

SCA bäst på nätet – svenska företagswebbplatser i framkant på mobilitet

Den årliga rankingen av företagswebbplatser som görs av KW Digital (systerbyrå till Hallvarsson & Halvarsson), har utsett SCA till bästa svenska företagswebbplats 2013. Undersökningen som utvärderar bolagens webbplatser baserat på kapitalmarknadens och jobbsökares förväntningar, visar också att kommunikationslandskapet för företagen håller på att ritas om.

Rank 2013	Rank 2012	Företag	Poäng 2013	Förändring
1	1	SCA	78,9	-0,4
2	2	Swedish Match	73,7	2,5
3	8	Swedbank	72,8	10,9
4	3	Skanska	68,6	1,1
5	10	TeliaSonera	64,9	4,1
6	7	Electrolux	64,7	0,9
7	4	SKF	64,5	-2,8
8	22	Clas Ohlson	63,4	10,7
9	6	BillerudKorsnäs	61,2	-3,6
10	9	Assa Abloy	60,6	-0,6
11	20	ABB	60	4,5
12	12	Husqvarna	59,7	0
13	5	Trelleborg	59,6	-6,8
14	10	Fabege	59,5	-1,3
15	19	Nordea	59,3	3,8
16	16	Scania	58,7	2,2
16	18	Securitas	58,7	3,1
18	17	SEB	57,5	0,5
19	27	SSAB	57,2	6,1
20	15	Rezidor	56,7	-0,7

De 20 bästa företagswebbplatserna i Sverige
Källa: KWD Webranking 2013-2014

SCA vinner årets KWD Webranking Sverige med 78,9 poäng av totalt 100 möjliga. Trots stora poängökningar ifrån konkurrenterna är SCA ohotade som etta i Sverige. På andra plats återfinns 2010 års vinnare Swedish Match med 73,7 poäng. Swedbank tar tredjeplatsen med 72,8 poäng och förbättrar sitt resultat med 10,9 poäng.

SCA får framförallt höga poäng för sin strategibeskrivning samt har den högst poängsatta pressdelen i undersökningen. De får utdelning för sitt arbete inom social media och mobilitet.

”SCA har en fortsatt stark närvaro i digitala kanaler, topplaceringen i KWD Webranking visar på ett tydligt fokus i att använda webbplatsen som en kommunikationskanal med målgrupperna. SCA lyckas också erbjuda det innehåll som målgrupperna efterfrågar både på webbplatsen och i

sociala medier.”, säger Staffan Lindgren, Managing Director KW Digital.

Undersökningen visar också att svenska företag får toppbetyg för mobilitet och närvaro i sociala medier.

KWD Webranking, nu den 17:e i ordningen, granskar det engelska innehållet på företagswebbplatser (exklusive de kommersiella delarna), utifrån ett objektiva protokoll baserat på enkätsvar från 400 analytiker, journalister, investerare och jobbsökande. Detta gör att KWD Webranking direkt speglar målgruppernas behov och förväntningar.

Atrium Ljungberg årets klättrare

Fastighetsbolaget Atrium Ljungberg är årets klättrare med en ökning på 36,5 poäng. Därefter följer konfektyrföretaget Cloetta med en ökning på 31,5 poäng. I bägge dessa fall ligger främst en ökning av det engelska innehållet på webbplatsen bakom den imponerande resultatförbättringen.

Totalt sett har svenska företag fått något högre poäng i årets ranking. En klar majoritet av de svenska bolagen, 63 av 99 jämförbara företag, har fått en högre poäng i år. 35 företag får ett sämre betyg och 2 företag får samma poäng. Det resulterar i att medelpoängen för svenska bolag i år har ökat med 2 poäng (42 mot 40).

Andra bolag som har förbättrat sitt resultat mer än 10 poäng är Swedbank, Clas Ohlson och EnQuest. Swedbank har framförallt förbättrat sitt resultat inom finansiell information och bolagsstyrning.

Clas Ohlson, som släppte en ny webbplats under sommaren, får högre poäng för karriärdelen och CR.

Företag	Skillnad
Atrium Ljungberg	36,5
Cloetta	31,6
Swedbank	10,9
Clas Ohlson	10,7
EnQuest	10,1
Meda	9,0
Hennes & Mauritz	8,7
Sagax	8,3
Tele2	7,2
Elekta	7,2

**Källa: KWD Webranking
2012-2013**

Svenska företag i topp bland mobila webbplatser

I årets ranking undersöks även hur mobilanpassade företagens webbplatser är. I takt med att fler besökare använder smarta telefoner ökar kraven på företag att anpassa sina webbplatser.

Mobilanpassade webbplatser		
Land	Mobilanpassad fullt ut	Delvis mobilanpassad
Sverige	35%	45%
Finland	20%	25%
Frankrike	20%	45%
Nederländerna	20%	45%
Danmark	15%	40%
Italien	15%	40%
Norge	10%	25%
Tyskland	10%	55%
Spanien	10%	10%
Schweiz	5%	25%
Ryssland	0%	15%
Turkiet	0%	15%
Genomsnitt		
Europa	25%	45%
Genomsnitt bland de 20 största företagen (market cap) i respektive land		

Andelen som har smarta telefoner inom investerarkollektivet är särskilt hög. Enligt KW Digitals enkät till analytiker, investerare och journalister svarar så många som 78,8 procent att de besöker företagswebbplatser ifrån antingen en smart telefon eller en läsplatta.

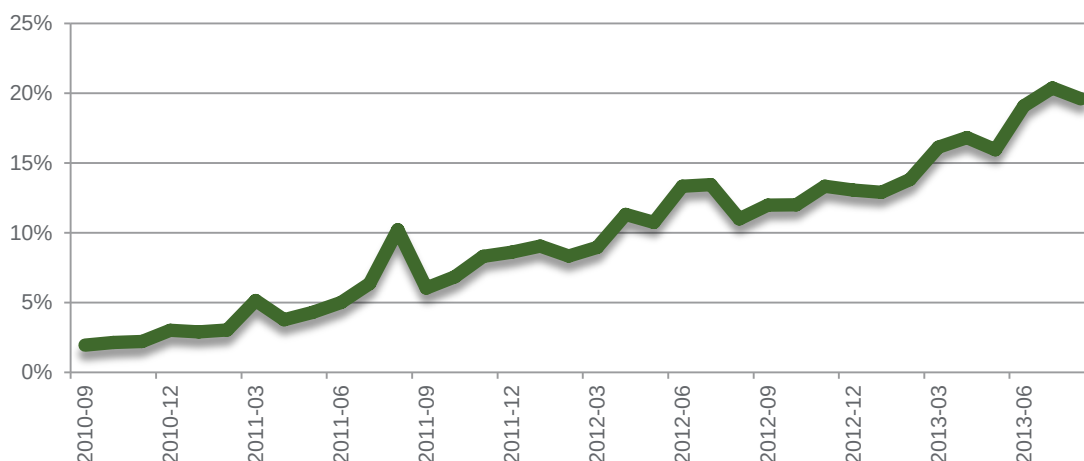
Svenska företag är i topp både vad gäller fullt ut mobila webbplatser och webbplatser med delvis mobilt innehåll (t ex enbart en mobil version av pressrummet). En fullt ut mobilanpassad webbplats (s.k. responsive design) betyder i årets undersökning att webbplatsen själv känner av vilken skärmapplösning besökaren har, smart telefon, läsplatta eller skärm, och anpassar därefter navigering, textstorlek och bredd automatiskt.

Mobilanpassade webbplatser är en stark trend i årets KWD Webranking. Idag kommer ca 20 procent av den totala trafiken ifrån mobila enheter enligt KW Digital's egen mätning av besöks trafik ifrån mobila enheter på 15 företagswebbplatser (se nedan). Samtidigt uppger 39 procent av de företag som idag inte har en mobilanpassad webbplats att de kommer att utveckla en under det kommande året enligt KW Digital's årliga enkätundersökning till IR, press och webbchefer.

Föregående års trend att göra appar har idag delvis ersatts med att göra hela webbplatsen mobilanpassad. Nackdelen med företagsappar är tvådelad, dels behöver analytiker och journalister ladda ner en app per företag som de bevakar, dels behöver företagen utveckla och underhålla en ny teknisk lösning.

Som exempel på responsiva webbplatser kan nämnas SCA, Swedish Match, ABB, Clas Ohlson, Electrolux och Sandvik.

Besöks trafik ifrån mobila enheter på 15 företagswebbplatser mellan september 2010 till augusti 2013.



Källa: KW Digital 2010-2013

Sverige i topp i 6 av 8 sociala medier

Svenska bolag är även med i toppen när det gäller att användandet av sociala medier. I takt med att social media blivit en integrerad del i företagens kommunikation har kraven i KWD Webranking skärpts. För att få poäng i årets ranking krävs att företagen regelbundet kommunicerar information om rapporter, CSR och karriärinformation i kanaler som de själva länkar till från sina företagswebbplatser.

Tabellen nedan visar genomsnittspoängen per land. För att uppnå ett jämförbart resultat är genomsnittet räknat på de 20 största företagen ifrån respektive land. Resultatet visar att Wikipedia är den kanal där högst närvaro är uppmätt i undersökningen därefter följer twitter, YouTube och LinkedIn.

Företagens närvaro i social media								
Land	LinkedIn	Facebook career	Facebook corporate	Google +	Slideshare	Twitter	Wikipedia	YouTube
Finland	60%	5%	40%	0%	0%	60%	100%	55%
Schweiz	60%	15%	55%	5%	5%	45%	100%	55%
Sverige	50%	20%	45%	30%	25%	65%	100%	70%
Nederländerna	50%	10%	45%	15%	20%	65%	90%	65%
Italien	50%	0%	15%	5%	25%	40%	100%	50%
Danmark	45%	5%	30%	10%	0%	40%	90%	30%
Tyskland	40%	20%	60%	30%	10%	65%	100%	55%
Frankrike	30%	5%	45%	15%	5%	45%	100%	30%
Norge	20%	5%	15%	0%	5%	25%	100%	25%
Spanien	15%	0%	15%	0%	15%	15%	95%	20%
Turkiet	10%	0%	10%	5%	0%	5%	95%	5%
Ryssland	0%	0%	15%	0%	0%	20%	100%	0%
Genomsnitt Europa	55%	10%	55%	10%	15%	65%	100%	65%
Genomsnitt bland de 20 största företagen (market cap) i respektive land								

En trend inom social media i år är LinkedIns etablering som innehållskälla både för kapitalmarknaders aktörer och för jobbsökare. LinkedIn har kommit att bli ett viktigt verktyg för företagen ur flera aspekter. Dels är LinkedIn en viktig informationskälla för analytikerna, 34 procent av denna grupp uppger att de använder LinkedIn för att hitta information om företag, enligt KW Digital's analytikerenkät.

Det man framförallt använder LinkedIn för ur investerarperspektivet är att kartlägga vilka personer som har ledande befattningar i företagen, *Reputation of key executives*, men man lägger också vikt vid företagets allmänna beskrivning. Även ur ett besökarperspektiv är LinkedIn ett strategiskt viktigt verktyg för företag då det genererar mycket trafik till webbplatsen.

Hälften av Sveriges 20 största företag använder LinkedIn, slagna enbart av Finland och Schweiz där siffran är 60 procent.

Metodik KWD Webranking 2013-2014

KWD Webranking, nu i den 17:e upplagan, är den största och mest erkända rankningen av företagswebbplatser globalt som gör en djupgående analys av digital företagskommunikation hos de största börsnoterade företagen i världen. I årets KWD Webranking bedöms inte bara företagets webbplats utan även hur de arbetar med innehåll i sociala medier samt mobilitet.

KWD Webranking är ett värdefullt instrument för att mäta effektivitet och resultat av företagens digitala företagskommunikation baserade på intressenternas krav. Nära 1 000 företagswebbplatser från hela världen ingår i årets ranking.

KWD Webranking använder en unik och objektiv metod för att granska den engelska versionen av företagswebbplatser (exklusive kommersiella delarna), sociala medier, mobilitet och Google Sök med hjälp av ett protokoll som direkt speglar målgruppernas behov och baseras på enkätsvar från 400 analytiker, journalister, investerare och jobbsökande.

De företag som ingår i rankningen väljs utifrån börsvärdet. KWD Webranking rankar de 100 största företagen i världen (Financial Times Global 100-lista, per den 31 mars 2013) och de 500 största företagen i Europa (Financial Times Europa 500-lista). Därutöver har ett antal marknader valts ut för mer omfattande landlistor - i år finns nationella topplistor i 19 europeiska länder, bland annat i Sverige. Totalt är 689 europeiska företag, 63 företag från Mellanöstern och 100 globala företag rankade. Bolagen är kategoriserade enligt de 19 supersektorerna i Industry Classification Benchmark (ICB), en taxonomi för klassificering av branscher utvecklad av Dow Jones och FTSE.

För mer information om KWD Webranking: <http://kw-digital.com/kwd-webranking>

Mer information

Staffan Lindgren, Managing Director KW Digital
08-407 22 12, 0709-71 12 12
staffan.lindgren@kw-digital.com

Om KW Digital

KW Digital är en digital kommunikationsbyrå som hjälper företag att använda digitala kanaler i sin företagskommunikation. Vi levererar strategisk rådgivning och implementering baserat på research och erfarenhet. KW Digital har kontor i Stockholm och London samt partners i Milano och Lissabon.

KW Digital ingår i King Worldwide som är en ledande global konsultbyrå inom finansiell kommunikation och stakeholder management.

KW Digital har ett nära samarbete med systerbyrån Hallvarsson & Halvarsson som erbjuder tjänster inom financial communication, corporate communication, corporate marketing och public affairs.

För mer information om KW Digital besök www.kw-digital.com