2020-02-11

Pressmeddelande

**För att öka nöjdheten storsatsar Engcon på sina slutkunder genom sitt gedigna ambassadörsprogram**

**Sedan 2017 har Engcons ambassadörer kontaktat över 40 000 slutkunder världen över.** **Ambassadörernas uppdrag är att skapa sig en tydligare bild av slutkundernas utmaningar och vilket behov av utrustning de behöver för att klara sina uppdrag, samt att berätta om Engcons erbjudande.** **Effekten är väldigt nöjda slutkunder och återförsäljare som då får rätt anpassad utrustning till grävmaskinerna.**

Engcons uppbyggnad och tillväxt genom åren har skett genom dialog med slutkunderna och det är tack vare den kontakten som framgången skapades. Våren 2017 inrättade Engcon en personalgrupp som företaget kallar ambassadörer. De arbetar tillsammans med marknads- och säljavdelningen för att bearbeta marknaden med fokus på slutkunden. Ambassadörernas uppgift är att kontakta slutkunder för att diskutera vilka maskiner de använder, vilka arbeten de utför och hur väl de känner till Engcons produktsortiment.

– Våra slutkunder ligger oss varmt om hjärtat och vi är övertygade om att en bra dialog med dem gör Engcon till en bättre leverantör. Vi har precis kontaktat den 20 000:e kunden sedan i år (läs 2019) och sedan starten är det över 40 000 slutkunder våra ambassadörer har pratat med, säger André Nordström, chef för ambassadörsprogrammet hos Engcon.

Målet är att ha ambassadörer på varje marknad som Engcon närvarar på, och som jobbar integrerat med den lokala säljavdelningen för att fånga upp slutkundernas önskemål.

– När slutkunden bestämt sig för vilken typ av utrustning han önskar från oss, kontaktar vi den återförsäljare han själv valt och ser då till att allt blir enligt vår överenskommelse fortsätter André Nordström.

**Samtal direkt med kunderna är ett viktigt komplement till digital närvaro**– Att vara grävmaskinist är ett sätt att leva. Många växer upp med en grävmaskin och börjar köra, ofta likt sin far, i väldigt tidig ålder. De flesta förare brinner för vad de gör, och vill bli bättre grävmaskinister. De letar därför ofta efter smarta verktyg och tekniker för att utveckla sin profession, säger André Nordström.

Engcon har över 140 000 följare i sociala medier världen över men ser ändå ambassadörerna som en viktig marknadsföringsinsats. I december 2019 började därför tre nya ambassadörer; en i Sverige, en i Nederländerna och en i Storbritannien.

– I en tid där allt fler tjänster och produkter blir digitala är det på sitt sätt banbrytande att ha ett antal dedikerade personer som bara jobbar med att ha direktkontakt med slutkunderna. Det är vi otroligt stolta över och vi vet att det gör oss till en bättre leverantör, avslutar André Nordström.

Ambassadörsprogrammet har idag totalt 15 ambassadörer vars främsta uppgift är att ha dialog med slutkunder världen över.

**Kontakt:**
Sten Strömgren, engcon Group | +46 [0]70 529 96 32

*engcon är världsledande tillverkare av tiltrotatorer (grävmaskinens handled) och tillhörande redskap som ökar grävmaskiners flexibilitet, precision och säkerhet. Med kunskap, engagemang och hög servicenivå skapar vi framgång för våra kunder.*

*engcon är en större koncern bestående av moderbolaget engcon Holding AB med säte i Strömsund, Sverige och utöver det ansvarar 9 säljbolag för försäljningen i sina respektive marknader Sverige, Norge, Finland, Danmark, England, Tyskland, Frankrike, Nederländerna och Nordamerika (USA och Kanada) och för övriga marknader ansvarar engcon International. engcon-gruppen omsatte 2018 ca 1200 Msek med ca: 250 anställda. engcon grundades 1990.* [*www.engcon.com*](http://www.engcon.com)