

Eniro Företagsrapport 2016

## 6 av 10 av Sveriges små- och medelstora företag har garden nere när kunderna klagar

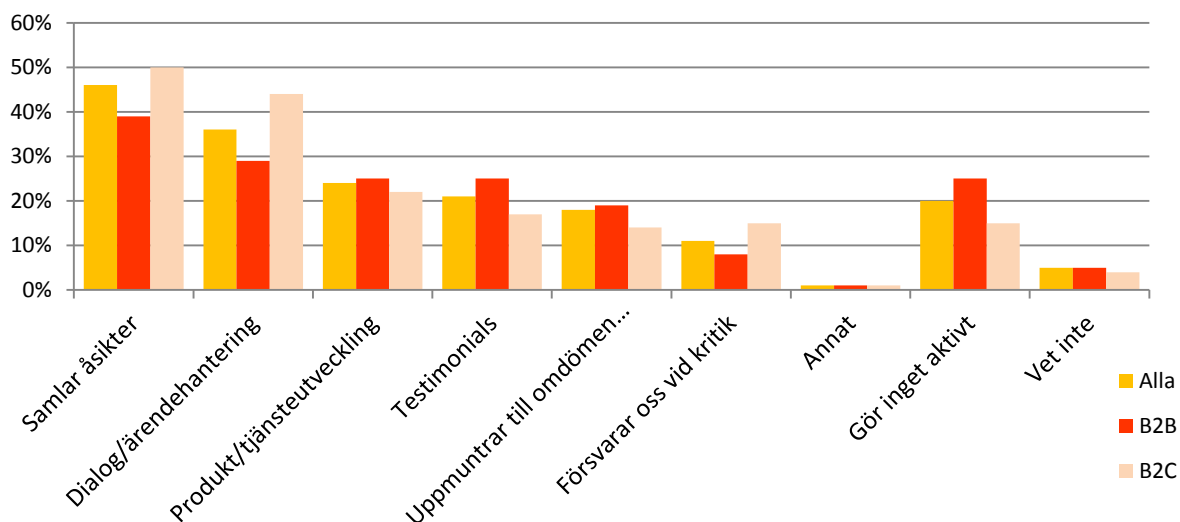
Eniro har låtit undersöka hur Sveriges små- och medelstora företag marknadsför sig i digitala och traditionella kanaler. På frågan hur företagen arbetar med kundomdömen på internet svarar knappt 4 av 10 (36%) att man inleder dialog med kunder och försöker rätta till eventuella negativa upplevelser. Resterande sex av tio (64%) av företagen, har garden nere när kunderna klagar. Endast ett av tio företag (11%) försvarar sig mot orimligt negativa omdömen.

Det är inte alla Sveriges små- och medelstora företag som har erfarenhet av att användare och kunder skriver omdömen på internet, exempelvis Eniro, Facebook, Google, Trustpilot eller Yelp. Totalt ligger siffran på 30 procent. Uppdelat mellan de företag som har verksamhet mot privata konsumenter (B2C) och de företag som har verksamhet mot andra företag och organisationer (B2B) är siffran 41 respektive 24 procent.

### Samlar information om kundernas åsikter

På frågan hur företagen arbetar med kundomdömen på internet svarar närmare hälften (46%) att de använder dessa för att samla information om vad kunderna tycker om företaget. Knappt 4 av tio (36%) använder omdömen för att inleda dialog och försöka rätta till eventuella negativa upplevelser. Samtidigt är det så få som ett företag på tio (11%) som försvarar sig mot orimligt negativa omdömen. Generellt är B2C-företagen mer aktiva inom dialog/ärendehantering och att svara på kritik (44 resp. 15%) än B2B-företagen (29 resp. 8%).

Att kundomdömen kan ge inspiration till produkt- och tjänstutveckling är det drygt 2 av 10 (24%) av företagen som har upptäckt och att detta kan förstärkas genom att aktivt uppmuntra till omdömen vid köp är det knappt 2 av 10 (18%) av företagen som har upptäckt. Vid båda dessa är B2B-företagen mer aktiva än B2C-företagen.



Eniro är ett ledande sökföretag för personer och företag i Norden. Med kvalitetssäkrat innehåll och bästa användarupplevelse inspirerar Eniro till lokala upptäckter och bidrar till levande närområden. Eniros innehåll är tillgängligt genom internet- och mobiltjänster, tryckta kataloger samt nummerupplysnings- och sms-tjänster. I Sverige erbjuder Eniro tjänsterna Eniro.se, DinDel, Proff.se och 118 118 samt apparna Eniro, Eniro Navigation och Eniro på sjön. Varje månad har Eniro Sveriges digitala tjänster (på webben och i mobilen) i genomsnitt 7,5 miljoner unika besökare som gör 26 miljoner sökningar. Eniro Group har omkring 1 900 anställda och verksamhet i Sverige, Norge, Danmark, Finland och Polen. Bolaget är noterat på Nasdaq Stockholm [ENRO] och har sitt huvudkontor i Kista, Stockholm. Mer om Eniro på [enirogroup.com](http://enirogroup.com), [twitter.com/eniro](https://twitter.com/eniro), [twitter.com/eniropress](https://twitter.com/eniropress), [facebook.com/eniro](https://facebook.com/eniro).

– Det är uppenbart att kund- och användaromdömen främst är en fråga för konsumentföretagen som har dubbelt så stor erfarenhet av detta jämfört med B2B-företagen. Inte desto mindre är återkoppling från och dialog med kunder en värdefull källa till information och ett viktigt relationsskapande verktyg. Allt fler potentiella kunder bildar sig en uppfattning genom att läsa användarrecensioner och studera hur företaget hanterar frågor och kritik innan de fattar beslut om att köpa en tjänst eller vara. Att knappt två av tio företag aktivt försöker få kunderna att skriva omdömen i samband med köp, är att underskatta kraften i detta skulle jag säga. Att så få som en av tio försvarar sig mot orimlig kritik är bara dumt, säger Mattias Wedar chef för User & Customer Experience på Eniro.

#### **Tips för att hantera omdömen online**

1. När företaget får ett negativt omdöme – svara så snabbt som möjligt och försök att föra en dialog med användaren. Kanske har denne förslag på hur ni kan bli bättre? Viktigt är också att aldrig svara i affekt. Företagets svar kommer fungera som en ambassadör för varumärket, så se detta som ytterligare en marknadsföringskanal.
2. När företaget svarar på ett omdöme, hjälp i första hand kunden, men tänk på att försöka styra in diskussionen på det ni vill få fram. Var tydlig och konkret. Det kan också vara en bra idé att ta diskussionen vidare på "hemmaplan" till exempel företagets blogg . Tänk alltid på att svaret inte bara är till för personen som lämnat omdömet, utan för alla som läser det.
3. Tänk på att alltid bemöta kritik med konkreta och ärliga svar och våga erkänna misstag. Kunderna uppskattar ärligheten.
4. Det finns många ställen där kunder och användare kan lämna omdömen. Följ vad som skrivs om företaget på nätet. På så sätt är ni bättre förberedda och slipper att bli överraskade.

#### **Om undersökningen**

Eniro har låtit Userneeds AB genomföra en webbaserad enkätundersökning 19 april - 2 maj 2016. I undersökningen har ledare och högre chefer i 700 privata företag med 1-249 anställda medverkat.

#### **För mer information, vänligen kontakta:**

Mattias Wedar, chef User & Customer Experience, 070-555 22 16, mattias.wedar@eniro.com  
Bernd Schmitz, kommunikationschef, 070-931 40 50, bernd.schmitz@eniro.com