



**FÖR MER INFORMATION**

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

▶ johan.parmler@kvalitetsindex.se

▶ 073-151 75 98

**PRESSMEDDELANDE 2019-10-14**

# Från abonnemang till engagemang – privatkunderna ger mobilbranschen högre betyg än någonsin

Svenskt Kvalitetsindex senaste undersökning av kundupplevelser i mobilbranschen visar att den positiva trenden fortsätter. Privatkunderna ger mobiloperatörerna högre betyg än någonsin tidigare. Det senaste årens förbättring visar att branschen lyckats flytta fokus från täckning och abonnemang till tjänster och erbjudanden.

Årets förbättrade kundbetyg är ett resultat av att branschen under de senaste åren har lyckats förbättra sitt kundfokus. Det framgår av både det sätt som kunderna beskriver sina operatörer och att operatörerna blivit bättre på att värdesätta kunder och ta hand om de kunder som varit i kontakt med dem.

**Jämnt i toppen**

När det gäller kundnöjdheten bland enskilda aktörer så är samma aktörer i topp som förra året. Det betyder att Halebop kommer bäst ut bland privatkunder och Telia bland företagskunder.

– Nöjda kunder är ingen slump, menar Johan Parmler, vd på Svenskt Kvalitetsindex. Det är ett resultat av ett systematiskt kundvårdsarbete och här är några leverantörer riktigt bra. Hela branschen har under de senaste åren fått ett helt annat kundperspektiv och det syns också på den positiva utvecklingen.

Operatörernas ranking är dock riktigt jämn. Bland privatkunder placerar sig varumärkena Hallon och Vimla tätt efter Halebop. – Vi ser att starka och tydliga varumärken som attraherar en specifik målgrupp generellt får höga betyg av kunderna, kommenterar Johan Parmler.

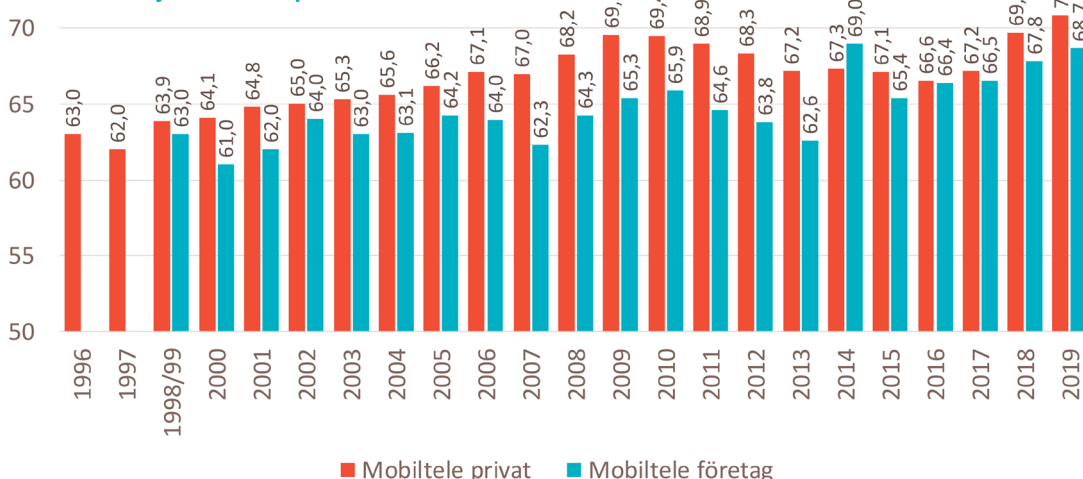
**Mobilbranschen i korthet**

- De kunder som blivit det genom rekommendation är mest nöjda. De som blivit kund genom att operatören tagit kontakt är minst nöjda.
- 3 av 10 privatkunder upplever att mobiloperatörerna konkurrerar om att få dig som kund.
- Upp till 2 av 10 mobilkunder, privat- liksom företagskunder, planerar att byta leverantör.
- 9 av 10 upplever att de för det mesta har en bra mobiltäckning.

När det gäller företagskunder så är det egentligen bara operatören 3 som får lägre kundbetyg. Det ska dock noteras att 3 gör en stor förbättring i år bland privatkunder, där resultaten tidigare varit svaga. Alla aktörer har över tiden även fått bättre betyg kring frågor som hur enkelt det är att vara kund och om kunderna upplever att leverantören har en tjänst som passar just dem.

– Det här med enkelhet är något som förbättrat nöjdheten de senaste åren, säger Johan Parmler. Allt ska fungera och enkel-

**SKI kundnöjdhet mobiloperatörer 1996-2019**



SKI kundnöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som får 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.

het i kombination med att kunderna hittar rätt i abonnemangsdjungeln har gjort att branschen är inne i en positiv period. Krångel och otydlighet har däremot en extremt negativ effekt på kundnöjdheten. Att göra det enkelt för sina kunder har inte bara bäring på nöjdheten. Det har även en stor inverkan på lojaliteten i termer av rekommendationsgrad (i vilken grad man rekommenderar varumärket till andra), eventuella planer på att byta leverantör eller minska sina framtida engagemang.

### Branschen bättre på klagomål

Den positiva branschtrenden omfattar även branschens förmåga att ta hand om kunders klagomål, där hanteringen sakta men säkert har blivit bättre.

– Den här branschen har historiskt varit dålig på det som vi kallar för service recovery, kommenterar Johan Parmler. Just mobiltelefoni är ju en tjänst där störningar och fel direkt påverkar kundupplevelsen. Att kunna vara tillgänglig och hantera kunders missnöje i just dessa situationer har operatörerna blivit bättre på över tiden, även om det fortfarande finns mer att göra.

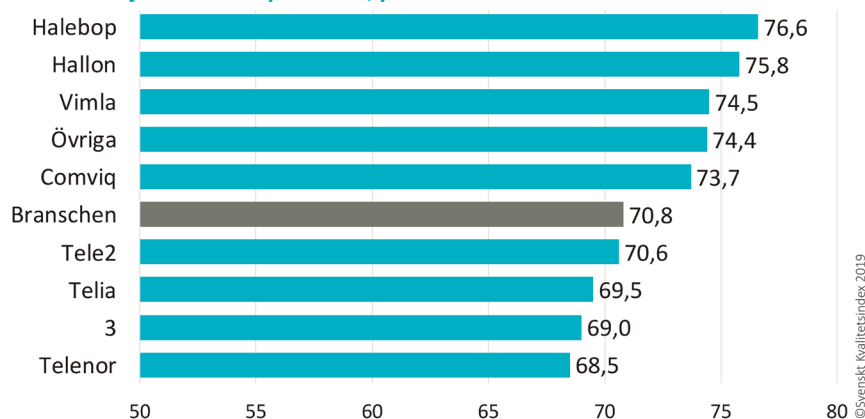
### Helkunden lever i mobilbranschen

I många andra branscher har trenden de senaste åren varit att kunder gått från att ha en helhetsleverantör till att ha många olika leverantörer. I telekombranschen är trenden snarare den motsatta. Det är också så att de som har en helhetsleverantör av flera olika tjänster är nöjdare än de som har flera leverantörer. Trenden i branschen går också mot att flera leverantörer idag erbjuder fullservice av både mobil-, tv- och internetjänster, vilket är något kunderna efterfrågar.\*

I en sektor som tidigare präglats av snabb teknikutveckling, abonnemangskrångel och samtalskvalitet är det tydligt hur mjuka värden börjar spela en allt större roll.

– Kundupplevelsen kan vara både rationell och emotionell och det gäller faktiskt flertalet branscher som Svenskt Kvalitetsindex mäter, menar Johan Parmler. Det är tydligt att de minst nöjda kunderna är de som beskriver sin operatör med neutrala ord som "mobil" och "telefoni" medan de som använder mer värdebaserade ord är genuint engagerade och lojala.

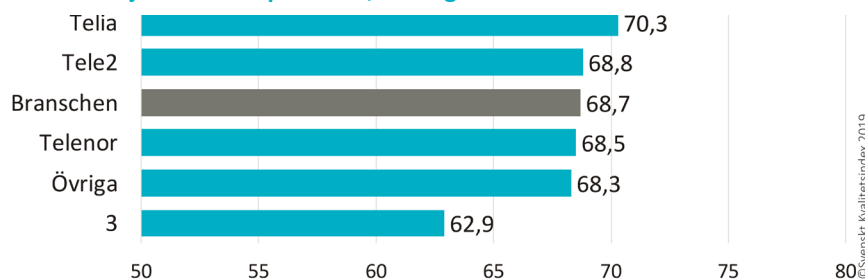
### SKI kundnöjdhet mobiloperatörer, privatkunder 2019



SKI kundnöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som får 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.



### SKI kundnöjdhet mobiloperatörer, företagskunder 2019



### Not, om studien 2019

Tidsperiod: Datansamlingen pågick under september 2019. Totalt genomfördes 1900 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 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.

\*Detta kommer Svenskt Kvalitetsindex analysera mer ingående när studien kring bredband och TV-tjänster publiceras den 28 oktober 2019.