



FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

➤ johan.parmler@kvalitetsindex.se

➤ 073-151 75 98

2019-06-10

Mjuka värden blir allt viktigare också i mäklarbranschen

Årets resultat från Svenskt Kvalitetsindex visar att de mäklare som lyckas bäst har tagit serviceleveransen på allvar. Trenden är dock generellt negativ, samtliga fastighetsmäklare utom Bjurfors har mindre nöjda kunder jämfört med för ett år sedan.

Skillnaderna i kundnöjdhet är generellt väldigt liten mellan de olika mäklarna i årets mätning. Samtliga mäklare utom Bjurfors har lägre kundnöjdhet jämfört med i fjol. Länsförsäkringar har högst kundnöjdhet även i år.

Men även om skillnad i nöjdhet är liten så är variationerna kring vad som gör kunderna nöjda desto större. Redan förra året noterades att de aktörer vars kunder drivs av prisvärdhet i regel är mindre nöjda och den trenden håller i sig.

– De nöjdaste kunderna finns bland de aktörer som lyckas sätta de mjukare frågorna som en viktig del av affären, kommenterar Johan Parmler, vd på Svenskt Kvalitetsindex. Den aktör som ökar mest är Bjurfors och där är det tydligt att serviceupplevelsen är en bidragande faktor. Vad gäller Länsförsäkringar så är det image-delen som är styrkan, det vill säga varumärket och den lokala förankringen.

Några siffror om fastighetsmäklare 2019



7 av 10 upplevde att slutpriset någotsånär stämde med utgångspriset.



6 av 10 upplever fastighetsmäklarens kompetens/fackkunskap som mycket hög.

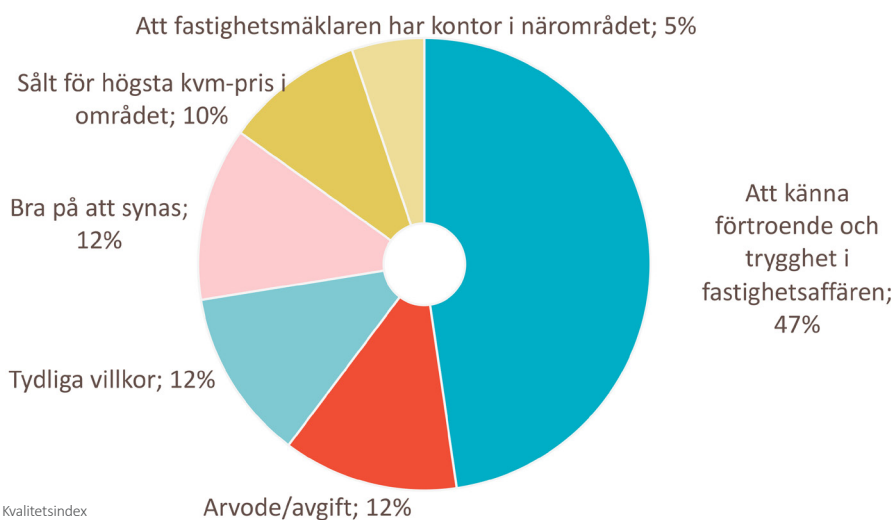


4 av 10 övervägde en annan aktör än den man valde.



1 av 4 har haft anledning att klaga. Dock är de en majoritet av dessa som inte tar det vidare till sin aktör. De knyter istället näven i fickan.

Detta tycker kunderna är viktigast när de väljer fastighetsmäklare



Mäklare rekommenderar inte sitt jobb till andra

Det är också tydligt att den enskilda mäklarens betydelse har ökat. För de som vill bli bäst framåt så är det en kombination av image, varumärke och den enskilda mäklaren som gör skillnad.

– Det är klart att man kan förvänta sig en stark koppling kring medarbetarnöjdhet, engagemang och nöjda kunder i just den här branschen, säger Johan Parmler. Därför är det särskilt oroande att branschen som helhet präglas av låg grad att rekommendera andra att börja jobba i branschen.¹

Trygghet viktigare än pris per kvadratmeter

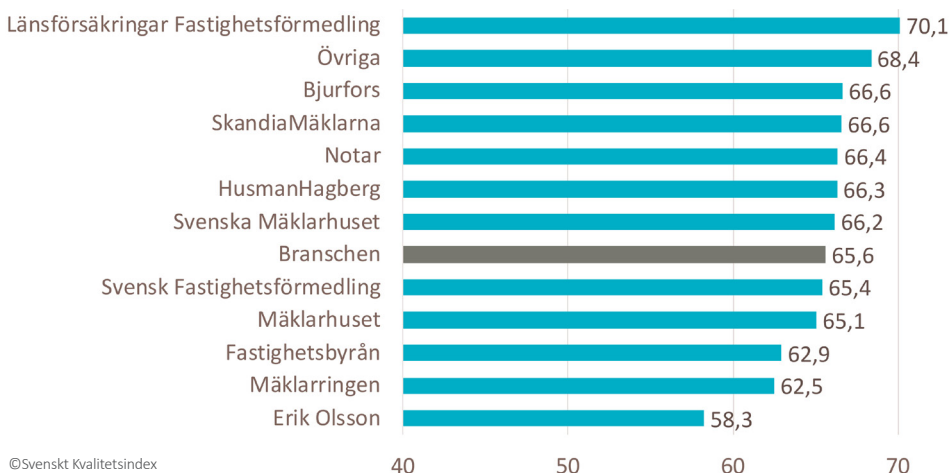
Förtroendefrågan blir mer och mer central i många branscher visar vårens undersökningar som Svenskt Kvalitetsindex genom-

fört. Så är det även i den här branschen. Det är också något som genomsyrar när man väljer sin mäklare för att sälja sin lägenhet eller villa. För nästan hälften av kunderna var förtroende och trygghet det absolut viktigaste medan sålt för högst kvadratmeterpris kommer ganska långt ned.

När kunderna sätter betyg kring just förtroende så finns det mer att önska. Förtroende för branschen är relativt lågt med ett betyg på 58,9, medan förtroende för den aktör man använt är 66,9.

– Det vanliga är att kunden har större förtroende för sin egen aktör än för branschen generellt. I den här branschen är skillnaden betydligt mindre än i andra branscher, avslutar Johan Parmler.

SKI kundnöjdhet Fastighetsmäklare 2019



©Svenskt Kvalitetsindex

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

1934 intervjuer har genomförts under maj 2019 med kunder som sålt eller köpt fastigheter.

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 nöjdheten 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.

¹En fördjupning i Jobbhälsindex där Svenskt Kvalitetsindex genomför analys och datainsamling kring hur svenskar mår på jobbet. Resultat finns sedan 2006.