



PRESSMEDDELANDE 2010-04-29

Facebook, en framgångsrik kommunikationskanal för Supersavertravel under krisen med vulkanaskan

Utsatta kunder kommunicerade enkelt med resebyrån via Facebook under krisen

Ett gigantiskt askmoln försatte under de gångna veckorna resebranschen i en av de största kriserna i modern tid. Närmare 30 000 av Supersavertravels kunder blev drabbade och behövde komma i kontakt med resebyrån. När trycket på mail och telefon blev för högt på kundtjänst fanns hjälpen för att hantera kriskommunikationen på ett helt annat ställe, Facebook.

Sociala medier spelar en allt större roll i företags kommunikation med sina kunder. Detta gäller även för Internetresebyrån Supersavertravel som i ett led i sin strategi för sociala medier öppnade sin officiella Facebook-sida i mars i år. På mycket kort tid har Supersavertravel fått ett stort antal fans på sin Facebook sida och lanseringen kunde egentligen inte komma lägligare. Endast några veckor efter lanseringen drabbades resebranschen av en av de största kriserna i modern tid. Vulkanutbrottet på Island och de moln av aska som under en lång tid stoppade hela Europas flygtrafik. Närmare 30 000 av Supersavertravels kunder påverkades av askan och behövde hjälp av resebyrån för att få svar på alla sina frågor.

Facebook perfekt kanal för kriskommunikation

- När trycket var som högst på kundtjänst hade vi 10 000 obesvarade mail i våra inkorgar och över 1,5 timmes väntetid på telefon, trots att vi jobbade så snabbt vi kunde, berättar Lotta Svenbeck, Director of Operations på Supersavertravel.

I samma stund ökade även aktiviteten på Supersavertravels Facebook-sida extremt snabbt.

- I denna situation var det tydligt att de sociala medierna spelar en mycket stor roll i hur vi kommunicerar i dag. Våldigt många kunder hittade in till Facebook och valde att ställa sina frågor där istället för att ringa eller maila oss, säger Marlène Wallberg, Marketing Director på Supersavertravel. Facebook har fungerat utmärkt som ett komplement till våra övriga kanaler under den här krisen. Att finnas i sociala medier är ett sätt för oss att finnas där våra kunder finns.

- En stor fördel med Facebook är också att fler kan ta del av informationen. Eftersom innehållet på Facebook sidan är synligt för alla gör det att många får svar på sina frågor bara genom att läsa andras inlägg, säger Marléne Wallberg.

Det är inte bara under krisen med vulkanaskan som Supersavertravel arbetar med kundtjänst via Facebook. Varje vardag finns kundtjänst på plats bakom tangenterna för att svara på frågor om resor och bokningar.

Kommunicerar framgångsrikt i hela Skandinavien via Facebook

Supersavertravel har även systemsidor på Facebook för Supersaver Norge och Supersaver Danmark. Även i de skandinaviska grannländerna har kommunikationen via facebook varit framgångsrik under krisen med vulkanaskan.

[Besök Supersavertravels facebook sida >>](#)

[Besök Supersaver Norges facebook sida >>](#)

[Besök Supersaver Danmark facebook sida >>](#)

Om Supersavertravel

Supersavertravel är en av Nordens största Internetresebyråer och erbjuder [flygbiljetter](#), [hotell](#), [paketresor](#) och [hyrbilar](#). Supersavertravel/Supersaver finns representerat i 5 länder: Sverige, Danmark, Norge, Finland, och Holland. Supersavertravel ingår i resebyråkoncernen European Travel Interactive (eTRAVELi), som är Nordens största Internetresebyråkoncern med närmare 45 % av marknadsandelarna. 2009 omsatte koncernen 3,5 miljarder kronor med en god vinst.