# Stor suksess med sosiale medier

Av [Webmaster](http://www.ledernytt.no/mbounce.php?ZmlybWFAbGVkZXJueXR0Lm5v&Stor%20suksess%20med%20sosiale%20medier%204917468)

fredag den 06. mai 2011, 11:23

**Sosiale medier fosser fram. Og ikke bare Facebook for ungdommen, men en rekke forskjellige medier som er brukt mer og mer av næringslivet. Noen bedrifter ignorerer likevel denne kommunikasjonsformen, mens andre har omfavnet de sosiale mediene. Turtøyprodusenten Stormberg er blant de mest aktive.**



-Ja, vi har stor glede av de forskjellige sosiale mediene, og har brukt disse i et par år allerede. Jeg bruker minst to timer daglig på denne formen for kommunikasjon, og da handler det ikke om å kommunisere med personlige venner på Facebook, men aktivt å ha dialog med Stormbergs følgere om samfunnsengasjementet vårt, produkter, nyheter og aktiviteter.

**Voldsom fremgang**

-Vi har aldri hatt så stor ordrereserve som da vi gikk inn i dette nye året. En økning på 32 prosent blant våre forhandlere i forhold til i fjor. Så stor økning har vi hatt at vi nå ser oss tvunget til å flytte til større lokaler et steinkast lenger bort i Sørlandsparken, etter å ha vært i disse lokalene i fem år. I de nye vil vi åpne vår største konseptbutikk til nå på 2.500 m2 i tillegg til kontorer. En viktig grunn til Stormbergs vekst er vår aktivitet gjennom sosiale medier, hevder Steinar J. Olsen, gründer, eier og daglig leder.

**Oppfordrer til bruk**

-Den yngre garde har kastet seg over disse mediene, mens det fortsatt er mye skepsis blant ledere i offentlige og private virksomheter. Og faktisk er det slik at mange bedrifter fremdeles er tilbakeholdne. Enkelte har til og med sperret disse mediene for bruk av medarbeiderne. Det bunner rett og slett i uvitenhet og mistenksomhet. Vi i Stormberg oppfordrer heller til bruk av sosiale medier, men selvfølgelig med ansvar. Facebook, Twitter etc er nå etablerte kommunikasjonsformer på linje med telefonen, og vi har da i all tid hatt tillit til at bedriftens ansatte ikke misbruker telefonen i arbeidstiden. Hvorfor skulle det være annerledes med de nye sosiale mediene? Nei, brukt på riktig måte kan de sosiale mediene snarere være gode og salgsfremmende verktøy. Så her må man ikke sette begrensninger, men heller styre bruken i riktig retning, sier Steinar.

**Service gjennom blogg**

-Jeg har selv alltid vært fasinert av dataverktøy, men mer av bruksmulighetene enn av det rent tekniske, og hos oss, i tillegg til meg, er det 2-3 ildsjeler som håndterer de sosiale mediene. Vi var tidlig ute, og har bygget opp en fin dialog med forbrukerne, både etablerte og potensielle kunder.  Vi har gjort oss tilgjengelige på de fleste arenaene, og for mange er det lettere å uttrykke følelser, det være seg kritikk eller ros, ved å blogge eller twitre enn ved å løfte telefonen og ringe oss eller ta seg bryet med å besøke oss. En barriere er brutt gjennom bloggen. Dessuten er jeg koblet mot et system som gjør at når det chattes om Stormberg, så får jeg det opp på min skjerm. Det er jo et offentlig rom. Og da kan jeg blande meg i samtalen, gi svar på spørsmål, rydde opp i misforståelser eller yte annen service. Jeg jobber ofte på de sosiale mediene om kvelden, og en natt jeg var pålogget var det en kar som blogget et skikkelig hjertesukk fordi Stormberg var utsolgt for riktig størrelse på en jakke han ønsket å kjøpe. Da twitret jeg til han og sendte over forslag på en alternativ jakke. Dette var nok svært uventet klokken to om natten, og jeg kunne i dagene etterpå lese på hans blogg hvordan han skrøt av servicen og kundeopplevelsen han hadde hatt den natten. Dette budskapet ble spredt til tusenvis av lesere. Sosiale medier er effektive verktøy for å utøve kundeservice, smiler Steinar. Han har også et eksempel på hvordan sosiale medier kan fremme salget direkte.

**Salgsfremmende**

-Like etter jordskjelvet på Haiti sendte Børge Brende en mail til meg. De trengte hjelp til de rammede. Stormberg har et langsiktig samarbeid hvor vi årlig øremerker midler til Røde Kors. Men våre midler var brukt opp på det tidspunktet. Da gikk jeg ut i våre sosiale mediekanaler og fortalte at all omsetning førstkommende fredag, både i Stormbergs nettbutikk og i våre fysiske butikker, uavkortet ville gå til Haiti. Fredag kveld summerte vi opp og så at vi hadde hatt en 217 prosent økning i omsetningen i forhold til samme fredag året før! Et fantastisk resultat og et klart vitnesbyrd om at de sosiale mediene kan påvirke omsetningen direkte. Påvirkningsmulighetene er enorme.

**På de fleste arenaer**

-Det er en ny verden der ute. Derfor bruker jeg to timer hver dag syv dager i uken på disse mediene. Og vi er representert på de fleste arenaer. Over 16 000 personer følger Stormberg på Facebook , på Twitter har vi et nettverk på 11 000 personer, på YouTube formidler vi videoer med turtips og livet på innsiden av Stormberg, i LinkedIn bygger vi nettverk, på Flickr legger vi ut Stormbergbilder som kan lastes ned, på Slideshare legger vi ut powerpointpresentasjoner laget i forbindelse med foredrag  og ellers har Stormberg bloggside hvor vi informerer om nyheter, annonserer konkurranser og avstemninger etc. Dessuten har over 100 000 mennesker meldt sin interesse for Stormbergs nyhetsbrev som vi sender ut med jevne mellomrom.

I tillegg har jeg min egen blogg hvor jeg formidler turtips, legger ut bilder fra egne turer og blogger om Stormbergs aktiviteter på de samfunnsområdene hvor vi er involvert. Det være seg Røde Kors, SOS Barnebyer, Krisesentre for kvinner, etisk handel, klimakriser eller inkluderende arbeidsliv. Jeg har tolv kategorier som jeg blogger om. Bortsett fra det har jeg selvfølgelig meninger også om andre saker, men de holder jeg for meg selv. Jeg ønsker ikke å være en rikssynser som mener noe offentlig om alt mulig. Så i og rundt Stormberg har vi et svært levende, interessant og ikke minst interessert og engasjert nettverk, forteller Steinar, men legger til at dette handler om dialog og ikke monolog.

**Gjensidig kommunikasjon**

-Sosiale medier handler om gjensidighet. Hvis ikke vi er aktive og tilbyr en verdi for dem vi kommuniserer med gjennom relevant kommunikasjon, produkttilbud, raske tilbakemeldinger og god dialog, så dør dette sosial nettverket fort ut. Det skal ha en verdi for venner og interessenter å følge Stormberg. Men har det dét, så er de sosiale mediene en fantastisk kanal for dialog. Det er tross alt mer enn 2,6 millioner nordmenn som har opprettet en profil på Facebook! Potensialet er vanvittig stort.

Selv har jeg spart mye tid, lært enormt mye av våre kunder og følgere, truffet masse mennesker der ute og sett at denne kommunikasjonsformen er kommet for å bli. Dette er bare begynnelsen. Så her gjelder det å være med fra starten. Og det er Stormberg, smiler Steinar J. Olsen.

Tekst og foto: Terje Myklebost

Kilde : [www.ledernytt.no](http://www.ledernytt.no) 11 Februar 2014.