

Com Hem rankas högst i digital marknadsföring

Com Hem är årets ledare inom digital marknadsföring, enligt rapporten "Digital Leaders in Sweden 2020". Den årliga undersökningen rankar svenska företags digitala kundupplevelse, och Com Hem får högst betyg i kategorin "Digital marknadsföring". Den sammanlagda poängen tar också Com Hem till en fjärdeplats totalt bland de 84 företagen.

Det är management- och it-konsultföretaget "BearingPoint" som för femte året i rad har genomfört undersökningen "Digital Leaders in Sweden". Com Hem får högst betyg inom "Digital marknadsföring" och kammar dessutom hem en fjärdeplats på totalrankingen. Com Hem klättrar därigenom 16 placeringar från fjolårets 20:e plats.

I rapporten bedöms svenska storföretag utifrån 230 kriterier inom kategorierna digital marknadsföring, digital produktupplevelse, e-handel och e-CRM. Com Hem når ett genomsnittligt betyg på 3,45 av 5, och det baseras på hur väl företaget har presterat inom samtliga kategorier. Inom digital marknadsföring tar Com Hem ett rejält kliv i digitaliseringsresan och når betyget 3,29 vilket är det högsta betyget av alla 84 företag och en förbättring på 180 procent sedan i fjol.



"Att vi når ett så högt totalbetyg i den här undersökningen och dessutom lyckas vinna inom digital marknadsföring känns otroligt roligt. Som en av Sveriges största aktörer inom uppkoppling är digitalisering en självklarhet för oss på Com Hem, och det här fina resultatet är verkligen ett bevis på att vi finns och syns där våra kunder också befinner sig", säger Jonas Lundquist, marknadsdirektör på Tele2 Sverige.

Inom digital marknadsföring har Com Hem mätts på förmågan att nå potentiella kunder i digitala kanaler och leda dem till företagets hemsida, genom till exempel digitala annonser, sökordsoptimering och användningen av egna mediekkanaler. Com Hem får

också höga betyg i kategorin e-CRM (Electronic Customer Relationship Management), där bland annat bedömning av chatt- och uppringningsservice till kunderna räknas in.

"Digital marknadsföring är den dimension i studien där svenska företag visar lägst digital mognad. Com Hem är därmed ett positivt exempel för andra att lära av, och deras förstaplats drivs framför allt av förbättringar i digital media, hur reklam visas på websidor samt SEO", säger Louise von Blixen-Finecke, Partner, BearingPoint.

Rapporten i sin helhet finns att läsa här: <https://www.bearingpoint.com/en/>

För mer information kontakta:

Media

Louise Ekman, Head of B2C Communications, Tele2

Tel: +46 70 5222 117

louise.ekman@tele2.com

Om Com Hem

Com Hem-koncernen levererar bredband, tv, play och telefonitjänster till svenska hushåll och företag under sina två varumärken Com Hem och Boxer. I koncernen ingår även kommunikationsoperatören iTUX Communication AB som tillhandahåller öppna fibernät till tjänsteleverantörer. Vi erbjuder våra 1,45 miljoner kunder ett stort utbud av digitala tv-kanaler och playtjänster via digitalboxar, surfplattor och mobiltelefoner. Vårt kraftfulla och framtidssäkra nät med hastigheter upp till 1,2 Gbit/s når över 60 % av Sveriges hushåll, vilket gör oss till en viktig motor i det digitala Sverige. Com Hem grundades 1983 och är sedan den 5 november 2018 en del av Tele2-koncernen. www.tele2.com