

Handelsbankens forretningsmessige bruk av sosiale medier

Kristian Krohn-Holm

Innhold

- Kort om Handelsbanken
- Oppgaven som skal løses
- Hvorfor jeg valgte oppgaven
- Hvordan problemet er løst
- Resultater
- Videre arbeid

Handelsbanken

- Eid av Svenska Handelsbanken
- Opprettet 1986 med 52 kontorer i Norge
- Norges 3. største bank
- Fokus på de beste kundene i markedet
- Lønnsomhet foran volum
- Lave kostnader og fornøyde kunder
- Desentralisert struktur

Oppgaven

- "Hvordan kan Handelsbanken bruke sosiale medier til å bygge opp under sin forretningsstrategi?"
- Kartlegge optimalisert bruk for bedriften
- Identifisere mulige gevinster på området
- Støtte for bankens struktur, mål og verdier

Hvorfor valgte jeg oppgaven?

- Ønske om en arbeidsrelatert problemstilling
- Jobbe mot et spesifikt område for en bedrift
- Økningen i bruk av sosiale medier
- Spennende filosofi og struktur
- Ansatt i banken

Hvordan er oppgaven løst

- Utgangspunkt i litteratur og andre studier
- Undersøkelser
- Blikk til andre med samme type organisering

Resultater

Videre arbeid