



SJ gör succé på mikrobloggen Twitter

På kort tid har SJ fått rekordmånga så kallade followers på mikrobloggen Twitter. Framgångarna leder till nya satsningar för SJ inom sociala medier.

– Det är positivt att SJ öppnar upp för dialog och etablerar närvaro på sociala plattformar där kunderna redan finns. Närvaron på Twitter präglas av lyhördhet och intresse för kundernas situation, vilket jag tror bidrar till det positiva mottagandet. SJ har hittat ett tilltal som visar att de både kan prata och lyssna, säger Beata Wickbom, expert på sociala medier på reklambyrån Pool.

Den 26 oktober lanserades SJ_AB på Twitter och i dagsläget har SJ redan 1 200 followers på mikrobloggen. Ökningen av followers har varit konstant sedan starten. Followers är personer som aktivt följer och medverkar i dialogen.

– Den stora tillströmningen till SJ_AB är mycket glädjande och visar att det finns ett stort intresse bland resenärer och allmänhet. Twitter är ett snabbt sätt att komma i kontakt med oss där vi lyssnar, besvarar frågor och hjälper till. Twitter hjälper oss också att agera snabbare på resenärernas önskemål, säger Elisabeth Lindgren, SJs kommunikationsdirektör.

SJs etablering på Twitter är en strategisk satsning som ingår i företagets kommunikationsstrategi. Nästa steg i satsningen på sociala medier blir en etablering på Facebook.

– Diskussionerna har flyttat ut på nätet där alla kan delta. Och där vill SJ också vara, säger Elisabeth Lindgren.

Titta in på: www.twitter.com/sj_ab

För mera information, ring SJs Pressavdelning: tel 010-751 51 84

Varje dag reser 115 000 människor med SJ, Sveriges största tågoperatör. 4 000 anställda arbetar för att tågresorna skall vara säkra, pålitliga, bekväma och enkla. SJ trafikerar 250 stationer mellan Narvik och Berlin. SJs eltåg drivs till 100 procent av förnybar energi från vatten- och vindkraft. Resorna är märkta med Bra Miljöval – världens tuffaste miljömärkning. 2008 omsatte SJ 9 miljarder kronor.