



Foto: Clas Ohlson

ETT KUNDCASE FRÅN ENGHOUSE INTERACTIVE

I korthet

CLAS OHLSON

Clas Ohlson är ett svenskt detaljhandelsföretag med huvudkontor i Insjön i Dalarna. Från början var det endast ett postorderföretag men nu har Clas Ohlson över 200 butiker i Sverige, Norge, Finland, Storbritanien, Dubai och Tyskland. Sortimentet består av produkter inom bygg, el, fritid, hem och multimedia.

Clas Ohlson möter kundens breda behov på webben

Vi ska sälja rejäla produkter till låga priser med rätt kvalitet efter behov". Citatet är hämtat från Clas Ohlson, född i Insjön i Dalarna, som vid 22 års ålder startade postorder företaget Clas Ohlson & Co. Året var 1918 och mycket har hänt sedan dess. Idag är företaget verksamt i sex länder med över 200 butiker samt e-handel och med drygt 4 700 anställda.

2010 började företaget satsa på sin webbkommunikation och jobbar idag med allt från chatt, Facebook och Instagram till Price Runner och Fråga Experten. Online hanterar Clas Ohlson cirka 189 000 kunder och 224 600 telefonsamtal per år.

Elvy Axklint, manager på kundservice, jobbar dagligen med företagets utmaningar när det kommer till webbkommunikation och kundservice. De kundärenden som Clas Ohlson hanterar är allt från produkt- och prisfrågor till leveranstider och offertförfrågningar.

Att vara ett stort företag som hanterar många kundärenden kräver stor bemanning av telefon och mail, vilket har varit en utmaning för Clas Ohlsons kundservice. I takt med den digitala utvecklingen förväntar sig kunderna snabbare och snabbare svar.

“- 2016 blev vi utsedda till bästa kundservice online i Nordic eCommerce summit.”

Elvy Axklint, manager på kundservice
CLAS OHLSON

– Kundernas behov och förväntningar ställer även högre krav på kundservicen när det kommer till att kunna hantera ett bredare spektrum av frågor. 2016 blev vi utsedda till bästa kundservice online i Nordic eCommerce summit. Kombinationen av ett gott bemötande, Ohlson-andan och vår vision att ha en så bred kompetens som möjligt redan vid första kontakten bidrog starkt till att vi fick utmärkelsen, säger Elvy.

För Clas Ohlson är det viktigt att kunna möta kundens behov, där webbkommunikation har blivit alltmer betydelsefull för att erbjuda alla kunder relevant hjälp. Utöver köp av produkter ska kundservice även kunna bistå med allt från produktval, stöttning vid hantering till reklamationer och garantier.

– Möjligheten att hantera chattärenden med co-browsing, att vi kan dela skärm med kunden, fick oss att få upp ögonen för TWC, Trio Web Communication. Sedan vi fick TWC-lösningen implementerat i kundservicen har vi hanterat fler kundkontakter och chatten har fått en högre konverteringsgrad. Nu arbetar vi på att bli ännu bättre med webbkommunikationer genom att jobba proaktivt med webbchatten, säger Elvy Axklint.

– Sedan vi fick TWC-lösningen implementerat i kundservicen har vi hanterat fler kundkontakter och chatten har fått en högre konverteringsgrad.

Elvy Axklint, manager på kundservice
CLAS OHLSON



Elvy Axklint brevid statyn av grundaren Clas Ohlson

Om Enghouse Interactive

Enghouse Interactive utvecklar och levererar marknadens bredaste utbud av plattformsoberoende lösningar för kundkommunikation, via sitt nätverk av erfarna partners med stort kundfokus. Våra integrerade kommunikationslösningar inkluderar flerkanaliga contact center-lösningar med telefonistfunktioner, hänvisning, självbetjäningstjänster, besökshantering samt statistik. Lösningarna ger företag och organisationer en valfrihet att kommunicera med sina kunder enligt deras eget önskemål, snabbt effektivt och framgångsrikt.