

TELE2

@ infobip

Rapport

Trender inom affärskommunikation och ai-drivet kundengagemang



Introduktion

Digital kommunikation är idag en av de viktigaste konkurrensfaktorerna för företag. Kunderna förväntar sig relevanta, personliga och sömlösa upplevelser, samtidigt som nya teknologier förändrar hur företag bygger relationer, skapar förtroende och driver affärsresultat.

Denna rapport, framtagen i samarbete mellan Infobip och Tele2, bygger på insikter från 628 miljarder kundinteraktioner som hanterades via Infobips plattform under 2025, samt analys av 3,8 biljoner meddelanden som utbyts globalt under de senaste 20 åren.

Syftet med rapporten är att ge dig en bild av hur kundkommunikation utvecklas, vilka kanaler som växer snabbast och vilka strategier som skapar störst affärsvärde. Du får insikter om hur företag både i Sverige och globalt skapar mer effektiva, relevanta och engagerande kundupplevelser genom sin kommunikation.

Den tydligaste förändringen på marknaden är den snabba framväxten av RCS (*Rich Communication Services*). Med RCS går kommunikationen från enkla meddelanden till engagerande kunddialoger. För företag innebär det nya möjligheter att skapa direkt affärsnytta i varje kontakt, oavsett om det handlar om marknadsföring, service eller transaktioner.

Med rapporten vill vi visa dig var utvecklingen är på väg och hur du som företagare kan ta nästa steg. För många verksamheter handlar det om att få verklig nytta av de möjligheter som den nya teknologin skapar. Och i den förflyttningen är RCS en av de mest kraftfulla kanalerna att börja med.

RCS – från envägs-kommunikation till kunddialog

RCS, eller *Rich Communication Services*, är nästa generations meddelandetjänst och en vidareutveckling av det traditionella sms-formatet. Tekniken möjliggör kommunikation som är snabb, säker, interaktiv, visuell och engagerande, samtidigt som den behåller sms:ets största styrka – att nå användaren direkt i mobilens meddelandeapp.

Med RCS får företag möjlighet att ta sin kommunikation från enkel envägskommunikation till engagerande kunddialog. I stället för att enbart skicka text kan du kombinera budskap med bilder, video, knappar och andra interaktiva element i samma meddelande. Det gör det enklare för kunden att agera direkt, oavsett om det handlar om att boka, köpa, få support eller ta nästa steg i kundresan.

Med RCS-meddelanden kan du exempelvis skicka:

- Kampanjutskick med knappar som länkar kunden vidare till köpflödet
- Eventinbjudningar med svarsalternativ direkt i meddelandet
- Tidsbokningar med valbara alternativ
- Instruktionsfilmer för supportärenden

Det som gör RCS extra kraftfullt är att det bygger vidare på ett beteende som redan finns. Kunden behöver inte ladda ner och lära sig en ny app eller skapa ett konto, utan allt sker i den befintliga meddelandeappen. Det sänker tröskeln för att både ta emot och interagera med meddelandet, något som leder till både högre engagemang och bättre effekt vid varje utskick.

RCS kombinerar styrkorna från flera kanaler i en och samma lösning. Du kan skapa mer relevanta och personliga kundupplevelser, oavsett om det gäller marknadsföring, service eller information.

- Genom interaktiva knappar kan du öka konverteringsgraden direkt i meddelandet.
- Med en säker, verifierad avsändare ökar förtroendet för ditt varumärke. Mottagaren kan tryggt klicka på länkar och knappar, vilket ökar interaktion och konvertering.
- Genom att inkludera media som filmer och bilder i meddelandet ökar sannolikheten att meddelandet blir läst och att mottagaren väljer

att interagera, till exempel genom att klicka sig vidare.

RCS-meddelanden skickas från verifierade avsändare där företagsnamn och logotyp syns tydligt – något som skapar trygghet hos mottagaren och en tydlig skillnad jämfört med vanliga sms, där avsändaren kan vara anonym eller svår att identifiera.

För att RCS-meddelanden ska fungera krävs att både avsändare och mottagare har stöd för tekniken i sina mobiler och via sina operatörer. Om stöd för funktionen saknas växlar kommunikationen smidigt över till vanligt sms, så du som avsändare uppnår ändå samma räckvidd.

RCS öppnar upp för ett helt nytt sätt för företag och organisationer att kommunicera med sina kunder och mottagare. Det handlar inte bara om att nå ut, utan att verkligen engagera och skapa värde i varje kontakt.

”

RCS-trafiken har ökat med 19 193 procent i Sverige under 2025. Den siffran säger oss något viktigt: svenska företag väntar inte. Skiftet från envägskommunikation till intelligent kunddialog över flera kanaler händer här och nu, och RCS leder utvecklingen. De företag som tar steget nu är de som kommer att definiera hur riktigt bra kundkommunikation ser ut i Sverige i framtiden.

Åsa Larsson

Regional Growth Lead and Senior Partner
Manager, Infobip Sweden

Sammanfattning

Digital affärskommunikation har genomgått en transformation under det senaste decenniet. Från att tidigare ha bestått av enkla notifieringar och envägskommunikation har området utvecklats till att omfatta avancerade, ai-drivna och integrerade kunddialoger över flera kanaler samtidigt.

Idag präglas marknaden av snabb tillväxt inom RCS, automatiserade mejl och ai-drivna kunddialoger. Omnikanalstrategin är mer regel än undantag, och fokus ligger på att skapa sammanhängande kundupplevelser snarare än isolerade kontaktpunkter.

Framgångsrik kommunikation handlar inte enbart om att skicka meddelanden, utan om att skapa relevanta, sammanhängande och personliga kundupplevelser i realtid.



Kommunikationskanalerna som dominerade 2025

Mejlen är fortsatt stark

+289%

ökning i Sverige under 2025

Mejl har under det senaste decenniet utvecklats från en traditionell informationskanal till en avancerad, automatiserad och datadriven kommunikationsplattform.

När mejl blev fullt API-driven och integrerad i automatiserade kundresor ökade användningen snabbt. Infobips statistik för 2025 visar exempelvis:

- Mellan 2024 och 2025 ökade mejlinteraktionerna nästan fem gånger globalt
- Under 2025 ökade mejltrafiken med 168 procent globalt
- I Europa var ökningen 348 procent
- I Sverige växte andelen skickade mejl med hela 289 procent

Företag använder idag mejl för betydligt mer än traditionella nyhetsbrev, till exempel:

- Kundlojalitet
- Marknadsföring och kundengagemang
- Personaliserade erbjudanden
- Automatiserad kundkommunikation genom hela kundlivscykeln

Mejl används främst som envägskommunikation då det inte erbjuder samma möjligheter till kunddialog som exempelvis RCS. Mejl fungerar dock som en viktig del av större omnikanalstrategier. Det ökade fokuset på personalisering och automatisering har gjort att mejl åter har blivit en av de mest värdefulla kanalerna för kundengagemang.

Sms – fortfarande en grundpelare

+24%

ökning i Sverige under 2025

Trots utvecklingen av nya och mer avancerade kommunikationskanaler fortsätter sms att spela en central roll i företagskommunikation. Sms erbjuder räckvidd, snabbhet och tillförlitlighet. Kanalen fungerar på praktiskt taget alla mobiltelefoner och kräver ingen internetuppkoppling eller särskild applikation.

Vanliga användningsområden är exempelvis:

- Engångslösenord (OTP)
- Säkerhetsmeddelanden
- Leveransuppdateringar
- Tidskritisk information

Andelen sms har minskat i takt med att nya kanaler vuxit fram, men under 2025 stod sms fortfarande för 62 procent av trafiken globalt på Infobips plattform.

I Europa har sms vuxit med 34 procent och i Sverige med 24 procent under 2025.

Sms används idag ofta tillsammans med mejl, RCS och ai-baserade lösningar som del av en omnikanalstrategi.

Från räckvidd till upplevelse

Sms fortsätter att vara en viktig kanal tack vare sin räckvidd. Men det räcker inte längre enbart att nå fram – kommunikationen behöver också skapa engagemang och relevans i stunden.

Vi ser en tydlig förflyttning i marknaden: från funktionell, enkel informationsöverföring till mer interaktiva och upplevelsebaserade kunddialoger. Företag vill inte bara leverera meddelanden, utan också ge mottagaren möjlighet att agera direkt i kommunikationen.

Det är här som RCS tar plats. Genom att bygga vidare på sms:ets styrkor och addera funktioner för interaktion, visualisering och säkerhet, öppnar RCS upp för en ny typ av kundupplevelse, där kommunikationen blir en integrerad del av kundresan.

RCS – genombrottet för nästa generations meddelanden

2023 stod RCS för 1 procent av andelen skickade meddelanden på Infobips plattform globalt. 2025 motsvarade samma siffra 13,1 procent.

2025 blev året då RCS fick sitt stora genombrott. Globalt växte RCS-trafiken med 311 procent och på Infobips plattform passerades milstolpen på tio miljarder levererade RCS-meddelanden.

Tillväxten drivs framför allt av ökat antal smartphones, utbyggnaden av 5G samt ett växande stöd från både operatörer och företag. Allt eftersom andelen mobiler byts ut till mer moderna versioner av både Android och iOS, desto mer ökar användningen av RCS i världen.

I Nordamerika ökade RCS hela 70 gånger jämfört med tidigare nivåer, något som kan relateras till att stödet för RCS implementerades på Apple-enheter. I Sverige förväntas Apple implementera stöd för RCS under hösten 2026, vilket sannolikt kommer att leda till samma exponentiella ökning även här.

I Europa var RCS den klart snabbast växande kanalen under 2025, med en ökning på totalt 398 procent. Italien, Frankrike och Spanien har alla sett en ökning på omkring 2 000 procent under året, och

i Frankrike är RCS idag den vanligaste kanalen för företagskommunikation med 70 procent av andelen meddelanden på Infobips plattform.

Tillväxt per land:

Italien	21x
Frankrike	20x
Spanien	19x
Tyskland	9x
Storbritannien	174%

I Sverige kunde vi under 2025 se en ökning av antal skickade RCS via infobips plattform med hela 19 193 procent – en tydlig signal om var utvecklingen är på väg inom det här området.

+19 193%

ökning i Sverige under 2025

RCS erbjuder flera funktioner som traditionella sms saknar, exempelvis verifierade avsändare, interaktiva knappar, rich media och förbättrad säkerhet. Detta gör kanalen särskilt relevant i en tid då smishing och bedrägerier ökar. Genom funktioner som spoofing-skydd, kryptering och autentisering skapar RCS högre förtroende hos användarna.

Kort sammanfattat – RCS kombinerar räckvidden från sms med upplevelsen från appar, samt ger bättre engagemang och konvertering än både sms och mejl.

Från multikanal till omnikanal

Multikanal innebär att företag använder flera olika kanaler parallellt utan att dessa nödvändigtvis är samordnade. Kunden kan exempelvis få information via mejl, sms och sociala medier utan att kommunikationen hänger ihop.

Omnikanal innebär att samtliga kanaler integreras och hanteras centralt för att skapa en sammanhängande kundresa. Företag kombinerar exempelvis sms för räckvidd, mejl för innehållsrika utskick, RCS för interaktivitet och telefon för kritiska kundkontakter. Kommunikation och kunddata följer kunden mellan olika kontaktpunkter och gör det möjligt att skapa sammanhängande kundupplevelser oavsett kanal.

En av de tydligaste trenderna under 2025 är övergången från multikanal till omnikanal-kommunikation. Det som började med att bara lägga till fler kanaler har utvecklats till en uttalad strategi där kanaler kopplas samman och skapar sömlösa, effektiva flöden för både kunder och medarbetare.

Hela 97,7 procent av den globala trafiken på Infobips plattform kommer nu från företag som använder två eller fler kanaler. Men framgången kommer inte av att använda flest möjliga kanaler, utan genom att koordinera dem smart. De företag som får bäst utväxling av sin omnikanalstrategi är de

som använder tre kanaler eller fler och lyckas få dem att samverka.

Steget från samordning till intelligens

Att koordinera kommunikation i realtid över flera kanaler kräver mer än bara struktur – det kräver intelligens. Det är här ai blir en möjliggörare.

Ai fungerar som det sammanhållande lagret över omnikanalstrategin. Genom att analysera data, förstå beteenden och fatta beslut i realtid kan ai styra hur, när och var kommunikationen ska ske – och därmed ta omnikanal från samordning till verklig optimering.

Ai-driven kundkommunikation

Ai-baserade lösningar har på kort tid blivit självklara för många företag. De organisationer som är mest framgångsrika är de som har integrerat ai genom hela kundlivscykeln, inte bara i enskilda delar av verksamheten.

Ai syns i kundservice, arbetsströmmar, automatiserade processer, säkerhetsarbete och kunddialoger i realtid i alla större kanaler. På Infobips plattform har interaktion via chattbotar vuxit 40 gånger under de senaste fem åren.

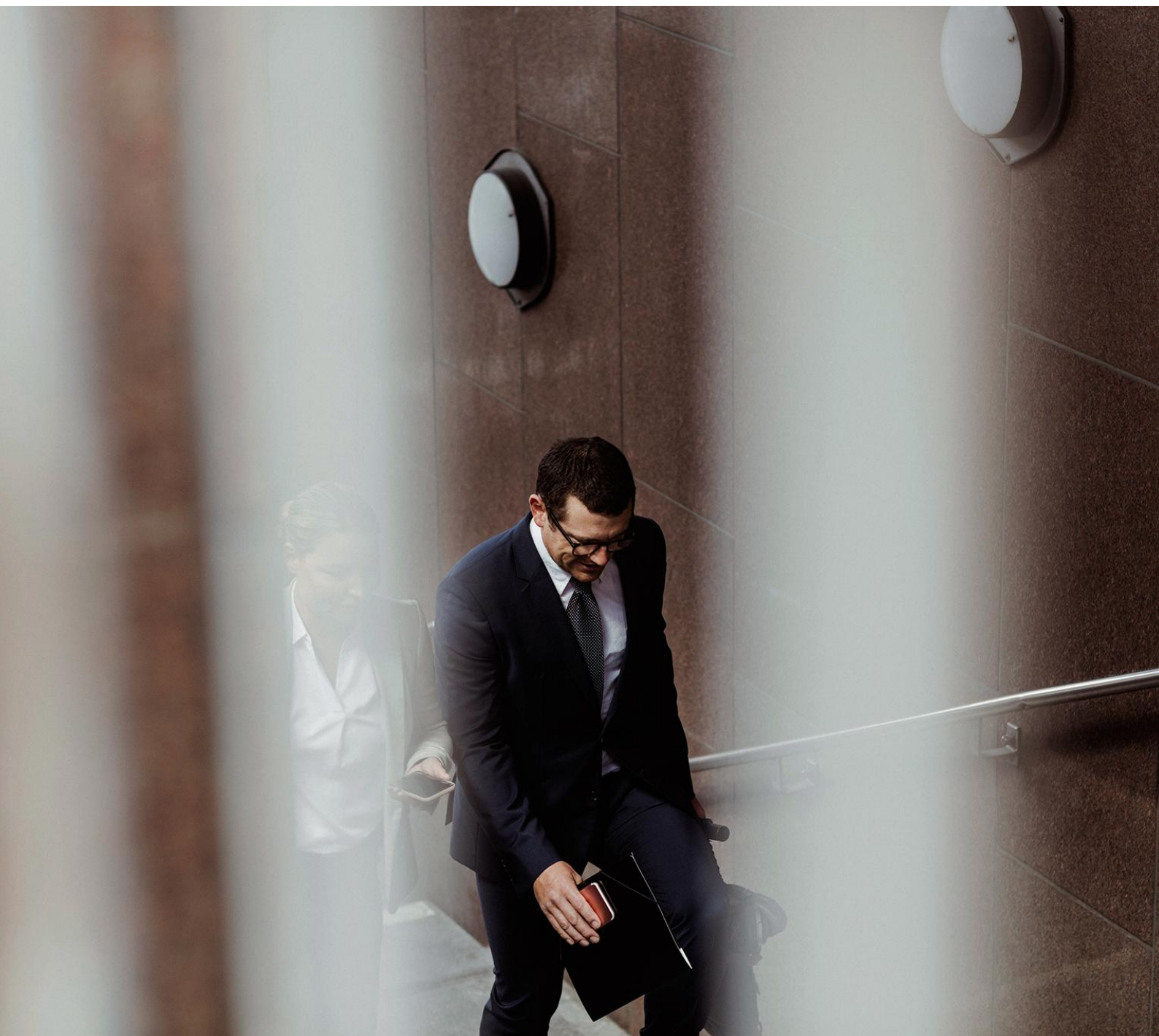
Utvecklingen har skett i tydliga steg – från enkla, regelstyrda chatbotar till allt mer avancerade lösningar som hanterar bokningar, fakturering och supportärenden. Samtidigt har fokus skiftat från snabb expansion till kvalitet, effektivitet och ett väl fungerande samspel mellan ai och mänskliga medarbetare.

Ai används idag exempelvis för att optimera utskickstidpunkter, välja rätt kanal för varje kund, generera personligt innehåll och förutse kampanjresultat i realtid. Parallellt stärker ai de mänskliga medarbetarna genom att sammanfatta konversationer, föreslå svar och analysera kundernas sentiment.

Ai-driven kommunikation har fått särskilt stort genomslag inom branscher med stora mängder repetitiva kundinteraktioner. Resultatet är bland annat:

- minskad arbetsbelastning för medarbetare
- snabbare kundservice
- en förbättrad, mer relevant kundupplevelse

Grundprincipen är att ai hanterar stora och repetitiva volymer medan människor fokuserar på komplexa, känsliga och värdeskapande interaktioner.





Ta nästa steg mot framtidens affärskommunikation

Framtidens företagskommunikation kommer inte att handla om att ersätta en kanal med en annan, utan om smart samordning mellan flera kanaler samtidigt. Att nå framgång handlar om att skapa kontinuitet genom hela kundresan, mäta verkliga affärsresultat i stället för enbart volymer och bygga långsiktiga relationer.

RCS är en av de mest intressanta utvecklingsmöjligheterna inom företagskommunikation. Internationellt har utvecklingen redan tagit fart och i Sverige ser vi samma tydliga trend, med en användningsgrad som har ökat med nästan 20 000 procent bara under ett år. I takt med att stödet för RCS fortsätter att växa öppnas nya möjligheter för företag och organisationer att skapa mer engagerande kunddialoger, stärka sitt varumärke och öka effekten av sin kommunikation.

Nu är rätt tid att börja.

För ditt företag kanske det första steget till att testa RCS blir ett kampanjutskick, en eventinbjudan eller en tidsbokning till dina kunder. Oavsett hur stort eller smått du vill börja finns vi på Tele2 här för att stötta dig. Genom att integrera RCS i din företagskommunikation kan du skapa bättre kundupplevelser, högre engagemang och starkare affärsresultat.

”

Samarbetet med Infobip markerar nästa steg i hur organisationer kan möta sina intressenter – där teknik, data och kommunikation smälter samman i en intelligent helhet. Genom att förena våra styrkor skapar vi en plattform för framtidens kunddialoger, där varje interaktion blir relevant, sammanhängande och värdeskapande. Vi tror starkt på den här affären, eftersom den ger organisationer möjligheten att ta kontroll över hela sin kommunikation, samt bygga relationer och kommunikationsresor som verkligen gör skillnad.

Johanna Juhl

Director of B2B Operator, Tele2

All statistik i rapporten baseras på trafik via Infobips plattform under 2025. Vill du läsa Infobips rapporter i sin helhet finner du rapporten för Europa [här](#) och den globala rapporten [här](#).



TELE2  **infobip**

Besök tele2.se för att läsa mer om RCS
eller testa hur RCS fungerar.

Kontakta oss så berättar vi mer
och hjälper dig ta första steget mot
framtidens kundkommunikation.