



FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

- johan.parmler@kvalitetsindex.se
- 073-151 75 98

2020-04-20

Stabila resultat i en bransch med stora utmaningar framåt

För sextonde året i rad har Svenskt Kvalitetsindex mätt resenärers uppfattningar om inrikes resor med buss, tåg och flyg. Årets studie genomfördes med start 28 februari och pågick under hela mars månad – alltså under den period då coronakrisen påtagligt började påverka människors resande. Kundernas generella omdömen är trots denna kris relativt oförändrade, men i en bransch som just nu präglas av enorma utmaningar är frågan snarare om kunderna kommer hitta tillbaka till sina gamla resvanor när pandemin väl är över.

Persontransportbranschen totalt och delbranscherna Buss, Flyg och Tåg får relativt oförändrade betyg jämfört med förra året, trots att coronakrisen på allvar bröt ut mitt under datainsamlingsperioden. Bussbolagen kommer som tidigare år generellt bättre ut medan tågbranschen får fortsatt lägre omdömen av sina kunder även om gapet till andra transportslag minskar något.

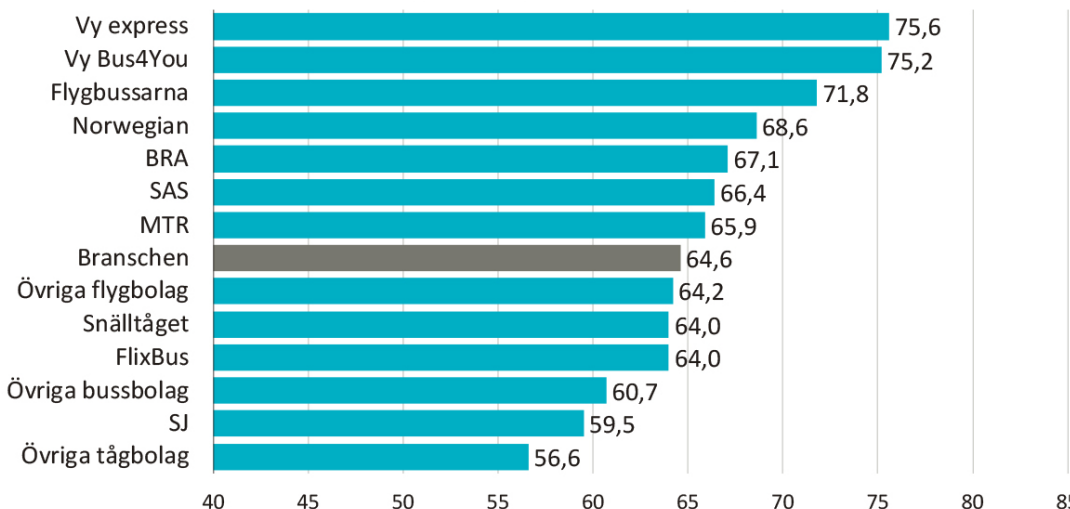
Det är upplevelsen av opålitlighet och förseningar som fortfarande belastar tågbranschen, trots att stora insatser görs för att förbättra tågets image. Noteras kan dock att skillnaden i nöjdhet mellan resenärer som upplevt en försening och resenärer som kommit i tid är relativt liten, oavsett transportmedel.

Bland enskilda aktörer är det SJ som ökar mest tillsammans med Vy express (tidigare Nettbuss express).

– SJ:s förbättring kan spåras till frågor om samhällsansvar säger Johan Parmler, vd Svenskt Kvalitetsindex. Det här är frågor som är särskilt viktiga för SJ:s kunder och här har SJ också blivit tydligare. Framförallt upplevs kommunikationen kring hållbarhetsfrågor bättre än tidigare.

Bäst ut av alla aktörer kommer Vy med sina två varumärken Vy express och Vy Bus4You. Både Vy express och Vy Bus4You får riktigt höga betyg vad gäller komfort och punktlighet och här är man helt enkelt i en klass för sig.

SKI kundnöjdhet persontransportbranschen 2020



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, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

Kundbeteenden och coronakrisen

Parallellt med årets kundstudie har även frågor ställts till allmänheten kring hur olika institut och branscher hanterat coronapandemin.

– 3 av 10 respondenter är nöjda med hur persontransportbranschen hanterat coronakrisen, säger Johan Parmler. Det är inte riktigt på de nivåer som exempelvis myndigheter och sjukvården får men samtidigt bättre än banker, försäkringsbolag och telekombolag. Samtidigt måste det ju sägas att alla transportslag drabbats hårt av myndigheternas restriktioner, så man kan fråga sig vad som skulle kunna ha gjorts annorlunda. Den riktigt stora frågan för framtiden är dock hur resandet kommer att utvecklas efter krisen.

– 1 av 4 anser att den digitala utvecklingen kommer att bidra till att man reser mindre i tjänsten. Så har det sett ut i ett antal år nu, säger Johan Parmler. Coronakrisen har dock tvingat fram en accelererande digitalisering. När resandet nu i princip upphört så har fysiska möten ersatts av digitala. Man har mer

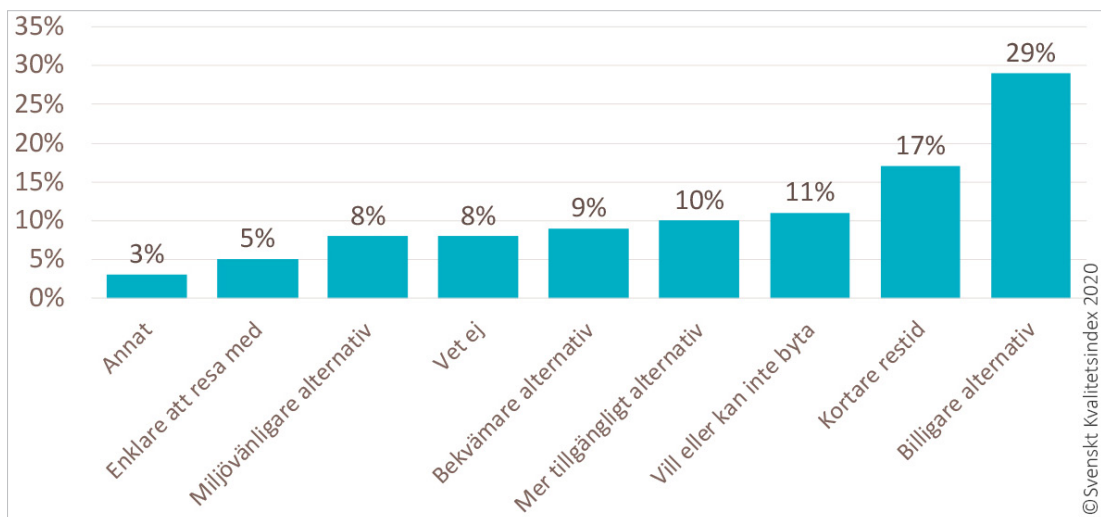
eller mindre frivilligt tvingats att ta till sig distansarbete och nya digitala mötesformer. Om denna förändring blir permanent är något som bara framtiden kan svara på.

Hållbart resande – fortfarande läpparnas bekännelse

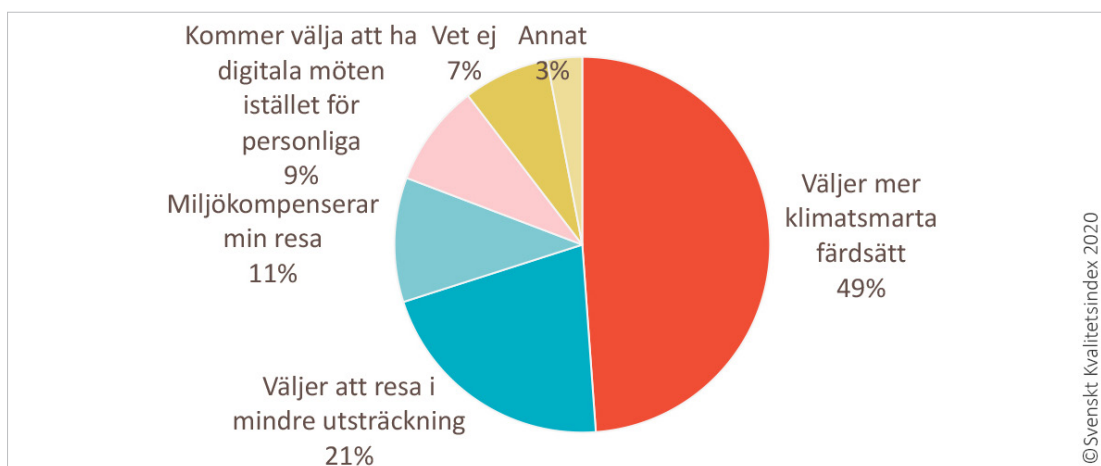
På frågan vilket sätt man planerar att göra sitt resande mer hållbart under kommande år så anger de flesta att man planerar att välja mer klimatsmarta färdssätt följt av att resa mindre. Samtidigt är det bara 1 av 3 som instämmer i påståendet att man tar hänsyn till klimat- och miljöpåverkan när man reser.

– Det här något av hållbarhetens moment 22 säger, säger Johan Parmler. Redan förra året noterades att miljöfrågan kom långt ner på varför man valde ett visst bolag och det håller i sig även i år. Så få som 4% har angett miljöfördelar som viktigast vid val av bolag, säger Johan Parmler. Det är i linje med vad vi såg förra året. Det är fortsatt närheten och priset som är mest avgörande. Miljöfrågan kommer också långt ned när det gäller vad som skulle få kunder att byta transportmedel. Så här tycks det fortsatt finnas ett stort glapp mellan vad vi säger och vad vi gör.

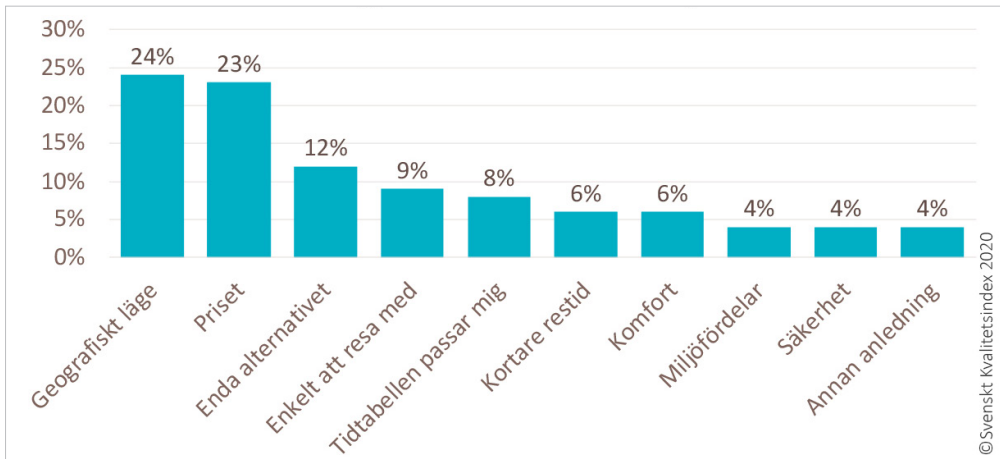
Vad skulle få dig att byta till ett annat transportmedel?



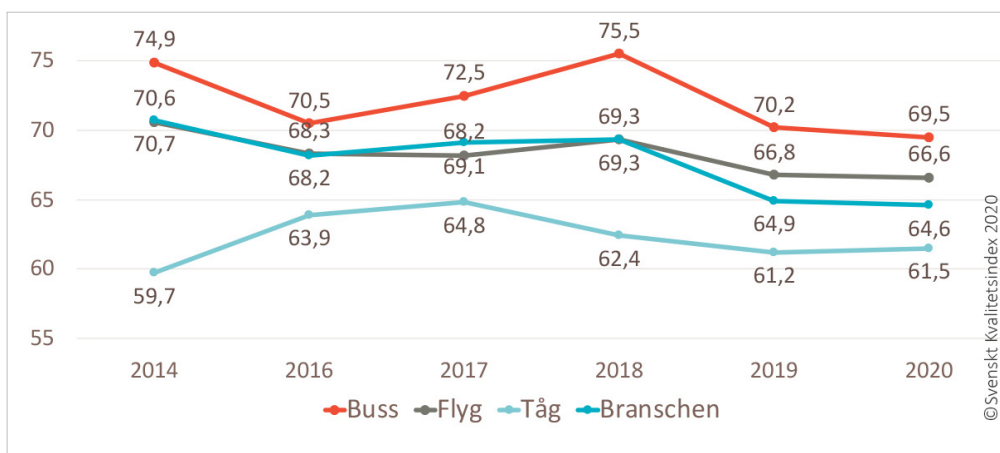
På vilket sätt planerar du att göra ditt resande mer hållbart under det komande året?



Det viktigaste vid val av transportmedel



SKI kundnöjdhet persontransportbranschen 2014-2020



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 2020

Persontransportstudien genomfördes den 28 februari-1 april 2020. Antal intervjuer: 2353. Efter att studien genomfördes genomgår BRA och Norwegian en rekonstruktion på grund av coronapandemin, andra tvingas ställa in turer och varsla sin personal. Svenskt Kvalitetsindex har valt att publicera kundnöjdheten för samtliga bolag som ingått i studien efter samråd med branschen.

Undersökningen om corona genomfördes i Sverige, Norge, Finland och Danmark under perioden 25-31 mars 2020 genom Userneeds nordiska webbpanel. Totalt har 4600 personer över 18 år deltagit i den undersökningen där de svarande är jämnt fördelade mellan de fyra länderna.

SKI:s modellanalyser bygger på strukturella ekvationsmodeller och en analysmetod som kallas för partiellt minsta kvadrat-

metoden (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.