

## Kundinitierad e-postkommunikation

**E-post är internets mest använda tjänst – en kommunikationskanal som i många fall är den dominerande länken mellan företag och kund.**

För de flesta företag och organisationer har e-post blivit en integrerad del av den dagliga verksamheten. Alltmer av dialogen med kunder och partners sker idag via mejl.

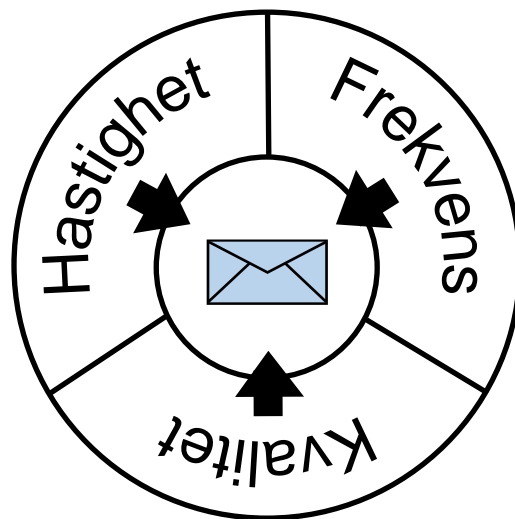
*Men hur många av kundernas mejl besvarar du? Skapar dina svar ett värde för kunderna? Och hur mycket bidrar denna kommunikation till er lönsamhet?*

Vi hjälper dig att utvärdera och förbättra din e-postkommunikation. Vi gör oberoende analyser, hjälper till att integrera e-post i er kommunikationsplanering och tar fram handlingsplaner och e-postpolicies. Vi utbildar din personal och vi följer upp utfallet av era satsningar.

På följande sidor kan du lära dig hur du får ut mer av din e-postkommunikation. Välkommen!

**BODYTAG**  **MAIL**

Utvärderar och förbättrar din e-postkommunikation



## Helhetssyn på effektiv e-postkommunikation

**Att underhålla kundrelationer via e-post bygger som vi ser det på tre faktorer: Frekvens, kvalitet och hastighet. Med andra ord hur många av alla inkommande mejl som besvaras, hur hög kvalitet svaren håller och hur snabbt det går.**

Vi utgår från en modell som hjälper dig att ta ett helhetsgrepp om alla tre byggstenarna. Vår analysmetod ger ett numeriskt uttryck för såväl dina svagheter och styrkor som för din ställning i förhållande till bransch och storleksklass.

Modellen ger ett fokus åt förbättringsarbetet och innebär samtidigt en möjlighet till uppföljning och mätbara resultat.

För att utveckla din kundiniterade e-postkommunikation finns det både stora övergripande frågeställningar du bör ta tag i och små mer konkreta åtgärder. De undersökningar vi genom-

för, både av generella trender och enskilda företag, visar var tonvikten bör ligga. Många av de aspekter vi jobbar med kan verka självklara, men tyvärr pekar ett flertal studier både i Sverige och internationellt, på att det till exempel är långt ifrån självklart att företag överhuvudtaget svarar på mejl.

På följande sidor berättar vi mer om var och en av de fyra aspekterna i en fungerande e-postkommunikation. Välkommen!



## Vad händer med de andra?

**Sextioen procent. Så låg är sannolikheten för att en kund ska få svar när hon skickar ett mejl till ett företag.**

För många kunder är e-post det första steget i en potentiellt långsiktig relation med ett företag. Kunder som självmant hör av sig visar ett tydligt intresse för ditt företag. Vår uppfattning är att kundens intresse för dig måste bemötas med minst lika stor uppmärksamhet från din sida.

Man måste ta tillvara den kontakt som kunden själv initierar. Att alltid svara är därför som vi ser det den mest grundläggande aspekten av e-postkommunikation. Låt inte meddelanden bli liggande, ge svar på frågor och lös problem, kommentera och diskutera påståenden, bemöt kritik, ta åt dig och tacka för beröm!

Att skapa lönsamma relationer via e-post *förutsätter* att man sätter kunden i centrum och skapar en situation av

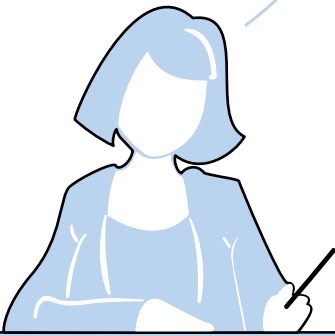
ömsesidigt utbyte och ömsesidig respekt. Det handlar bland annat om kommunikation på kundens villkor: Till exempel att när dina kunder skickar mejl, bör du svara via just mejl.

Men frekvens är inte bara en fråga om att du alltid ska svara när du får e-post. Det går också ut på att du ständigt ska kunna ta emot de meddelanden som dina kunder försöker skicka. Genom att exempelvis kanalisera inkommande e-post, hålla webbplatsen uppdaterad och informera personalen, undviker du att inaktuella och felaktiga adresser sprids.

En hög svarsfrekvens är ofta ett resultat av bra arbetsrutiner. Därför jobbar vi med bland annat handlingsplaner och processmodellering för att hjälpa dig att höja din svarsfrekvens.

Pelle, nordisk gud på tre bokstäver?

Jatack! Med mjölk i.



## Svarar ni på rätt frågor?

**Trettionio procent. Så låg är sannolikheten för att en kund ska få ett bra svar när hon mejlar till ett företag.**

Svara alltid på rätt frågor! Kunden är motiverad av sina behov och intressen, vilka måste tillgodoses i svaret. Du bör med andra ord i första hand skriva det kunden vill höra och inte det du själv vill säga. Utgå från vad kunden tycker och känner till: Hur mycket information vill hon ha? Känner hon till de begrepp och förkortningar du använder? Och så vidare.

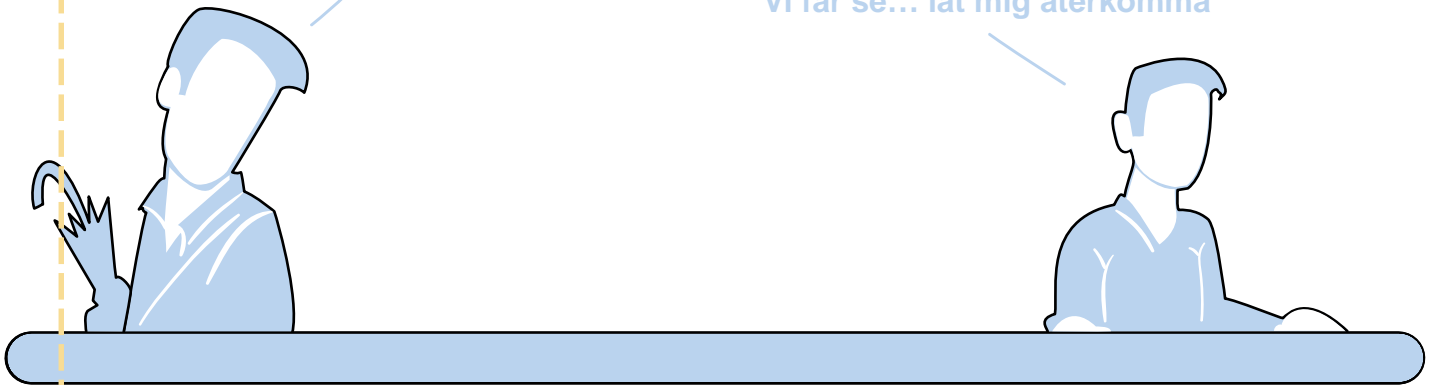
Varje mejl som lämnar en medarbetares mejlbox representerar företaget och återspeglar tydligt medarbetarens kompetens och servicegrad. Varje mening i mejlet är ett marknadsföringsverktyg vars syfte bör vara att skapa en så positiv bild som möjligt av företaget. Vad man skriver och hur man skriver påverkar mycket snabbt kundens uppfattning.

Mejl är visserligen, som många påpekar, ett bitvis informellt kommunikationsmedel. Men att vara informell betyder inte att skriva otydligt, med inkompleta meningar, irrelevanta detaljer, repetitiv information, felstavningar eller grammatiska fel. Det innebär inte heller att grundläggande sociala regler bryts – det är artigt och trevligt att hälsa även i mejl. Det informaliteten däremot innebär är en möjlighet att vara mer personlig och på så sätt komma närmre sin samtalspart.

Ofta är bra kvalitet en fråga om att medvetandegöra kundperspektivet och förstå problemen. Det handlar också om att ha vissa grundläggande riktlinjer för hur e-post bör besvaras. Vi hjälper därför till med bland annat utbildning och upprättande av e-postpolicies.

Hänger du med ut på lunch?

Vi får se... låt mig återkomma



## Blir han tillfrågad igen?

**Trettiosex procent. Så få företag besvarar mejl de fått på morgonen, under samma arbetsdag.**

Svara i god tid! En av anledningarna till att internet och e-post används så flitigt är att det upplevs som snabbt och flexibelt. Långsamma svar upphäver därför förtjänsten med e-post.

Många använder e-post för att slippa telefonköer, växeltelefonister, upptagetsignaler och telefonsvarare. Mejl blir ett alternativt sätt att "lämna ett meddelande", med den skillnaden att får man inte svar på sitt mejl så hör man sällan av sig igen.

Låt därför inte meddelanden bli liggande. Ju snabbare svar du ger, desto nöjdare blir din kund (under förutsättning att kvaliteten på svaret inte sjunker med hastigheten). En kund som inte får svar på sina mejl inom rimlig tid kommer hellre att vända sig till en av dina konkurrenter.

Svarshastigheten kan förbättras exempelvis genom att komma överens om rutiner för när och hur ofta e-post besvaras. Detta kan dessutom i många fall leda till tidsbesparingar för de som svarar. Den *upplevda* hastigheten kan också förbättras genom att använda automatiska svar som berättar om meddelandets status – hur lång tid det dröjer innan kunden kan förvänta sig att få ett personligt svar.

## BODYTAG MAIL

### Utvärdering

Vi gör oberoende utvärderingar av hur er externa e-postkommunikation fungerar. Besvaras kundförfrågningar på ett tillfredsställande sätt; tillräckligt bra och tillräckligt snabbt? Vad är era svagaste respektive starkaste sidor vad gäller e-post?

- Vi gör experimentstudier där vi skickar ut mejl till ditt företag och granskar svarens kvalitet, hastighet med mera.
- Vi genomför attitydundersökningar bland era kunder för att ta reda på hur de upplever kommunikationen med er.
- Studierna resulterar alltid i en uppsättning grundläggande förslag på förbättringar. Vi berättar också hur ni ligger till i förhållande till era konkurrenter och till branschen.

### Förbättring

Vi hjälper er med alla steg till bättre e-postkommunikation.

- Vi diskuterar och föreslår riktlinjer för hur just ni kan skapa starkare relationer, öka kundernas tillit och förbättra er lönsamhet genom att använda e-postmediet fullt ut.
- Vi tar fram en handlingsplan med konkreta åtgärder och lösningar för att förbättra er mejlkommunikation med kunderna och uppnå era kommunikationsmål.
- Tillsammans med er arbetar vi fram ett policy-dokument för e-post.
- Vi hjälper er att utveckla rutinerna för att effektivisera hanteringen av e-post.

**Frågor? Hör av dig till oss!** Om du finns i Stockholmsområdet kommer vi gärna ut till dig för en förutsättningslös diskussion om e-postkommunikation och om vilka möjligheter som finns för just er. Annars är vi också väldigt bra på att svara på mejl!

Bodytag  
Box 7122  
170 07 SOLNA

info@bodytag.se  
08-655 40 72  
www.bodytag.se