

Kundbarometern 2009

Sveriges företag och deras kunder



rapportsammanfattning
november 2009

Kundbarometern 2009 – en konjunkturindikator

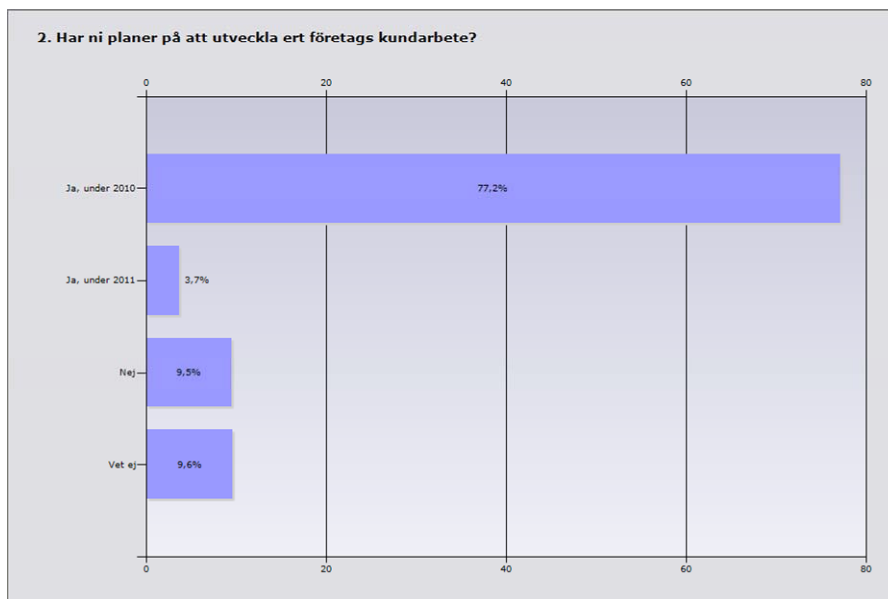
Konjunkturvändning i sikte? Nu investerar svenska företag i sitt marknads- och försäljningsarbete. Fler än fyra av tio företag skruvar upp sin marknadsbudget inför 2010, visar årets Kundbarometer.

Årets upplaga av Kundbarometern, en årlig undersökning bland svenska företag från Wednesday Relations, visar tydliga tecken på en vändning i konjunkturen. Fyra av tio företag kommer att öka sin marknadsbudget inför 2010. Vart tredje företag kommer också att öka antalet säljare. Tydliga tecken på att man nu har bättre tider i sikte.

- **8 av 10 svenska företag investerar i kundarbetet**

Närmare 80 procent av företagen uppger att de ska utveckla marknads, sälj eller kundservicearbetet under 2010. 6 av 10 företag anger sig prioritera **existerande** kunder, framför nykundsbearbetning.

Konkurrensen i många branscher har under senare år ökat samtidigt som kunden blivit mer "kundmedveten", d.v.s. medveten om sitt värde och dessutom påläst i sak. Detta ställer naturligtvis högre krav på leverantörerna och behovet av att utveckla sitt marknads-, sälj och CRM-arbete är kritiskt för framgång.



SPONSORER:  

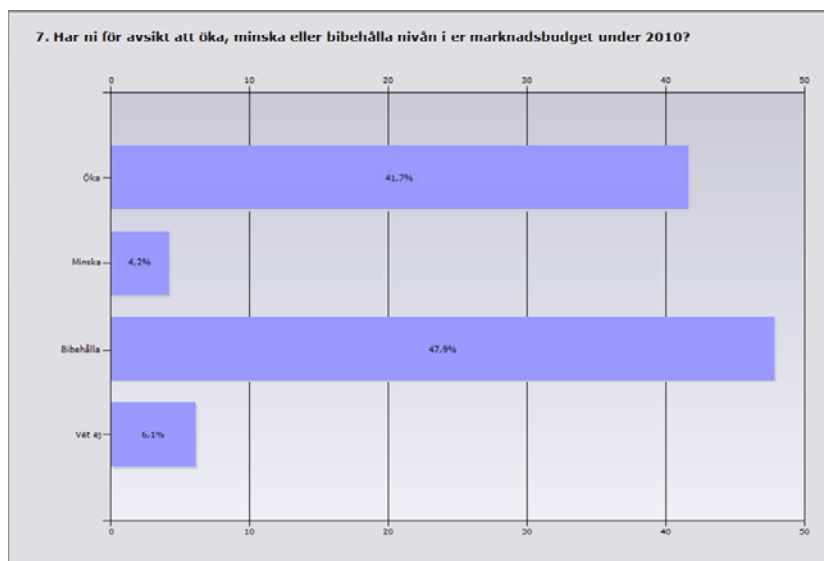
**wednesday
relations**

- **Konjunkturvändning i sikte**

42 procent av företagen anger att de kommer att öka sin marknadsbudget inför 2010. Endast 4 procent ska minska densamma.

Vart tredje företag kommer därtill att rekrytera och öka antalet säljare. Färre än 4 procent anger att de planerar för färre anställda i säljfunktion.

Studien visar också på ett visst mått av regionala skillnader med Syd- och Mellansverige som något av en motor.



Hela 40 % har för avsikt att öka sin marknadsbudget under 2010. Endast 4 % avser att minska densamma.

SPONSORER:  

**wednesday
relations**

- **8 av 10 företag investerar i webb och analys**

Svenska företag lägger fortfarande stor vikt vid utveckling av den egna sajten. Därefter prioriteras analysarbetet, för ökad träffsäkerhet och relevans. Internet- och sökmarknadsföring har i år seglat upp listan över prioriterade områden inför 2010.

- **Ökat fokus på digital kommunikation och sociala medier**

Närmare 43 procent planerar för ökad användning av digital kommunikation och sociala medier i kundarbetet. Strax över 30 procent av företagen anger också att de ska öka användningen av digital kommunikation och sociala medier i syfte att skruva upp försäljningen.

– Årets resultat visar med all tydlighet att svenska företag nu ser framåt och bedömer att marknaden finns därute, säger **Mats Gustafsson**, VD på Wednesday Relations. Vi ser också en fortsatt hype kring sociala medier där svenska företag nu sonderar terrängen. Kanaler som Facebook, Twitter och LinkedIn får ökad betydelse - inte minst inom kundservice.

BAKGRUND:

Kundbarometern är en årlig undersökning som genomförs av Wednesday Relations, i samarbete med Questback Sverige och PAR. Studiens syfte är att få inblick i marknadens behov, planer och investeringar inom marknadsföring, försäljning och CRM. Till respondenterna hör VD, marknads-, försäljnings- och kundservicechefer i svenska företag med över 50 anställda.

Undersökningen är e-postbaserad och distribuerades till 13 350 beslutsfattare i månadsskiftet september/oktober. Sammanlagt 1 584 personer besvarade årets enkät.

Wednesday Relations är ett kostnadsfritt och företagsoberoende nätverk med närmare 8 000 medlemmar verksamma inom marknadsföring, försäljning och CRM. Tillsammans verkar vi för att höja kunskapen om och öka värdet på kundarbetet. Vi arrangerar bland annat seminarier, konferenser och ERFA-grupper och erbjuder rådgivning och förändringsledning. Nätverket finns i idag i Stockholm, Göteborg, Malmö, Köpenhamn och Oslo.

Mer om oss på: www.wednesdayrelations.org

För ytterligare information eller rapport-/bildmaterial:

Mats Gustafsson
VD
Tel: 070-531 88 32

mats.gustafsson@wednesdayrelations.org

Maria Granath
Projektledare
08-642 2190

maria.granath@wednesdayrelations.org