

Hur KFX använder olika kommunikationskanaler

E-post

Mail är en av våra vanligaste kommunikationskanaler idag. Ett samtal eller ett möte med en kund eller konsult bör följas upp av ett mail för att tacka för ett bra möte, intervju eller samtal.

En sak att tänka på är att text alltid uppfattas hårdare än fysiska samtal. Det är därför viktigt att du väljer dina ord med omsorg. Se till att varje mail du skickar iväg är till kund eller partners är genomtänkt, korrekt och innehåller relevant information.

E-post till konsulter

KFX använder sig sparsamt av mail till sina konsulter. Detta för att inte riskera att informationen landar fel och känns ointressant. Det ska vara personligt och kännas relevant oavsett om man tillhör region Väst, Nord, Syd eller Stockholm.

Konsulterna får ett nyhetsbrev 8-9 gånger/år. Dessa produceras centralt på marknadsavdelningen Skandinavien men skickas ut från varje region med aktuell information och/eller erbjudanden. Utöver det skickas det ut inbjudningar till event eller sammankomster samt jul/påsk – och sommarhälsningar.

Som konsultansvarig har du givetvis en tätare kontakt med dina konsulter men se till att varje mail du skickar iväg är genomtänkt, korrekt och innehåller relevant information. Ibland kan det vara effektivare att först ringa upp för att sedan bekräfta informationen med ett mail.

Till våra konsulter avlastar vi även e-posten med vår interwebb som kan bära mycket information och är mer sammanhållen, uppdaterad och dessutom sökbar.

Interwebb

Vår Internwebb, är vår huvudsakliga kommunikationskanal med våra konsulter. Här kan konsulten ta del av information om förändringar i verksamheten, nyheter från branschen, event osv. Här tidrapporterar man och här kan man hitta tips och råd, nyhetsbrev mm. Sidan ska uppdateras en gång/vecka av marknadsavdelningen på Skandinavien som får sitt material från de olika regionerna för en bra mix.

Hemsidan/Internwebb

KFX ska ha säljande, informativ, modern och trevlig sida där vi hoppas att man stannar till, läser både intressant fakta om företaget, nöjda kunder, konsulter och självklart intressanta jobb. Hemsidan ska uppdateras kontinuerligt av marknadsavdelningen Skandinavien.

Jobbanonser på hemsidan läggs upp av regionerna själva.

Sociala medier

Utvecklingen av en ny interwebb och en ny webbsida betyder en centralisering av publicering när det gäller verksamhetsrelaterad information även för KFX i sociala medier, detta för att skapa en enhetlig ton i språket och kommunikationen.

- FB

Innehållet på FB måste godkännas av marknadsavdelningen innan den läggs upp. Innehållet ska spegla hela KFX och alla regioner. Den ska främst innehålla annonser och information om KFX samt styra besökare till kfx.se.

- **Linkedin**

Innehållet på Linkedin ska i stort innehålla annonser och företagsinformation. Då och lägger vi upp annan intressant info för att väcka uppmärksamhet och få fler delningar och därigenom fler följare.