



FÖR MER INFORMATION

LAURINA QVARNSTRÖM, CHEF FÖRSÄLJNING & HR

► laurina.qvarnstrom@kvalitetsindex.se

► 070-880 27 13

2019-06-04

Svenskt Kvalitetsindex satsar på offentliga sektorn

Svenskt Kvalitetsindex har allt större efterfrågan på marknads-, medarbetar- och varumärkesundersökningar från den offentliga sektorn. För att möta den ökade efterfrågan har Magnus Olsson nu anställts som projektledare.

Magnus Olsson är civilekonom och har senast arbetat som affärsområdesansvarig på Origo Group med inriktning mot den offentliga sektorn. Han har även arbetat med marknadskommunikation på Telia och som marknadsanalytiker på Bring Citymail.

– Den offentliga sektorn har alltid varit en viktig del av Svenskt Kvalitetsindex undersökningar, kommenterar Laurina Qvarnström, chef Försäljning & HR. Det känns fantastiskt roligt att stärka vårt team med Magnus som projektledare. Hans breda kompetens och erfarenhet är ett välkommet tillskott för hela verksamheten och vår strävan efter ge insikter om vad som skapar nöjda kunder och bygger ett hållbart samhälle.

– Svenskt Kvalitetsindex är ett företag som jag följt under en tid, säger Magnus Olsson. En av sakerna jag gillar är det faktum att SKI inte ”bara” hjälper företag med kundspecifika insikter, utan även jobbar på branschnivå och framförallt även bjuder kunder och potentiella kunder på generella insikter och jobbar

väldigt utåtriktat. Jag uppskattar att Svenskt Kvalitetsindex är ett snabbfotat företag med stor trovärdighet.

Magnus Olsson började på Svenskt Kvalitetsindex den 3 juni 2019.



Magnus Olsson är ny projektledare på Svenskt Kvalitetsindex.

Om Svenskt Kvalitetsindex

I tre decennier har vi studerat kunders upplevelser av privata och offentliga verksamheter i Sverige, Norden och övriga Europa. Genom våra studier har vi strävat efter att få och ge insikter om vad som skapar nöjda kunder och bygger ett hållbart samhälle. Det har varit vår vision sedan starten 1989 och känns idag mer aktuellt än någonsin.

Vår verksamhet har sitt ursprung i ett forskningsprojekt på Handelshögskolan i Stockholm. Forskningen visade att organisationer som fokuserar på nöjda kunder minskar kundförluster och

ökar kundernas återköpsgraden, något som känns självklart idag men som var nytt i slutet av 80-talet. Under senare år har också ny forskning baserad på vår data visat att värden som anseende, förtroende och samhällsansvar har stor påverkan på kunders val och upplevelser. Idag vet vi att samhällsengagemang är lönsamt och att människor vill göra affärer med företag som upplevs som ansvarstagande.

Svenskt Kvalitetsindex vision är kundinsikter för en hållbar framtid.