KLARDAGER

Sendify

KUNDCASE · DIGITALT LOGISTIKNAV · HELA CASET

Upp till 31 procent mer ärendevolym med befintlig bemanning

Sendify växer snabbt, och kundservice har hängt med genom att rekrytera i takt med ärendena. Inför nästa tillväxtsteg ville Sendify veta hur mycket mer dagens team klarar och få ett arbetssätt som håller när verksamheten skalar. Den personliga kontakten med kunderna är en del av Sendifys erbjudande och den ville de värna när teamet växer. Nu har de svaret, upp till 31 procent mer ärendevolym med befintlig bemanning, och en detaljerad handlingsplan för att nå dit.

---

31 %

Mer ärendevolym med befintlig bemanning

Svaret: upp till 31 procent mer ärendevolym.

Om Sendify genomför alla förslag kan dagens 17 heltider i Sverige och Tyskland hantera upp till 31 procent mer ärendevolym utan nyrekrytering. Siffran är en bedömd potential på dagens plattform, beräknad åtgärd för åtgärd utifrån observationer, intervjuer och publicerad forskning.

DEL 1 Kundcaset

Utgångsläget

Sendify har ökat omsättningen med 86 procent på tre år, till 376 miljoner kronor 2025. Kundservice har vuxit med verksamheten genom att anställa fler och med dagens arbetssätt skulle teamet behöva fortsätta växa i samma takt som bolaget. Arbetssättet hade vuxit fram längs vägen och flera system var

valda när volymerna var betydligt mindre. Sendify ville göra en ordentlig översyn inför nästa steg i tillväxten.

Beställningen var tydlig. Sendify ville ha en extern kartläggning av hur kundservice faktiskt arbetar i dag och ett svar på hur mycket mer dagens organisation klarar. Syftet var att kunna växa teamet skalbart och lägga tiden där den gör mest nytta, i kontakten med kunderna. De ville också ha ett ramverk som går att använda i hela kundservice: i Sverige och Tyskland, i faktura- och reklamationsärenden och på framtida marknader. Planen skulle skilja snabba vinster från det som kräver längre arbete och effekten skulle gå att räkna på.

> FRÅGAN SOM UPPDRAGET SKULLE BESVARA
>
> Hur mycket ytterligare arbetsmängd kan Sendifys befintliga kundservice hantera om onödigt arbete tas bort och de rekommenderade åtgärderna genomförs?

Det vi gjorde

Under åtta veckor satt vi med kundservice för Sverige och Tyskland och lyssnade på hur arbetet faktiskt går till. Vi skuggade och intervjuade kundservicechefen, teamledare och kundservicemedarbetare, och vi intervjuade de teknikleverantörer som berörs. Allt vägdes mot frågan om hur mycket mer arbete dagens organisation klarar om onödigt arbete tas bort.

Vi utgick från Sendifys egen strategi. Om ett användningsfall ska lösas med egen utveckling eller med en leverantörslösning lämnade vi till Sendifys tekniska organisation att avgöra. Vår bedömning gällde nyttan, och den håller oavsett vilken väg de väljer.

Det Sendify fick

01 **Kartläggning av nuläget**
Hur ärenden kommer in, fördelas och löses, sett utifrån.

02 **Svar på kapacitetsfrågan**
Upp till 31 procent mer ärendevolym, beräknat åtgärd för åtgärd.

03 **Ett gemensamt arbetssätt**
En modell för Sverige och Tyskland som nya marknader kan utgå från.

04 **Detaljerad handlingsplan**
Snabba vinster att börja med direkt och längre steg i genomförbar ordning, där AI-stödet frilägger tid för den personliga kontakten med kunderna.

”Vi fick en ärlig bild av hur vi arbetar i dag och en plan som går att genomföra. Nu vet vi hur vi kan frigöra tid, så att vi klarar upp till 31 procent mer ärendevolym och samtidigt lägger mer tid på den personliga kontakten med våra kunder.”

Cajsa Bovin, Director of Customer Experience, Sendify

Sendify lägger nu upp genomförandet utifrån planen.

FAKTA	
KUND	Sendify, digital fraktplattform för företag
LÄGE	Aktivering: mjukvara från önskade leverantörer på plats, optimering krävs för maximal effekt
MED FRÅN KUNDEN	Kundservicechef, teamledare och kundservicemedarbetare i Sverige och Tyskland, samt berörda teknikleverantörer
INSATS	Fokuserad genomlysning av kundservice, åtta veckor 2026
RESULTAT	Kartläggning, gemensamt arbetssätt och handlingsplan. Bedömd potential: upp till 31 % mer ärendevolym utan nyrekrytering

DEL 2 Vår analys

Vad grunden betyder för Sendify

> Klardagers egen bedömning. Avsnittet beskriver vilka möjligheter arbetet öppnar för Sendify på längre sikt.

SKALBAR TILLVÄXT

Tillväxten kräver mer än fler medarbetare. Sendify har höga tillväxtambitioner, och kundservice ska klara betydligt större volymer utan att teamet växer i samma takt. De 31 procenten är det första steget och det tas på dagens plattform med dagens verktyg.

01 **Varje ny marknad startar snabbare**
Ett gemensamt arbetssätt och kunskap på ett ställe kortar vägen till självgående medarbetare.

02 **AI som ger mer tid för kunderna**
En genomförbar ordning för AI-stöd, med den personliga kontakten kvar i centrum.

03 **Kunderna märker skillnaden**
Färre ärenden som aldrig borde ha uppstått och bättre uppföljning av dem som finns.

Grunden följer med till nästa plattform

När Sendify har vuxit flera gånger om kommer kundservice att vara betydligt mer digital och automatiserad, troligen på en annan teknikplattform. Förändringarna i handlingsplanen handlar om det som varje plattform behöver:

01 **Kunskap med en ägare**
Ett hjälpcenter med tydligt ansvar och kvalitetssäkrat innehåll är det AI-stödet lär sig av, i dag och på nästa plattform.

02 **Strukturerad data**
Ärenden, kundkontext och sändningsnummer samlas på ett ställe och registreras så att tekniken kan använda dem.

03 **Ägarskap för systemen**
En ansvarig och en fast beslutsrytm gör att varje ny lösning prövas mot hela kundflödet innan den införs.

04 **Kapacitet som planeras i förväg**
Kundservice blir en del av den kvartalsvisa verksamhetsplaneringen, så att behovet syns innan köerna gör det.

05 **Effekt som går att följa**
Varje del mäts för sig: arbete som försvinner, arbete som tekniken tar över och snabbare handläggning av det som återstår.

Varje ny marknad startar snabbare

När arbetssättet är gemensamt behöver en ny marknad inte bygga sin kundservice från början. Det spelar särskilt stor roll när teamet ska växa. En ny kundservicemedarbetare behöver i dag ungefär tre månader för att bli självgående, och mycket av kunskapen finns hos erfarna kollegor. Med kunskap som har en ägare och finns på ett ställe kortas den tiden för varje ny person som börjar.

AI som ger medarbetarna mer tid för kunderna

Sendify ser stora möjligheter med AI. Samtidigt är den personliga kontakten en kärnvärdering i kundservice och en del av det Sendify erbjuder sina kunder. Handlingsplanen förenar de två: först en kvalitetssäkrad kunskapsgrund och granskade svarsförslag, sedan självständig vägledning och sist avgränsade systemåtgärder. Flera AI-funktioner finns redan i dagens verktyg men används sällan. Att få dem i bruk är lika mycket en fråga om arbetssätt som om teknik.

Kunderna märker skillnaden

En del av arbetet som tas bort är ärenden som aldrig borde ha uppstått, till exempel frågor om otydliga tillägg på fakturan. När de försvinner vid källan får kunden en enklare upplevelse och kundservice mer tid för det som kräver omdöme. Tydligare ägarskap för varje ärende ger också bättre uppföljning, och lägre ansträngning för kunden hänger nära ihop med lojalitet.

Vår slutsats

Det största värdet av de 31 procenten är att Sendify kan växa på en grund som redan är prövad mot verkligheten i den egna kundservicen. Varje steg mot en mer automatiserad kundservice bygger på den.