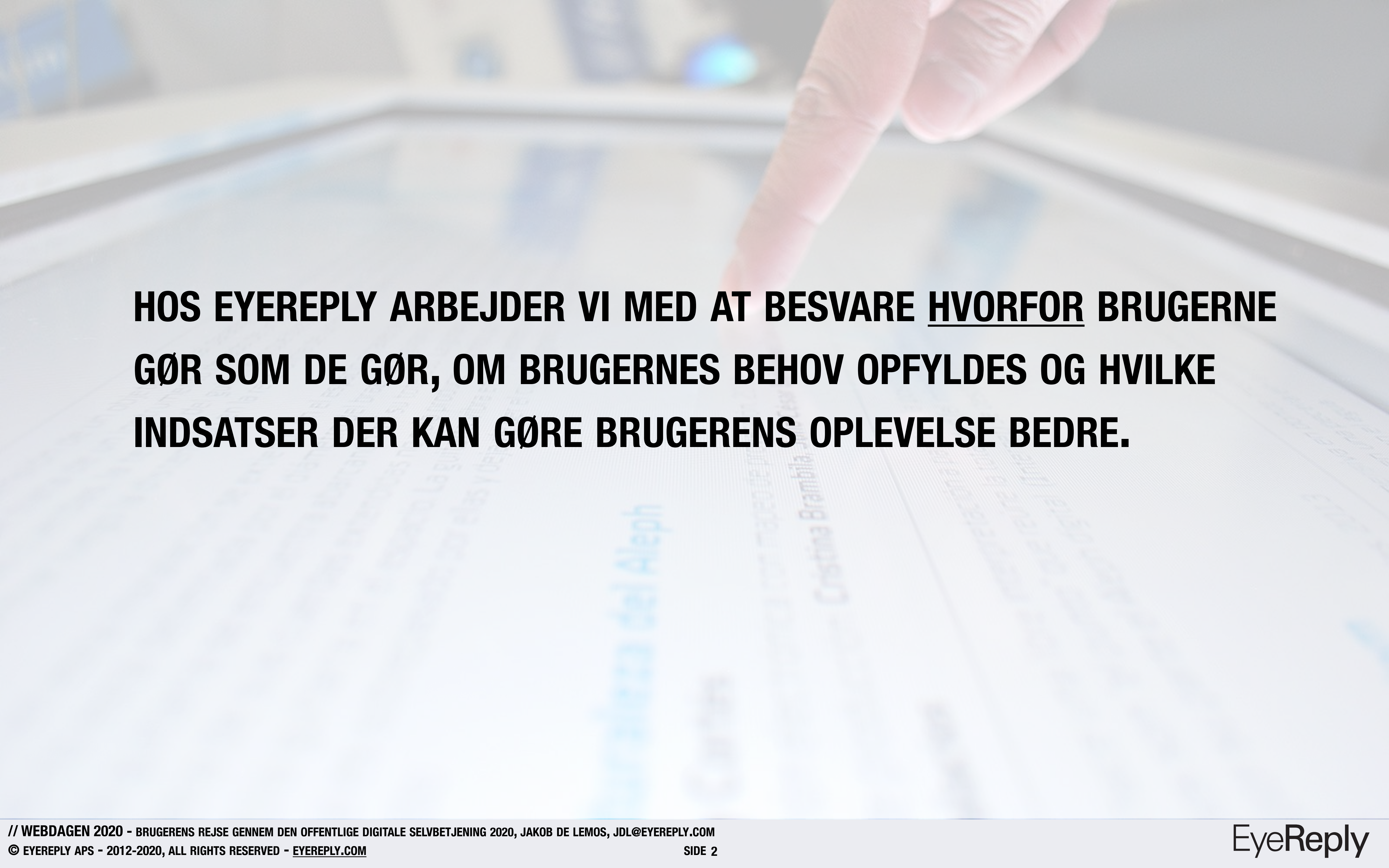


// WEBDAGEN 2020

BRUGERENS REJSE GENNEM DEN OFFENTLIGE DIGITALE SELVBETJENING 2020 - TENDENSER, TRENDS & TIPS

CEO, EyeReply, Jakob de Lemos

Nyborg d. 26. januar 2020

A hand is pointing at a tablet screen. The screen displays a list of names, including 'Aleph', 'Cristina Brambila', and 'Cristina Brambila'. The text is overlaid on the screen.

HOS EYEREPLY ARBEJDER VI MED AT BESVARE HVORFOR BRUGERNE GØR SOM DE GØR, OM BRUGERNES BEHOV OPFYLDES OG HVILKE INDSATSER DER KAN GØRE BRUGERENS OPLEVELSE BEDRE.

EYEREPLY'S KVALITATIVE TILGANG

Hvad oplever brugerne?

Evaluer den overordnede oplevelse, holdninger til og forståelse af din online løsning.

Hvad ser brugerne?

Evaluer den visuelle effektivitet af designelementer i din løsning.

Hvordan interagerer brugerne?

Evaluer hvordan brugere navigerer gennem din løsning for at finde frem til målet.



FRA INDSIGTER TIL PRIORITEREDE HANDLINGER [EKSEMPLER]

OBSERVATION: LAV TRYGHED

5/12 respondenter giver udtryk for at de mangler hjælp ift. step 4, hvor de skal oplyse om forholdet. 1/12 brugere ser og aktiverer ikke hjælpen på dette trin.

INDSATS: HJÆLP I LØSNINGEN MANGLER

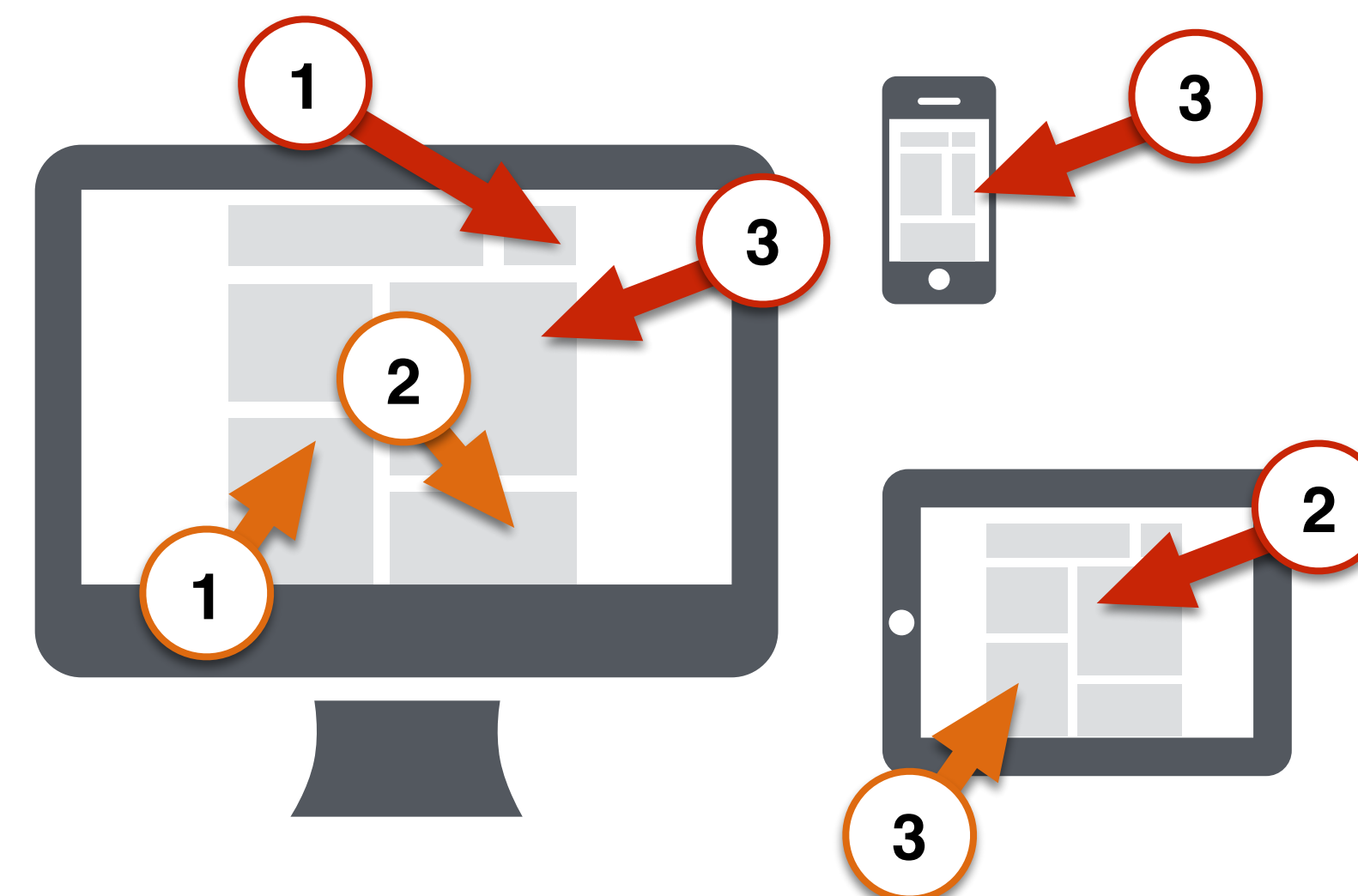
Ordet "XXXX" skal tilkobles hjælp i kontekst ikon. Sproget på step 4 skal bearbejdes, så mening fremgår mere tydeligt.

BØR LAVES

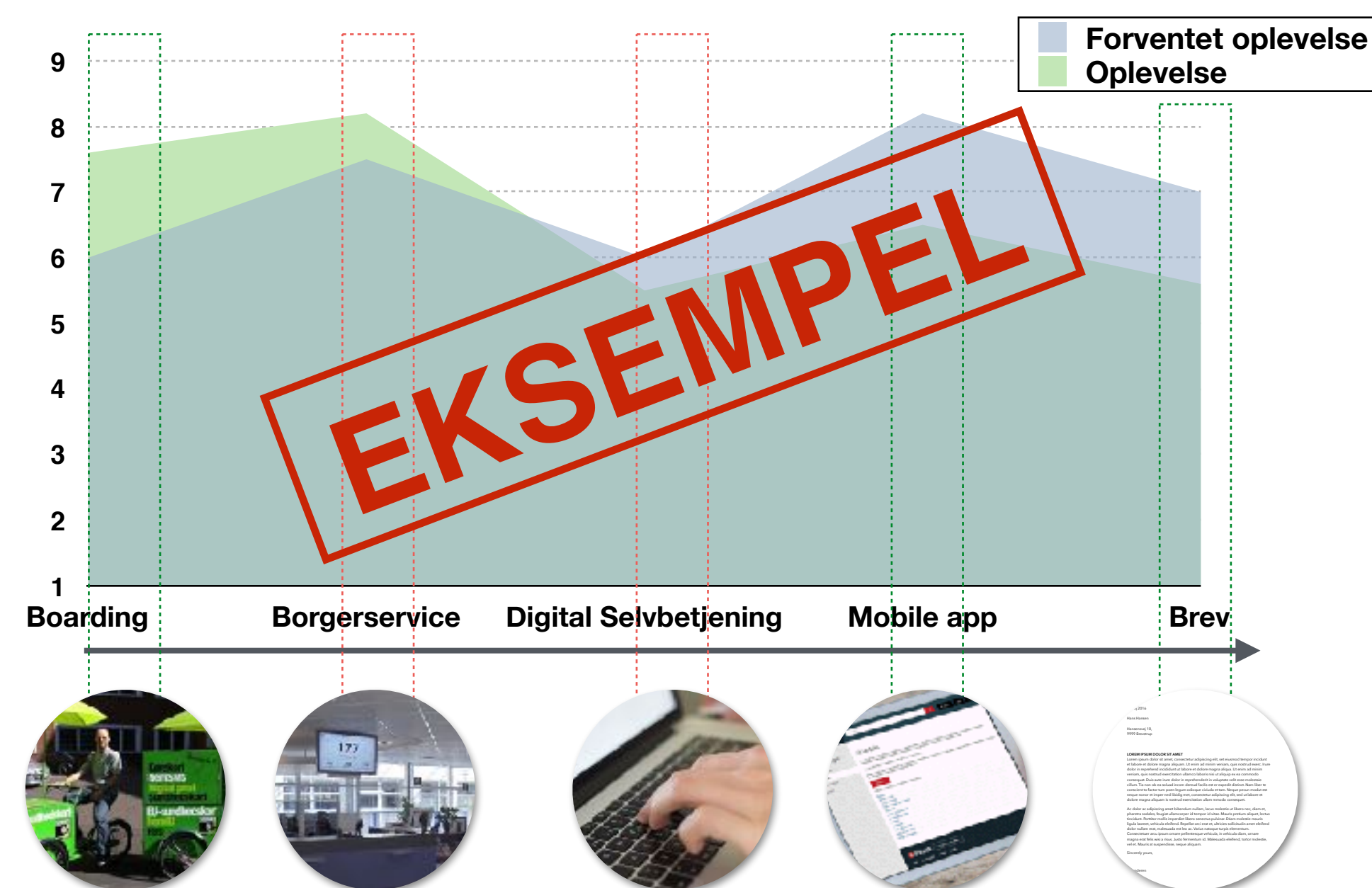
1. Gør hjælpen tydeligere i løsningen. Hjælpen i trin 4 overses, da den står angivet uden for konteksten.
2. Synlig feedback ved tilmelding
3. Overskuelig kvitteringsside


KAN LAVES

1. Mere gennemskuelig udregning af beløb
2. Bedre formulering af krav
3. Færre elementer i venstremenu



	PROTOTYPE 1	PROTOTYPE 2	PROTOTYPE 3	PROTOTYPE 4
Q1. I hvilken grad oplever du at få <u>overblik</u> over informationssiden?	3,6	3,0	4,4	4,3
Q2. I hvilken grad indeholder informationssiden den information, du har <u>behov</u> for ift. emnet?	3,9	3,6	4,5	4,3
Q3. I hvilken grad <u>hjælper</u> informationssiden dig med at forstå budskabet.	2,1	3,0	3,7	3,3
Q4. I hvilken grad oplever du sproget som klart og tydeligt?	4,0	4,0	4,1	4,0





HVILKE TRENDS SER VI I ORGANISATIONERNE DER ARBEJDER MED BRUGERENS REJSE GENNEM DEN OFFENTLIGE DIGITALE SELVBETJENING I 2020?

Automatisering og AI + Interne digitale kompetencer øget + Intuitive brugerflader

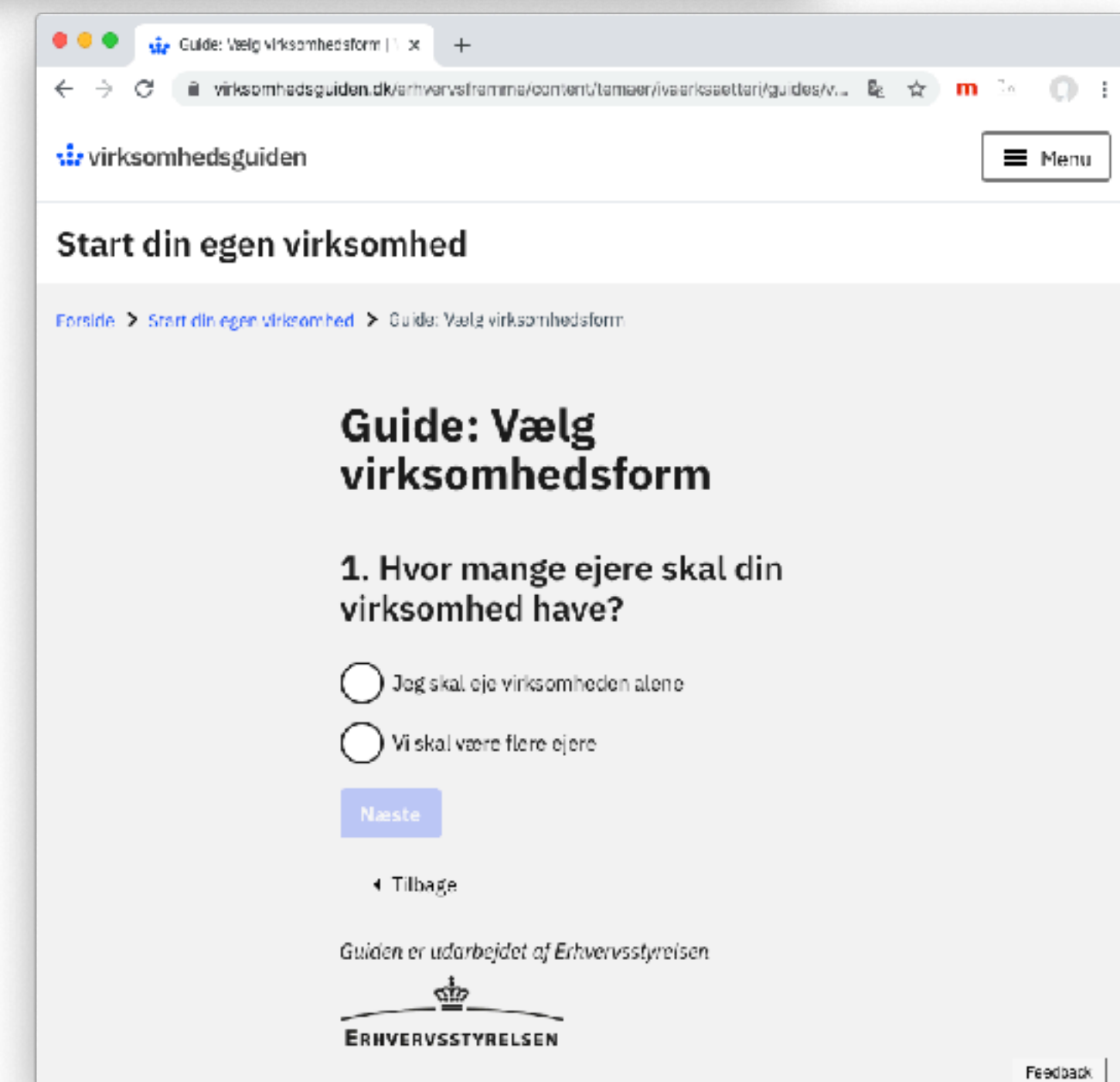
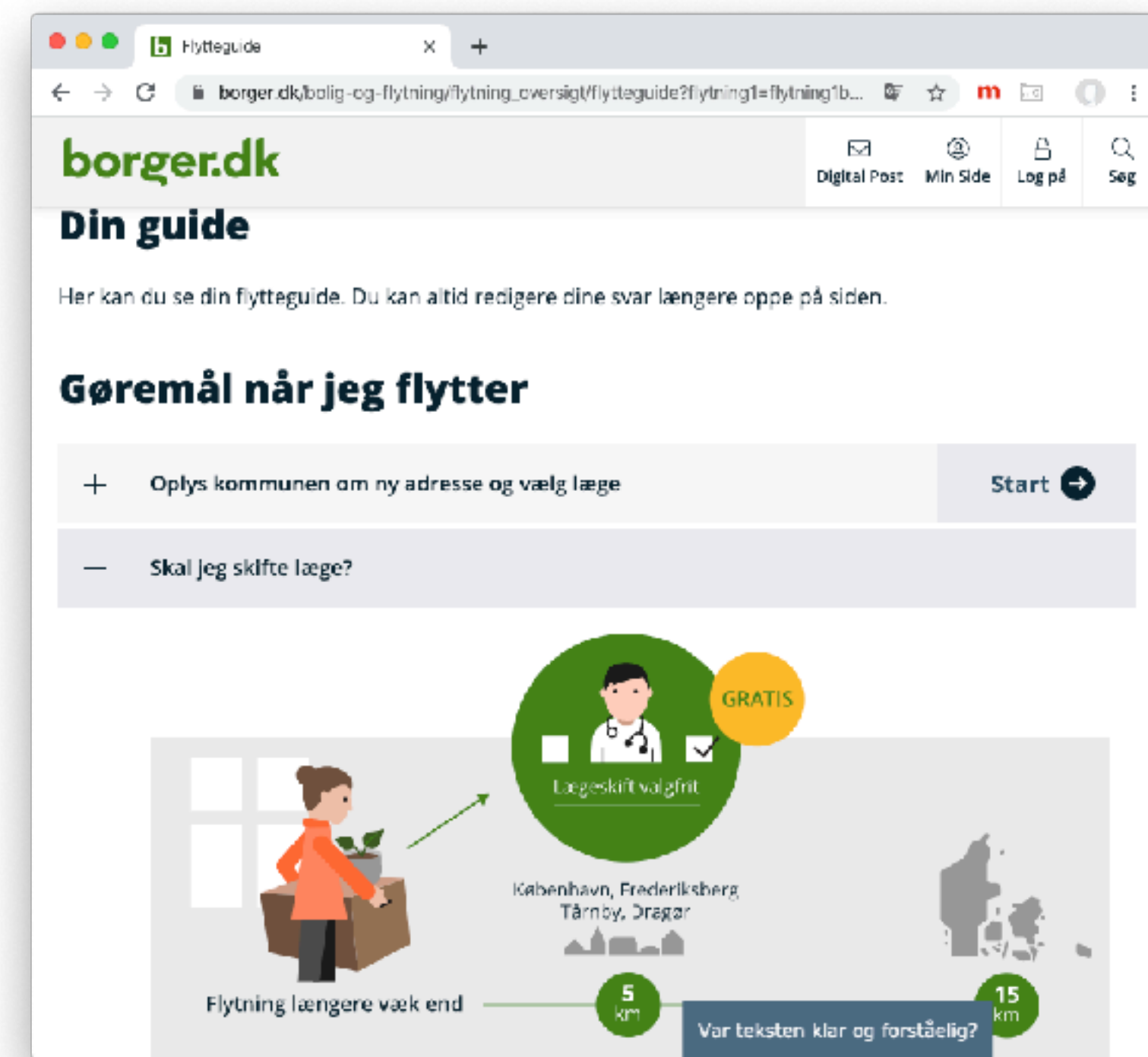
Der tages i stigende grad udgangspunkt i brugernes behov fremfor 'ny' teknologi. Der stilles både krav til brugervenligheden og teknologien i kravspecifikationer.

Dette resulterer i en meget stærkere relation mellem selvbetjeningen og borgeren, virksomheden og den professionelle, som fordrer tillid og tryghed for brugeren.



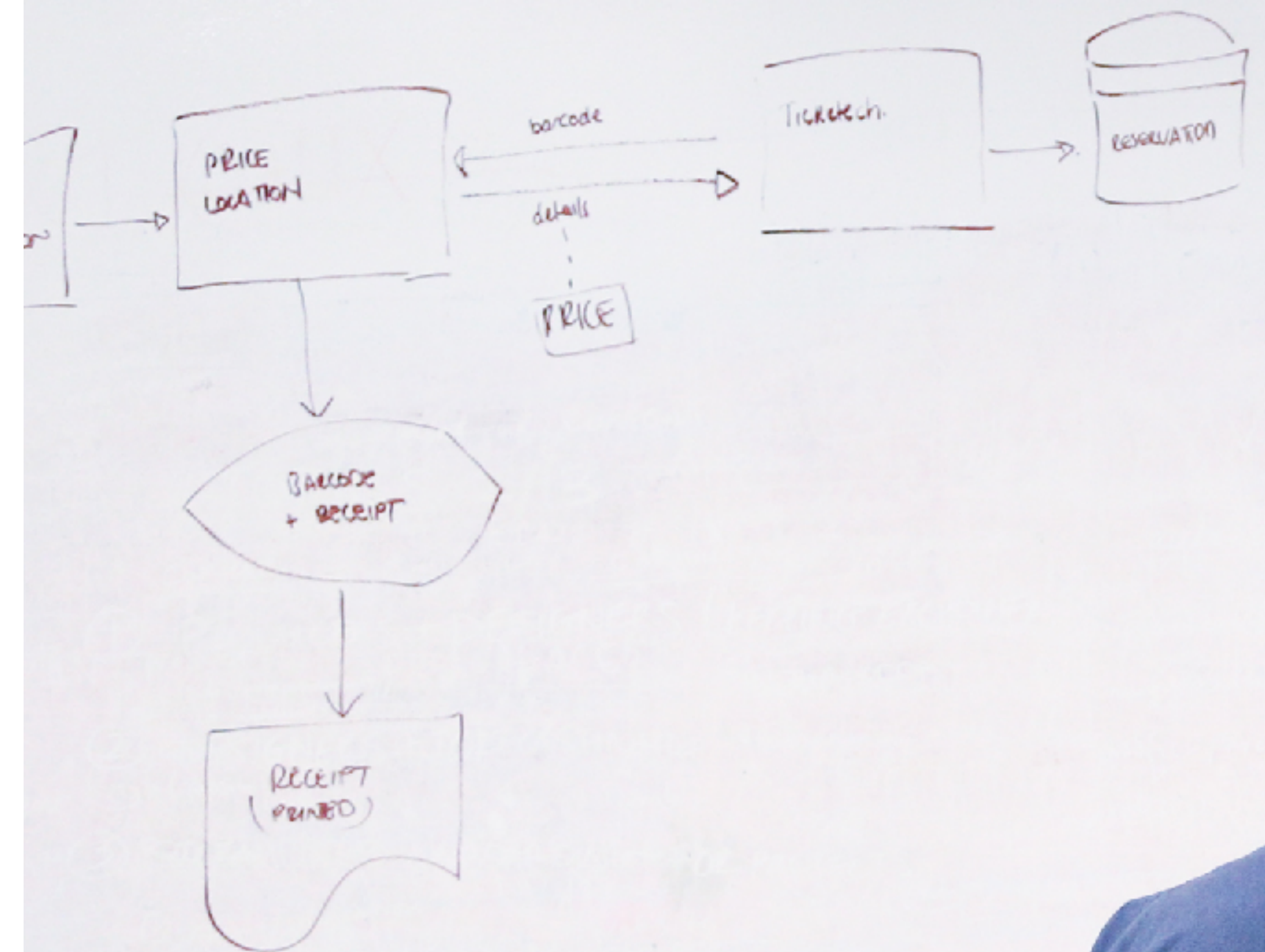
Der opstår personificerede, digitale services omkring selvbetjeningsløsninger, så det ikke kun drejer sig om at oplyse, men også om at yde en digital service til borgeren, virksomheden og den professionelle.

Denne personlige kundeoplevelse baseret på brugeradfærd skaber i en tættere, mere menneskelig relation mellem myndigheder og brugere, som oplever det offentlige som en tidsbesparende service, der hjælper, fremfor en tidsrøvende byrde.



Digitale brugeroplevelser rodfæstes i myndighedsorganisationerne. Den gode brugeroplevelse og brugerens rejse tænkes i højere grad ind i lovgivning, forretning og organisation.

UX-eren har fået en rolle og har fået beslutningskompetence. Lovgivningen bliver stadig mere digitaliseringsvenlig. Den fællesoffentlige test skal bestås. Der er stillet en række krav til digitale løsninger og lavet tiltag der skal gøre mødet med den digitale selvbetjening mere ensartet og ligetil for brugeren.



Udviklerne og løsningsejerne har gennem en bedre fælles forståelse af digital selvbetjening fra både et IT-systemperspektiv og et myndighedsperspektiv en mulighed for at tage stilling til, om en brugerfejl skal rettes i produktet eller håndteres med en workaround af kundesupport.

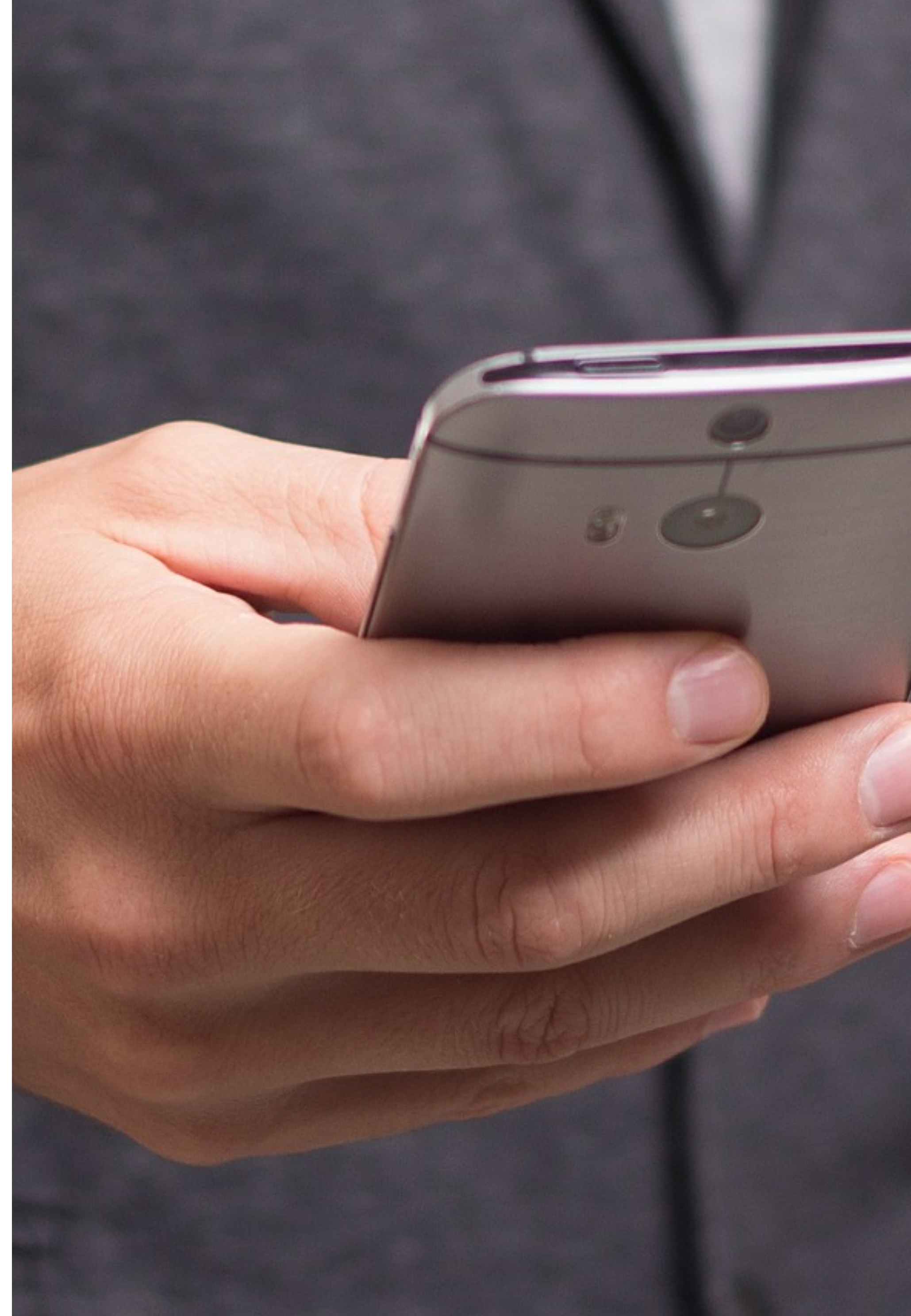
Der er altid 2 steder, en fejl kan afhjælpes. Er den sjælden og berører få, er det måske bedre at supporten tager den end at der bruges tid på at rette den i systemet.



En bruger, en myndighed: Samme oplevelse.

Øget fokus på den gode brugeroplevelse på tværs af platforme og på tværs af instanser. Styrket fokus på at afdække brugernes forskellige behov på tværs af kanaler for bedre at kunne opfylde behov i forskellige brugssituationer.

‘Omni-channel’ fremfor ‘multi-channel’ eller ‘single-channel’ UX og CX strategi. Stort ryk over på mobile platforme, hvor mere end halvdelen af browsing nu foregår på mobiltelefonen. Især på informationssøgning, hvor søgninger foretages på mobiltelefonen. Men hvor fordybelsen og overblikket stadig er at finde på desktop.



A woman in a white uniform, likely a healthcare professional, is shown in profile, looking at a tablet device. The background is a soft, out-of-focus light color.

HVAD FORVENTER BRUGERNE AF REJSEN GENNEM DEN OFFENTLIGE DIGITALE SELVBETJENING I 2020?

Et hele - Service - Intelligente systemer

Brugerne forventer, at myndighederne yder en service og kender brugerens behov og er tydelige omkring, hvad brugerne skal foretage sig.

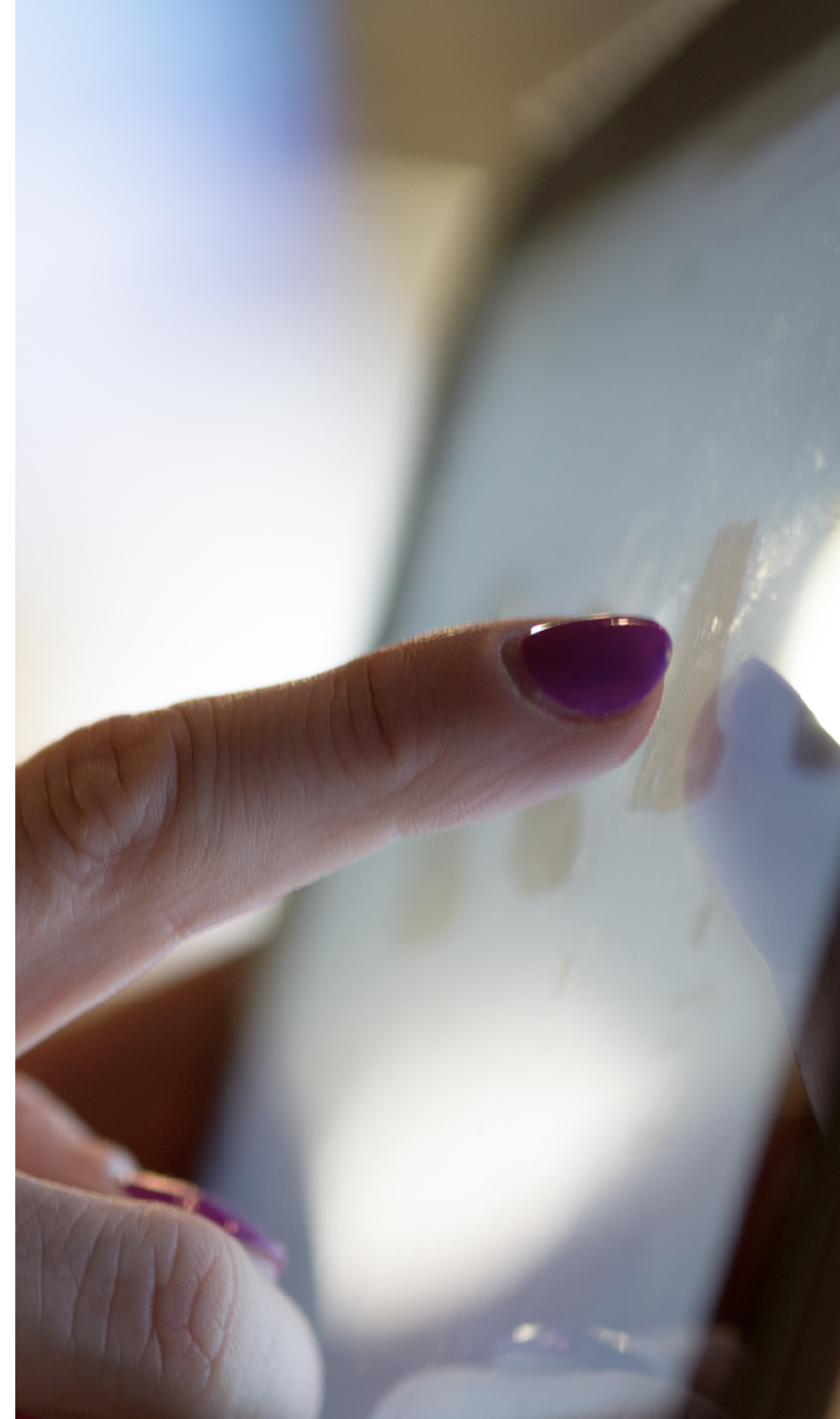
“IT systemerne er ‘modnet’, og vi er nu i 2020”. Forventer et sprog i øjenhøjde, at der er fokus på brugerne som mennesker. Forventer at få svar på, ‘hvorfor?’ de skal foretage sig noget, så det ikke virker som ren datahøst. Forventer en oplevelse af, at der er et menneske bag og ikke blot en maskine - at ‘systemet’ yder en service. Forventer at få et svar - ofte med en forventning om øjeblikkelig ‘belønning’, som brugerne er vænnet til gennem SoMe (især den yngre del af brugerne).



Brugerne forventer og efterspørger i højere grad personificerede oplevelser. Løsninger, der ikke blot ved, hvem brugerne er, men også, hvad brugerne har behov for at foretage dig i fremtiden og tilpasser sig herefter. En-blanket-til-det-hele går ikke i 2020.

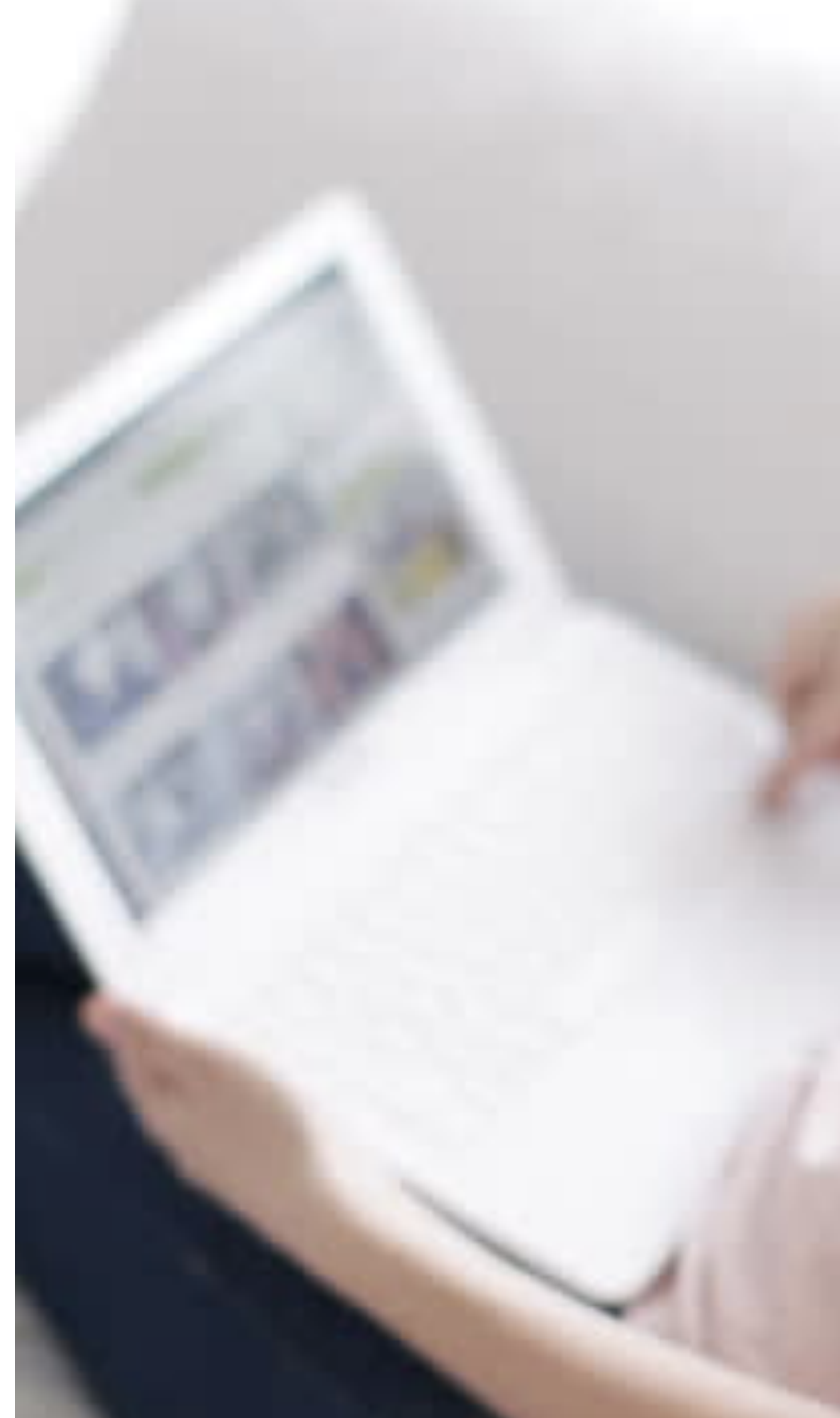
Personaliserede oplevelser gennemsyrrer de bedste brugeroplevelser hos Amazon, Netflix etc., og brugerne forventer en personlig service, baseret på tidligere interaktion med det offentlige. Guidede brugerrejser. Automatisk indhentning af oplysninger fra andre systemer (med samtykke). Fortæller, hvis der er noget, brugeren skal være særligt opmærksom på ud fra brugerens situation og data.

Udfordringen er at engagere brugerne, så de ikke kun er en del af en proces, men også aktivt tager ejerskab.



**Brugerne forventer gennemsigtighed og data
transparens i services. Dataindsamling uden en
god grund går ikke i 2020. Brugerne forventer at
blive oplyst om hvorfor de skal afgive
informationer og hvad de skal anvendes til.**

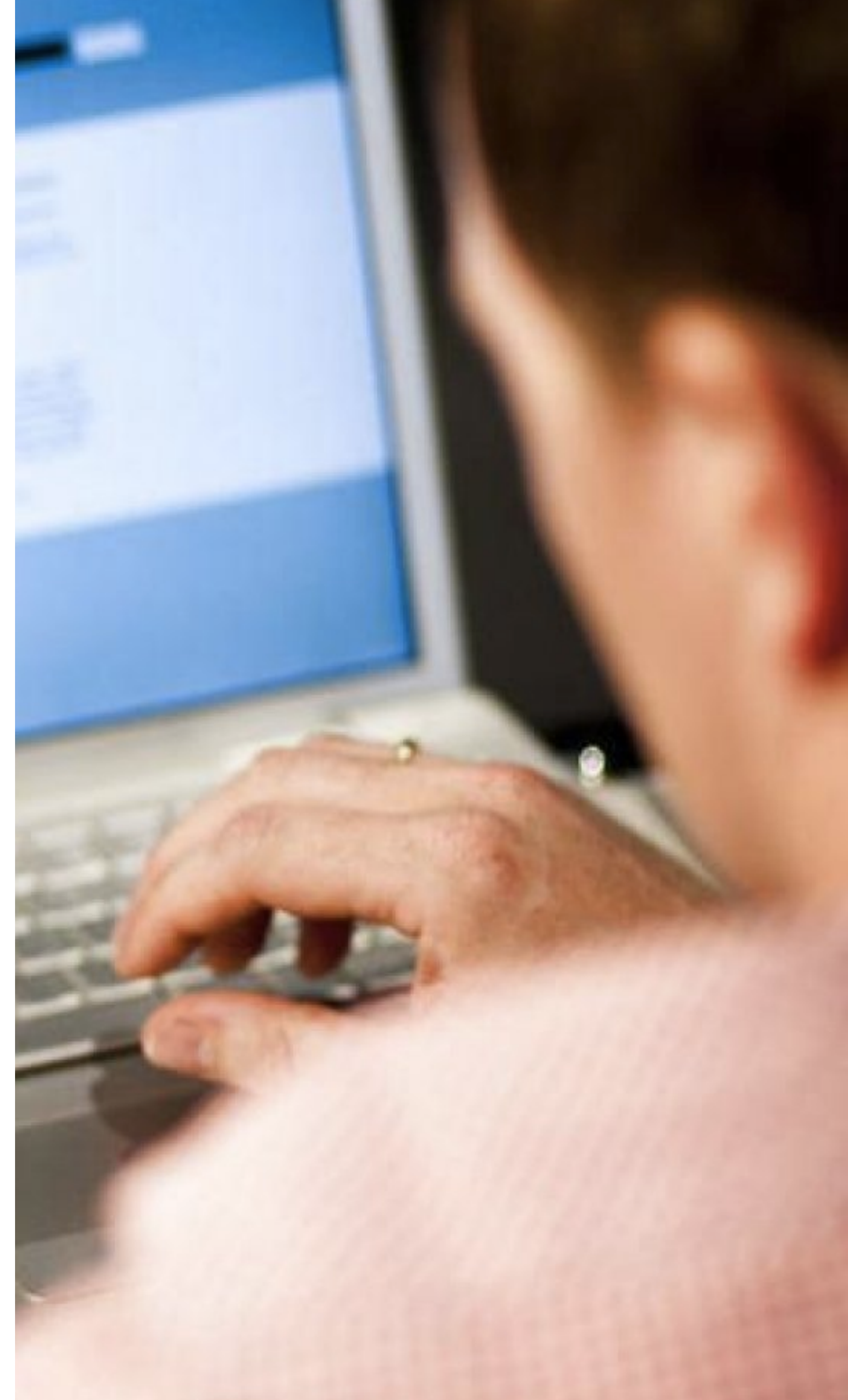
Brugerne har langt mere praktisk IT-erfaring nu end tidligere, så der er mere fokus på hvad der foregår undervejs på brugerrejsen og hvad der virker godt og mindre godt på tværs af løsninger og hvad brugeren kan forvente. Brugerne ved godt, at de skal være opmærksomme på sagsbehandlingstider, datasikkerhed ved indsamling af data og gebyrer. Brugerne ved godt, der kan være områder, der halter. "Hvad anvendes data til? Hvorfor tager det tid at få en godkendelse? Hvorfor er der et gebyr? Hvis der samles data ind for at kunne levere en personlig oplevelse. Så skriv, at data anvendes til det. Det opbygger tillid.



Flertallet vil gerne betjene sig selv - har opdaget fordelene ved god digital selvbetjening. Flertallet oplever den digitale selvbetjening som en bedre service end interaktionen med et menneske.

Brugernes oplevelse af den bedre service kommer til udtryk;

- 1) Når brugerne ved, hvad de skal, og nemt og trygt kan komme fra A til B.*
- 2) Når brugerne kan betjene sig selv, når det passer dem, med mindre stress til følge.*
- 3) Når brugerne bliver bedre klædt på til selv at tage stilling ud fra deres situation ved i ro og mag at kunne forholde sig til regler og lovgivning.*
- 4) Når brugerne oplever en hurtigere og personlig tilpasset digital selvbetjening, når systemet allerede har oplysninger såsom kontaktinformation, årsag til selvbetjening, historik osv.*



Brugerne søger den platform der giver god service, ikke blot information.

Brugerne ejer kontakten. De bestemmer på hvilken platform interaktionen foregår. Brugerne forventer en god ensartet brugeroplevelse på tværs af kanaler og på tværs af offentlige myndigheder under hele brugerrejsen på mobil, tablet, desktop og i borgerservice.

Efter NemID på mobilen er digital selvbetjening blevet noget, brugerne i højere grad gør på mobiltelefonen. Information søges oftest på mobilen. Det har Google bl.a. taget konsekvensen af i rangordningen af søgeresultater, hvor sider, der er 'gode' på mobiltelefoner, rangerer højere i søgeresultatet på Google. Brugernes rejse starter ikke nødvendigvis på samme platform som den slutter på.



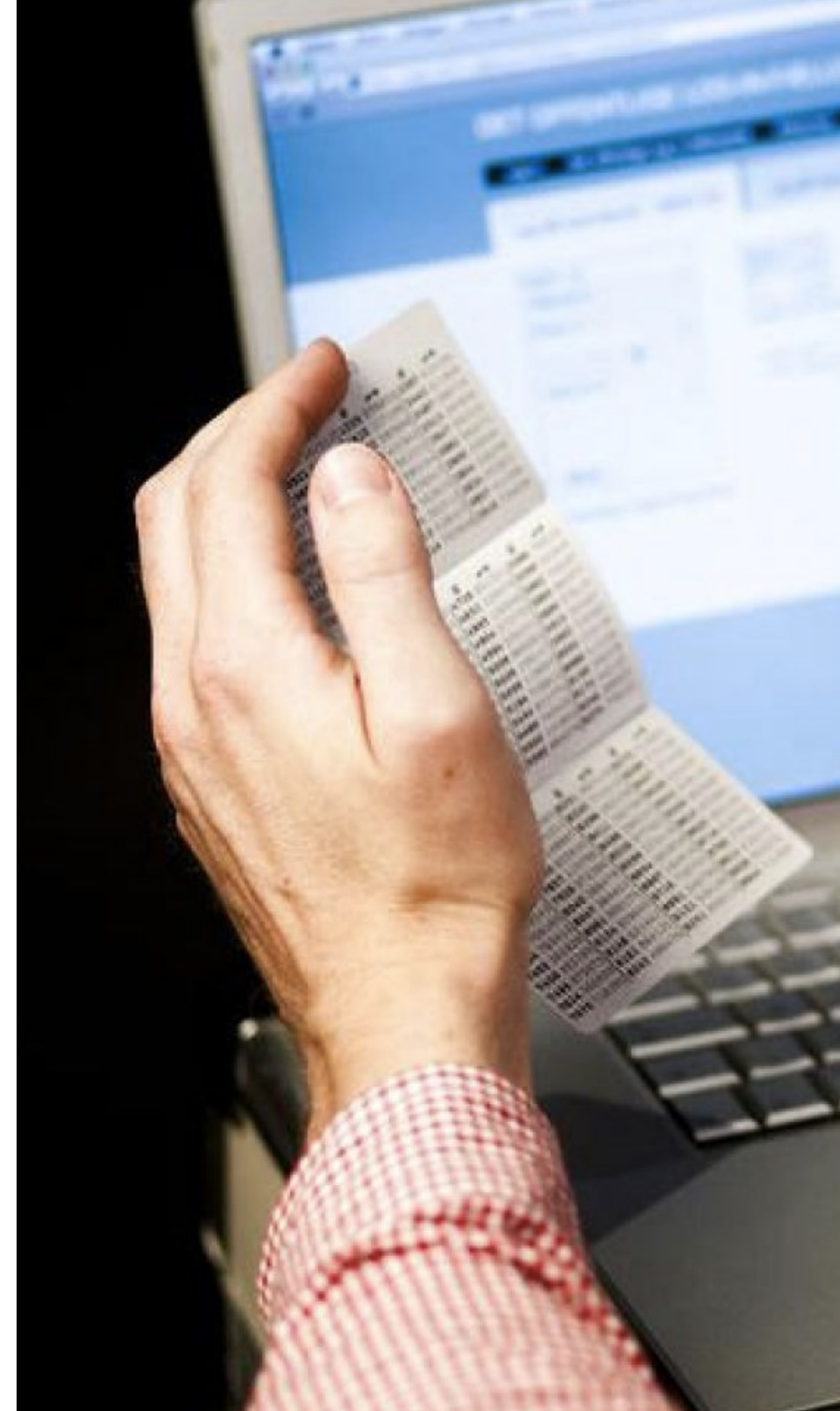


**HVORFOR OVERHOVEDET BEKYMRE SIG OM
BRUGERNE OG DERES REJSE GENNEM DEN
DIGITALE SELVBETJENING?**

7/10 foretrækker at hjælpe sig selv. Når de har tid - og ikke nødvendigvis når borgerservice lige har åbent.

Herudover mindsker en god brugeroplevelse i offentlig digital selvbetjening;

- 1) Supportopkald.*
- 2) Fejlindberetninger og fejlregistreringer.*
- 3) Tilbageløb.*
- 4) Kundeserviceopkald*



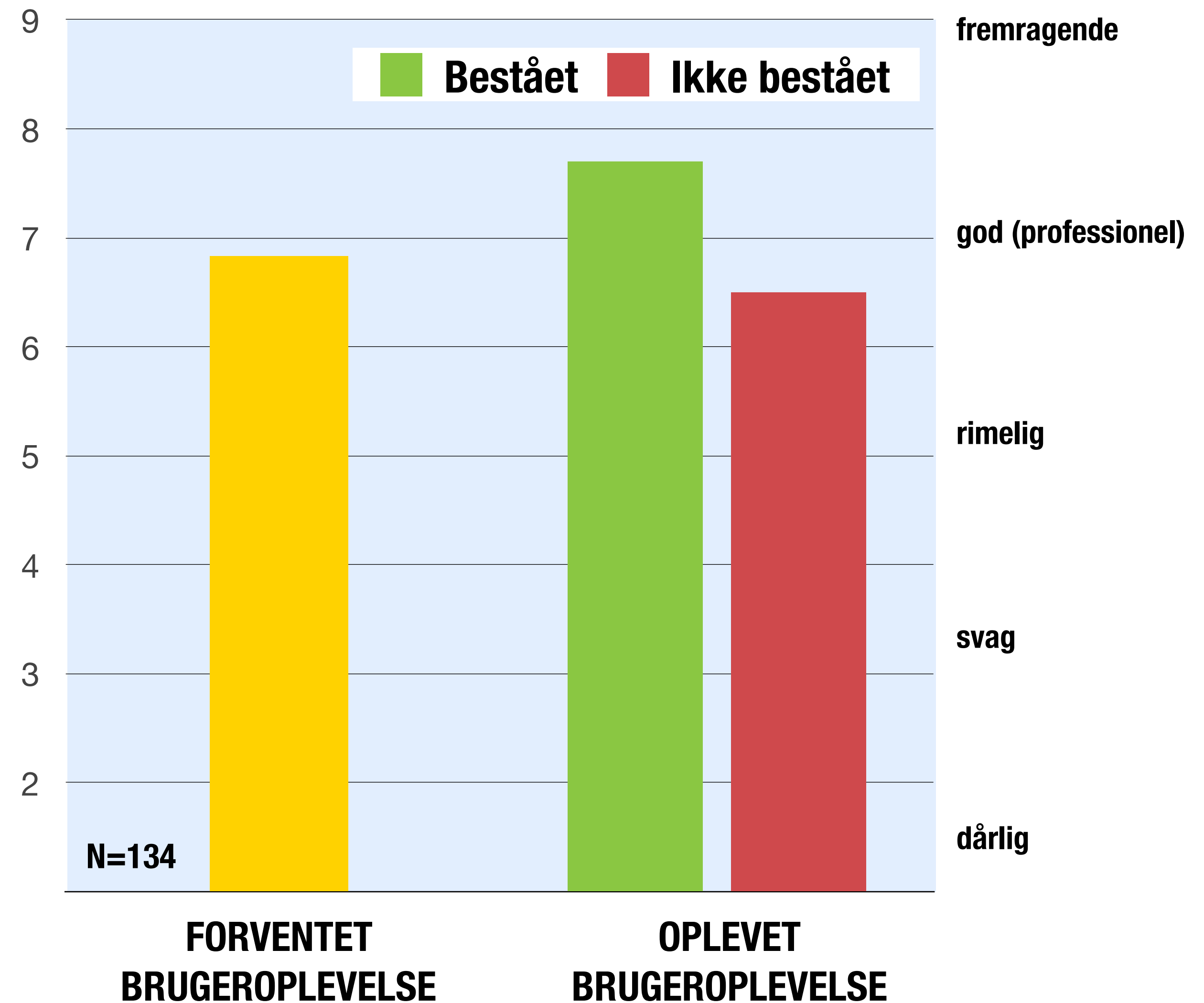
Forventningen til offentlig digital selvbetjening er høj

Brugerne forventer en selvbetjening der ligger på niveau med gode digitale løsninger de anvender i hverdagen.

En bestået fællesoffentlig brugertest har en markant bedre oplevelse end forventet

En bestået fællesoffentlig brugertest SIKRE et professionelt niveau.

Brugernes vurdering af brugeroplevelsen på en 9-punktsskala hvor 9 er bedst



A hand is pointing at a tablet screen. The screen displays a list of names, including 'Cristina' and 'Cristina', which are slightly blurred. The background is a soft-focus office environment.

**HVILKE UDFORDRINGER OG PROBLEMER
OPSTÅR OFTE VED ANVENDELSE AF
OFFENTLIG DIGITAL SELVBETJENING? OG
HVAD ER ÅRSAGEN?**

Løsningsejeren skyder ved siden af målgruppe på brugsscenario, viden hos målgruppen og service. Det gælder for både borgere, virksomheder og professionelle brugere.

- *Glemmer at tage højde for viden og kompetencer hos målgruppen.*
- *Taler hen over hovedet på målgruppen, og i nogle tilfælde ned til dem. Informationen er enten mangelfuld eller ikke relevant.*



Løsningsejer forventer for meget af IT-plattformen, tager ikke udgangspunkt i mennesket foran skærmen, men i teknologien. Brugeren forventer for meget af IT-plattformen - niveauet for brugervenlighed ligger højt ift. erfaringer med FaceBook, Instagram, Amazon.

- *Når noget ikke kan lade sig gøre iht. krav, bliver det oftest en dårligere løsning, end hvis kravet blev strøget, da en konvention ofte ender med at blive brudt.*
- *Der mangler ofte en stillingtagen til, hvor problemet løses. Af en software udvikler, eller på en telefon hos kundeservice. Et quick-fix af et stylesheet vil oftest ikke virke.*



Vejen ind, vejen ud og vejen på tværs af offentlige selvbetjeningsløsninger er ikke logisk ift. brugerens situation.

- *Brugeren ved enten ikke, hvad de skal foretage sig på tværs af løsninger, og for de fleste brugere (private borgere, virksomheder og professionelle) betragtes 'det offentlige' som én stor kasse. Om det så er styrelser, kommuner eller private aktører, så 'taler' de sammen.*
- *Har jeg givet samtykke et sted - så gælder det vel også et andet sted? Har jeg indberettet her, så ved de det vel også hos den anden instans. Brugerne forventer transparens.*

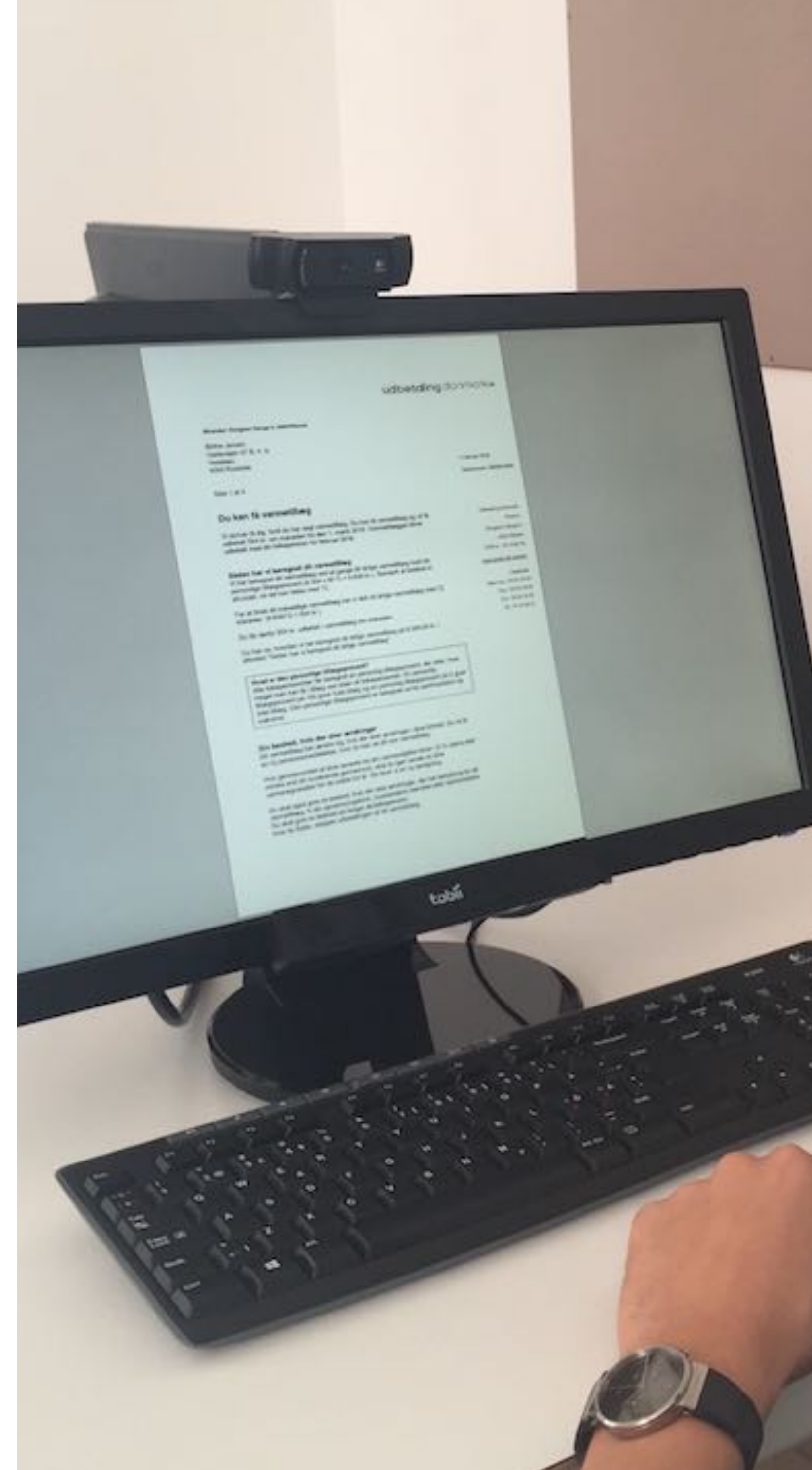


A hand is pointing at a tablet screen. The screen displays a list of names, including 'Aleph', 'Cristina Bra...', and 'Julia...'. The text is centered on the screen.

**HVILKE SPØRGSMÅL ER GODE AT STILLE, NÅR
MAN UDVIKLER OFFENTLIGE LØSNINGER FOR
AT FÅ FOKUS PÅ BRUGEROPLEVELSE?**

Når brugeren skal forberedes til selvbetjeningen.

- *Hvad er vigtigt for brugeren at have klar undervejs - hvordan skal brugeren forberede sig?*
- *Er det tydeligt for brugeren, at de er landet det korrekte sted - i den rigtige selvbetjening?*
- *Er det tydeligt for brugeren, at selvbetjeningen er henvendt til dem?*
- *Er behov og formål beskrevet i et nemt forståeligt sprog i øjenhøjde med den pågældende målgruppe?*



Når brugeren skal hjælpes og guides undervejs i selvbetjeningen.

- *Er det tydeligt, hvad brugeren skal foretage sig undervejs?*
- *Er overskrifterne handlingsrettede, så de understøtter det, brugeren skal foretage sig?*
- *Er der kommunikeret i et sprog, hvor juridiske termer og fagsprog er oversat til et sprog, borgerne forstår ud fra deres vidensniveau og erfaring?*
- *Er der hjælp i kontekst, der ud over at fortælle brugeren, at der er en fejl, også fortæller brugeren, hvordan den rettes?*
- *Er det tydeligt, hvor der kan findes yderligere information omkring emnet, lovgivning, definitioner, ord og forklaring af begreber?*

Når brugeren skal hjælpes godt videre efter selvbetjeningen.

- *Er det tydeligt for brugeren, hvad denne netop har foretaget sig?*
- *Er det tydeligt for brugeren, hvor denne modtager kvittering og information omkring det indtastede?*
- *Er det tydeligt for brugeren, hvornår brugeren får information om, hvad der skal ske, eller modtager en afgørelse?*
- *Er det tydeligt for brugeren, hvad der sker nu, om brugeren skal foretage sig mere (eventuelt hos andre myndigheder)?*
- *Er det tydeligt for brugeren, hvor og hvordan denne skal henvende sig ved spørgsmål?*
- *Er det tydeligt, hvor brugeren kan finde den indberettede information?*
- *Er det tydeligt, hvor brugeren kan finde yderligere information?*





**PRAKTISKE CASES: HVAD SKAL MAN VÆRE
SÆRLIG OPMÆRKSOM PÅ, NÅR MAN
UDVIKLER OFFENTLIGE DIGITALE
BRUGERREJSER?**

Når brugeren skal forberedes til selvbetjeningen.

- *Hvor ofte anvendes løsningen af den pågældende målgruppe? Anvendes information eller selvbetjening sjældent, eller måske kun ganske få gange, så skriv introduktionen herefter.*
- *Hvis det er et emne, der er 'tæt på', så sørg for at gribe brugeren i den situation, personen står i. Kig på informationsbehovet. Er det en brugssituation, hvor brugeren er stresset, berørt, bange for at foretage sig noget forkert, så tag brugeren mere i hånden. (ved eksempelvis skilsmisse, død, navngivning, pension). I 2022 ved din telefon mere om din emotionelle tilstand, end din familie - tak AI! (Gartner 2018: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/emotion-ai-will-personalize-interactions/>)*
- *Vær opmærksom på, om det er en situation, hvor det hjælper at filtrere indholdet, eller hvor det er vigtigt for brugeren at have alle muligheder belyst. Noget, der er tæt på, kræver transparens. Overblik over, hvad der vælges fra og til og konsekvenser. (det er en myte, at tekstmængden skal holdes nede - det afhænger helt af brugssituationen og scenariet).*
- *Vær særlig opmærksom ved løsninger, der anvendes af både private borgere og professionelle. Professionelle har ofte en helt anden forståelse af indholdet og vil gerne hurtigt i gang, frem til informationen og igennem det.*
- *Byg begreberne op fra bunden. For brugeren, der ikke har anvendt en løsning før, skal der være mulighed for at få forklaret begreber fra bunden (brug eksempler til at forklare nye begreber, struktur og proces).*

Når brugeren skal hjælpes og guides undervejs i selvbetjeningen.

- *Brug flere niveauer af hjælp. Vær bevidst om, at hjælpen også i høj grad sikrer eksempelvis en korrekt indtastning og sparer en opringning.*
- *Husk adresser og links videre fra siderne - hvis der henvises til et sted på nettet, sæt et link ind. Hvis der henvises til en genbrugsstation, sæt et link ind til Google Maps. Hvis der henvises til, at man kan læse yderligere i en bekendtgørelse eller lovgivning - så sæt et link ind til lovgivningen.*
- *Gør vejen gennem løsningen så enkel som mulig. Sørg for, at der er en tydelig hovedvej. Lad kun brugerne tage stilling til det, der er relevant i deres scenarie.*
- *Undgå sætninger som “Hvis der er tale om... så ‘kan’ du indtaste”, “Her kan du vedhæfte andre ‘relevante’ bilag”. Gør det konkret. Gi’ eksempler. Dette sikrer, at der indsamles mere relevante oplysninger.*

Når brugeren skal hjælpes godt videre efter selvbetjeningen.

- *Gør det tydeligt, hvad der sker nu. Om brugeren skal foretage sig mere.*
- *Giv et referencenummer, så det er nemt for kundeservice at tage fat i sagen i den anden ende.*
- *Sørg for, at der er en tidshorisont på, så brugeren kan have ro i sindet indtil efter denne dato.*
- *Opsummer og gør det tydeligt, hvad brugeren har indberettet.*
- *Giv brugere en kvittering i e-boks eller på email. Gør det tydeligt, hvor den bliver sendt til, og vær tydelig omkring, hvad den indeholder - er det kun en kvittering, eller indeholder den også det indtastede/bestillingen etc.*
- *Gør kommunikationen i e-boks klar og tydelig for borgeren. Brugertest brevkommunikationen. Er budskabet tydeligt og ved brugeren hvad denne skal foretage sig fremadrettet?*

Brugerne ønsker services, der imødekommer deres behov for personificerede, hurtige og brugervenlige digitale løsninger, uden friktion mellem kanaler.

Tak for opmærksomheden!

Ønsker du at vide mere om digital selvbetjening eller få brugertestet en web-løsning, brevkommunikation, app, brochure eller lignende, eller mangler du blot nogle stykker fra din målgruppe til et brugerinterview eller en workshop så kontakt:

CEO Jakob de Lemos

jdl@eyereply.com eller på +45 3124 6588

Eller besøg os på <http://eyereply.com>



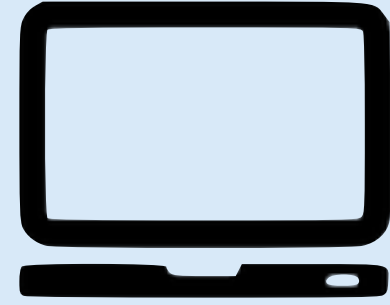
EYEREPLY HJÆLPER MED AT FAT I DIN MÅLGRUPPE SÅ DU KAN HØRE DERES MENING

Har du brug for at få fat i og snakke med brugerne under dit projekt?

- *EyeReply rekruttere løbende brugere til interne design sprints, co-creation workshops, brugerinterviews, koncepttest og lignende brugerinddragelsesaktiviteter hos vores kunder.*
- *EyeReply tager sig af hele processen fra den indledende screening til bookning og håndtering af incitament.*
- *Brugerne møder op på en lokation angivet af dig på aftalte tidspunkter.*
- *Ofte bookes der 5-7 brugere ind på en dag, til enten enkeltinterviews eller et gruppeinterview. Der er mange muligheder - kontakt EyeReply for nærmere information.*
- *Det er nemt og hurtigt at komme igang, og leveringstiden er kort på de 'brede' målgrupper (borger og virksomheder).*
- *Vi rekrutterer også specialister og målgrupper af professionelle.*
- *EyeReply kan også være behjælpelig med opsætning af interview, gennemførelse af interview (med en af vores professionelle moderater) eller blot råd og vejledning når du skal i gang med at afdække brugernes behov, teste din skitse, få input fra brugerene til dit koncept, etc.*

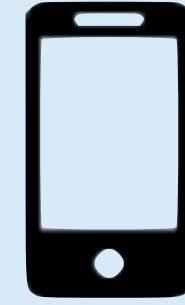
Ring til os på +45 2235 7808, eller skriv til os på eyereply@eyereply.com

OPTIMER DIN ONLINE KOMMUNIKATION



E-HANDEL

Inspirer til flere online køb og minimer barrierer ved brugervenligheden som kan påvirke brugeroplevelsen.



WEBSITES & APPS

Vi optimerer online kommunikation og sikrer en brugervenlig oplevelse, der møder brugernes behov.



SELVBETJENINGSLØSNINGER

Evaluer din selvbetjeningsløsning og identificer hvordan du optimerer performance.



DIGITALE MEDIER

Forøg konversionsraten gennem effektive online reklamer, nyhedsbreve og online breve.

EyeReply

OPTIMER DIN OFFLINE KOMMUNIKATION



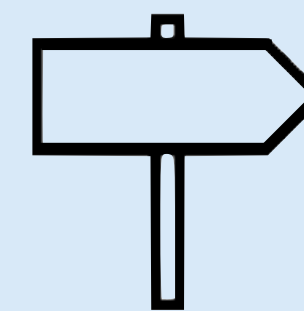
IN STORE OPLEVELSE

Få indsigt i hvor effektive dine in-store marketing initiativer er og forøg påvirkningen på købere.



PRODUCTER & SERVICES

Identificer nye muligheder for at forbedre performance og visuel effekt af dine produkter og services.



SKILTNING

Find ud af hvordan du optimerer din skiltning og reklameplakater og får indflydelse på kundens sind.



TRYKTE MEDIER

Find ud af om dine annoncer fanger opmærksomheden hos kunden og kommunikerer effektivt.

FØLG MED I BRUGERTESTEN I EYEREPLYS RESEARCH FACILITETER OG FÅ EN UNIK INDSIGT I DINE BRUGERES HOLDNINGER OG ADFÆRD



Billede: Real-tids observation af interviewet hos EyeReply.

Maksimalt udbytte af brugerinterviews ved:



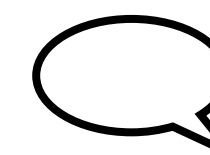
Real-tids adgang til brugeradfærd, interaktion, navigation og brugerkommentarer.



Real-tids adgang til brugernes visuelle navigation og synligheden af nøgleelementer (implicit - biometrisk måling med eyetracking).



Real-tids adgang til italesatte tanker og overvejelser fra brugerne (eksplicite - kognitive processer, følgeslutninger og efterrationaliseringer)



Mulighed for at tale og idéudvikle med kollegaer under interview sessions.



Retrospektivt interview der lader brugere have en naturlig og uforstyrret interaktion med løsningen



Bidrager til pålidelig og robuste data, hvor risici for bias er minimeret.

HVORFOR ANVENDER VORES KUNDER VORES SERVICES?

- ▶ EyeReply er uafhængige, vi designer ikke noget men er udelukkende brugernes advokat, og jeres forsikring for at leverandørerne laver brugervenlige løsninger.
- ▶ EyeReply har en valideret og velafprøvet metode med mere end 200 undersøgelser med 1til1 interviews med brugerne.
- ▶ EyeReply har velafprøvede processer og protokoller der giver maksimal gennemsigtighed i data og sikre høj leveringsstabilitet.
- ▶ EyeReply har indgående kendskab til målgrupper af borgere, virksomheder og professionelle.
- ▶ EyeReply har indgående kendskab til Virk.dk / Borger.dk forretningsområder både borgerrettet og virksomhedsrettet.
- ▶ EyeReply er i løbende dialog med Digst og Virk omkring digital selvbetjening og evaluering af denne.
- ▶ EyeReply har et stærkt team som alle har kendskab til alle faserne i brugerinddragelse og test, alle med dybdegående domæneviden.
- ▶ EyeReply metode giver gennem triangulering en 360 grades indsigt i holdninger, adfærd og visuel afkodning.
- ▶ EyeReply har en videnskabelig empirisk tilgang til test, med udgangspunkt i ISO-standarder og best practise indenfor produkttest.
- ▶ EyeReply har gennemført brugerinddragelse for de største danske bureauer og leverandører fra helt tidligt konceptstadiet til mere komplekse mock-ups og prototyper.
- ▶ EyeReply har foretaget indledende behovsafdækning og segmentering både i form af kvantitative og kvalitative undersøgelser for at afdække behovet hos brugerne.
- ▶ EyeReply er drevet af design-thinking og agile tilgange.
- ▶ EyeReply leverer handlingsorienterede indsigter som kan implementeres i og giver en effekt for forretningen.
- ▶ EyeReplys DNA er nedarvet fra både market research, usability test og sensory test.

EyeReply har bla. arbejdet med:

ATP, Dansk Byggeri, Coop, McDonalds, Arla, Nordea, Danske Bank, Telenor, TDC, Erhvervsstyrelsen, Anklagemyndigheden, Bluegarden, Silvan, Rigsrevisionen, Kræftens Bekæmpelse, Arkitektskolen, Pandora, Specsavers, Digitaliseringsstyrelsen, Københavns Kommune, Region H, Politi, Styrelsen for Arbejdsmarked og rekruttering, Skatteankestyrelsen, Ældre Sagen, KMD, Nets, DXC og KOMBIT.



www.eyereply.com

