gør i forhold til kundedata.

[Download rapporten](#)

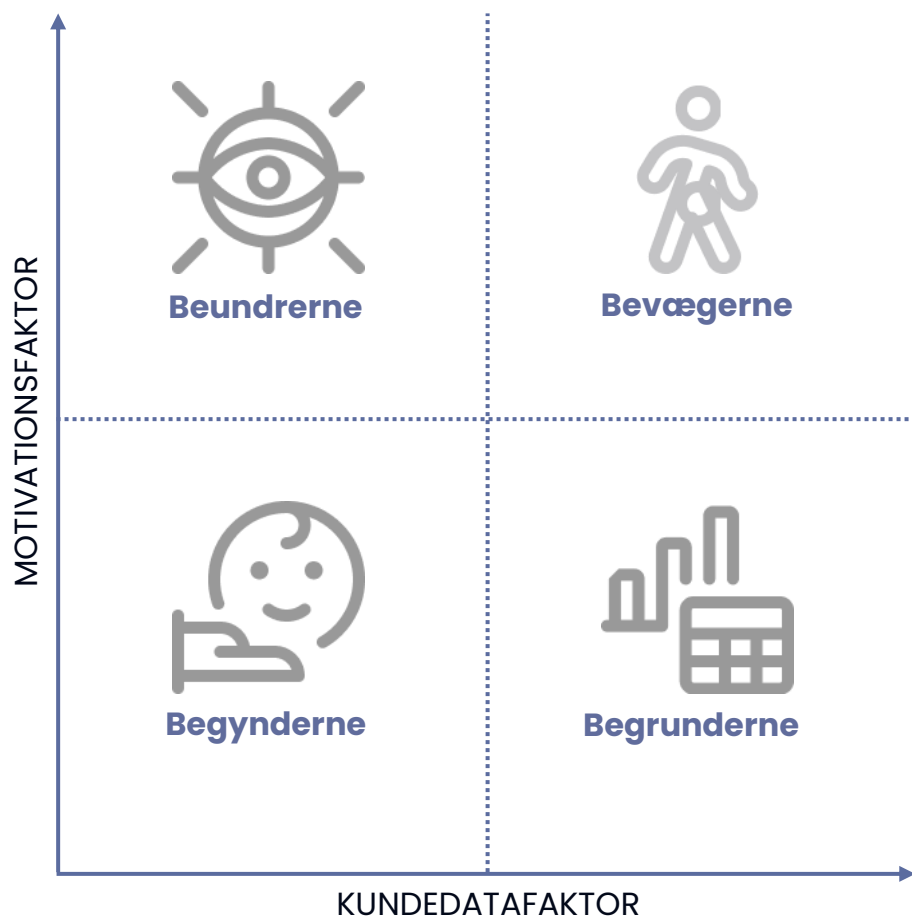




Resultater

Virksomhedernes modenhed med kundedata

Kort forklaring af modenhedsmodel



Modenhedsmodellen er udviklet af professor Thomas Ritter og adjunkt, phd Carsten Lund Pedersen fra Copenhagen Business School (CBS). Modellen inddeler virksomhedernes modenhed i arbejdet med kundedata i disse fire grupper efter virksomhedernes motivationsgrad og graden til brug af kundedata.

Beundrerne

Beundrerne er virksomheder, der har motivationen til at arbejde med data, men mangler adgang til brugbare kundedata eller viden til at bruge disse.

Begynderne

I denne gruppe finder vi virksomheder, der hverken har motivationen til at arbejde med kundedata og ikke mener at have adgang eller viden til kundedata.

Begrunderne

Begrunderne er virksomheder der har adgang til kundedata, men ikke har set formålet i at bruge disse og derfor mangler de motiverende begrundelse for at komme i gang.

Bevægerne:

Virksomheder der både er motiveret og har adgang til de rigtige kundedata og viden om defineres som "Bevægerne", altså de aktiv er i gang med, at anvende kundedata.

Delkonklusioner

Virksomhederne er som oftest begyndere eller bevægere

- Overordnet set, så er størstedelen af virksomhederne enten bevægere eller begyndere og det gælder både på tværs af virksomhedsstørrelse og brancher. Mikrovirksomhederne og fremstillingsvirksomhederne havner typisk i begynderne og de små virksomheder, mellemstore virksomheder og handelsvirksomhederne havner typisk i bevægerne.

De 4 modenhedsgrupper:

Begynderne

- **Mikrovirksomhederne** har den største andel (37 pct.) af virksomheder, som er begyndere. Generelt er andelen af begyndere også højere for **fremstillingsvirksomheder** (36 pct.) end for handelsvirksomheder (32 pct.). Der er 43% af begynderne, som kun har traditionelle salgskanaler, mens 44% har en kombination af traditionelle og digitale salgskanaler. Begynderne har også mere **B2C** salg end de andre grupper.

Beundrerne

- **Mikrovirksomhederne** er også der hvor der er den største andel (16 pct.) af virksomheder, som er beundrere. For handelsvirksomhederne og fremstillingsvirksomhederne, er det med hhv. 11 og 12 pct. en næsten lige stor andel som er beundrere for de to brancher. Beundrerne har typisk kun **traditionelle salgskanaler** (48%) og har en større andel af **B2B** kunder end de andre grupper.

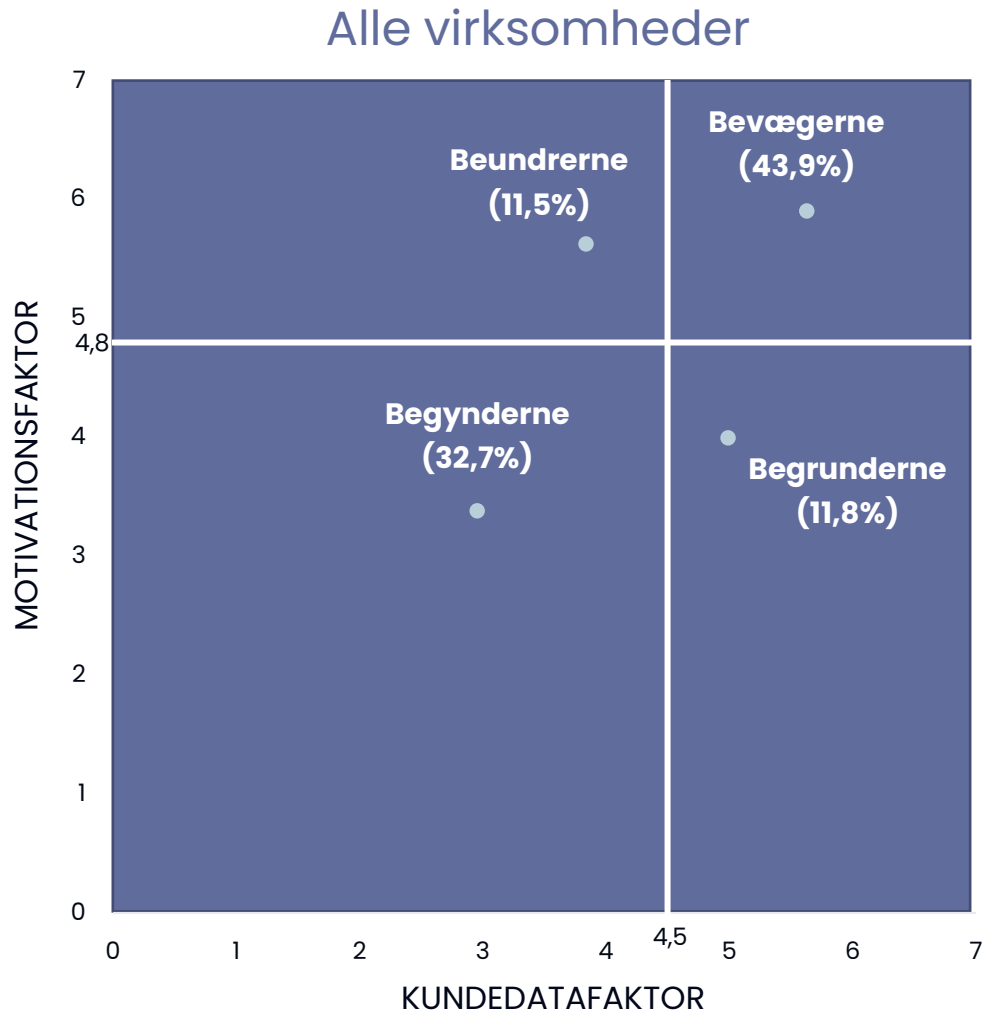
Begrunderne

- Det er de **små** og **mellemstore** virksomheder, som har de største andele (hhv. 15 og 15 pct.) af begrunderne. Særligt **fremstillingsvirksomhederne** har en andel (20 pct.) af begrunderne, som er større end gennemsnittet. Der er 46 pct. af begrunderne der kun har traditionelle salgskanaler (46%), men der er også en lige så stor andel, som har en kombination af traditionelle og digitale salgskanaler (46%).

Bevægerne:

- Her er det ligeledes de **små** og **mellemstore** virksomheder, som har de største andele (hhv. 51 og 51 pct.) af bevægere. Imens der er 48 pct. af **handelsvirksomhederne** som er bevægere er det for fremstillingsvirksomhederne blot 32 pct., som havner i denne modenhedsgruppe. Det er typisk virksomheder med en **kombination af traditionelle og digitale salgskanaler** (52%).

Virksomhedernes modenhed med kundedata

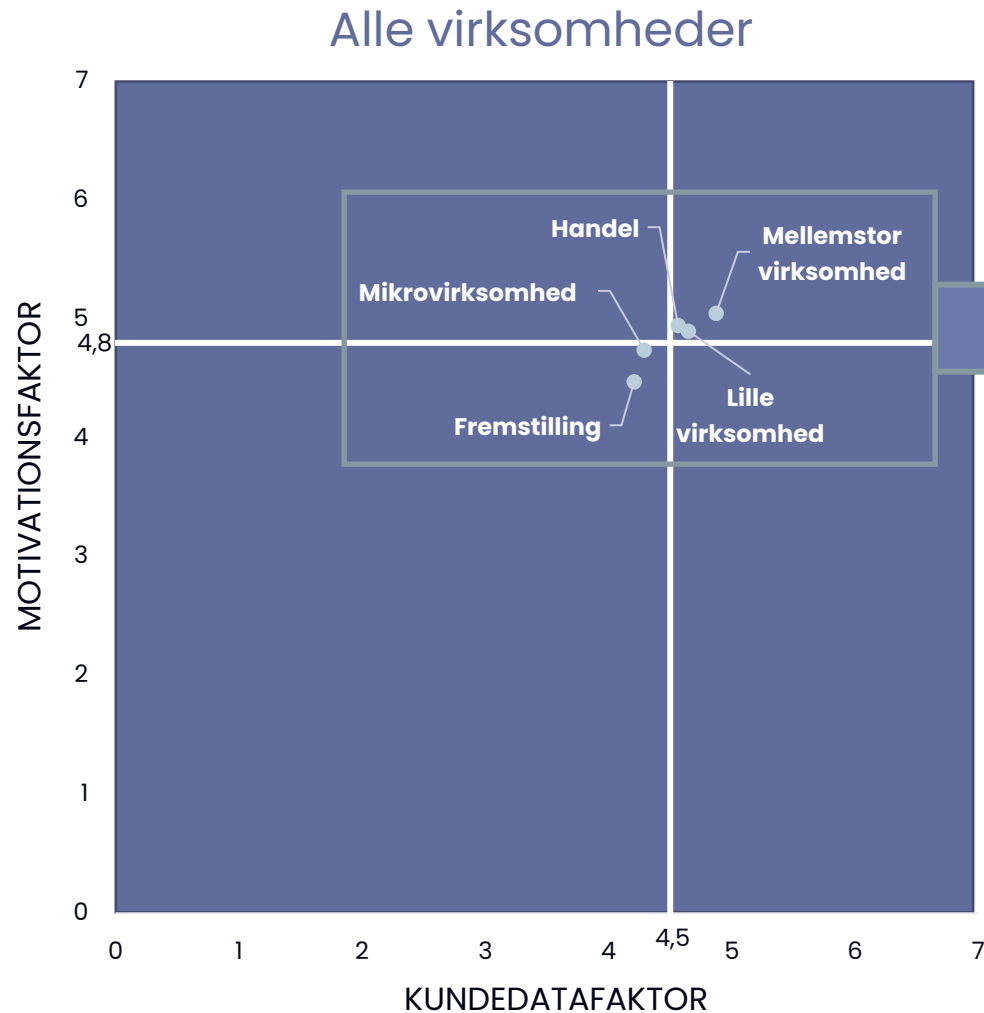


56 pct. er endnu ikke i gang med at bruge kundedata

Når der ses på hvordan virksomhederne fordeler sig i de 4 modenhedsgrupper, er det tydeligt, at størstedelen er at finde i bevægerne (virksomheder, der både er motiveret og har adgang til kundedata og viden) og begynderne (virksomheder der hverken har motivationen eller de rigtige kundedata). Mere specifikt, er der 43,9 pct. af virksomhederne i bevægerne og 32,7 pct. i begynderne.

Dertil er der 11,5 pct. af virksomhederne der placerer sig i beundrerne (virksomheder der har motivationen på plads men ikke har det rigtige kundedata) og 11,8 pct. i begrunderne. (virksomheder der har det rigtige kundedata men mangler motivation for at benytte det aktivt). Det vil altså sige, at der er hele 56 pct. af virksomhederne, som endnu ikke er aktivt i gang med at bruge kundedata.

Fordeling af virksomhedernes modenhed

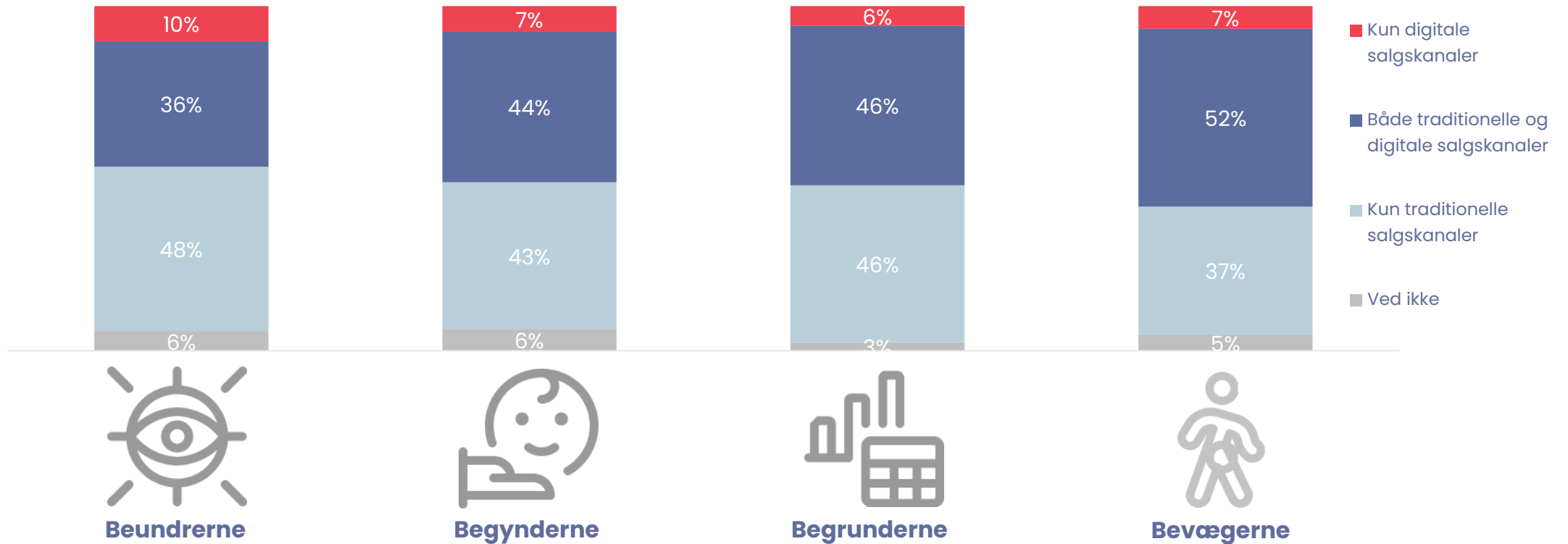


Fordeling af modenhedsgrupperne

	Mikro- virksomhed	Lille virksomhed	Mellemstor virksomhed	Handel	Fremstilling
Begynderne	37%	29%	21%	32%	36%
Beundrerne	16%	5%	13%	11%	12%
Begrunderne	9%	15%	15%	9%	20%
Bevægerne	38%	51%	51%	48%	32%

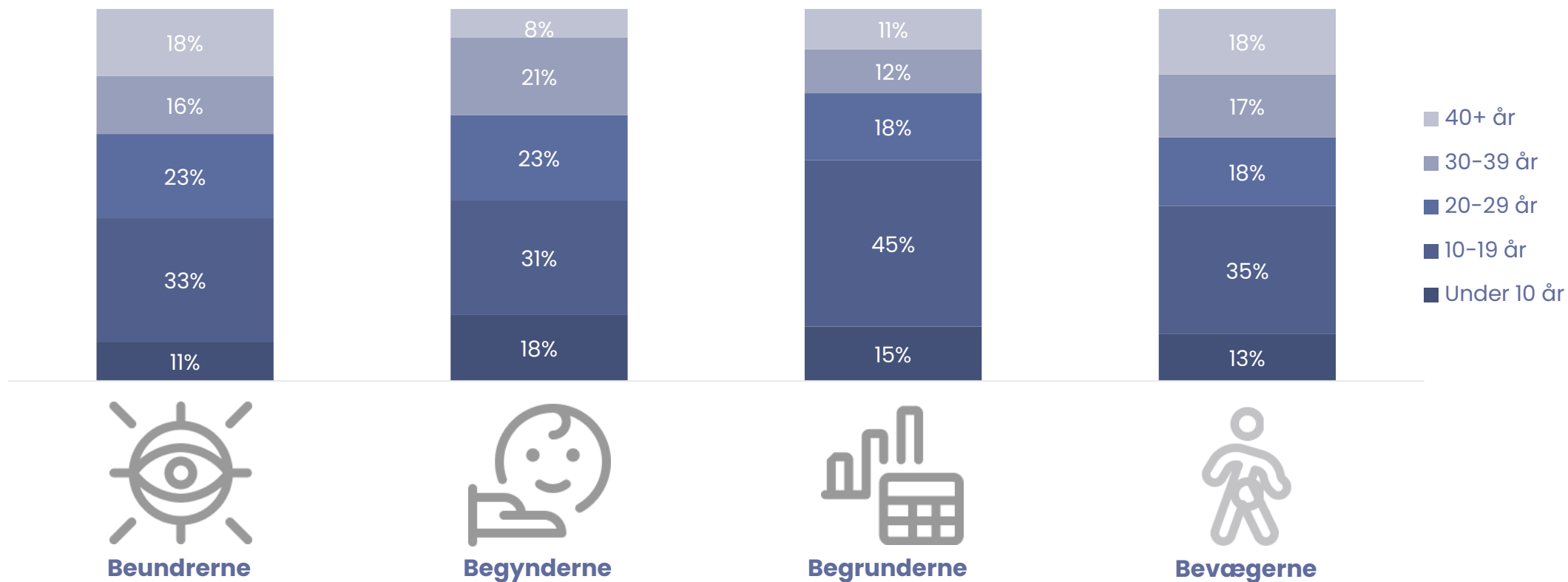
Anm.: angiver gennemsnittet på tværs af virksomhedsstørrelsen og branchen

Virksomhedernes salgskanaler og modenhed



Bevægerne er kendetegnet ved, at de i højere grad både bruger traditionelle og digitale salgskanaler

Virksomhedernes alder og modenhed



Begynder- og beundrer er som regel under 30 år gamle, mens bevægerne er en smule ældre

Få jeres modenhed på analyse.brugkundedata.dk

Har din virksomhed styr på kundedata?

Tag undersøgelsen og få konkrete bud på hvordan i høster fordelene ved udnytte jeres kundedata.

[Gå til undersøgelsen](#)

Bliv benchmarket ud fra 21 spørgsmål

Undersøgelsen består af 21 nøje udvalgte spørgsmål. Ud fra din besvarelse benchmarker vi din virksomheds evne til at anvende jeres kundedata og placerer jer i en matriks i forhold til motivation og kundedata.

500 danske virksomheders brug af kundedata

Vi har allerede spurgt 500 danske virksomheder om deres brug af kundedata og samlet besvarelserne i en rapport. Læs rapporten og se hvad andre virksomheder gør i forhold til kundedata.

[Download rapporten](#)





Resultater

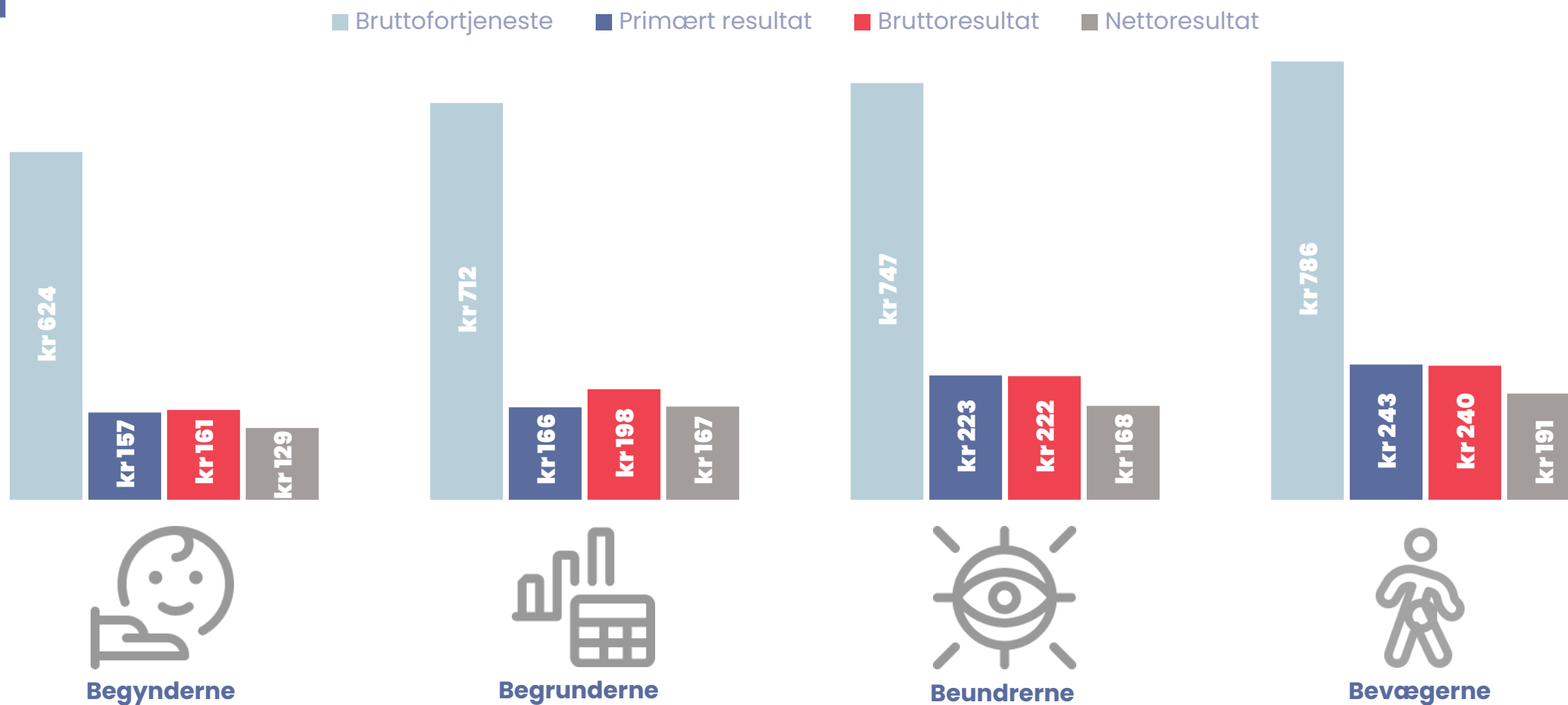
Sammenhæng mellem virksomhedernes datamodenhed og økonomiske resultater

Delkonklusioner

Bevægervirksomhederne leverer de bedste resultater

- Der er forskelle i resultaterne og fortjenesterne alt efter hvor i modenhedsmodellen virksomhederne befinder sig. Virksomheder, som betegnes **begynderne** leverer de dårligste regnskabstal og havde for 2020 en bruttofortjeneste på **624.000 kr.** pr. medarbejder. **Begrunderne**, som har kundedata, men endnu ikke har motivation til at benytte det, har i snit et bruttoresultat på **712.000 kr.** pr. medarbejder. **Beundrerne**, som har motivationen i forhold til kundedata på plads, men endnu ikke har data, har en lidt højere gennemsnitlig bruttofortjeneste på **742.000 kr.** pr. medarbejder. **Bevægerne**, som både har motivationen og kundedata, er også dem som leverer de klart bedste regnskabstal. De har en gennemsnitlig bruttofortjeneste på **786.000 kr.** pr. medarbejder.
- Det er de samme tendenser der gør sig gældende på tværs af modenhedsgrupperne, når der ses på virksomhedernes primære resultat, nettoresultat og bruttoresultat.
- Det har i langt de fleste år siden 2016 været tilfældet, at bevægervirksomheder leverer de bedste regnskabstal og begyndervirksomheder leverer de dårligste.

Virksomhedernes økonomiske resultater pr. medarbejder ift. deres datamodenhed



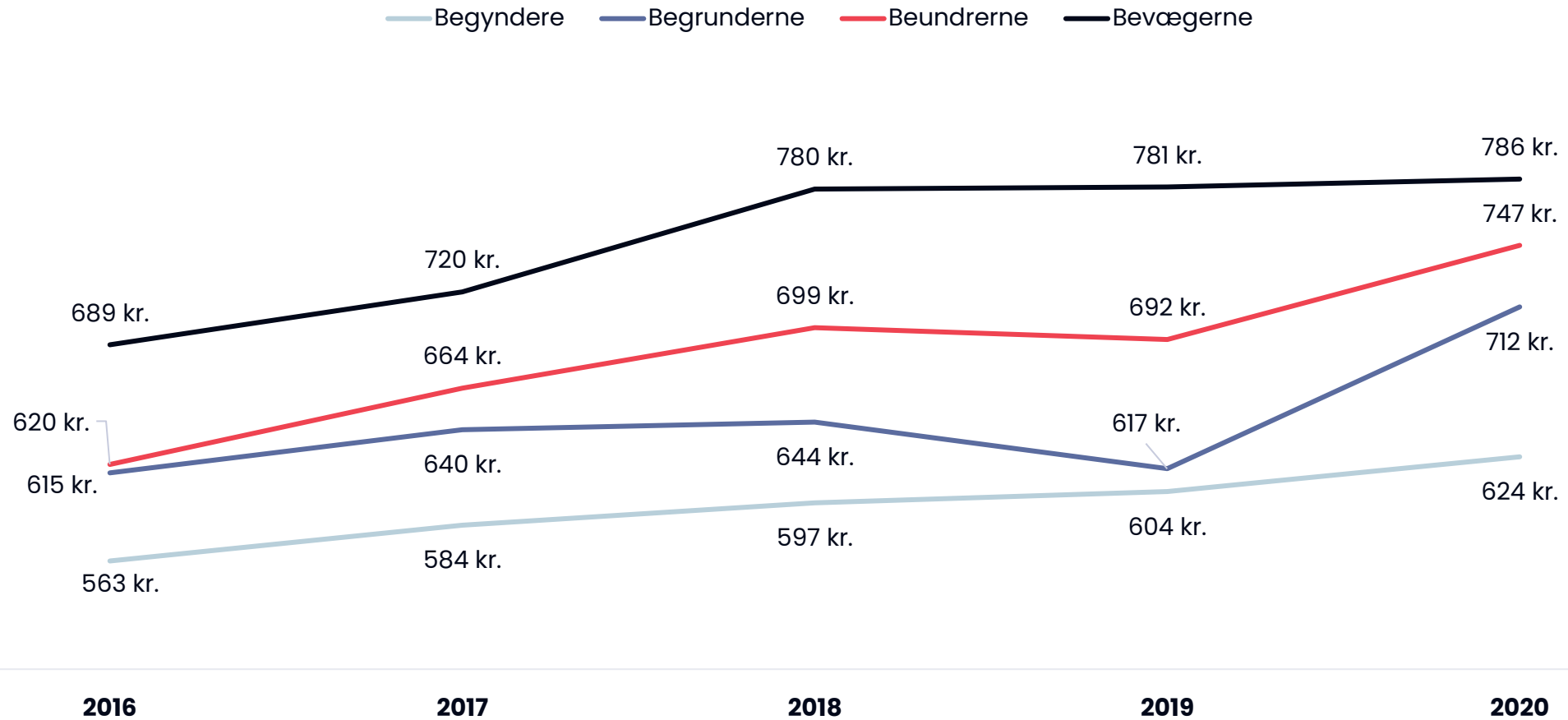
Base n = from 485 to 508

Begynderne n=151, begrunderne n=64, beundrerne n=54 og bevægerne n=215

Årets bruttofortjeneste (1.000kr), primære resultat (1.000kr), bruttoresultat (1.000kr) og nettoresultat (1.000kr) pr. medarbejder & Virksomhedens datamodenhed

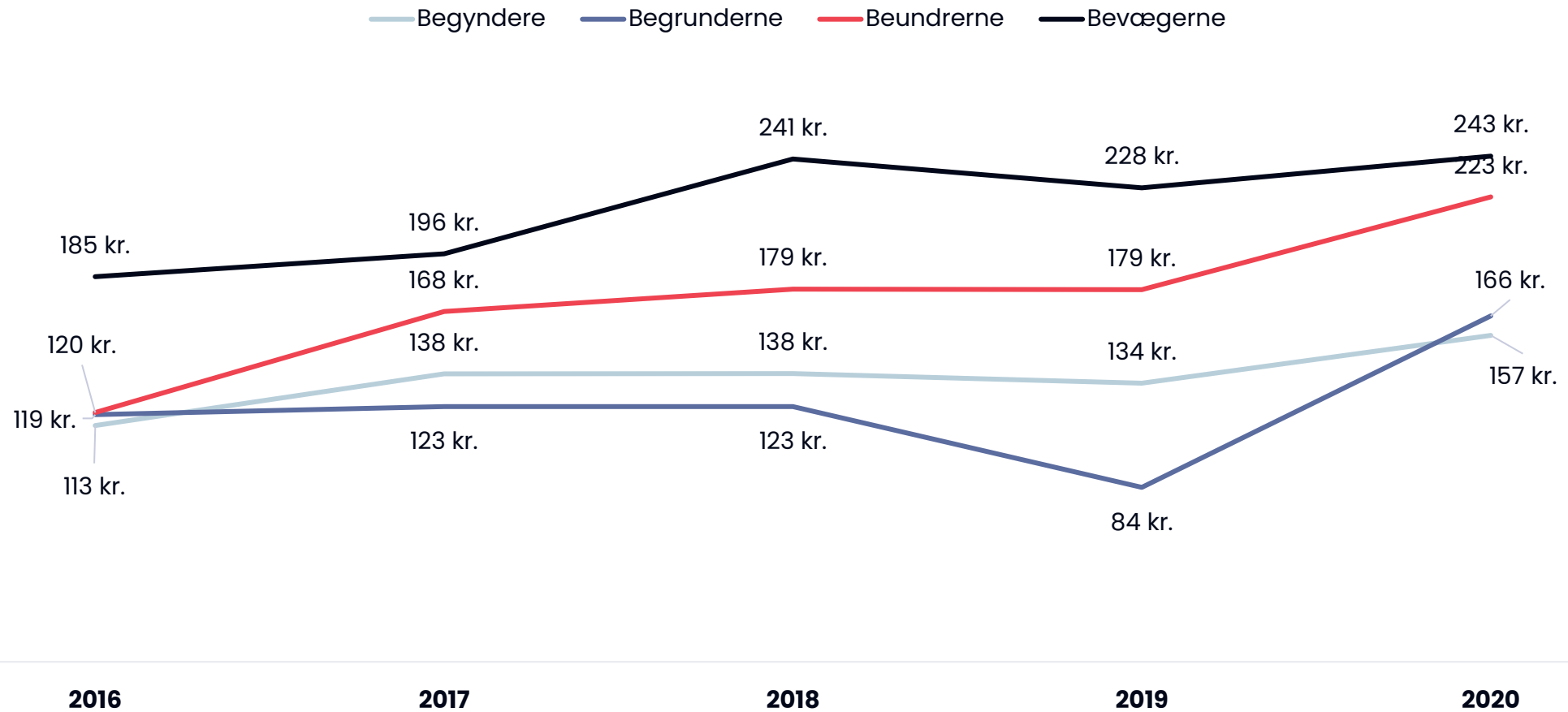
Anm.: bemærk at baserne for begrunderne og beundrerne er små.

Virksomhedernes bruttofortjeneste pr. medarbejder ift. deres datamodenhed



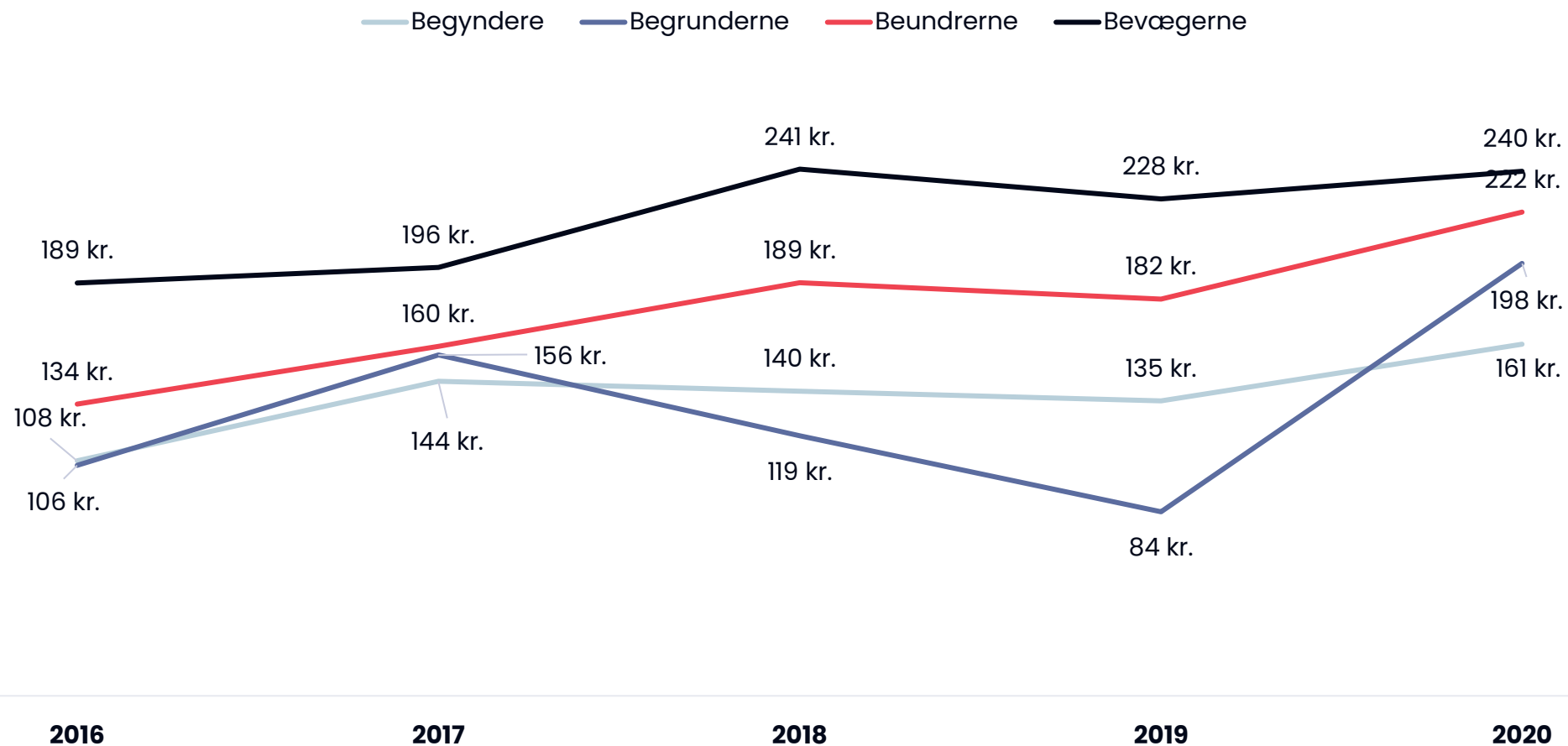
Base n = from 485 to 508
Bruttofortjeneste & Virksomhedens datamodenhed

Virksomhedernes primært resultat pr. medarbejder ift. deres datamodenhed



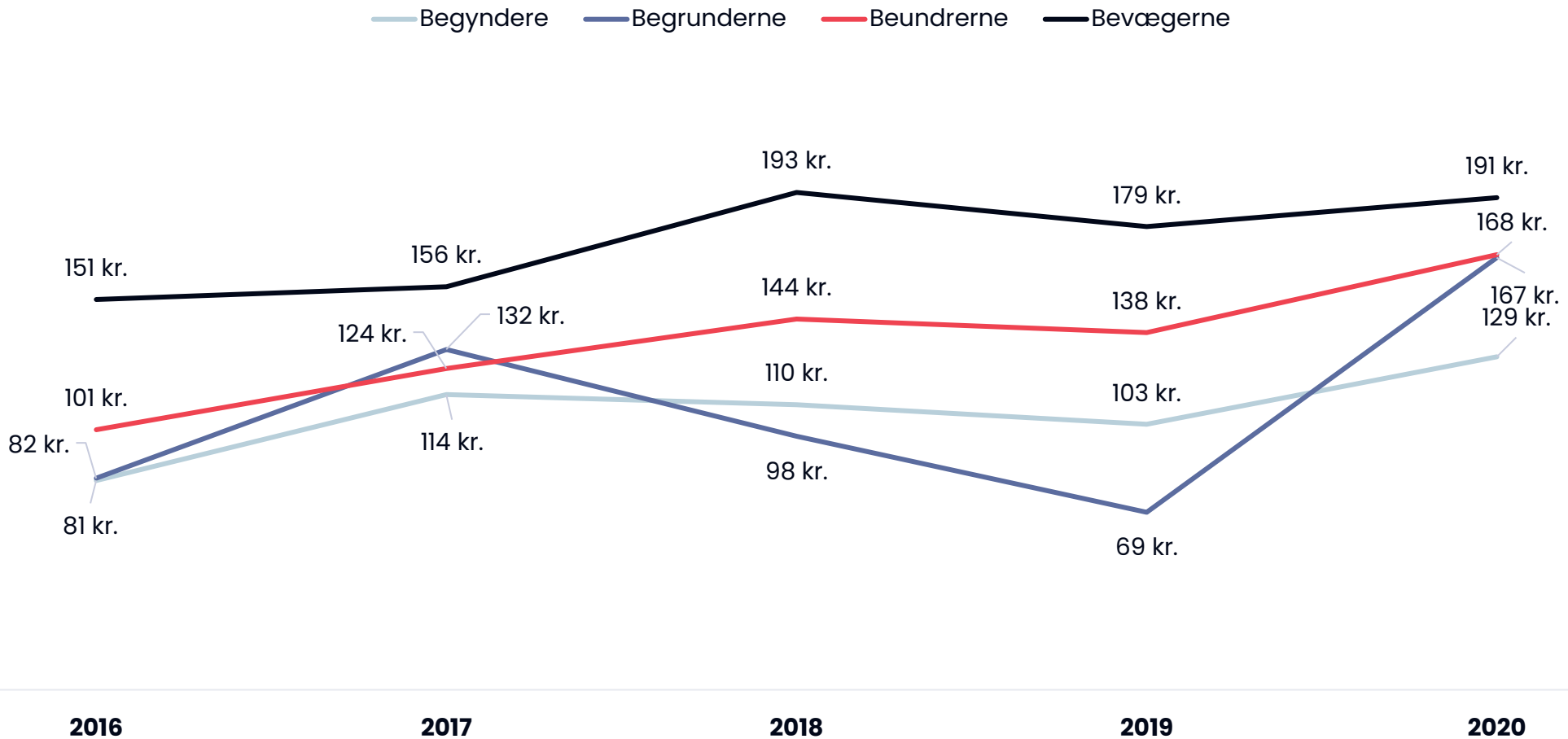
Base n = from 485 to 508
Årets primært resultat (1.000 kr.) & Virksomhedens datamodenhed

Virksomhedernes brutto resultat pr. medarbejder ift. deres datamodenhed



Base n = from 485 to 508
Årets bruttoresultat (1.000 kr.) & Virksomhedens datamodenhed

Virksomhedernes nettoresultat pr. medarbejder ift. deres datamodenhed



Base n = from 485 to 508
Årets nettoresultat (1.000 kr.) & Virksomhedens datamodenhed



Metode

Respondenter & Screening

Respondenter

Wilke har lavet et udtræk fra NN-markedsdata. Her har Wilke udtrukket fremstillingsvirksomheder og handelsvirksomheder med 3-250 ansatte og enten er et aktieselskab (A/S) eller anpartsselskab (ApS). Derudover er det kun hovedselskaber samt kun virksomheder med telefonnumre, der er udtrukket.

På baggrund af dette udtræk er virksomhederne blevet udvalgt simpelt tilfældigt til at deltage i undersøgelsen. Dog under hensyntagen til virksomhedstype og virksomhedsstørrelse.

Vi har forsøgt at opnå kontakt til personer fra ledelsen (fx administrerede direktør eller en salgs-, marketings-, digital eller økonomidirektør), der har ansvaret for salgs- og kundedata hos virksomheden.

Screeningskriterier

For at deltage i denne undersøgelse skal virksomhederne opfylde en række screeningskriterier.

1. Virksomhederne skal enten være handelsvirksomheder eller producenter
2. Virksomhederne skal have mellem tre ansatte og 250 ansatte
3. Virksomhederne skal ikke være en enkeltmandsvirksomhed eller IVS

Skala

Undersøgelsen anvender en 7-punkts skala, hvor 1 er "Helt uenig" og 7 er "Helt enig".

Periode og fordeling

Indsamlingsperiode

Data er indsamlet i perioden fra 4/10 til 10/11 2021

Interviewform og gns. længde

Interviewene er gennemført som telefoninterview med en gennemsnitlig interviewlængde på 10 minutter.

Interviewpersoner opsplittet på virksomhedsstørrelse og branche

	Uvejet		Vejet	
	Procent	Antal	Procent	Antal
Fremstilling	37%	188	26%	131
Handel	63%	321	74%	378

	Uvejet		Vejet	
	Procent	Antal	Procent	Antal
1-99 Ansatte	94%	479	98%	499
100+ Ansatte	6%	30	2%	10

Få jeres egne tal på analyse.brugkundedata.dk

Har din virksomhed styr på kundedata?

Tag undersøgelsen og få konkrete bud på hvordan i høster fordelene ved udnytte jeres kundedata.

[Gå til undersøgelsen](#)

Bliv benchmarket ud fra 21 spørgsmål

Undersøgelsen består af 21 nøje udvalgte spørgsmål. Ud fra din besvarelse benchmarker vi din virksomheds evne til at anvende jeres kundedata og placerer jer i en matriks i forhold til motivation og kundedata.

500 danske virksomheders brug af kundedata

Vi har allerede spurgt 500 danske virksomheder om deres brug af kundedata og samlet besvarelsene i en rapport. Læs rapporten og se hvad andre virksomheder gør i forhold til kundedata.

[Download rapporten](#)



Om projektet

Pr. 01. januar 2021 opstartede CBS, DI Handel og Erhvervshusene et 3-årigt projekt: "Datadreven kundeindsigt", som er fondet af Industriens Fond.

Projektets formål er bl.a. at give danske SMV'er, der afsætter fysiske produkter, indsigt og kompetencer til at skabe vækst gennem en datadreven kundeforståelse og deraf dannelse af datadrevne kundesegmenter med sigt på salg.

Helt konkret vil projektet give danske SMV'er forudsætninger for at kunne gå fra en overordnet forståelse af datadrevne vækstmuligheder til operationelle tiltag i den enkelte virksomheder via bl.a. værktøjer, events og virksomhedsforløb.

Læs mere på www.brugkundedata.dk

Projektpartnere:

INDUSTRIENS FOND

