



FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

► johan.parmler@kvalitetsindex.se

► 073-151 75 98

PRESSMEDDELANDE 2019-10-28

Kunderna efterfrågar helhetslösningar för hemmets telekomtjänster

Svenskarna är mest nöjda med streaming av telekomtjänsterna i hemmet visar Svenskt Kvalitetsindex senaste branschundersökning. Bredbandstjänsterna får också godkända betyg av kunderna, medan digital-TV får lägre omdömen. På företagssidan har telekomleverantörerna tappat rejält i kundnöjdhet under den senaste femårsperioden.

Bland bredbandsleverantörerna ligger Bahnhof och Ownit i toppen bland privatkunderna, medan Telia återigen tar förstaplatsen på företagsmarknaden. Netflix är kundernas favorit som streamingleverantör och Telia får även i år får bäst betyg för sina digital-TV-tjänster.

Flera av operatörerna inom mobil, bredband och TV är helhetsleverantörer och årets SKI-undersökning förstärker att kunderna söker efter smidiga helhetslösningar.

– Det är tydligt att aktörerna är olika bra på att hantera fullservicekunder, säger Johan Parmler, vd på Svenskt Kvalitetsindex. Utmaningen med fullservice är att kundfrågorna mer komplexa, exempelvis vid störning eller klagomål. Här har Telia lyckats klart bäst men även en aktör som Tele2 blir bättre och bättre. Detta gäller både privat- och företagskunder.

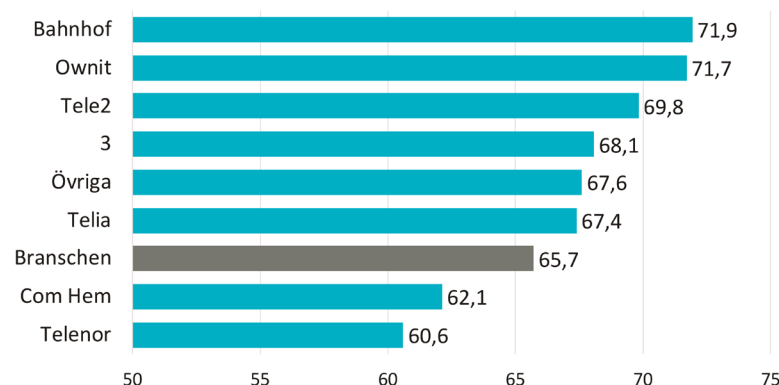
Privatkunderna ger bredbandsbolagen höga betyg för utbudet av abonnemang

Inom bredbandstjänster ser trenden för privat- och företagskunder helt olika ut: kontinuerlig nedgång för företagskunderna och en positiv uppgång för privatkunderna.

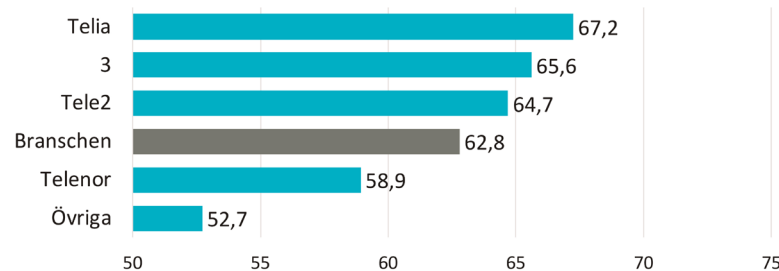
– För privatkunderna ser vi att den tekniska utvecklingen har bidragit till de förbättrade betygen, kommenterar Johan Parmler, vd på Svenskt Kvalitetsindex. Idag är det mycket mindre skillnad på accessform och kunderna ger höga betyg för att de erbjuds abonnemang som passar deras specifika behov.

För företagskunder är trenden den motsatta. Vid mätningen 2014 var kundnöjdhetsbetyget för bredbandsleverantörernas företagskunder 72,3 och i år är det så lågt som 62,8.

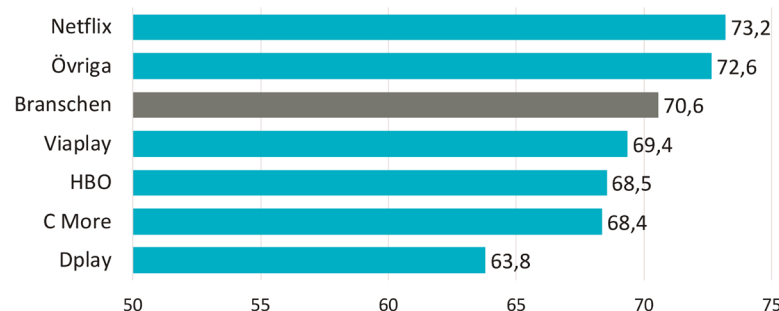
SKI kundnöjdhet bredband privatkunder 2019



SKI kundnöjdhet bredband företagskunder 2019



SKI kundnöjdhet streaming 2019



©Svenskt Kvalitetsindex 2019

©Svenskt Kvalitetsindex 2019

©Svenskt Kvalitetsindex 2019

– Det är en nedgång på närmare 10 enheter på en relativt kort tid, vilket får betraktas som en stor försämring, säger Johan Parmler. Svenskt Kvalitetsindex har under flera år belyst kundernas allt högre efterfrågan på serviceleverans och här har branschen inte alls lyckats leva upp till förväntningarna. Branschen behöver se sig själv som en del av kundens verksamhet.

– I majoriteten av de branschstudier som Svenskt Kvalitetsindex mäter så är i regel kunder som varit i kontakt med sin leverantör mer nöjda än de som inte har varit det. Så är dock inte fallet inom telekombranschen, säger Johan Parmler och fortsätter. Här handlar det inte bara om kontakt utan även innehåll och när det gäller frågor som om bredbandsbolagen är engagerade i sina kunders verksamhet, kommer med tydliga råd och användbara lösningar så får de ett tydligt icke-godkänd av sina företagskunder.

Det är särskilt Telenor och gruppen Övriga leverantörer som står för den stora nedgången i årets mätning bland företagskunder, medan de andra aktörerna håller sig på liknande nivåer i kundnöjdhet som 2018. Om service är ett viktigt område för att få nöjda företagskunder inom bredband så gäller det även privatkunder, men i kombination med prisvärdhet. Privatkunderna upplever också att operatörerna konkurrerar om kunderna och att de blir uppringda av konkurrerande operatörer.

– Det är lite komiskt, säger Johan Parmler, kontaktgraden mot andras kunder är ibland högre än initiativet mot sina egna befintliga kunder – ett tydligt förbättringsområde.

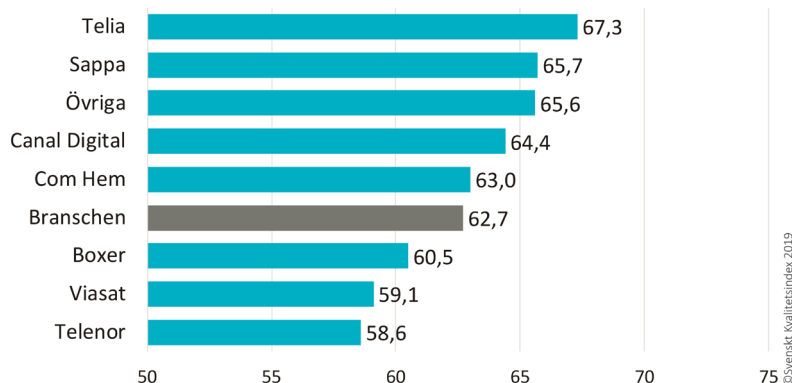
Strömmad tv går mot strömmen

Fjolårets SKI-studie av tv-tjänster rubricerades "Strömmad tv gillas mest" och detta förstärks i årets studie. Kundnöjdheten inom streamingtjänster ökar ytterligare medan digital-TV ligger kvar på låga nivåer, framför allt beroende på hård konkurrens från just streaming och vad kunderna uppfattar som för höga kostnader.

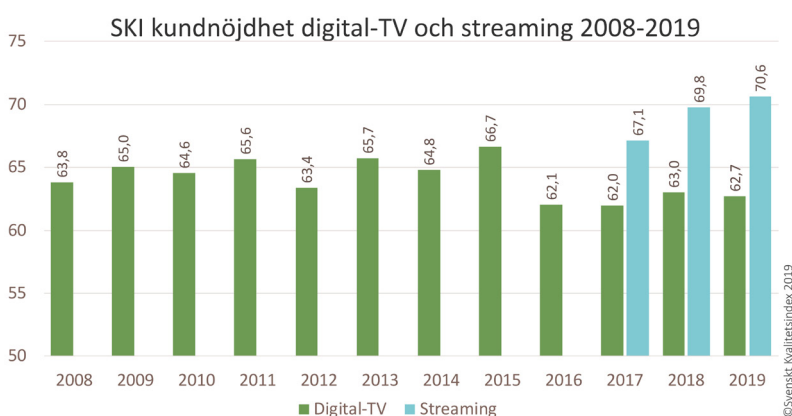
I nästan samtliga branscher som Svenskt Kvalitetsindex studerat under hösten har de nöjdaste kunderna varit de som blivit kund genom rekommendation. Detta gäller inte för digital-TV. Här är det istället de som "alltid varit kund" som är nöjdast.

– Branschen har över tiden blivit något bättre på att premiera lojala kunder, menar Johan Parmler. Men trots förbättringar är det bara 2 av 10 som upplever att deras leverantör premierar lojala kunder. Konkurrensen mot streamingtjänster är också tydlig. Hälften av kunderna använder minst en streamingtjänst de betalar för utöver sitt digital-TV-abonnemang.

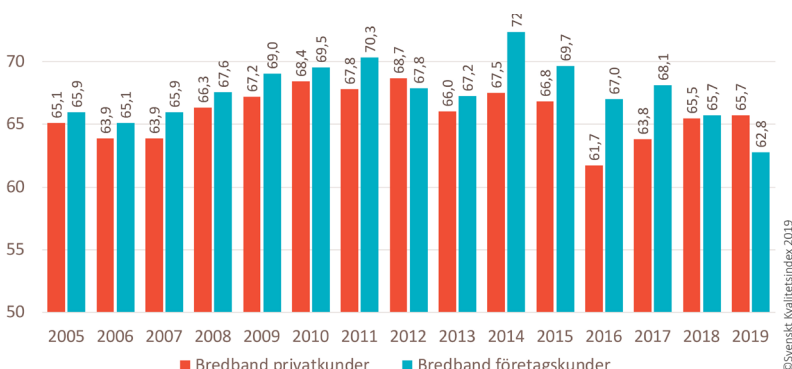
SKI kundnöjdhet digital-tv 2019



SKI kundnöjdhet digital-TV och streaming 2008-2019



SKI kundnöjdhet bredbandsleverantörer 2005-2019



TV-tjänster har under många år haft det som kan kallas för smekmånadseffekt, att kunderna är som nöjdast den första tiden. Det blir särskilt tydligt i studien kring streamingtjänster.

– Kundbeteendet kring streamingtjänster är något annorlunda än för andra branscher, säger Johan Parmler. Mycket drivs av prisvärdhet och med en splittrad lojalitet där många använder flera tjänster. Den enda aktör som egentligen har riktigt lojala kunder är Netflix.

Not, om studien 2019

Datainsamlingen pågick under september och oktober 2019.

Totalt gjordes 3270 intervjuer. Svenskt Kvalitetsindex har mätt kundnöjdhet bland bredbandsleverantörer sedan 2005, digital-TV sedan 2008 och streamingtjänster sedan 2017.

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.