



FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

➤ johan.parmler@kvalitetsindex.se

➤ 073-151 75 98

2019-05-06

Långt kvar till hållbart resande

För femtonde året i rad mäter och analyserar Svenskt Kvalitetsindex hur svenska inrikesresenärer upplever sina resor med buss, flyg och tåg. I årets undersökning uppger kunderna att hållbarhet är viktigt, men miljöfrågan kommer långt ner när det är dags att resa själv. Både kortare restid och bekvämlighet kommer långt före ett miljövänligare alternativ.

Persontransportbranschen som helhet tappar i kundnöjdhet under 2019 vilket främst spåras till en lägre kundnöjdhet med buss och flyg. Tågbranschen ligger däremot kvar på ungefär samma nivå som förra året.

Långfärdsbussar har fått höga betyg så länge Svenskt Kvalitetsindex har mätt kundnöjdheten i transportbranschen och är fortsatt det transportmedel resenärerna är mest nöjda med, trots den ganska stora nedgången jämfört med förra året.

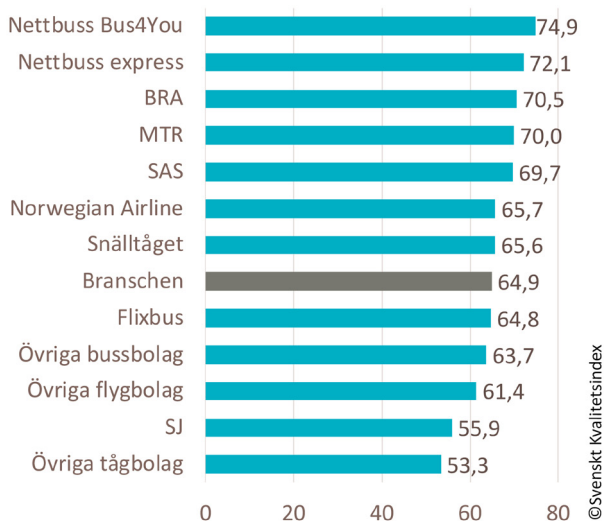
Noterbart är att kunderna uppger att lojaliteten har minskat betydligt och då särskilt att välja "samma" bolag igen och att rekommendera transportbolagen.

– Det indikerar att bolagen behöver kämpa mer för att behålla sina resenärer då kunderna är mer öppna för att faktiskt resa med andra bolag än de brukar välja, säger Johan Parmler, vd på Svenskt Kvalitetsindex.

I årets mätning är det samma trio som tidigare som kommer bäst ut inom de olika delområdena buss, flyg och tåg. Det betyder att det är Nettbuss Bus4You (buss), BRA (flyg) och MTR (tåg) som även fortsatt är kundernas favoriter.

– Höga betyg kring punktlighet och komfort är något som särskilt sticker ut bland de bolag som har nöjda kunder, kommenterar Johan Parmler. Det handlar om att man har en fungerade kärnverksamhet på plats men samtidigt lyckas hantera störningar och eventuella kundklagomål när de uppstår.

SKI kundnöjdhet transportbranschen 2019



Nöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företaget och kund.

Vad är viktigast vid val av transportbolag?

1. Geografiskt läge (t.ex. finns stationer nära mig)
2. Priset
3. De åker dit jag behöver åka
4. Tidtabellen passar mig
5. Det finns inga alternativ där jag bor
6. Annan anledning
7. Komfort
8. Miljöfördelar
9. Säkerhet

Geografiskt läge och pris är viktigast för kunderna när de ska göra inrikes resor. Först på åttonde plats kommer miljöfördelar.

Kommunikation kring hållbarhetsfrågorna

En fråga som blivit viktigare för resenärerna är samhällsansvar och hållbarhet. Här är den stora utmaningen kommunikation, eller snarare brist på kommunikation, kring dessa frågor.

– I årets studie är det egentligen bara flygbolaget BRA som får ett okej betyg av sina kunder kring just kommunikationen av

hållbarhet säger Johan Parmler. Resterande får en rejäl hemläxa. Även om hållbarhet är en viktig kundfråga så är det av andra orsaker som kunder väljer bolag. De mest förekommande anledningarna till val av bolag är geografiskt läge (närhet till både avgång och destination) och pris.

– Miljöfrågan som anledning till varför kunderna väljer ett särskilt transportsätt kommer ganska långt ner på listan, säger Johan Parmler. Det gäller även när vi frågar vad som skulle få en kund att byta bolag. Både kortare restid och bekvämlighet kommer långt före ett miljövänligare alternativ.

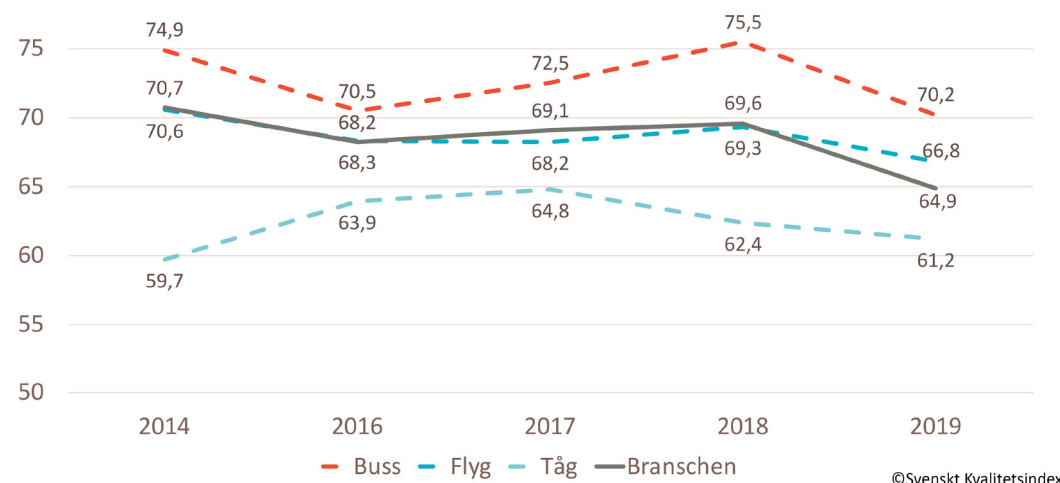
En möjlighet att minska resandet är ersätta tjänsteresor med digitala möten. Runt 1 av 4 av de tillfrågade anser att den digitala utvecklingen kommer bidra till att man reser mindre i tjänst.

Tjänsteresa eller digitalt möte?



1 av 4 av de tillfrågade anser att den digitala utvecklingen kommer bidra till att man reser mindre i tjänsten.

SKI kundnöjdhet transportbranschen 2014-2019



Nöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

Not, om studien 2019

Studien genomfördes under april 2019 och bygger på 2 222 intervjuer.

SKI:s modellanalyser bygger på strukturella ekvationsmodeller och en analysmetod som kallas för partiellt minsta kvadratmetoden (PLS – Partial Least Square). Det är en metod som, förutom att beräkna index för exempelvis image, kundnöjdhet eller lojalitet, även tar fram styrkan i underliggande samband. Det är genom den valda metoden som SKI kan analysera kausala samband och göra utsagor kring vad som påverkar nöjd-

– Här har det inte skett någon förändring, utan vi ligger kvar på samma nivå som i fjolårets studie, säger Johan Parmler. Detta gäller hela branschen, oavsett typ av transportmedel.

Förseningar och störningar under resan

Ett viktigt moment för kundupplevelsen är hur bolagen hantarer förseningar och störningar. Här ser vi att vad gäller andelen kunder som upplevt förseningar sticker SJ och SAS ut. 75 procent av SJs kunder i undersökningen uppger sig ha varit med om en försening och motsvarande för SAS är 50 procent.

– Även om både SAS och SJ har en hög andel förseningar så lyckas SAS mycket bättre med informationen i samband med försening vilket inte SJ gör, säger Johan Parmler. Just information är en utmaning för många bolag vilket man kan tycka är lite märkligt med avseende på alla typer av kommunikationskanaler kunder nås via idag.

heten i störst utsträckning. Generellt är en skillnad på mer än 2 indexenheter statistiskt säkerställd. Svenskt Kvalitetsindex använder 95 % konfidensgrad som standard.

Vår erfarenhet är att branscher och aktörer som får betyg under 60 i kundnöjdhet har stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan aktör och kund. Fem områden förklarar vad som gör kunder nöjda. Som bakgrund mäts image, förväntningar, produktkvalitet, service och prisvärdhet.