



Pressemeddelelse
16. marts. 2016

Virksomheder mangler kompetencer i kundeoplevelser

Trods et øget fokus på at skabe engagerende kundeoplevelser, har kun 44 pct. af virksomheder de fornødne ressourcer til at sikre en god kundeoplevelse – og det er problematisk i en digital tidsalder. Især hotelbranchen er udfordret af de digitale forbrugere. Nordic Choice-hotelkæden har taget et vigtigt skridt for at imødekomme udfordringen.

Forbrugerne bliver både mere mobile og digitale, og det påvirker deres forventninger til kundeoplevelsen. Det fremgår af en rapport fra Konsulenthuset Econsultancy, og det er samtidig det bærende tema i Adobe Experience Briefing, Adobes konference om kundeoplevelser, der finder sted i Stockholm i dag.

”Forbrugerne venter ikke på, at virksomhederne opdager de digitale platforme. I stedet vælger de brands, der gør det nemt at interagere med dem med fx personaliseret kommunikation og enkel bestilling via apps,” siger Klara Lundquist, nordisk marketingchef for Creative Cloud Enterprise hos Adobe.

Hun fortsætter:

”Vi ser et øget fokus på kundeoplevelser, men kompetencerne er ikke fulgt med hos virksomhederne. Faktisk har kun 44 pct. af virksomheder de kompetencer, der skal til for at kunne designe gode kundeoplevelser. Det kan blive en udfordring i et marked som hotelbranchen, hvor der er voksende konkurrence fra flere nye aktører.”

Rapporten viser, at kun 44 pct. af virksomheder har de ressourcer ansat, der er behov for ift. at kunne skabe gode kundeoplevelser. Kun 37 pct. har de fornødne processer og workflows, der er påkrævet for at kunne skabe en designmæssig fordel.

Nordic Choice-hoteller gør kundeservicen lokal

En af talerne til Adobes event i Stockholm er Ida Serneberg fra Nordic Choice Hotels, der driver bl.a. Hotel Skt. Petri i København. For lidt over et år siden fik Ida ansvaret for at opbygge hotelkædens social media-strategi for kædens 188 hoteller. Som del af sit arbejde har hun gennemført, at hvert enkelt hotel skal besvare så mange henvendelser på TripAdvisor som muligt.

I begyndelsen af 2015 svarede 48 pct. af hotellerne på kommentarer online. I oktober var tallet steget til mere end 80 pct. Et år efter implementeringen er 174 af kædens 188 hoteller aktive på TripAdvisor.

”Nordic Choice Hotels’ rejse er meget sigende for den nye virkelighed, en lang række brancher befinder sig i. Det er ikke nok kun at være til stede på digitale kanaler, det kræver en insisteren på at gøre oplevelsen for den enkelte kunde relevant. På den måde er vi tilbage ved det klassiske fokus på kundetilfredshed – med det twist, at det foregår både på mobilen og i receptionen,” siger Klara Lundquist.

Om rapporten

[Quarterly](#) Digital Intelligence Briefing fra Econsultancy og Adobe bygger på svar fra 2.252 professionelle marketingfolk, hvoraf 44 pct., er ansat in-house mens de resterende 56 pct. arbejder på bureauer eller som konsulenter.

For yderligere information

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, tlf. 26 70 46 70, e-mail: jschyum@adobe.com

Holm Kommunikation, seniorkonsulent Christian Top Marchant, tlf. 36 92 52 67, e-mail ctm@holm.dk

Om Adobe

Adobe ændrer verden igennem digitale oplevelser. For mere information, besøg www.adobe.com