

Trelleborg toppar listan

■ **Topp-tio bästa webbsidor-
na bland svenska börsbolag:**

1. Trelleborg
2. Swedish Match
3. SKF
4. Billerud
5. Swedbank
6. Ericsson
7. SCA
8. Electrolux
8. SEB
10. Scania

Källa: Hallvarsson & Halvarsson



KAN KOMMUNIKATION. Trelleborgs kommunikationschef Viktoria Bergman och webbmanager Magnus Heide prisas för sin webbplats.

FOTO: HÅKAN E BENTGSSON

...och Swedish Match blev tvåa.

Trelleborg bäst på nätet

Svenska företag lägger allt mer krut på sin webbplats. Och många av dem har också fått upp ögonen för de sociala medierna i sin kommunikation.

”Vi twittrade med kunder om tätningar och det gav definitivt mersmak”, säger Viktoria Bergman, kommunikationsdirektör på Trelleborg.

Bäst på webbkommunikation är verkstadskoncernen Trelleborgs hemsida, visar en ny ranking bland de 100 största börsbolagen.

”Vi har jobbat väldigt mycket med att göra vår webbsida tillgänglig och enkel för alla olika målgrupper. Oavsett om du är aktieägare,

kund eller bara vill veta mer om oss ska du hitta den relevanta informationen direkt”, konstaterar en nöjd Viktoria Bergman.

Förvånande resultat

Hon hjärnan bakom verkstadskoncernens lyckade kommunikationsstrategi.

Att Trelleborg, vars paradgren är tättningsprodukter för industrin, kammade hem förstaplatsen framför alla andra svenska börsbolag, många betydligt mer publika, förvånar de ansvariga bakom studien något.

”Det är lite förvånande. Men deras webbplats erbjuder precis den information som efterfrågas. Det är enkelt, snyggt och så har de kryddat den med en del moderna grejer som gör finansinformationen lättillgänglig” säger Marcus Ericsson, ansvarig för rankingen på kommunikationsbyrån Hallvarsson & Halvarsson. Turbulensen på finans-

marknaden det gångna året har gjort efterfrågan på information från börsbolagen omätlig. Svenska börsbolag står sig bra i konkurrens internationellt när det gäller att tillgodose det behovet. Det placerar Sverige på en femteplats av 21 länder i Hallvarsson & Halvarssons ranking.

”Krisen har ökat kravet på transparens från företagens sida och där är många svenska börsbolag bra”, säger Marcus Ericsson.

Efter Trelleborg återfinns tändsticks- och tobaksbolaget Swedish Match och kullagerjätten SKF. Ett bolag som har tagit ett jättekliv uppåt i rank-

ningen sedan förra året tack vare en helt ny hemsida – från fyrtiofjärde till tionde plats – är lastbilstillverkaren Scania.

”Vi har nu förstått vikten av att använda den här kanalen på ett aktivt sätt”, säger Erik Ljungberg, kommunikationsdirektör på Scania.

Mer sociala medier

I rankingen ingår även hur synliga företagen är i sociala medier och där har svenska företag mycket kvar att lära. På Trelleborg lovar Viktoria Bergman mer av Twitter och Facebook framöver:

”Det kommer att bli mer sociala medier framöver i våra kundkontakter”, säger hon.

Scania är ett av de svenska börsbolagen som är bäst på att använda sig av sociala medier, visar rankingen. Erik Ljungberg tror att det leder till fler sålda lastbilar på sikt.

”Vi ser till att det skrivs och läggs ut filmer om Scania. Det är främst andra – nöjda Scaniachaufförer – som gör arbetet åt oss, men vi uppmuntrar det på olika sätt”, säger han.

”Det ökar intresset för oss och stärker vårt varumärke. Långsiktigt är vi övertygade om att det här gagnar vår försäljning”.

TOMAS NORDENSKIÖLD

tomas.nordenskiold@di.se

08-573 651 53