



Smarta företag Index

2011-01-24

Övergripande mål med projektet

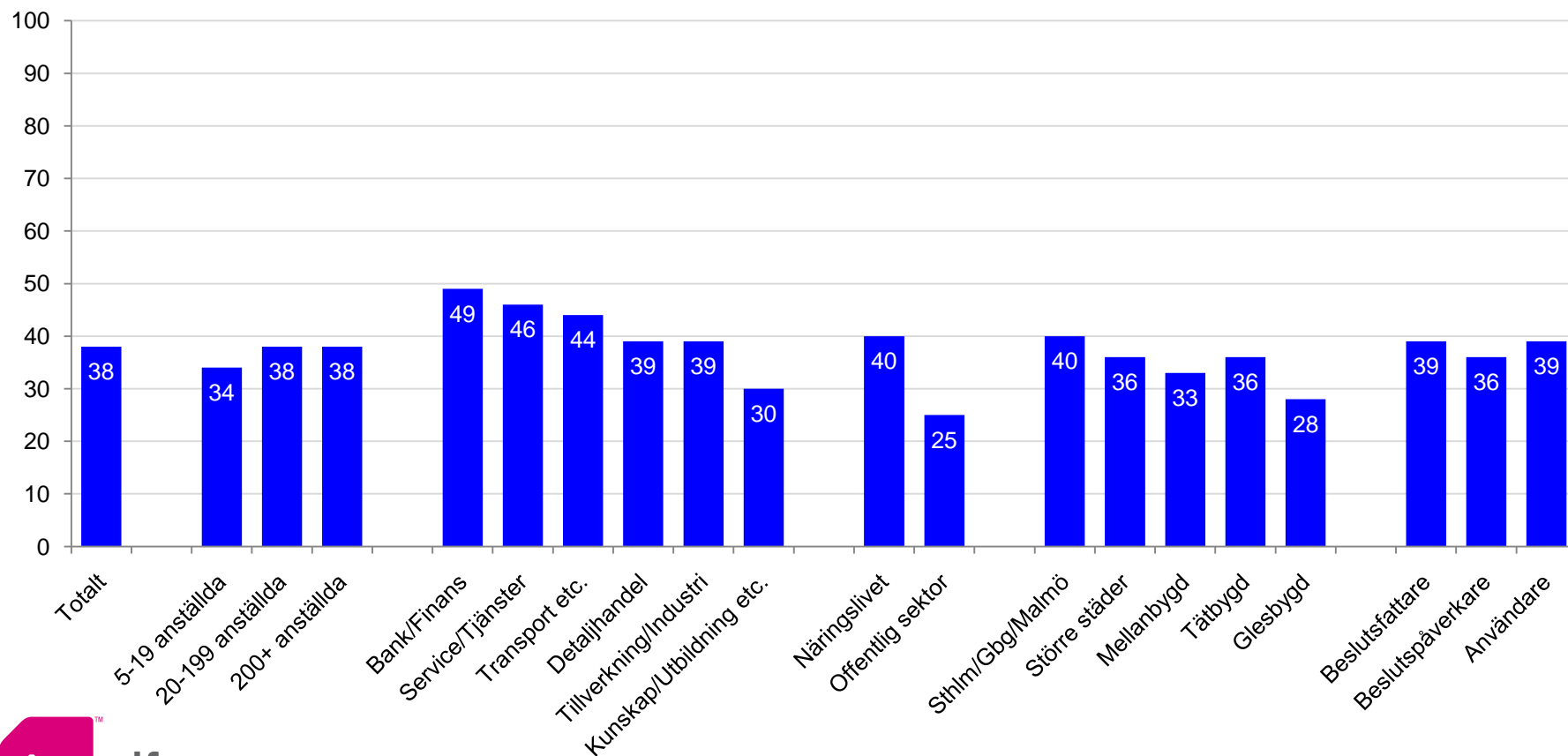
- Målet är att öka ”Smarta Företag Index” från dagens 38 till 70 inom fem år.
- Ett Smart Företag:
 - erbjuder ett **mobilt arbetssätt** för de som behöver det
 - erbjuder sina medarbetare **fullgoda alternativ** till fysiska möten
 - serverar kunder när **kunderna** har tid
 - kan **bjuda in** kunder och partner till relevanta interna system(resurser)
 - använder dynamik och verktyg från **Sociala Medier** för att skapa en transparent dialog med kunder, partner och medarbetare

Index - Beskrivning

- Ett index som reflekterar hur ”smarta” företagen är har tagits fram. Index kan anta ett värde mellan 0-100 och bygger på i vilken utsträckning företagen instämmer med följande fem påståenden:
 - Har ett mobilt arbetssätt
 - Använder sig aktivt av virtuella möten
 - Servar kunder på det sätt och vid den tid som passar kunderna
 - Kan ge kunder eller partners del av gemensam information från interna system
 - Använder Sociala Medier
- För varje svarande beräknas ett index genom att ta medelvärdet av svaren på dessa 5 frågor, där ett positivt svar (4-5) ges värdet 100 och ett svar 1-3 ges värdet 0. (Vet ej tas inte med i beräkningen.) Det totala indexet är medelvärdet för samtliga svarande.

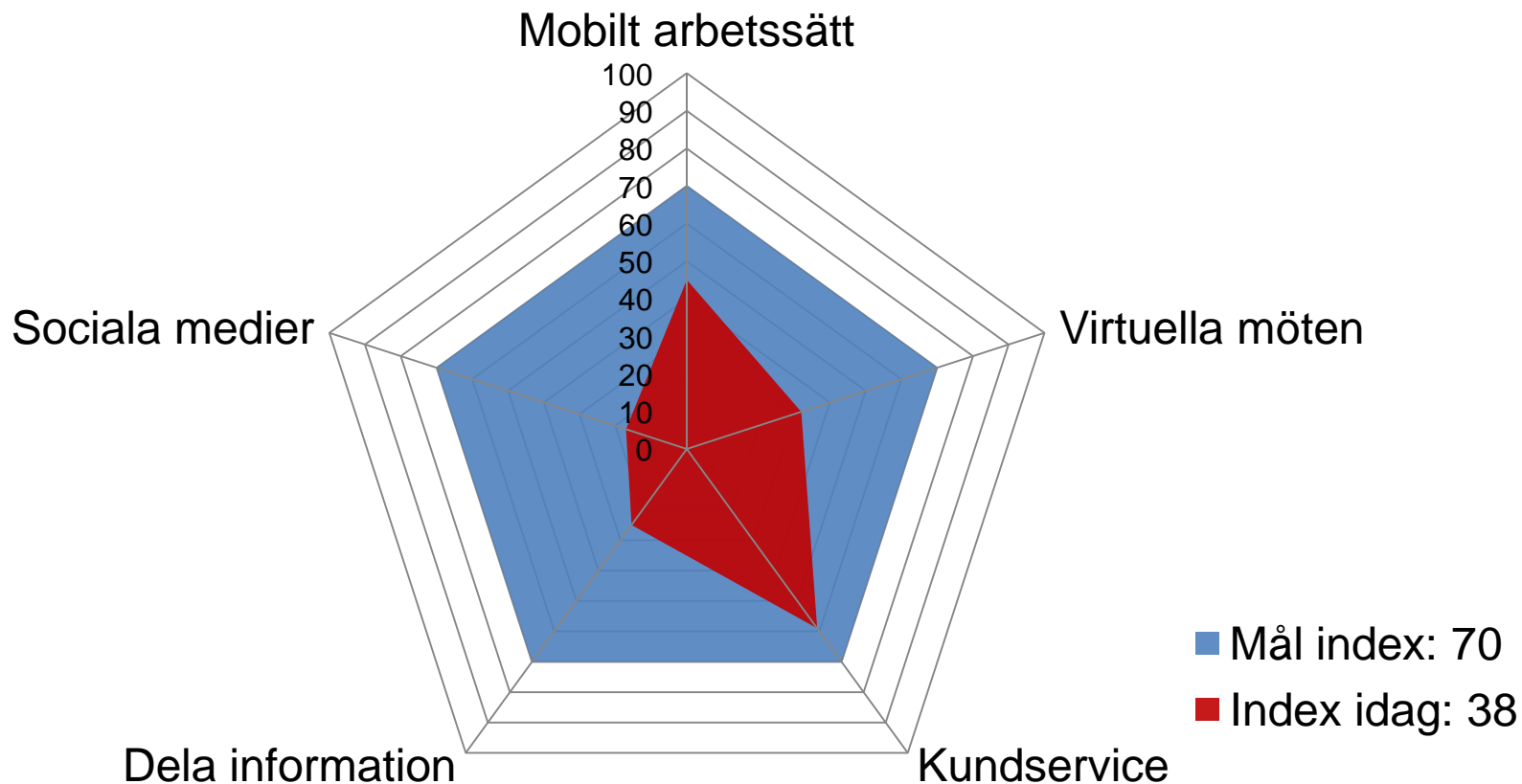
Index - Resultat

- Totala index ligger på 38.
- Små företag har ett lägre index på 34, jämfört med mellanstora och stora företag som har ett index på 38.
- Företag som är verksamma inom bank/finans har högst index på 49. Företag verksamma inom kunskap/utbildning och liknande har lägst index på 30.
- Offentlig sektor ligger lågt med index på 25, jämfört med genomsnittet för övriga branscher som ligger på 40.
- Svarande som har sin huvudsakliga arbetsplats i Stockholm, Göteborg eller Malmö och anser i högre utsträckning jämfört med övriga att deras företag arbetar "smart" med ett index på 40.



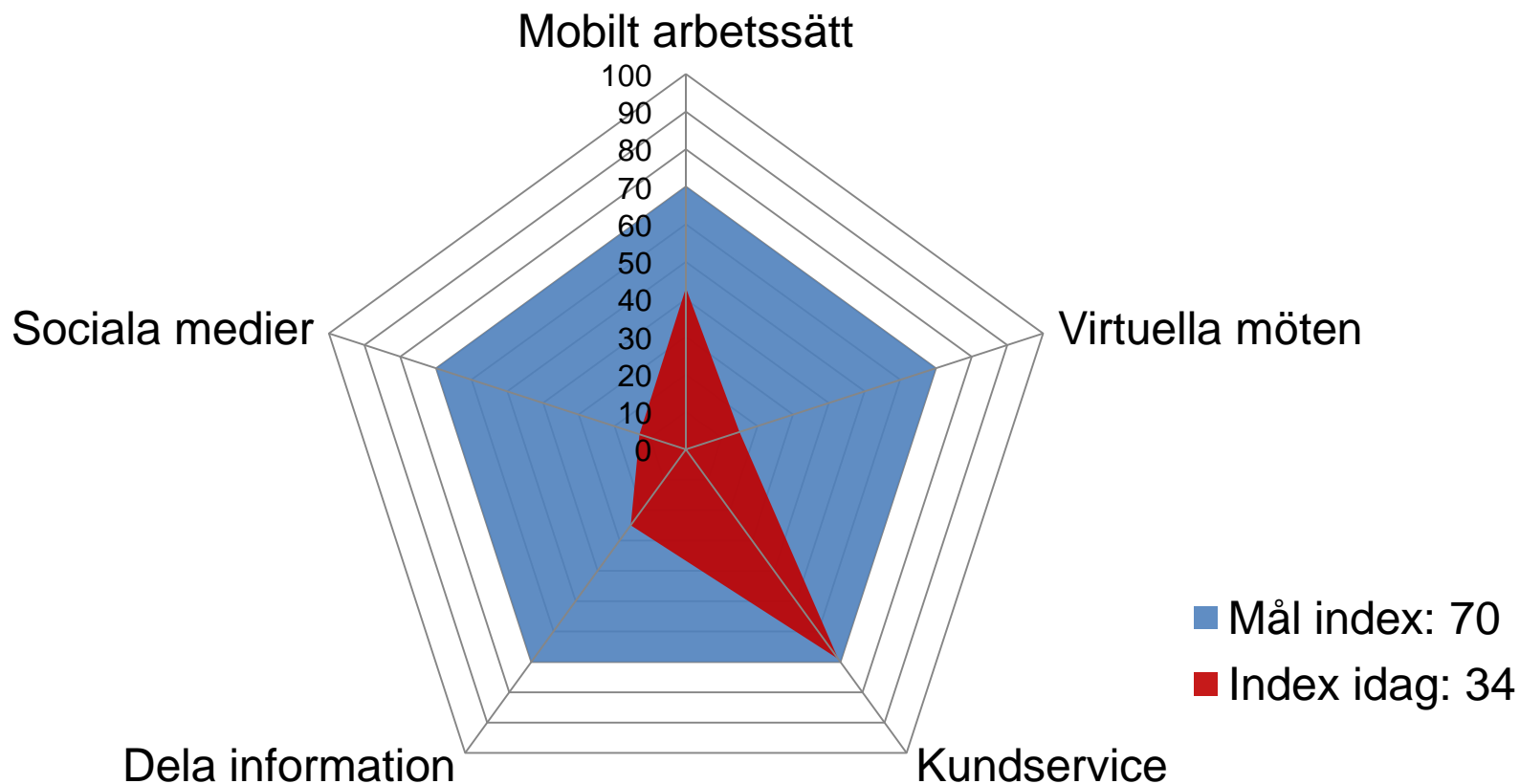
Index för de fem dimensionerna

Totalt



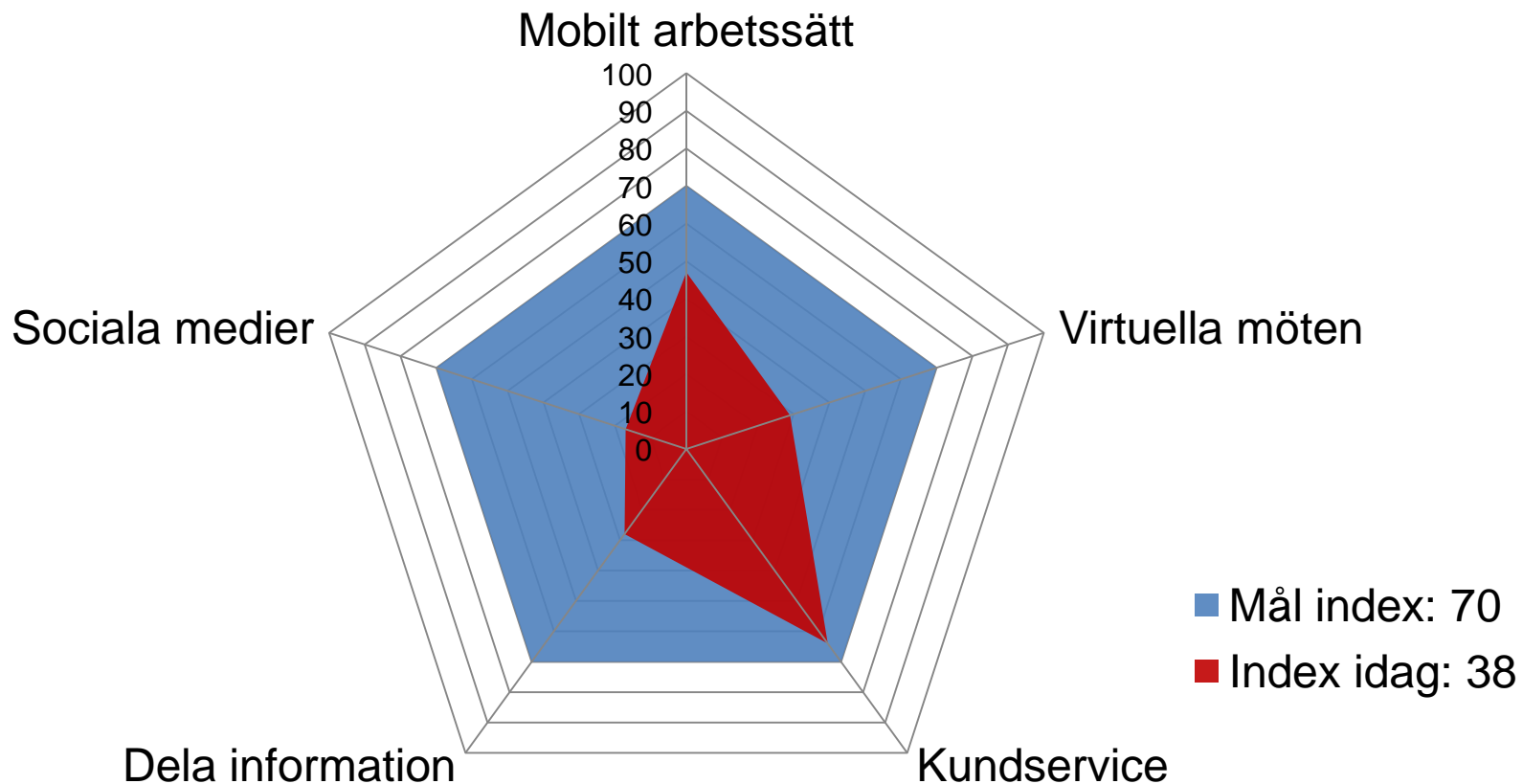
Index för de fem dimensionerna

Företag med 5-19 anställda



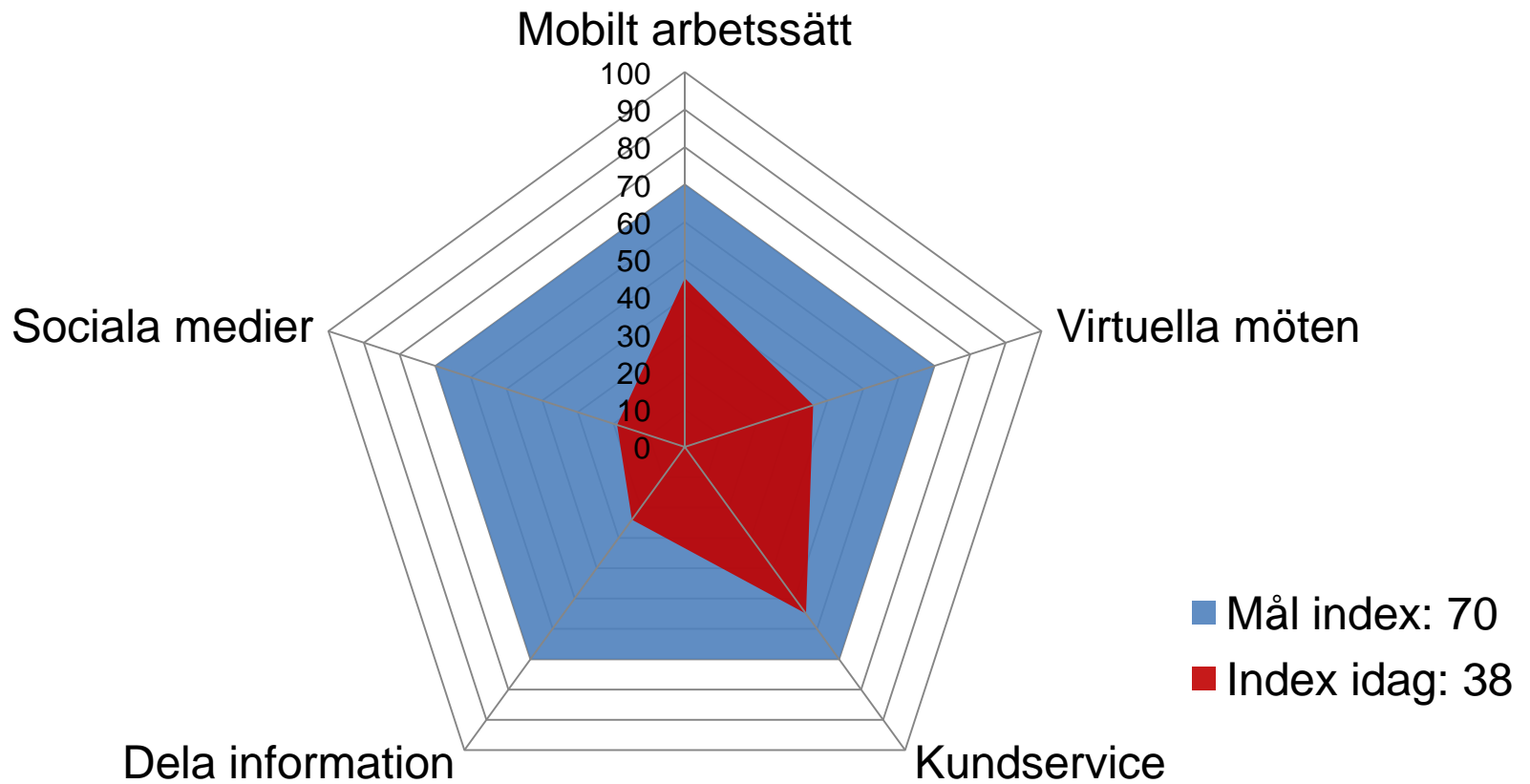
Index för de fem dimensionerna

Företag med 20-199 anställda



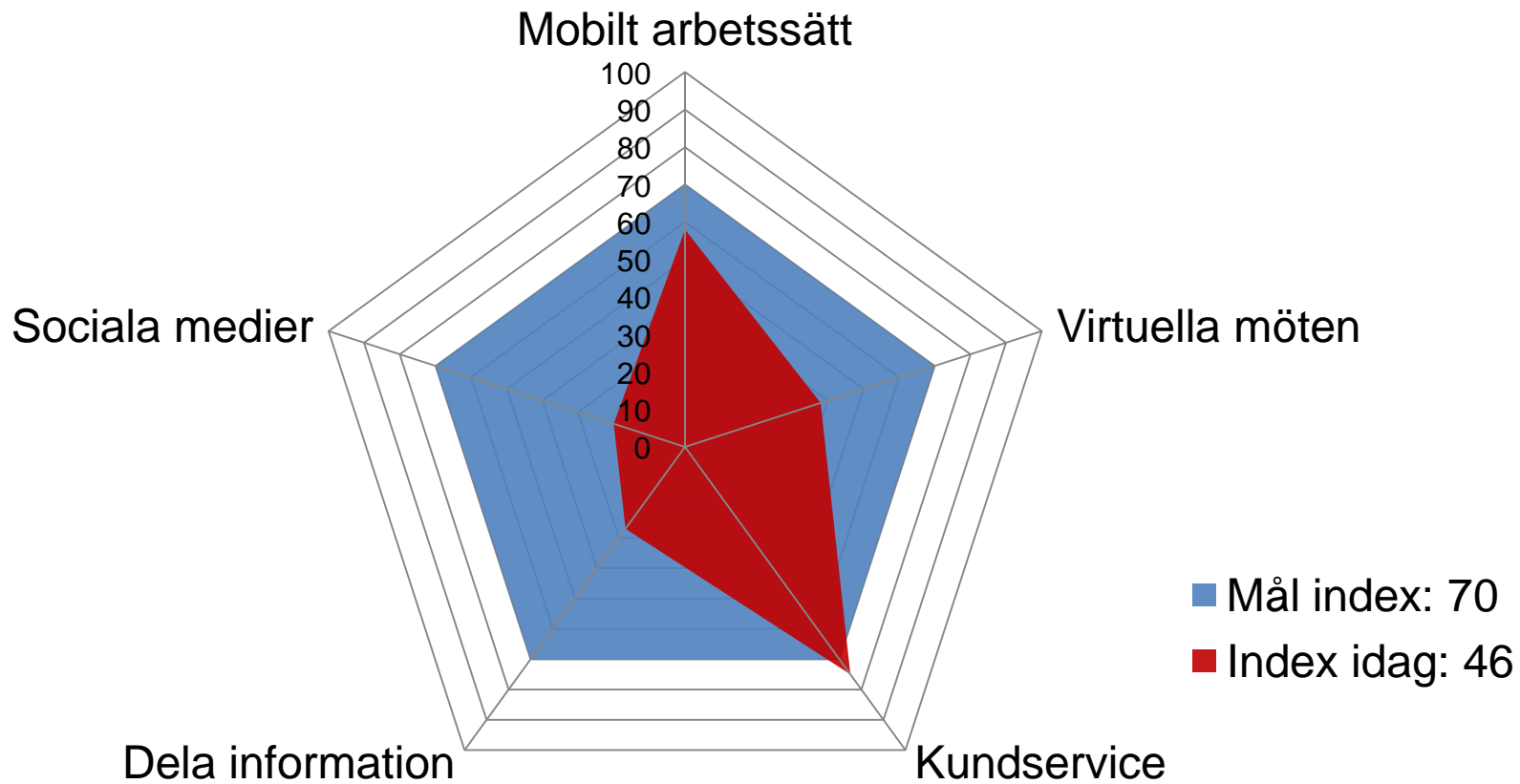
Index för de fem dimensionerna

Företag med 200+ anställda



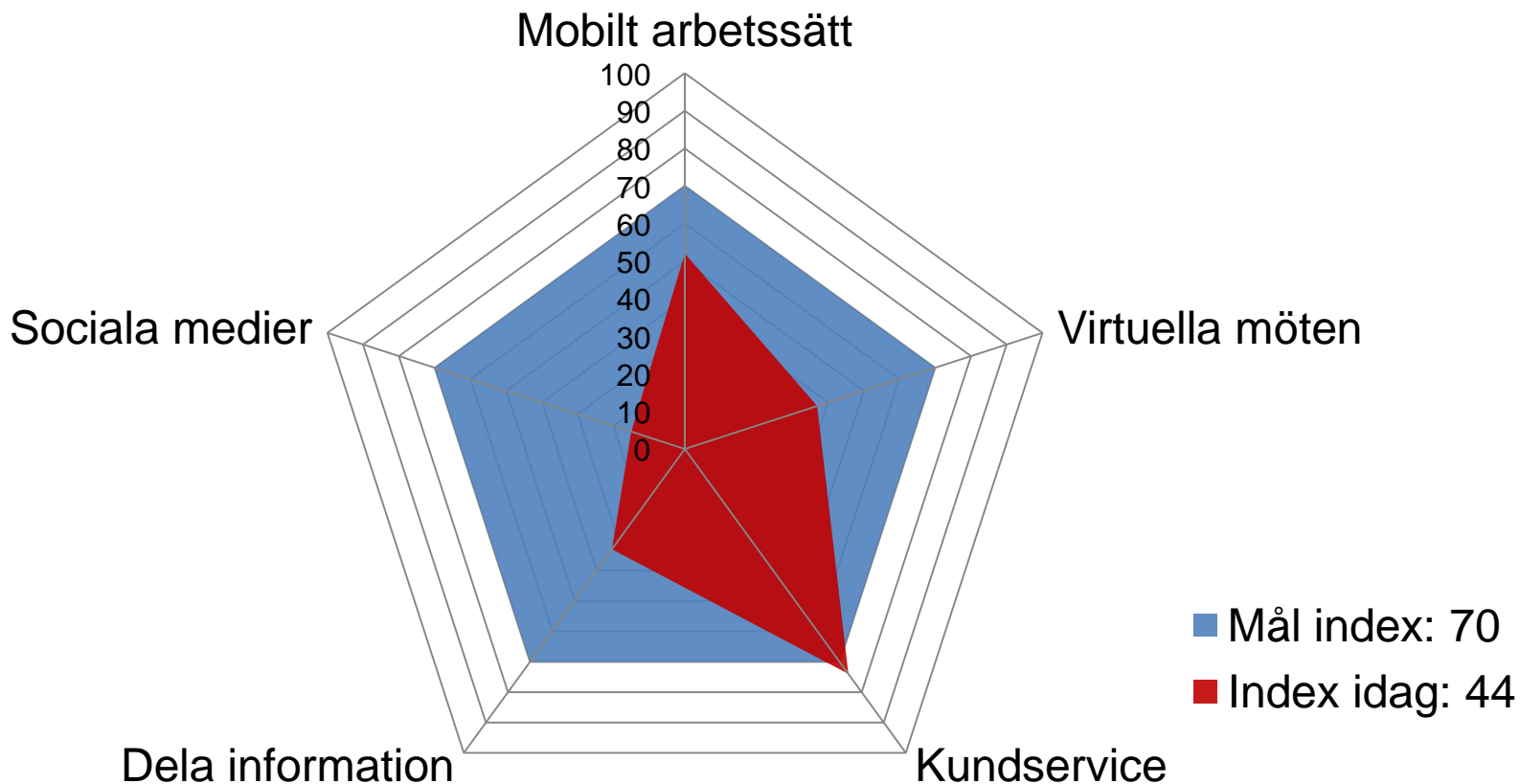
Index för de fem dimensionerna

Service/Tjänster



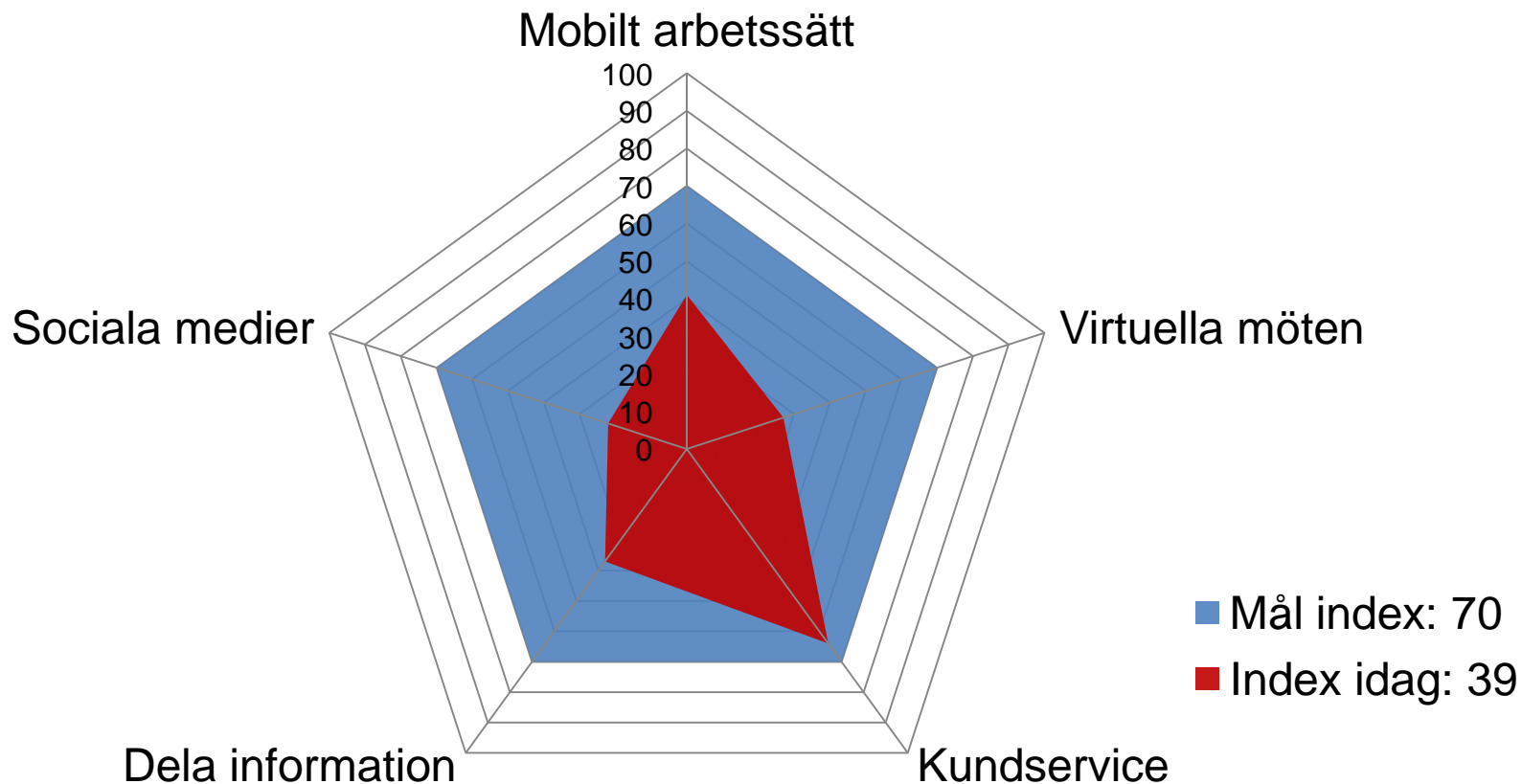
Index för de fem dimensionerna

Transport eller liknande



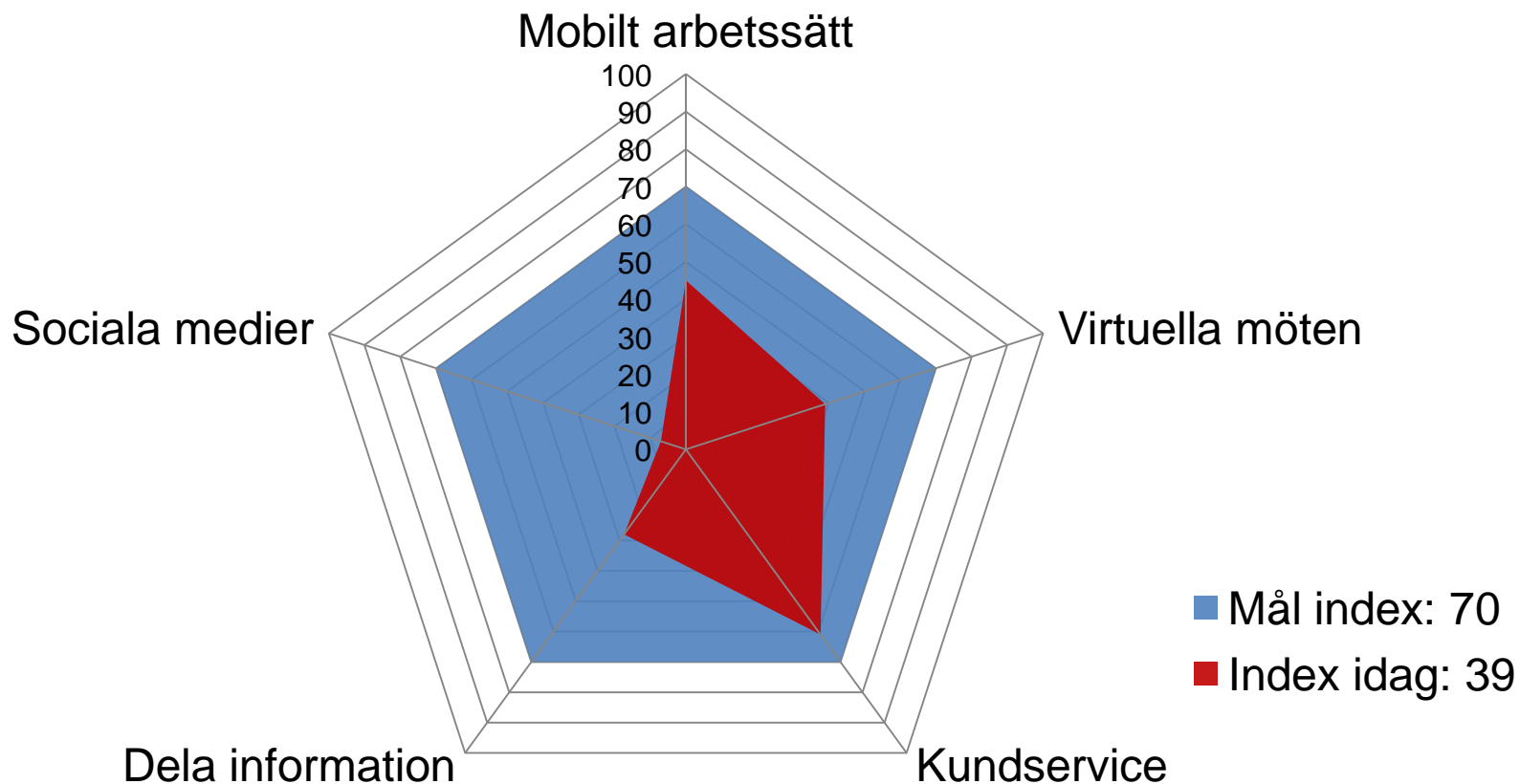
Index för de fem dimensionerna

Detaljhandel



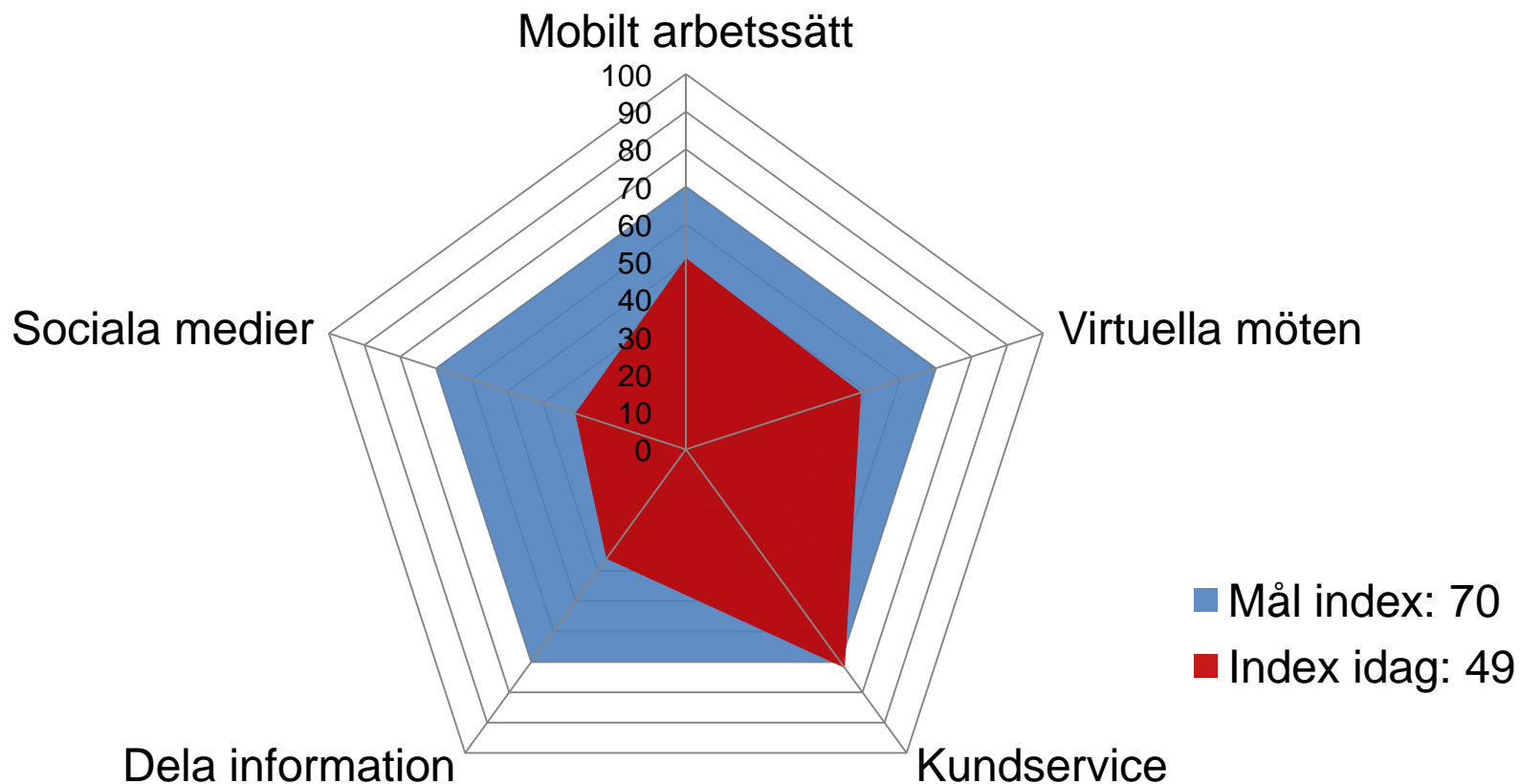
Index för de fem dimensionerna

Tillverkning/Industri



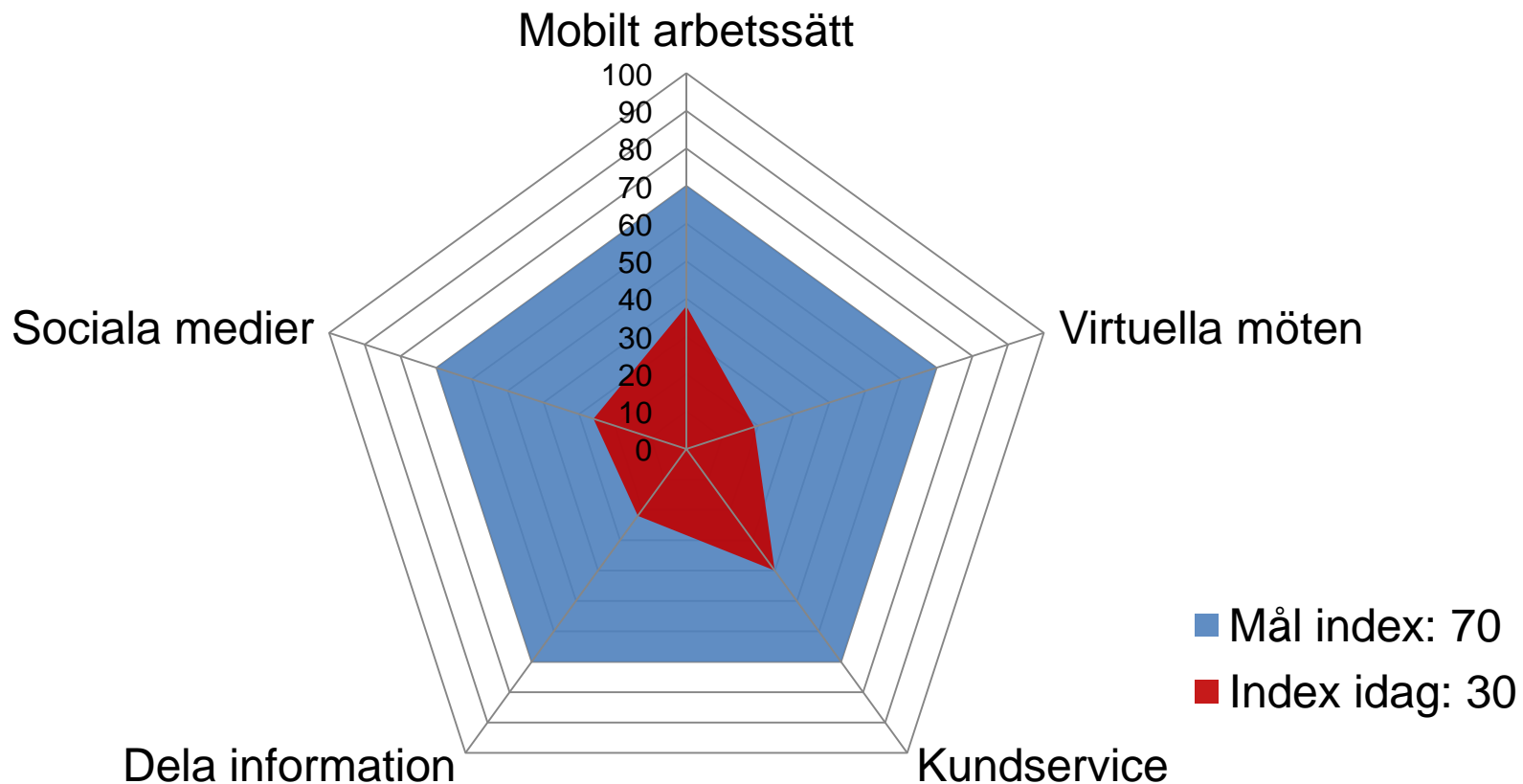
Index för de fem dimensionerna

Bank/Finans



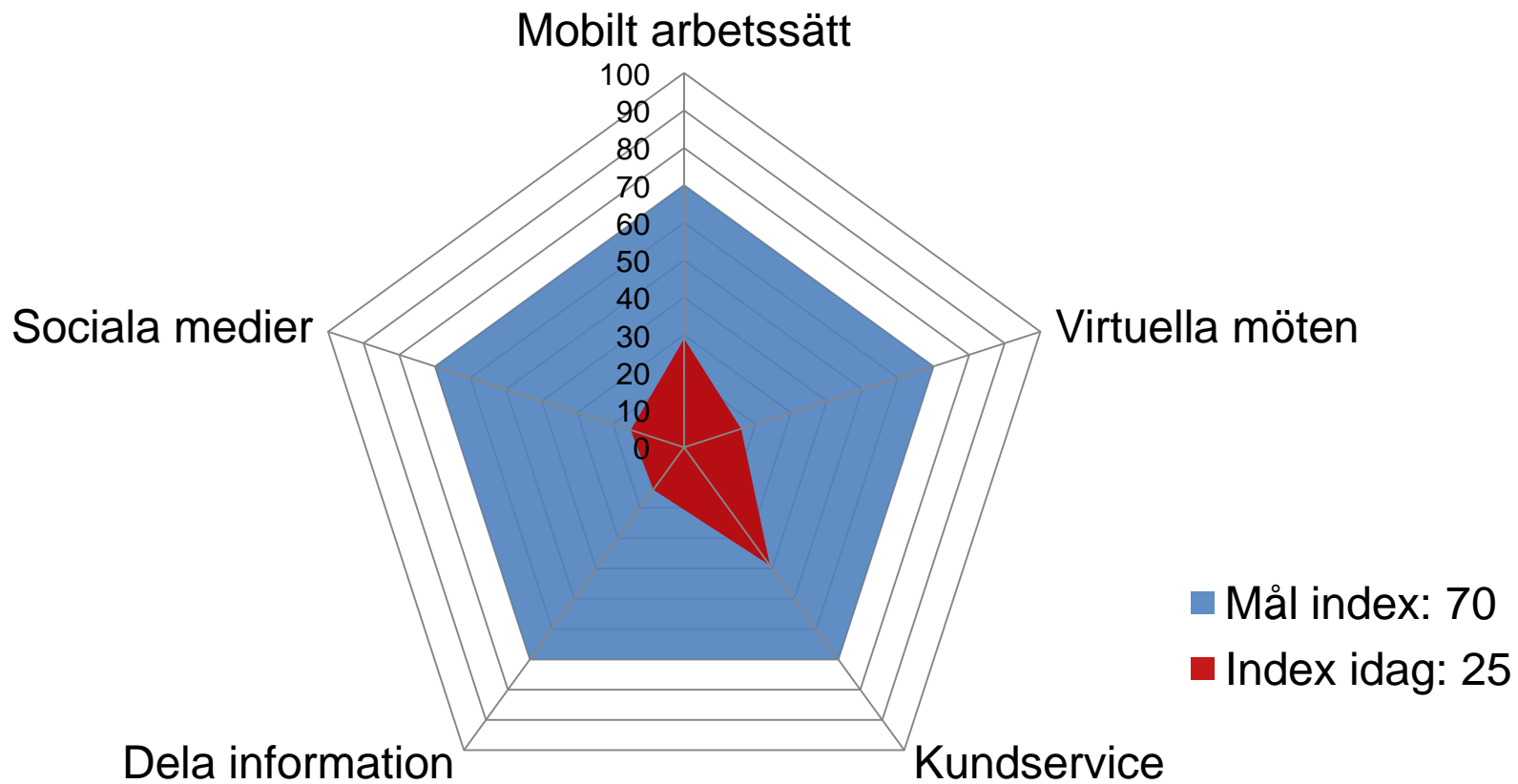
Index för de fem dimensionerna

Kunskap/Utbildning



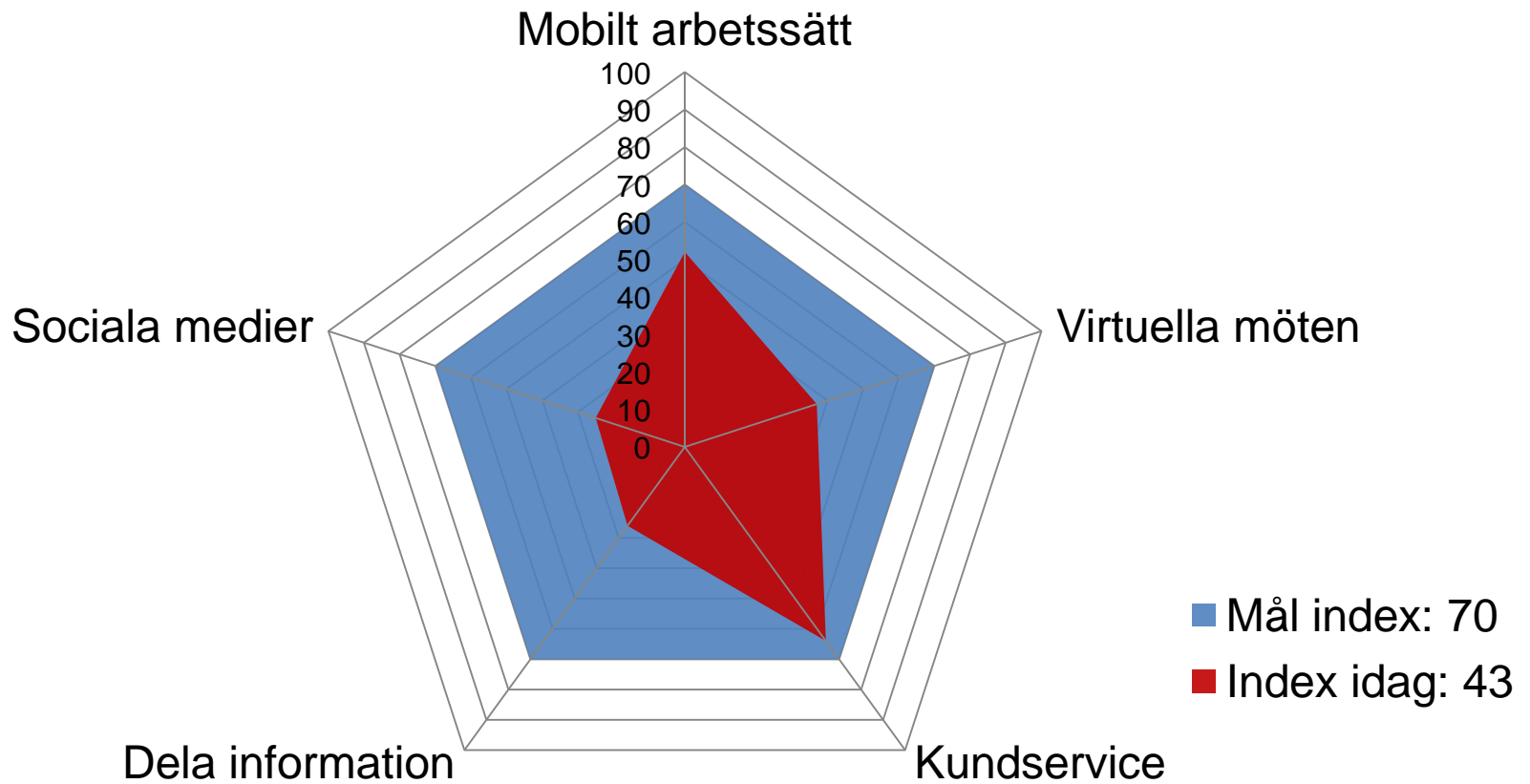
Index för de fem dimensionerna

Offentlig sektor



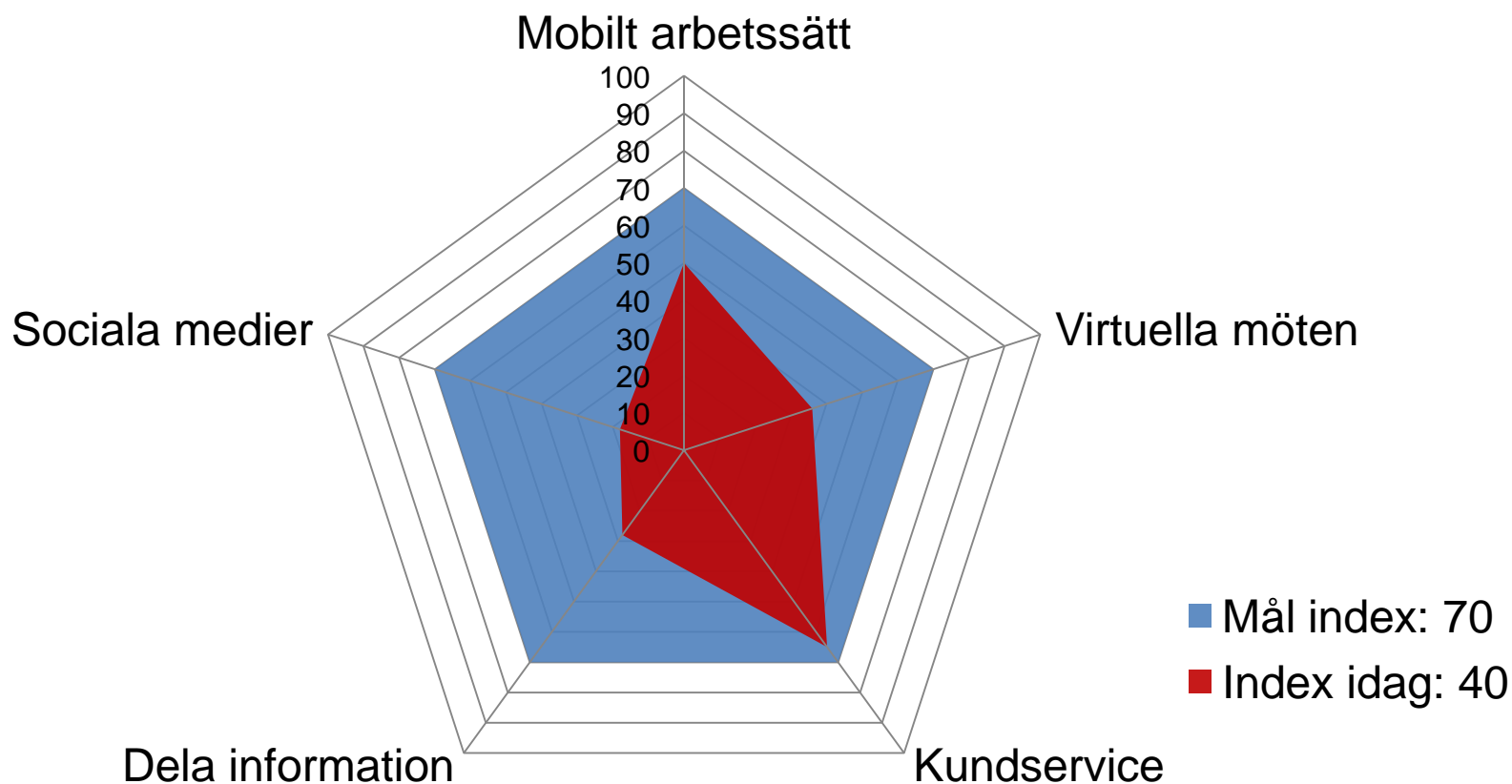
Index för de fem dimensionerna

Annan bransch



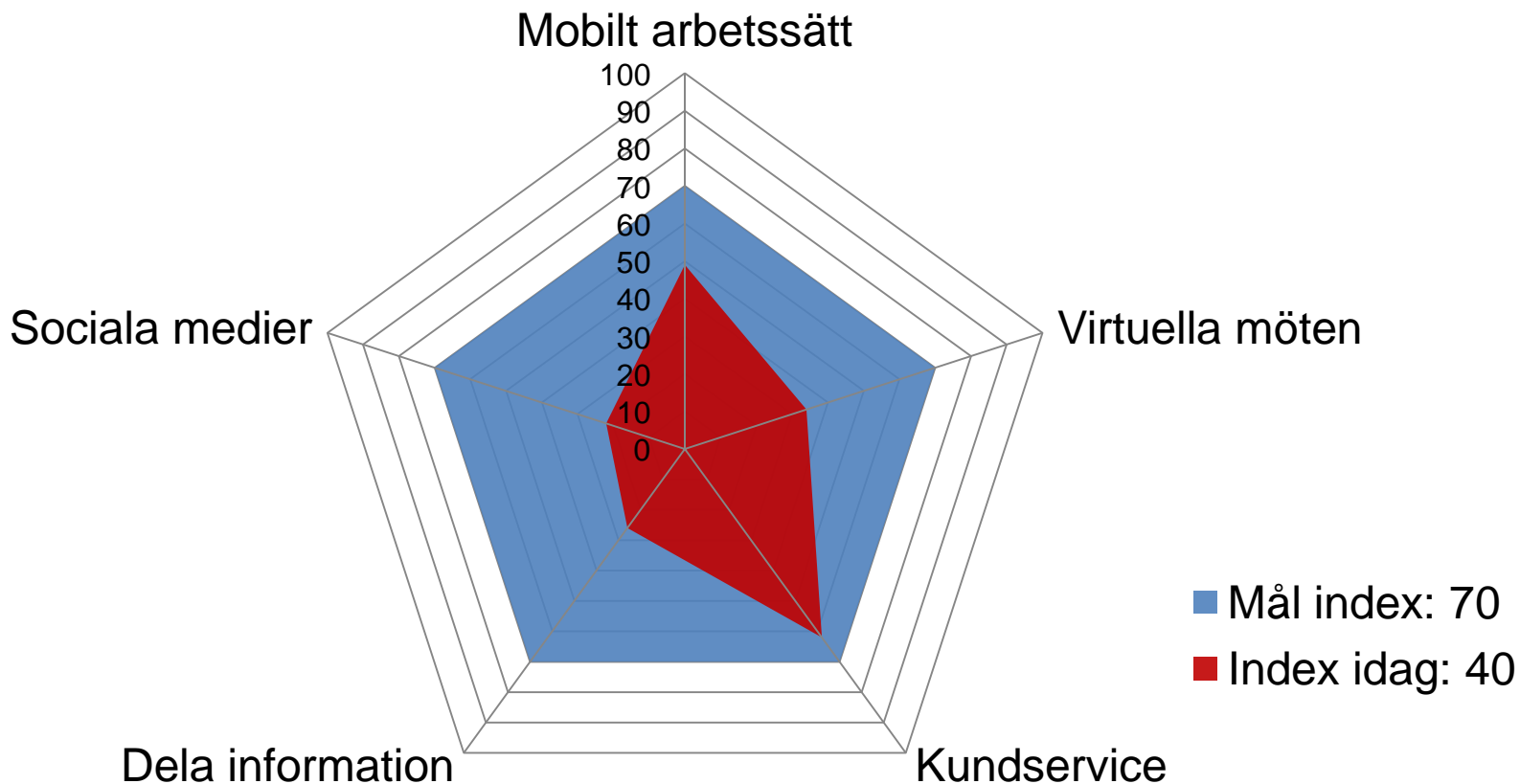
Index för de fem dimensionerna

Näringslivet (samtliga branscher exkl. offentlig sektor)



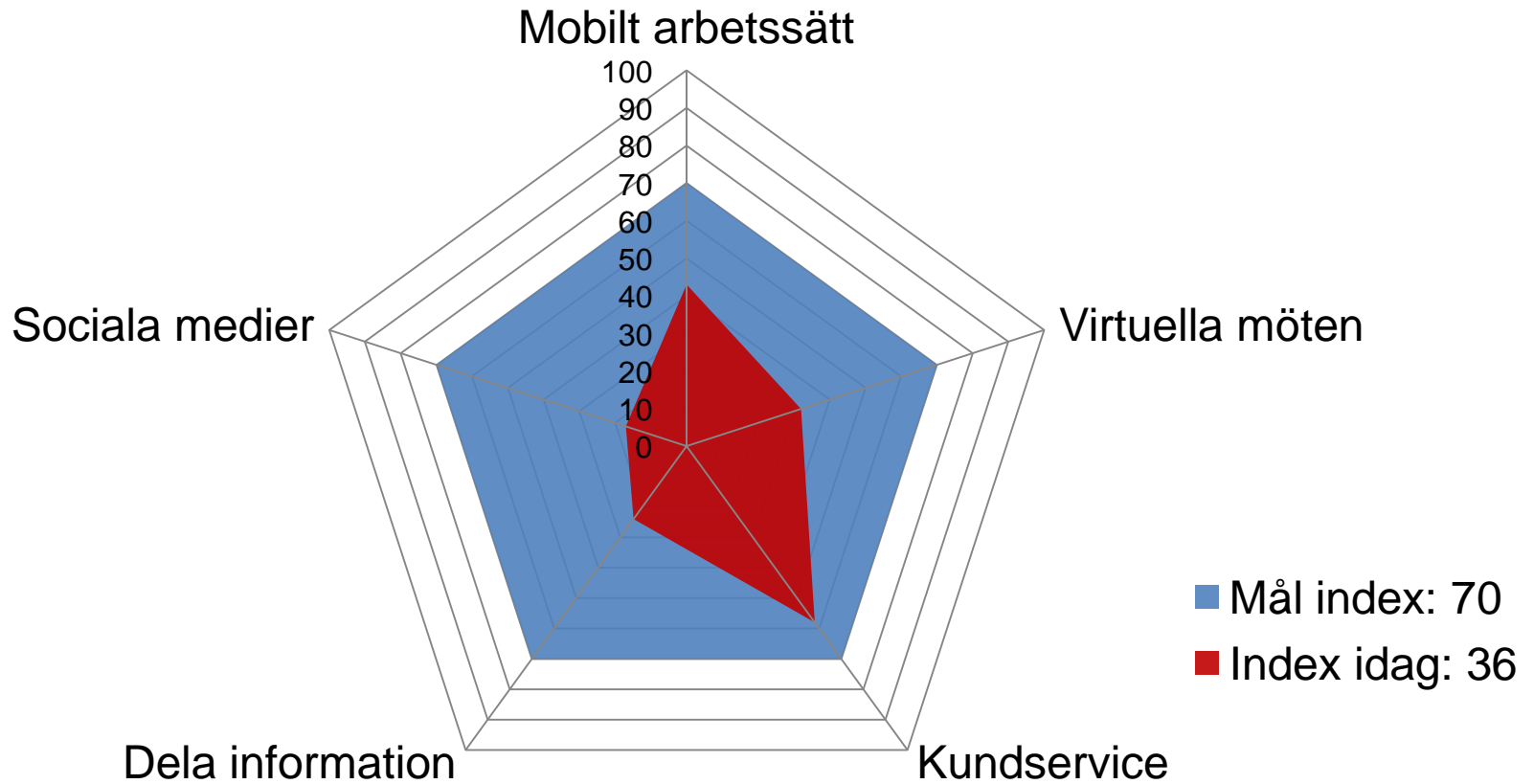
Index för de fem dimensionerna

Sthlm, Gbg, Malmö



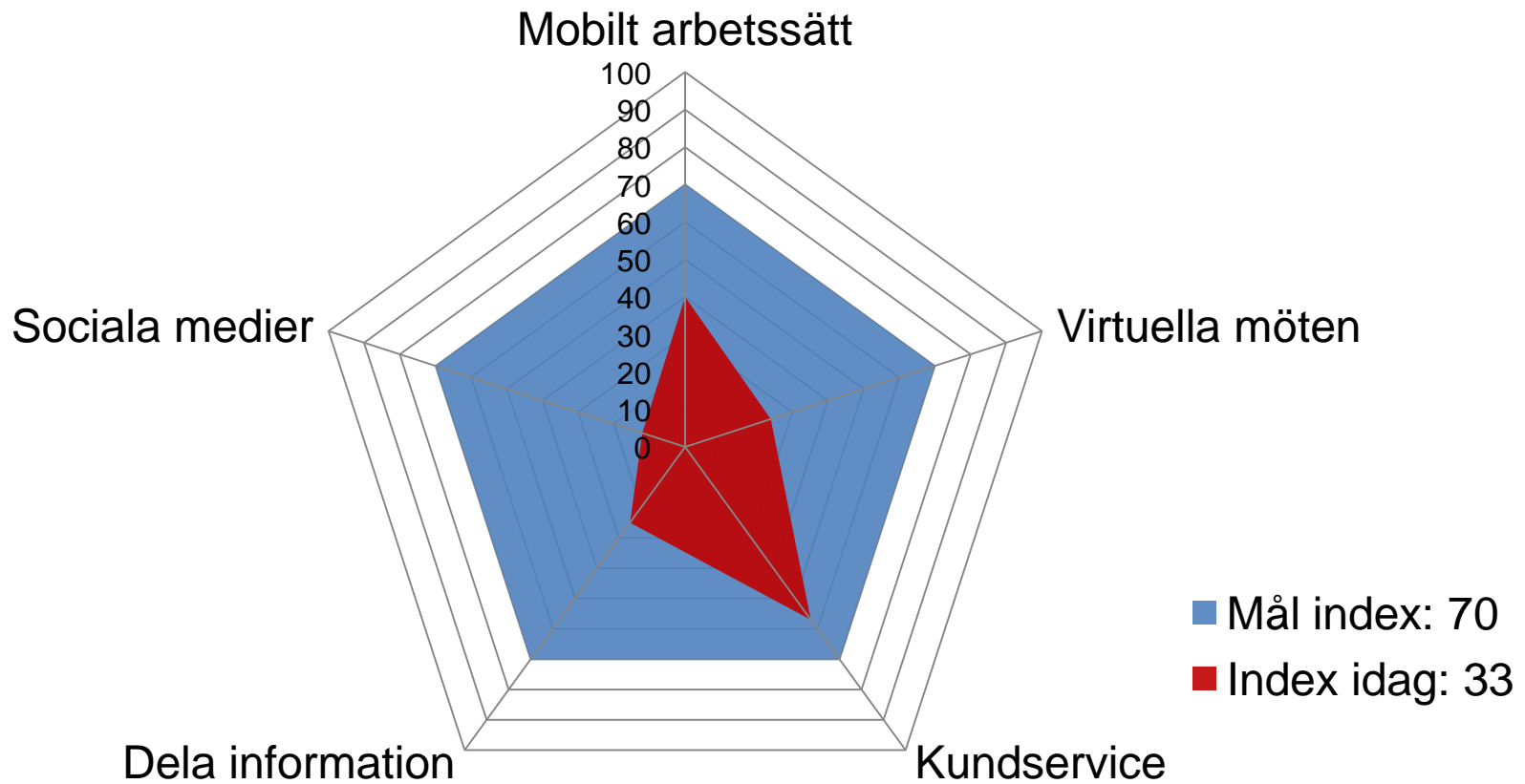
Index för de fem dimensionerna

Större städer



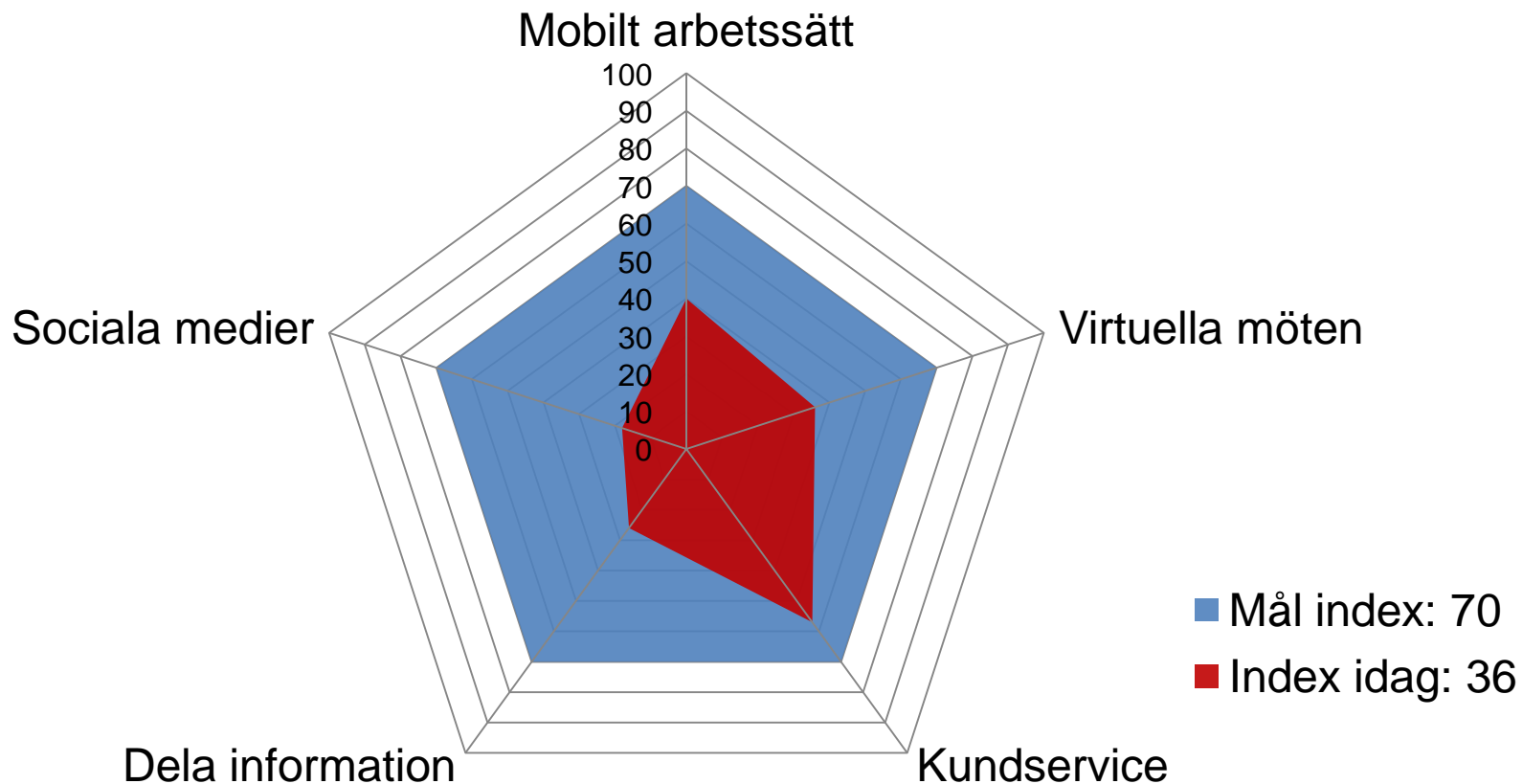
Index för de fem dimensionerna

Mellanbygd



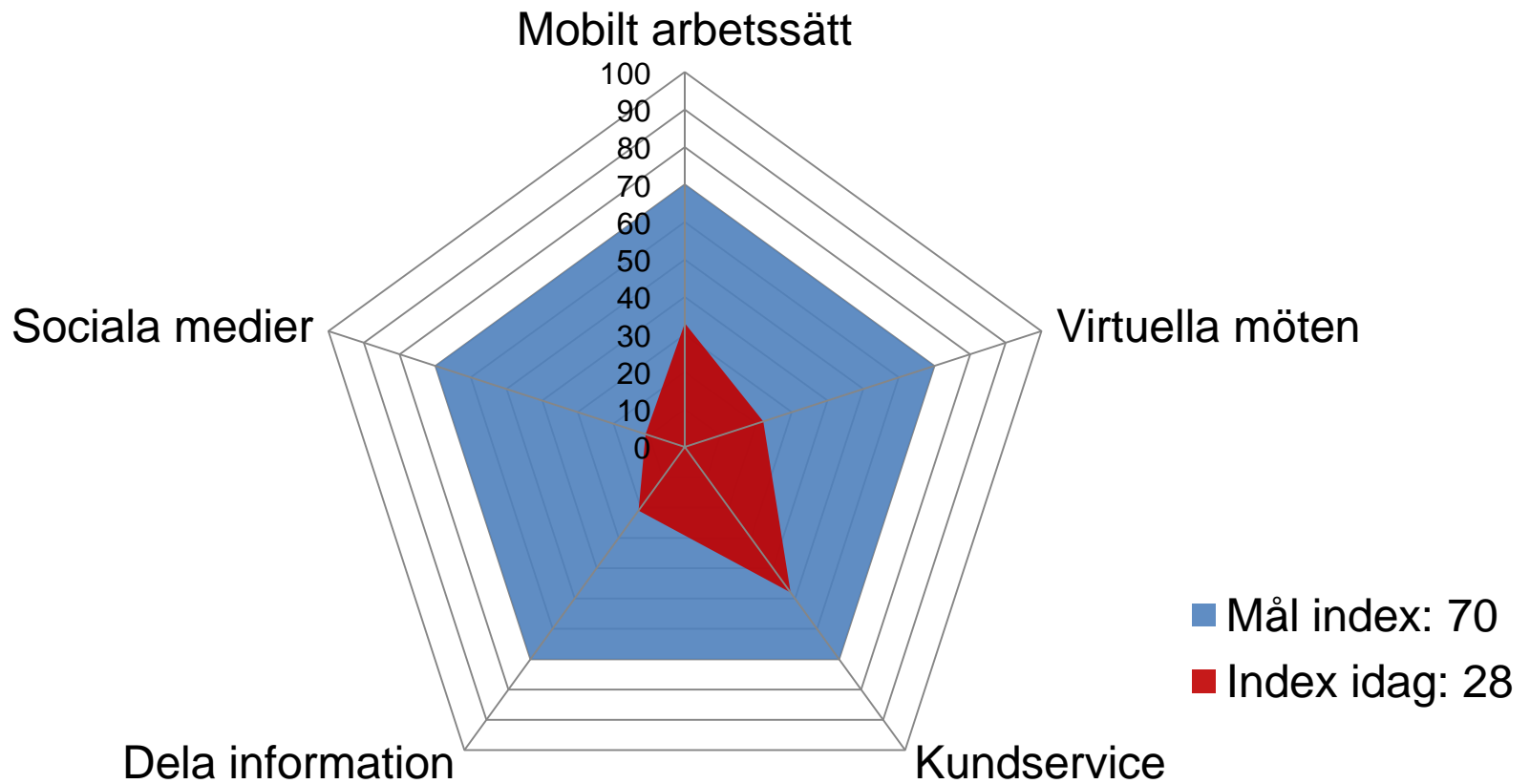
Index för de fem dimensionerna

Tätbygd



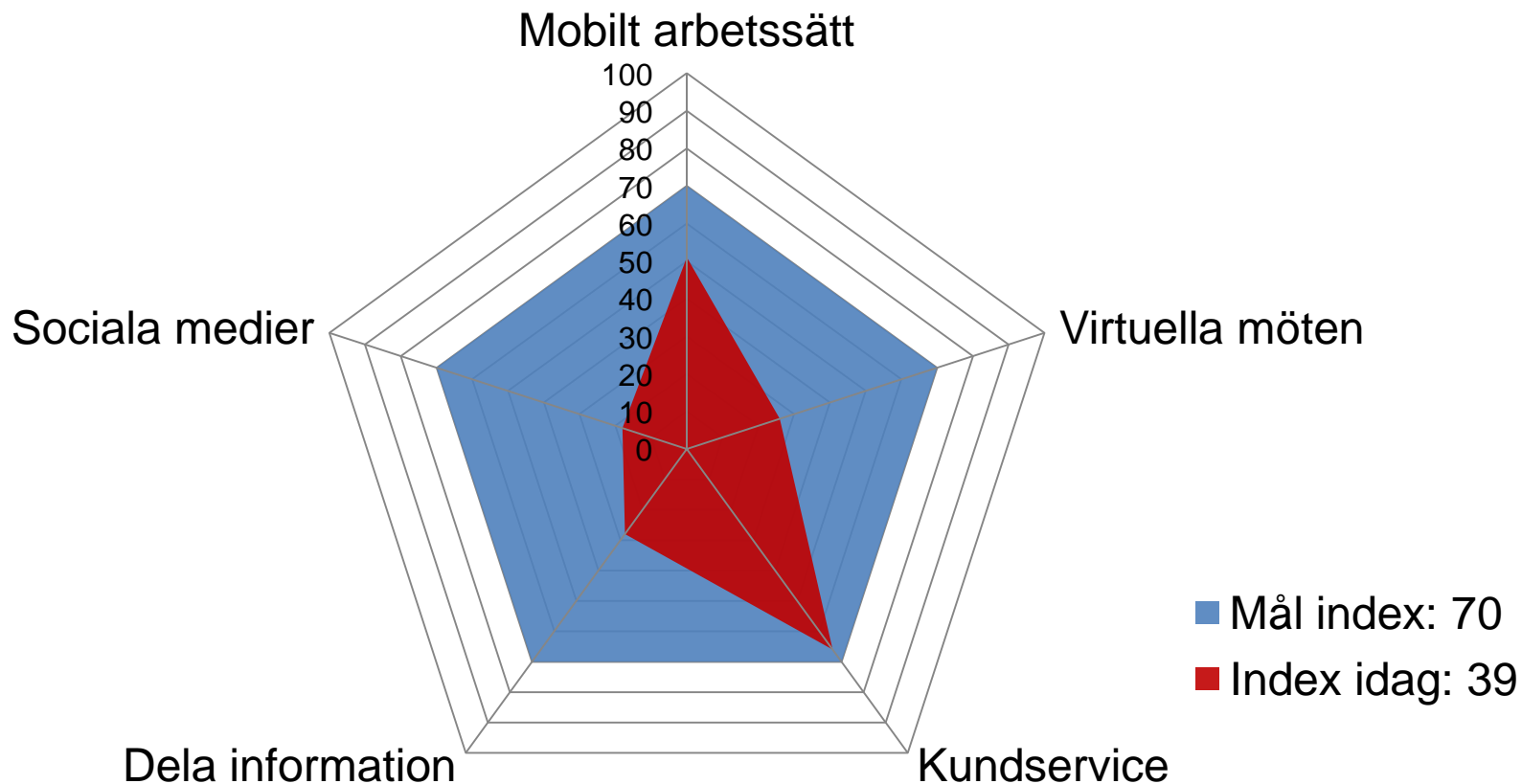
Index för de fem dimensionerna

Glesbygd



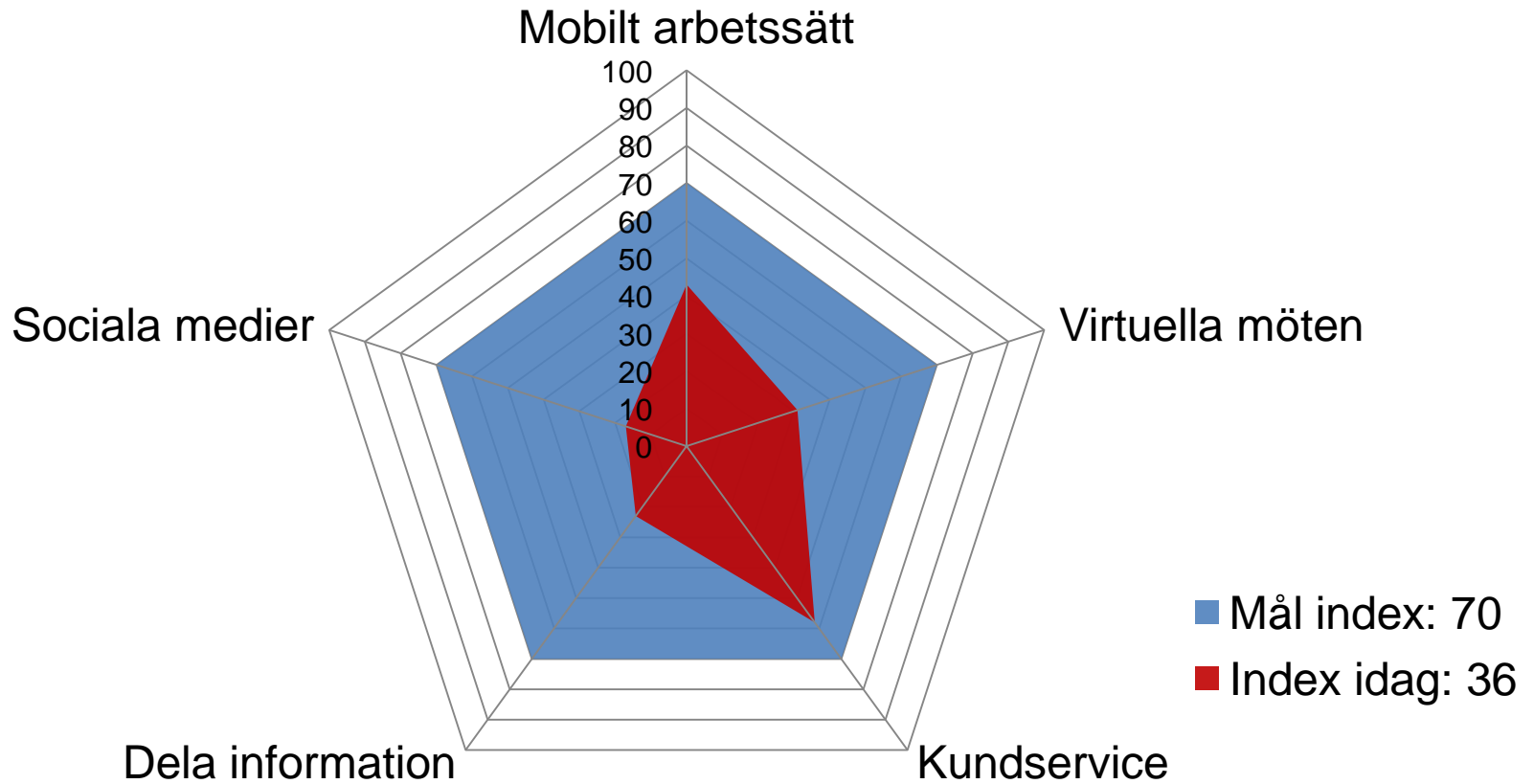
Index för de fem dimensionerna

Beslutsfattare



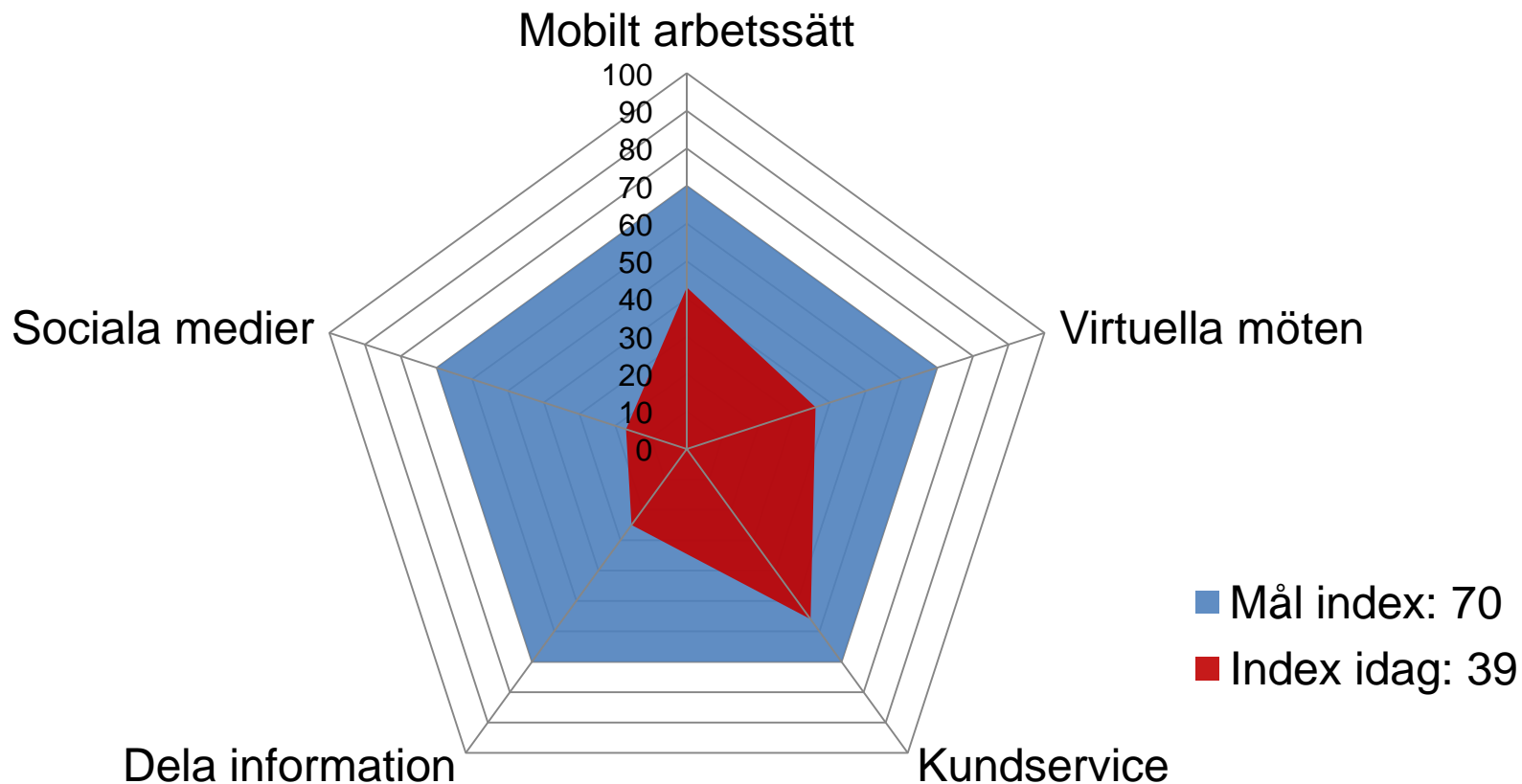
Index för de fem dimensionerna

Beslutspåverkare



Index för de fem dimensionerna

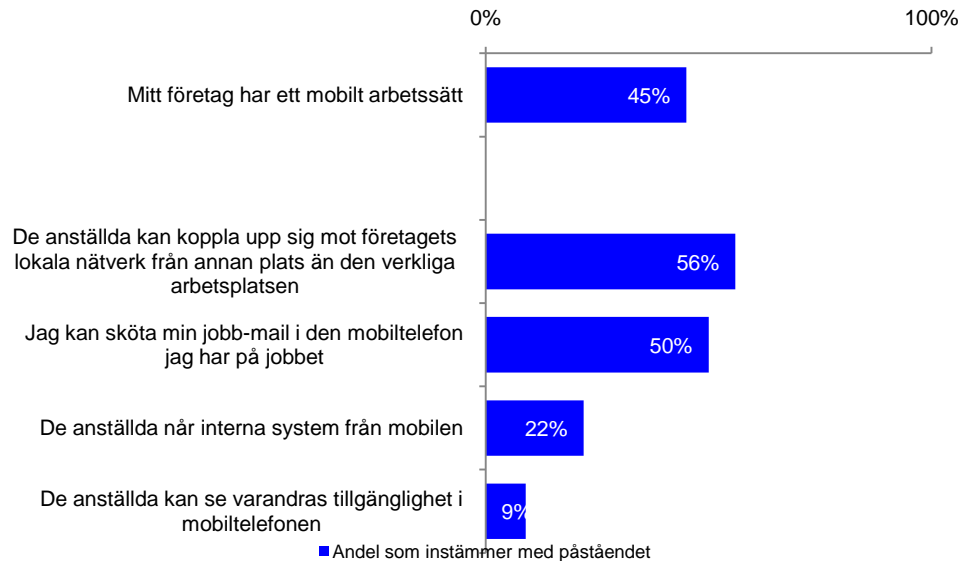
Endast användare



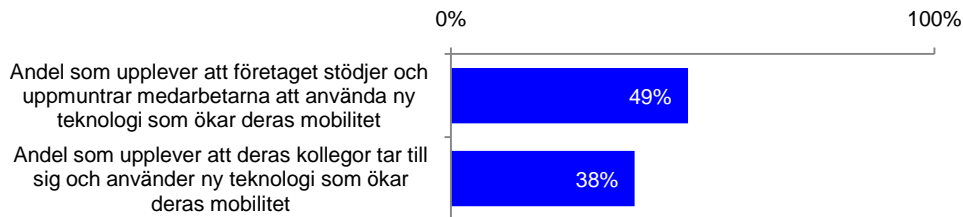
TeliaSonera och Ciscos hypoteser

- "Falsk mobilitet"
 - Många företag anser att de har ett mobilt arbetssätt, men enligt TeliaSonera och Ciscos definition är de ej mobila (de har t.ex. ej e-post via mobilen).
- Visionen om virtuella möten som sparar tid, pengar och miljö
 - Det finns inte så många idag!
- Den omoderna kundservicen
 - Användningen av ICT (information and communication technologies) är låg. Potential finns att serva kunden bättre.
- Sociala medier: ett orört område
 - Svenska företag investerar ej. Däremot finns ett intresse att t.ex. förbättra kundupplevelsen.

Falsk mobilitet

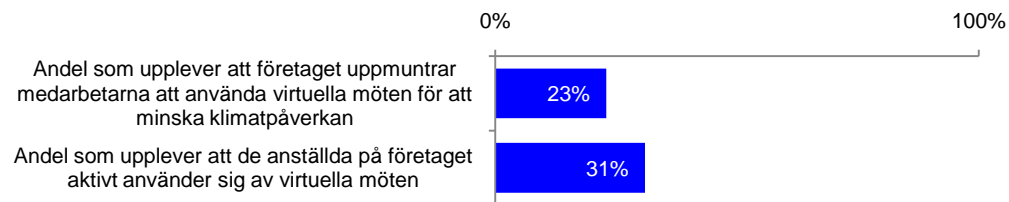
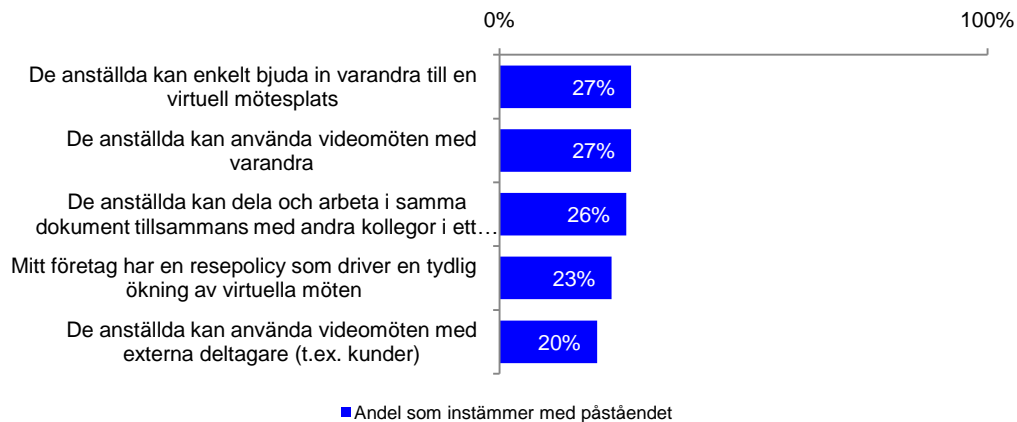


Stöd från företaget för användning av ny teknologi vs. mottaglighet bland de anställda



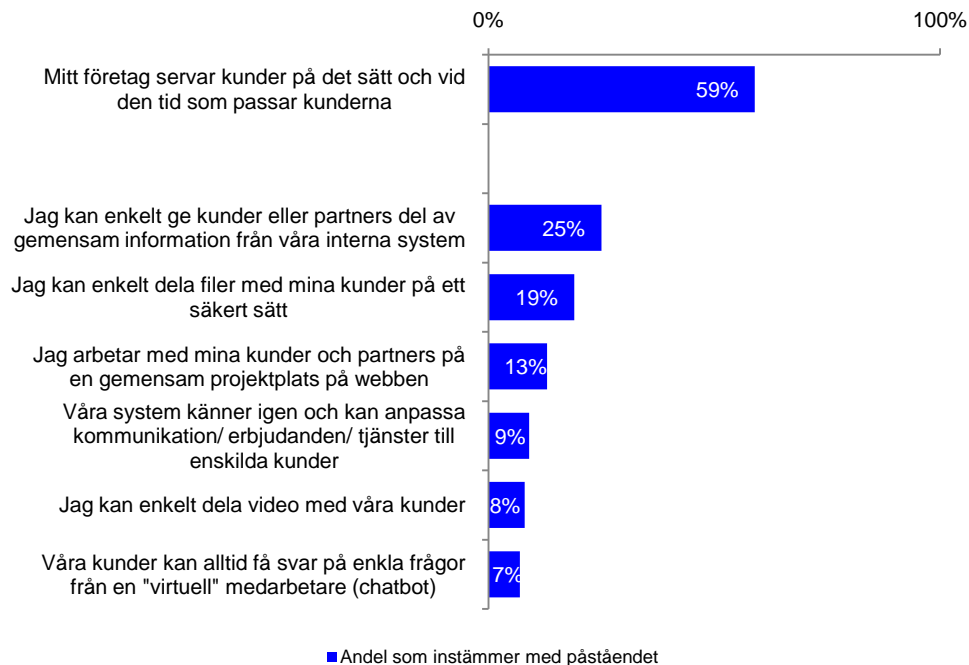
- Knappt hälften av svenska företag anser att de har ett mobilt arbetssätt. Det kan anses stämma då hälften av de tillfrågade kan läsa sin mail i mobilen och uppger att deras företag stödjer och uppmuntrar sina anställda att använda ny teknologi som ökar deras mobilitet.
- Stor skillnad i upplevd mobilitet mellan branscherna: Bland de svarande som arbetar med Service och tjänster är det 58 % som anser att deras företag har ett mobilt arbetssätt, medan motsvarande siffra för offentlig sektor är 29 %.
- Jobb-mail via mobilen är vanligast inom bank och finans branschen: 77 % uppger att de kan sköta sin jobb-mail i mobilen.
- Stor betydelse vilken roll man har i företaget, t.ex. har 63 % av beslutsfattare tillgång till sin jobb-mail i mobilen jämfört med 37 % bland användare.
- Något färre upplever att deras kollegor tar till sig och använder ny teknologi som ökar deras mobilitet jämfört med andelen som upplever att företaget stödjer och uppmuntrar detsamma.
- Finns det skäl att sträva mot en ökad mobilitet? Undersökningen antyder att...
 - Knappt 7 av 10 anser att ett mobilt arbetssätt leder till en ökad motivation bland medarbetarna.
 - 6 av 10 anser att ett mobilt arbetssätt leder till nöjdare kunder.
 - 5 av 10 anser att ett mobilt arbetssätt leder till en ökad lönsamhet för deras företag.
- (I nuläget ser alltså något fler en positiv inverkan på de anställda snarare än kunderna.)

Virtuella möten



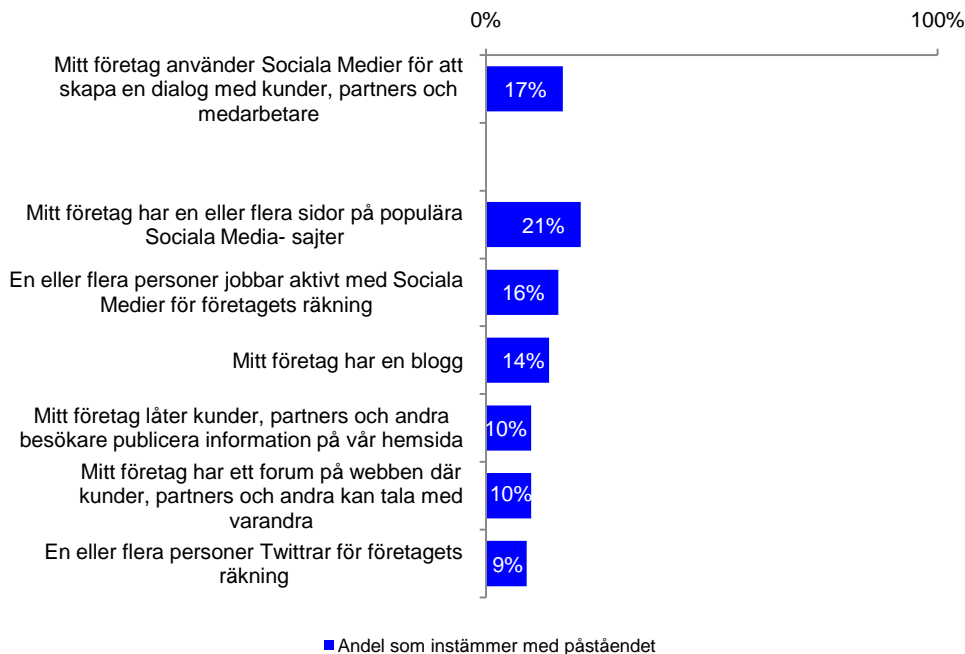
- Knappt en tredjedel av företagen använder sig aktivt av virtuella möten. Ju mindre företaget är, desto mindre förekommande är det och desto färre former av virtuella möten erbjuds. Bland små företag med 5-19 anställda uppger 15 % att de aktivt använder virtuella möten jämfört med 36 % bland stora företag med 200+ anställda.
- Storstadsföretag använder sig mer av virtuella möten jämfört med företag i glesbygden.
- Få företag har policys (för resor, miljöpåverkan etc.) som driver användningen av virtuella möten och få upplever att företagen uppmuntrar dem till att använda virtuella möten. Policys är vanligast inom bank/finans (37 %) och mindre vanligt bland t.ex. offentlig sektor (17 %).
- Undersökningen indikerar inte heller att virtuella möten ökar medarbetarnas motivation eller kundnöjdheten.
- De skäl som talar för virtuella möten är främst ekonomiska. Virtuella möten har en viss inverkan på lönsamheten genom att de innebär lägre kostnader jämfört med personliga möten.

Den omoderna kundservicen



- Företagen tycker att de kan serva kunderna på kundens villkor, i högst utsträckning små företag (69 %) jämfört med stora företag (54 %), men det verkar inte vara kopplat till ICT, utan snarare mer traditionella sätt att tillhandahålla kundservice (telefon, e-mail).

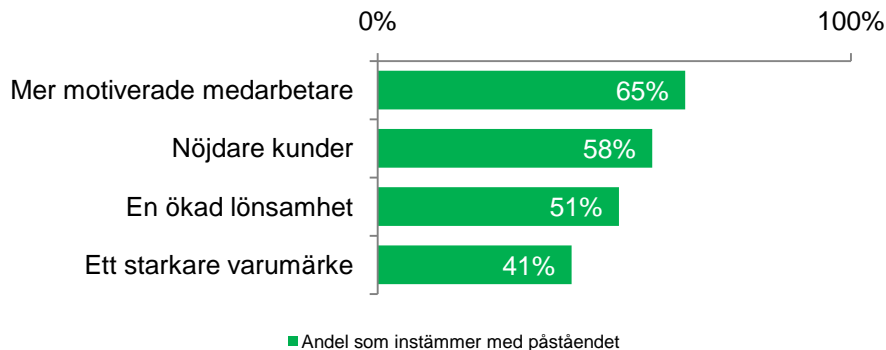
Sociala medier: Ett orört område?



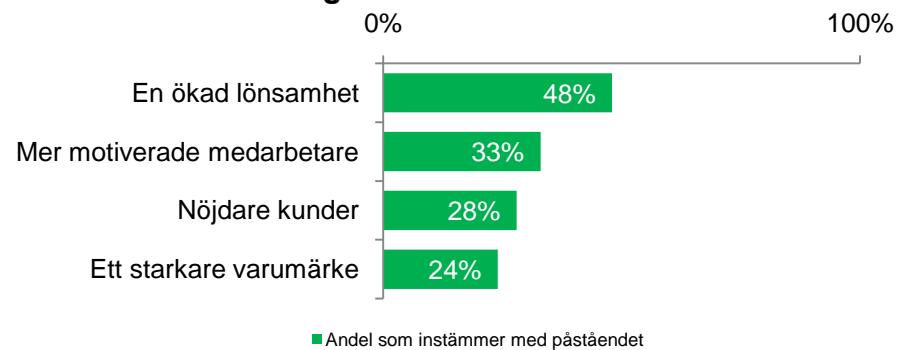
- Knappt var femte svenskt företag använder sig av sociala medier för att skapa en dialog med kunder, partners och medarbetare.
- 10 % låter kunder komma till tals på deras hemsidor.
- Större företag är mer aktiva på sociala media sajter, exempelvis Facebook, än mindre företag. Knappt var fjärde storföretag (fler än 200 anställda har en eller flera sociala media sidor). Detta beror sannolikt på att de ser en tydligare koppling mellan att vara aktiv på sociala medier och att utveckla sitt varumärke jämfört med mindre företag.
- Att jobba med Sociala Medier är särskilt vanligt inom branscherna bank och finans samt utbildning eller liknande, där var fjärde uppger att det finns personer som jobbar aktivt med Sociala Medier för företagets räkning.

Vad tror svenska företag att det leder det till...?

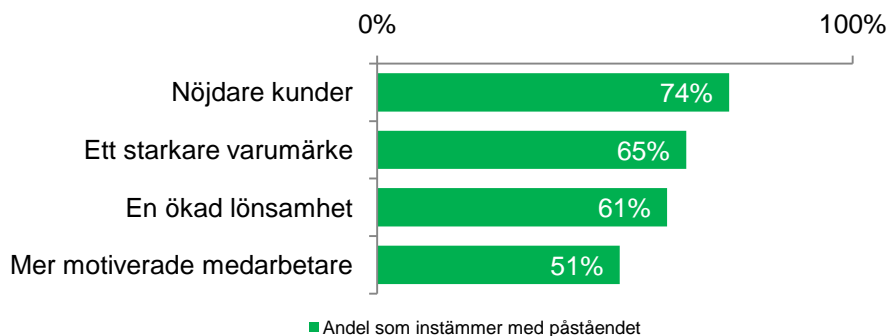
En ökad mobilitet i arbetet leder till...



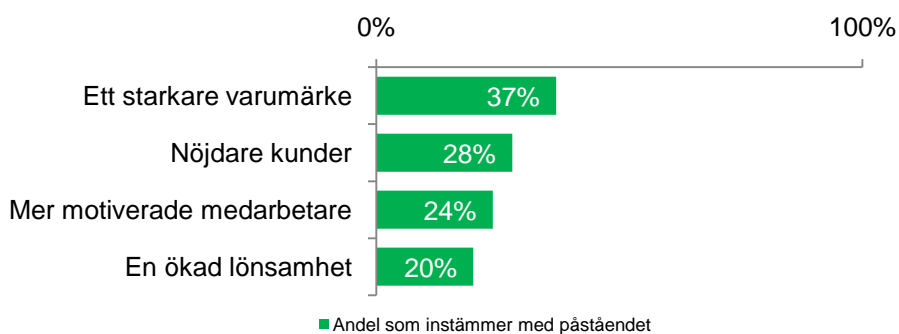
En ökad användning av virtuella möten i arbetet leder till...



Att serva kunderna på deras villkor leder till...



Användning av Sociala Medier leder till...

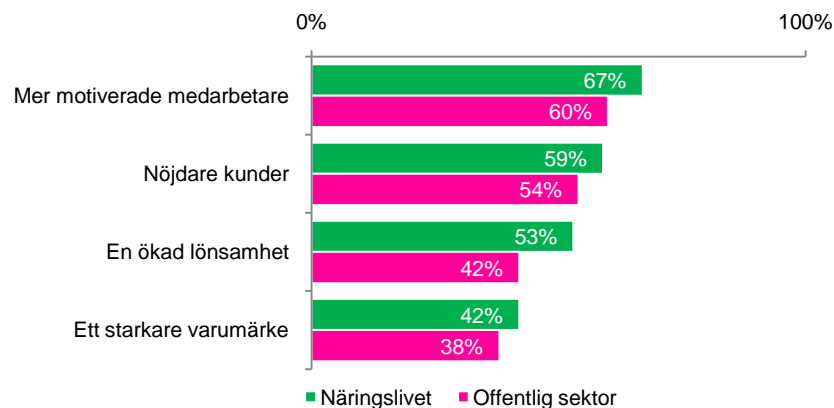


Jämförelse mellan näringslivet och offentlig sektor

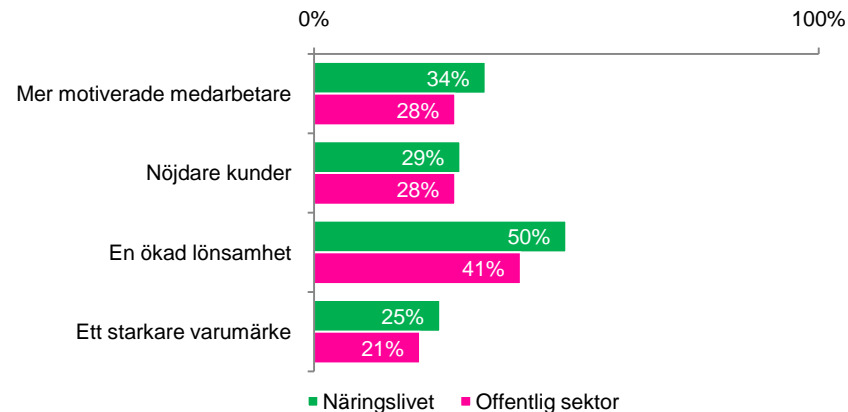
Näringslivet = Samtliga branscher exklusive offentlig sektor

- Generellt sett finns det något större optimism för den nya tekniken bland näringslivet jämfört med offentlig sektor. En särskild stor skillnad ser vi när det gäller att serva kunderna på kundernas villkor där endast 41 % bland företag/organisationer inom den offentliga sektorn anser att det leder till en ökad lönsamhet jämfört med 68 % bland näringslivet.

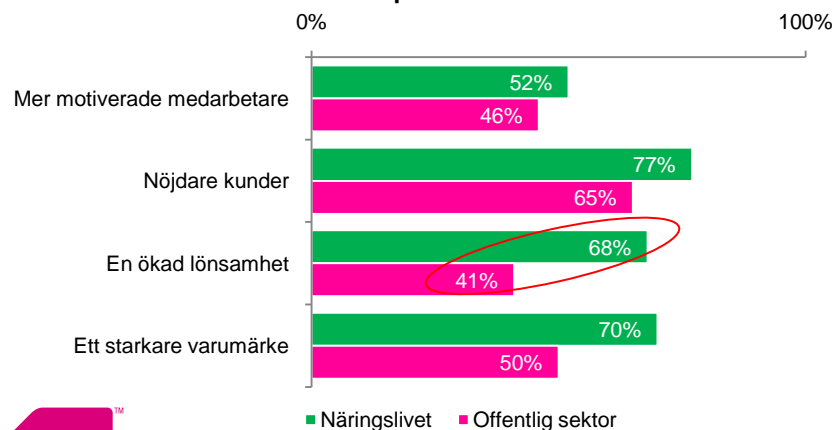
En ökad mobilitet i arbetet leder till...



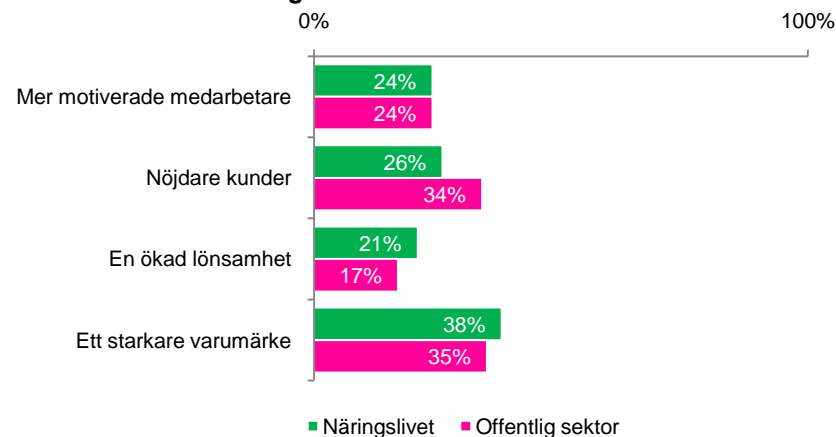
En ökad användning av virtuella möten i arbetet leder till...



Att serva kunderna på deras villkor leder till...



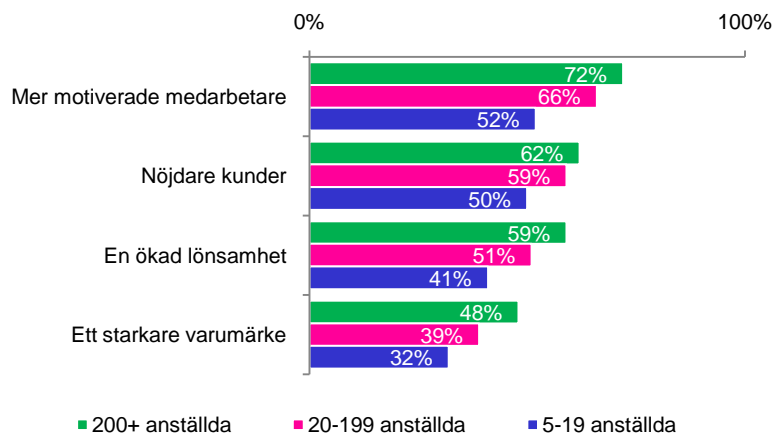
Användning av Sociala Medier leder till...



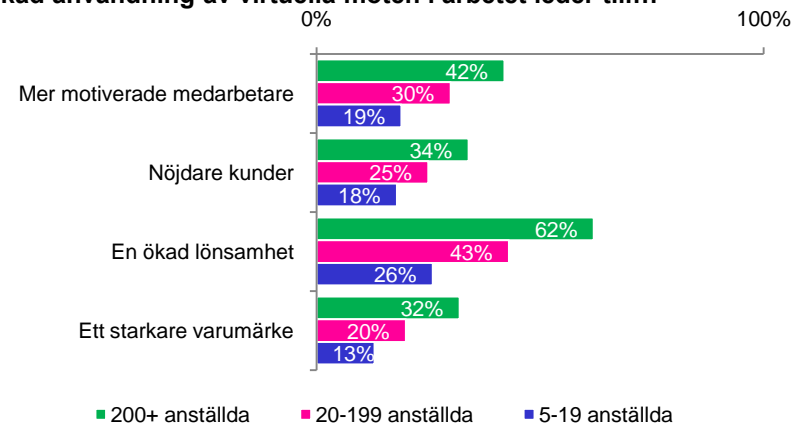
Näringslivet

- Ju större företaget är, desto högre andel ser en vinning i att vara mobila, använda virtuella möten, serva kunderna på deras villkor och att använda social media.

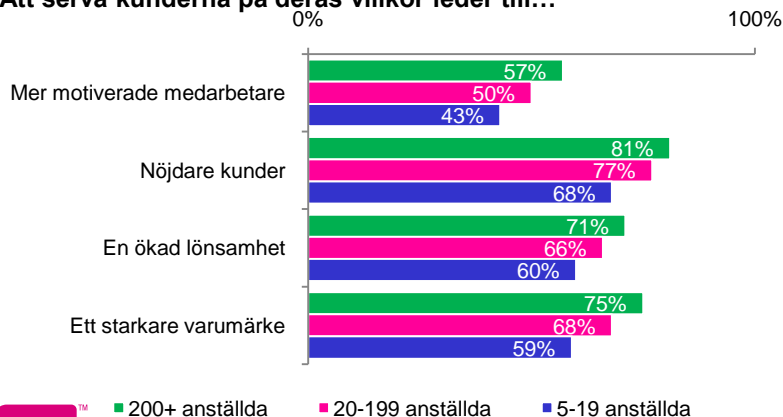
En ökad mobilitet i arbetet leder till...



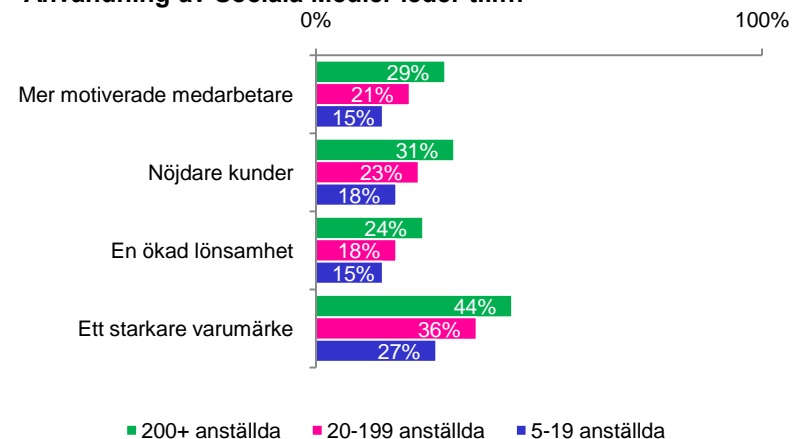
En ökad användning av virtuella möten i arbetet leder till...



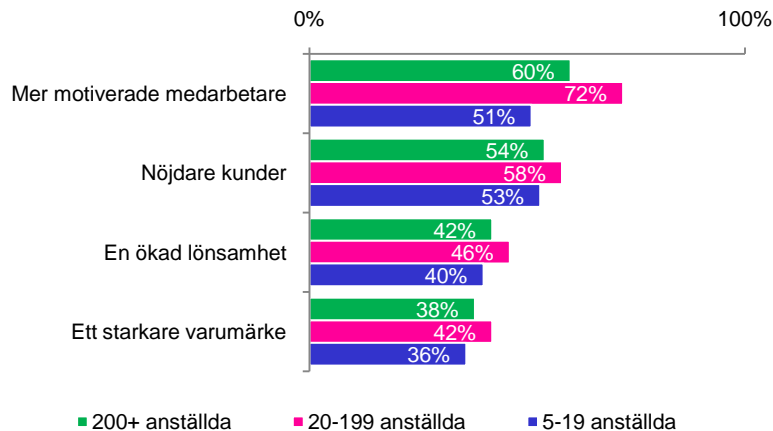
Att serva kunderna på deras villkor leder till...



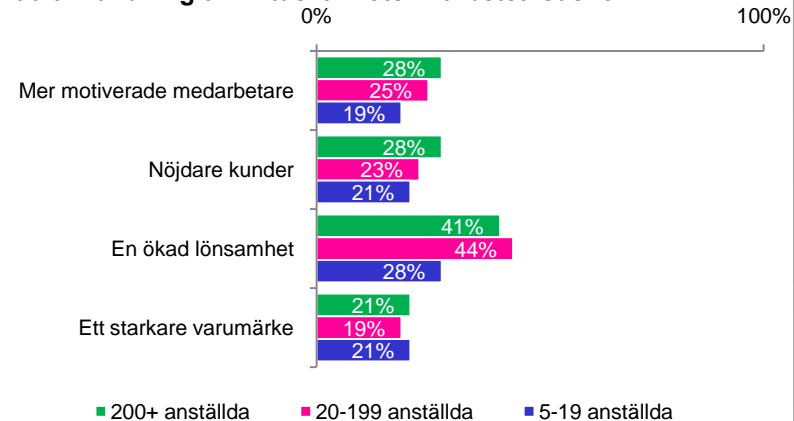
Användning av Sociala Medier leder till...



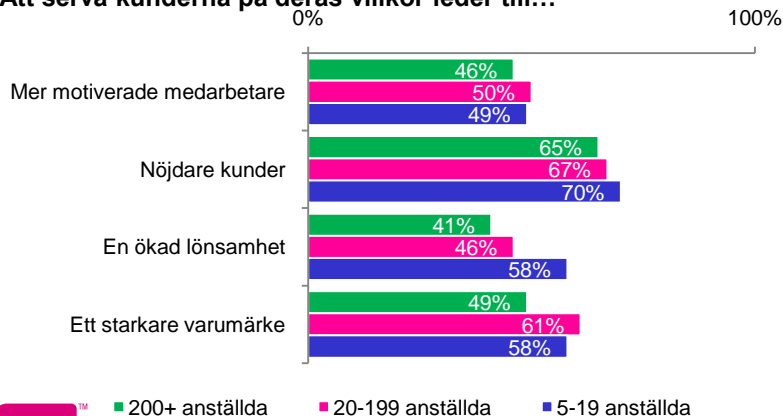
En ökad mobilitet i arbetet leder till...



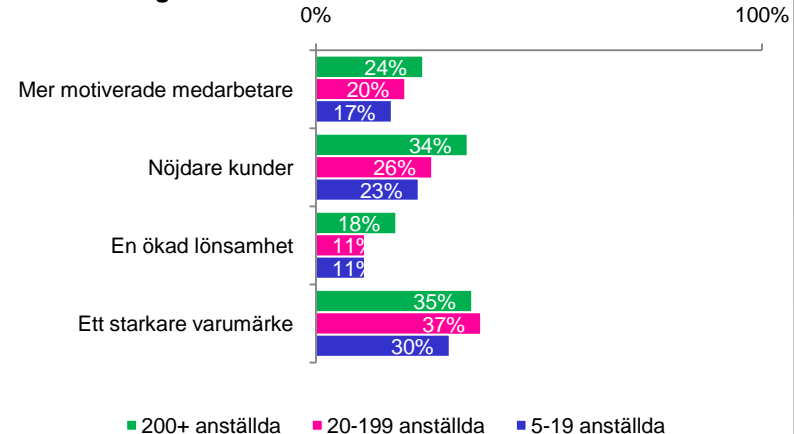
En ökad användning av virtuella möten i arbetet leder till...



Att serva kunderna på deras villkor leder till...

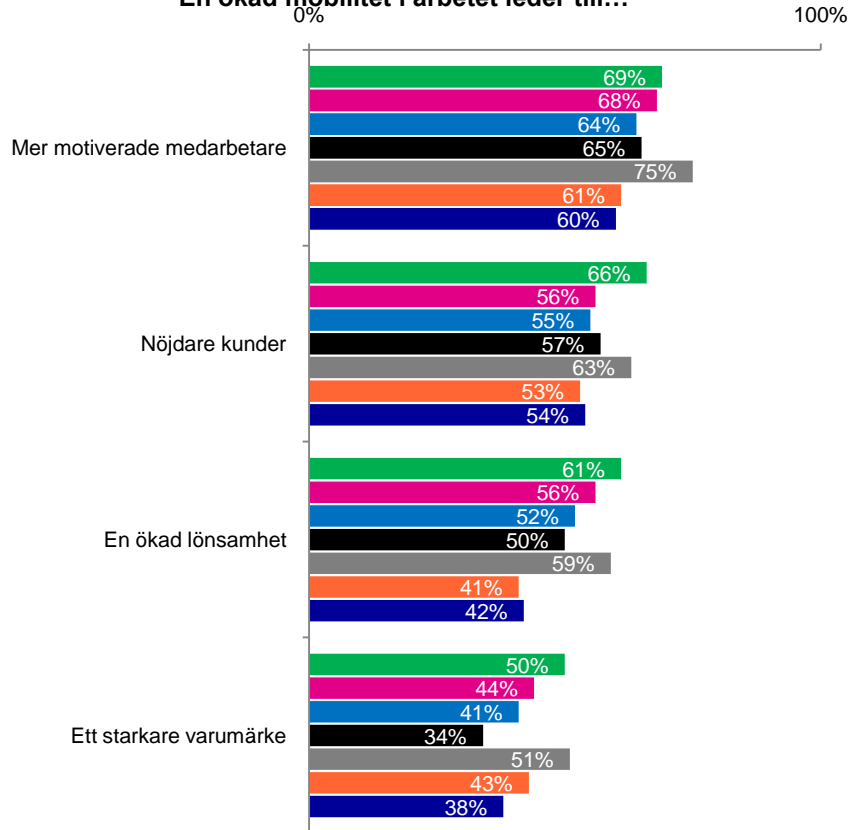


Användning av Sociala Medier leder till...

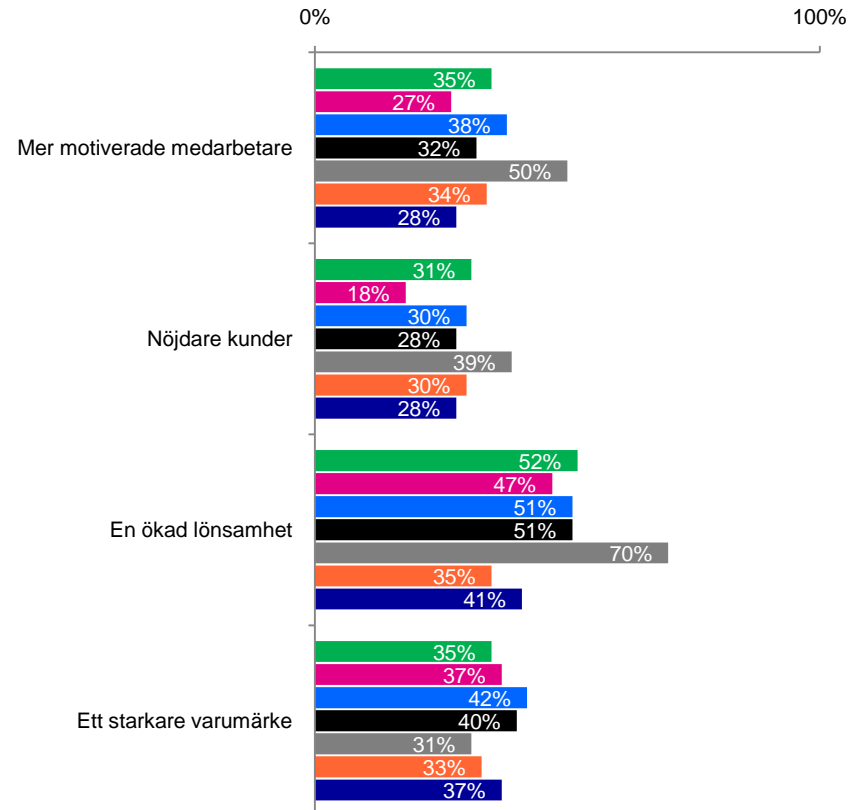


Jämförelse – Bransch 1 (2)

En ökad mobilitet i arbetet leder till...



En ökad användning av virtuella möten i arbetet leder till...



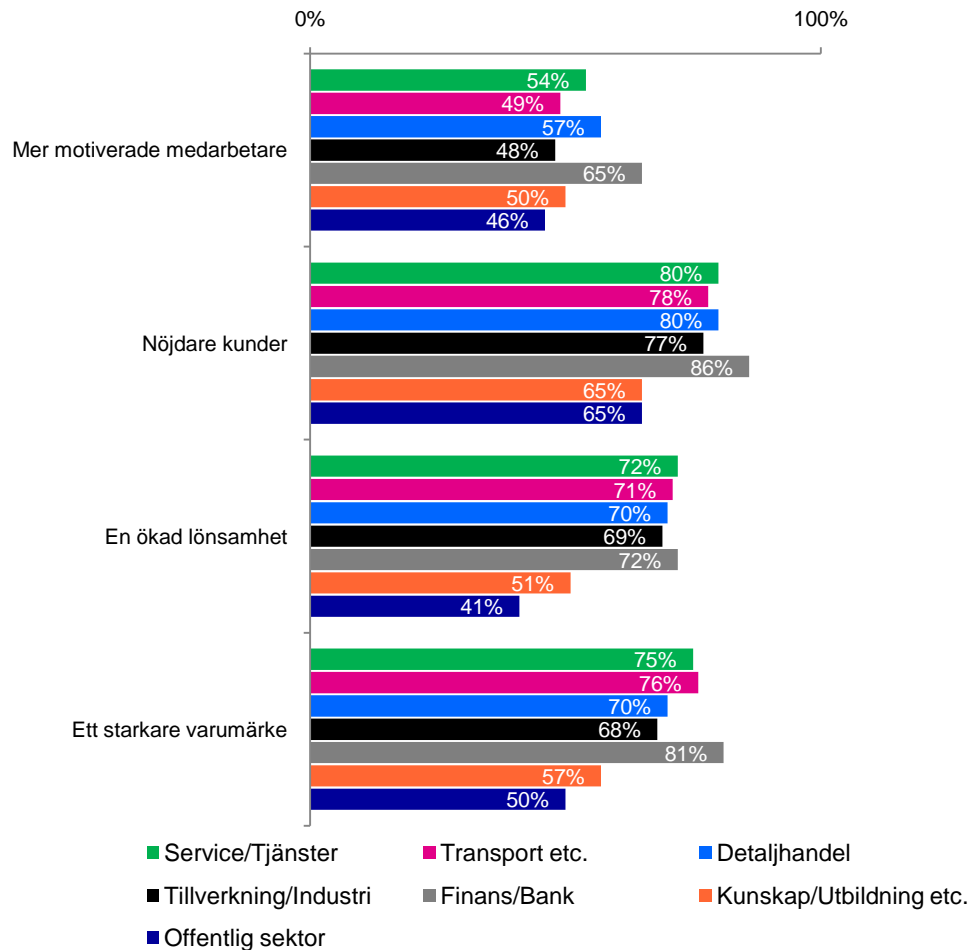
- Service/Tjänster
- Transport etc.
- Detaljhandel
- Tillverkning/Industri
- Bank/Finans
- Kunskap/Utbildning etc.
- Offentlig sektor



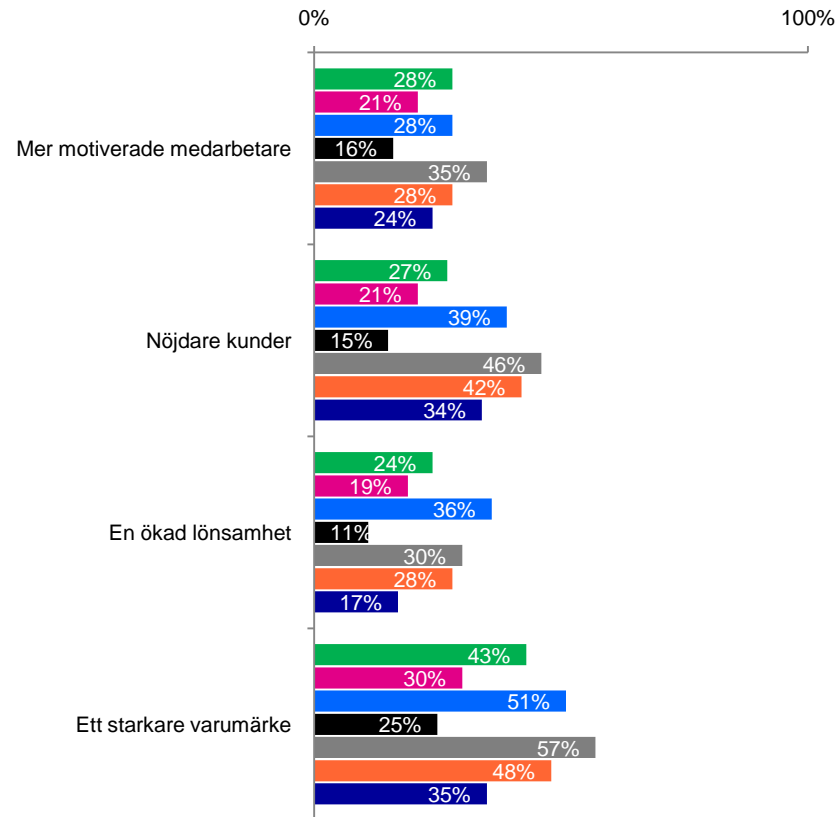
Bas: Samtliga intervjuer i branscherna Servicetjänster (1580), Transport el. liknande (327), Detaljhandel (433), Tillverkningsindustri (1490), Bank/Finans (148), Utbildning el. liknande (332), Offentlig sektor (556)
Påståenden kan vara förkortade, Diagrammen visar andelen som instämmer med påståendet

Jämförelse – Bransch 2 (2)

Att serva kunderna på deras villkor leder till...

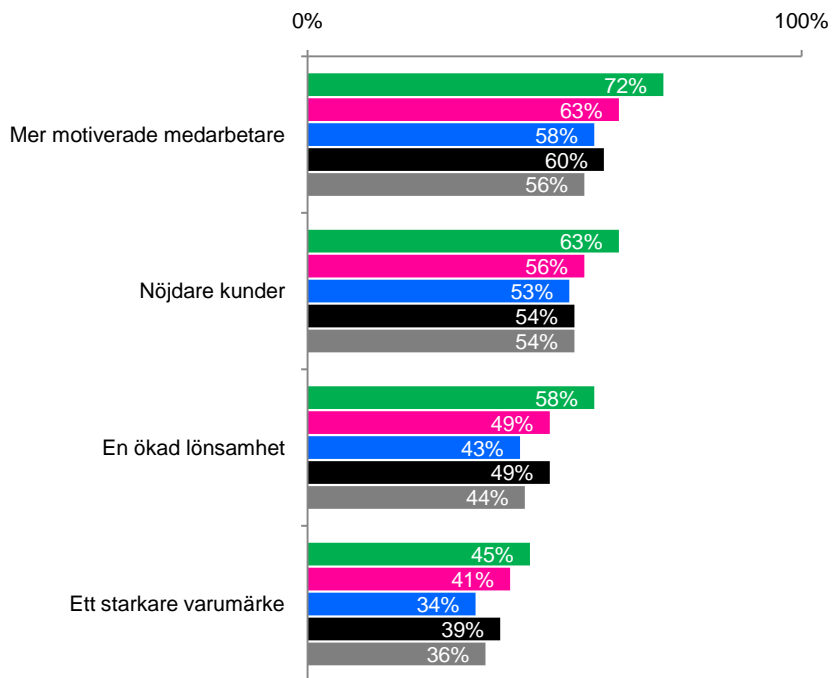


Användning av Sociala Medier leder till...

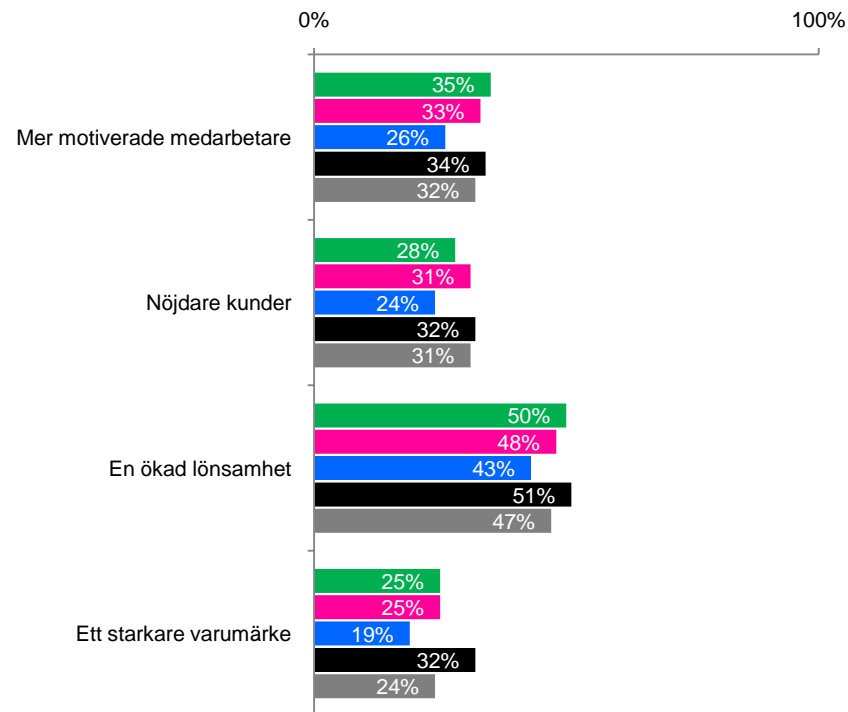


Jämförelse - Region* 1 (2)

En ökad mobilitet i arbetet leder till...



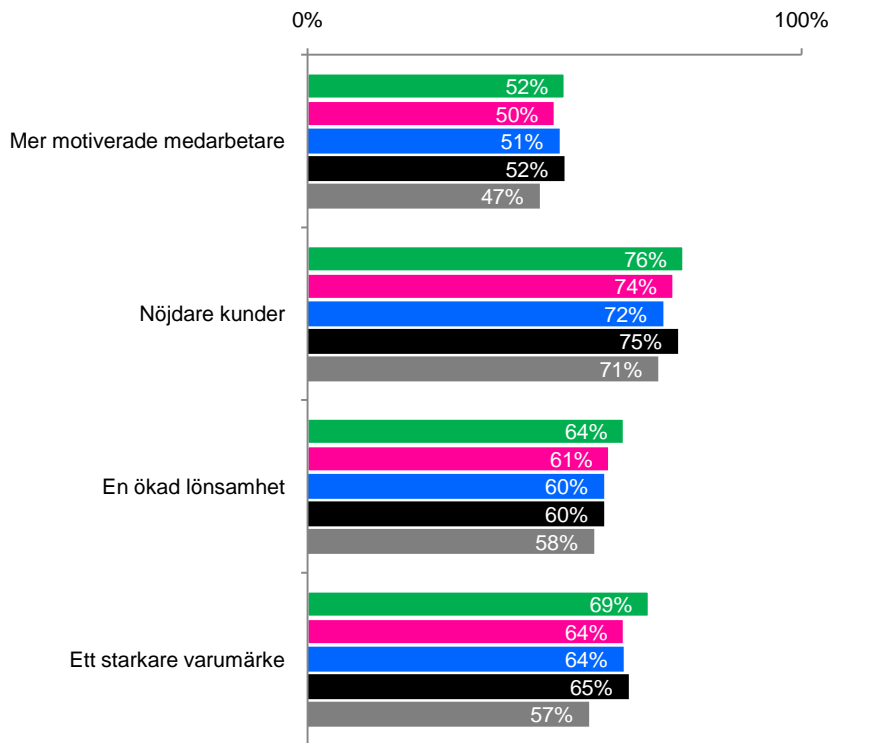
En ökad användning av virtuella möten i arbetet leder till...



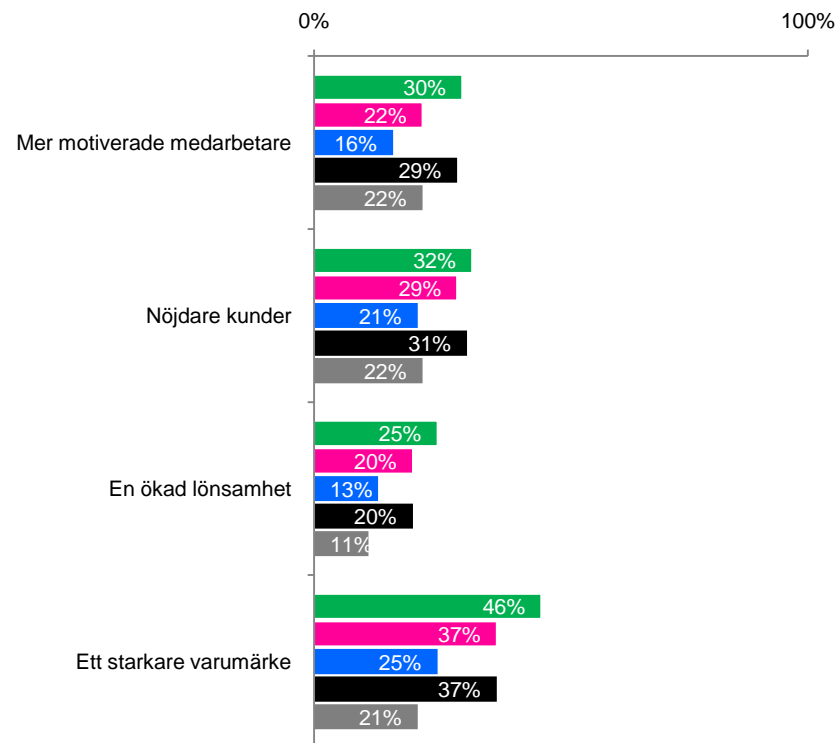
■ Sthlm, Gbg, Mö ■ Större städer ■ Mellanbygd ■ Tätbygd ■ Glesbygd

Jämförelse – Region* 2 (2)

Att serva kunderna på deras villkor leder till...



Användning av Sociala Medier leder till...



■ Sthlm, Gbg, Mö ■ Större städer ■ Mellanbygd ■ Tätbygd ■ Glesbygd



*Beskrivning av regioner finns under "Fakta om undersökningen"

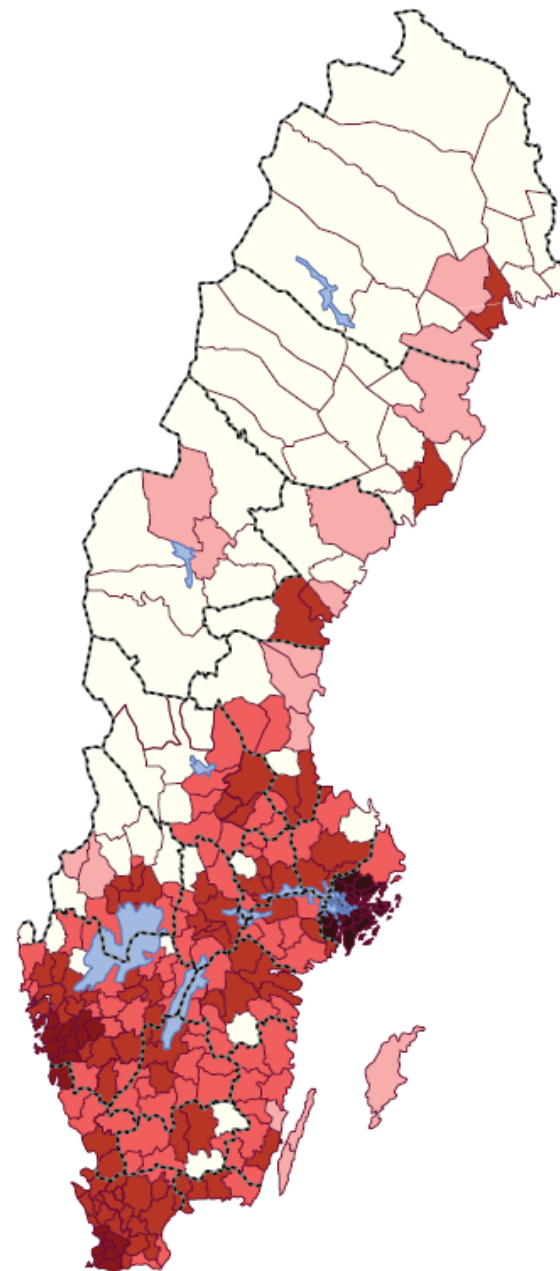
Bas: Samtliga intervjuer i H-regionerna Sthlm,Gbg,Mö (2503), Större städer (2122), Mellanbygden (963), Tätbygden (284), Glesbygden (264)

Påståenden kan vara förkortade, Diagrammen visar andelen som instämmer med påståendet

Fakta om undersökningen

- Webbintervjuer under oktober och november 2010 med representanter för 5000 svenska företag inom alla branscher.
- Drygt 2000 beslutsfattare när det gäller val av telekom- och IT-tjänster för företaget har deltagit i undersökningen.
- Resultaten har vägts på antal anställda.
- Beskrivning av regionindelning:

Stockholm/Södertälje A-region	
Göteborgs A-region	
Malmö/Lund/Trelleborgs A-region	
"Större städer"	Kommuner med mer än 90 000 invånare inom 30 kilometers radie från kommuncentrum ²
"Mellanbygden"	Kommuner med mer än 27 000 och mindre än 90 000 invånare inom 30 kilometers radie från kommuncentrum ² samt med mer än 300 000 invånare inom 100 kilometers radie från samma punkt
"Tätbygden"	Kommuner med mer än 27 000 och mindre än 90 000 invånare inom 30 kilometers radie från kommuncentrum ² samt med mindre än 300 000 invånare inom 100 kilometers radie från samma punkt
"Glesbygden"	Kommuner med mindre än 27 000 invånare inom 30 kilometers radie från kommuncentrum ²





TM

tns sifo

Sveriges ledande marknadsundersökningsföretag

tns sifo