11.02.2020

Pressemelding

**For å øke tilfredsheten satser Engcon stort på sluttkundene gjennom sitt omfattende ambassadørprogram**

**Siden 2017 har Engcons ambassadører kontaktet over 40 000 sluttkunder over hele verden. Oppdraget til ambassadørene er å få et tydeligere bilde av sluttkundenes utfordringer og hva de trenger av utstyr for å håndtere arbeidsoppgavene, samt fortelle hva Engcon har å tilby. Resultatet er svært fornøyde sluttkunder og forhandlere, som da får riktig tilpasset utstyr til gravemaskinene.**

Engcons utvikling og vekst har alltid skjedd gjennom dialog med sluttkundene, og det er takket være denne kontakten at man har oppnådd suksess. Våren 2017 etablerte Engcon en personalgruppe som selskapet kaller ambassadører. De samarbeider med markeds- og salgsavdelingen for å bearbeide markedet med fokus på sluttkunden. Oppgaven til ambassadørene er å kontakte sluttkunder for å diskutere hvilke maskiner de bruker, hvilket arbeid de utfører og hvor godt de kjenner til Engcons produktsortiment.

– Sluttkundene ligger oss varmt om hjertet, og vi er overbevist om at en god dialog med dem gjør Engcon til en bedre leverandør. Vi har nettopp kontaktet kunde nr. 20 000 for i år (les 2019), og siden oppstarten har ambassadørene snakket med over 40 000 sluttkunder, sier André Nordström, sjef for ambassadørprogrammet hos Engcon.

Målet er å ha ambassadører i hvert marked der Engcon er til stede, der de jobber integrert med den lokale salgsavdelingen for å fange opp sluttkundenes ønsker.

– Når sluttkunden har bestemt seg for hvilken type utstyr han ønsker av oss, kontakter vi forhandleren han selv har valgt og sørger for at alt blir som vi har avtalt, sier André Nordström

**Samtaler direkte med kundene er et viktig supplement til digital tilstedeværelse**– Å være gravemaskinfører er en livsstil. Mange vokser opp med gravemaskin og begynner å, ofte som sine fedre, kjøre i svært ung alder. De fleste førere brenner for det de gjør og vil bli bedre gravemaskinførere. De er derfor ofte på jakt etter smarte redskaper og teknikker for å utvikle seg i faget, sier André Nordström.

Engcon har over 140 000 følgere i sosiale medier over hele verden, men ser likevel på ambassadørene som en viktig markedsføringsinnsats. I desember 2019 begynte det derfor tre nye ambassadører; en i Sverige, en i Nederland og en i Storbritannia.

– I en tid der stadig flere tjenester og produkter blir digitale, er det i og for seg banebrytende å ha ansatte som bare jobber med å ha direkte kontakt med sluttkundene. Det er vi utrolig stolte over, og vi vet at det gjør oss til en bedre leverandør, sier André Nordström.

Ambassadørprogrammet har i dag totalt 15 ambassadører som har som hovedoppgave å ha en dialog med sluttkunder over hele verden.

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

*engcon er verdensledende produsent av tiltrotatorer (gravemaskinens håndledd) og tilhørende redskaper som øker gravemaskinens fleksibilitet, presisjon og sikkerhet. Med kunnskap, engasjement og høyt servicenivå skaper vi fremgang for våre kunder.*

*engcon er et større konsern bestående av morselskapet engcon Holding AB med hovedkontor i Strömsund i Sverige. I tillegg har 9 salgsselskaper ansvaret for salget i sine respektive markeder Sverige, Norge, Finland, Danmark, England, Tyskland, Frankrik, Nederland og Nord-Amerika (USA og Canada), og engcon International har ansvaret for de øvrige markedene. I 2018 hadde engcon-gruppen ca. 250 ansatte og en omsetning på ca. 1200 MSEK. engcon ble grunnlagt i 1990.* [*www.engcon.com*](http://www.engcon.com)