



FÖR MER INFORMATION

Johan Parmler, vd Svenskt Kvalitetsindex

► johan.parmler@kvalitetsindex.se

► 073-151 75 98

2021-06-24

Nöjda kunder på en het marknad

Svenskt Kvalitetsindex har för femtonde året mätt köparens och säljarens upplevelser av fastighetsmäklarbranschen. I år konstateras att den heta bostadsmarknaden också har avspeglat sig på kundnöjdheten. Man är mer nöjd än på länge och det gäller både de som gör sin första bostadsaffär och de som har tidigare erfarenheter.

Bostadsmarknaden har precis som övriga samhället påverkats av Covid-19. Engagemanget i det egna hemmet har ökat i samband med att många arbetat på distans. Det har lett till att fler vill bo större och som följd en het bostadsmarknad med stigande bostadspriser.

– Utifrån årets studie kan vi konstatera att fastighetsmäklarnas kunder är mer nöjda än på flera år säger Johan Parmler, vd Svenskt Kvalitetsindex. Kunderna är inte bara mer nöjda med branschen generellt utan alla aktörer får något bättre omdömen av sina kunder jämfört med 2020. Detta i en bransch där både antalet affärer och slutpriser ökat, ändå blir nöjda kunder nöjdare. Att det är enkelt att följa budgivning och enkelt att förstå villkoren i en affär är områden som blivit bättre och är en delförklaring till den uppgången. Det här med just enkelhet är en nyckelfaktor som är viktigt för höga kundbetyg och något som kommer att bli ännu viktigare framåt säger Johan Parmler.

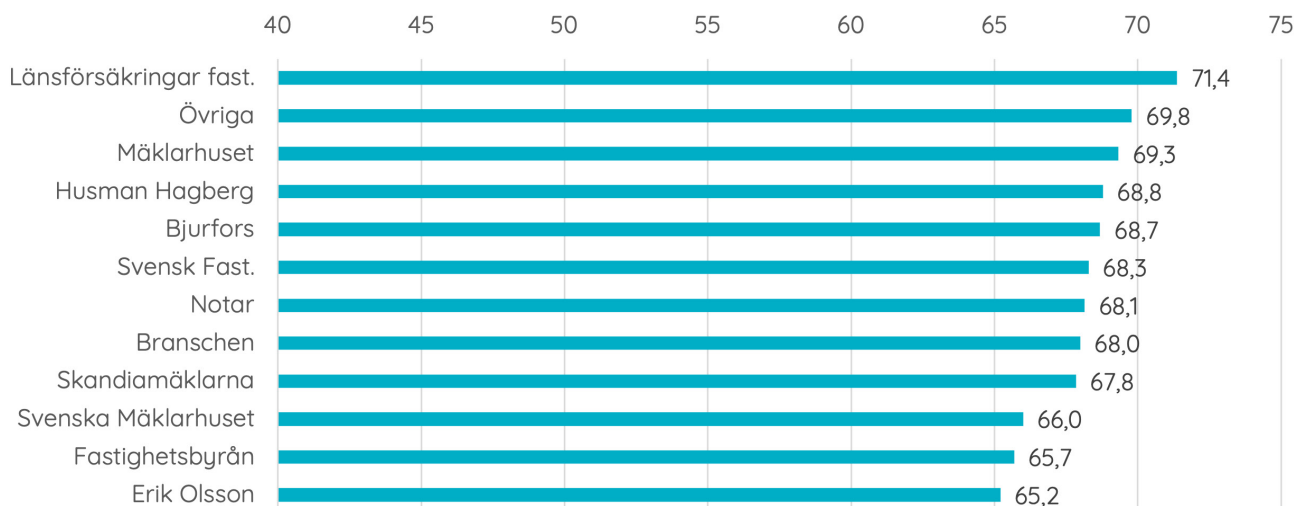
Skillnaden mellan aktörerna i årets mätning är relativt liten. Det är ett fenomen vi sett tidigare men i år är det om möjligt ännu jämnare. De som kommer bäst ut känner vi dock igen sen tidigare och det betyder att nöjdast kunder har Länsförsäkringar Fastighetsförmedling.

Förtroende fortsatt högst upp på agendan och värna om ambassadörerna

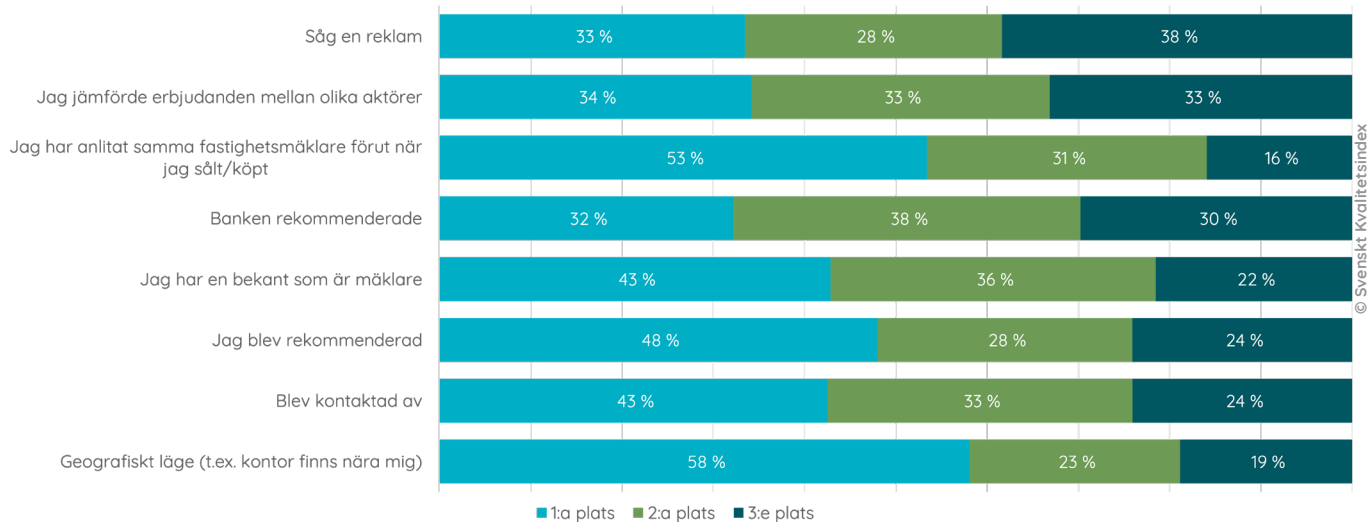
Precis som förra året så har vi frågat vad som är viktigt vid val av fastighetsmäklare. Resultaten är i linje med tidigare år. Det är återigen förtroende och trygghet som är helt avgörande områden.

– Det är också områden som blivit ännu viktigare under pandemi-året säger Johan Parmler och är det i något område man kan säga präglas av en förtroendeekonomi så är det den här branschen. Inte i någon annan bransch så ser vi hur enskilt viktigt trygghet och förtroende är för att erhålla höga betyg bland sina kunder. Det handlar i det här fallet om kombinationen av det stora och det lilla: aktörens varumärke och enskilda mäklare. Framtidens kundupplevelse handlar om att etablera en tydlig bild av bolaget som sedan behöver förmedlas och förstärkas av mäklaren. Här är det värt att ytterligare förtydliga hur viktig just den enskilda mäklaren är, både för köpare och säljare.

Kundnöjdhet 2021 (betyg redovisas skala 0-100)



Varför valde du den aktör du valde?



En fråga av liknande karaktär är varför man just valde en särskild fastighetsmäklare i samband med sin försäljning. Här är det tydligt och kanske inte helt otippat att mycket handlar om geografiskt läge och att man har anlitat samma mäklare tidigare. Filterar man bort de faktorerna handlar det oftast om rekommendation.

– Det här är en typ av affär som man gärna tar inspel och lyssnar på erfarenhet från vänner och bekanta säger Johan Parmler. Vid en fördjupad analys så ser vi att klagomål har en stor inverkan på rekommendationsgrad. Dels så är rekommendationsgraden som högst bland de som faktiskt klagat och fått en mycket bra klagomåls-hantering och där problemet blivit löst vid första kontakten. Samtidigt så är rekommendationsgraden som lägst bland de som klagat, mött en dålig hantering och där lösningen dragit ut på tiden. Det betyder alltså att om en mäklare fått klagomål behöver det inte vara dåligt, det som är helt avgörande är hur det hanteras. Det här är en bransch, till skillnad mot många andra, där kundrelationen är begränsad till både tid och rum. Det betyder att lyhörddhet, kundsynpunkter och klagomål måste vara högt på agendan och här kan många bli mycket bättre, säger Johan Parmler.

Slutpris – ett moment som fortsatt utmanar kundnöjdheten

En fråga som fångats upp i studierna under de senaste åren är frågan om slutpris och om man upplever den stämde något så när jämfört med utgångspriset.

Not, om studien 2021

Datainsamlingen pågick under maj/juni 2021 och totalt samlades 1957 intervjuer in. 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.

– I årets studie är det 7 av 10 som anger att slutpriset stämde något så när med utgångspriset. Det här är nivåer som också noterats de senaste åren. Det är tydligt att de som inte upplever en viss samstämmighet mellan utgång- och slutpris är mindre nöjda men vi kan också notera stora regionala skillnader, säger Johan Parmler.

Digitalisering högt på agendan men ingen direkt ersättare

I fjolårets mätning där pandemin var i sin linda så angav närmare 6 av 10 att man kan tänka sig gå på en helt digital visning. Den nivån ligger kvar under 2021. När det däremot kommer till att köpa ett objekt som enbart visats digitalt så är det runt 1 av 5 som kan tänka sig det.

– Även om många delar i våra privata och professionella relationer har blivit mer och mer digitala så är det vissa moment som kunder fortsatt vill göra fysiskt säger Johan Parmler. Det är i större affärer som bostadsköp och bolån. Även om flera moment med säkerhet kan bli mer effektiva genom digitala verktyg så är det vissa moment som än så länge inte går att ersätta. Områden där man vill "klämma och känna" är svåra att digitalisera avslutar Johan Parmler.