



FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

► johan.parmler@kvalitetsindex.se

► 073-151 75 98

2024-10-07

Små aktörer starkast bland både privat- och företagskunder

Årets SKI Mobil visar att branschens kundnöjdhet är fortsatt hög, även om betygen är något lägre än förra året. Trenden att företagskunderna är mer nöjda än privatkunderna håller i sig liksom det faktum att mindre "fighter brands" når högst betyg inom båda segmenten.

Mycket av det som sågs i fjol förstärks i årets studie. Det betyder att frågor relaterade till service och support är fortsatt viktiga. Det är dock inte bara servicerelaterade frågor som påverkar nöjdheten, själva mobiltjänsternas egenskaper spelar åter en större roll. Och vad som gör kunderna nöjda varierar dock stort mellan olika segment.

"Det som är spännande i årets studie är att vägen till hög kundnöjdhet varierar mellan operatörerna", berättar Johan Parmler, VD Svenskt Kvalitetsindex.

För de större traditionella aktörerna som erbjuder en bred palett av telekomtjänster är servicefrågorna fortsatt helt centrala. För mindre aktörer – så kallade "fighter brands" – är det snarare produkttegenskaperna som avgör om en kund är nöjd eller inte.

"Många vägar bär till nöjda kunder, men en gemensam nämnare är variabeln prisvärde som fortsatt har en signifikant

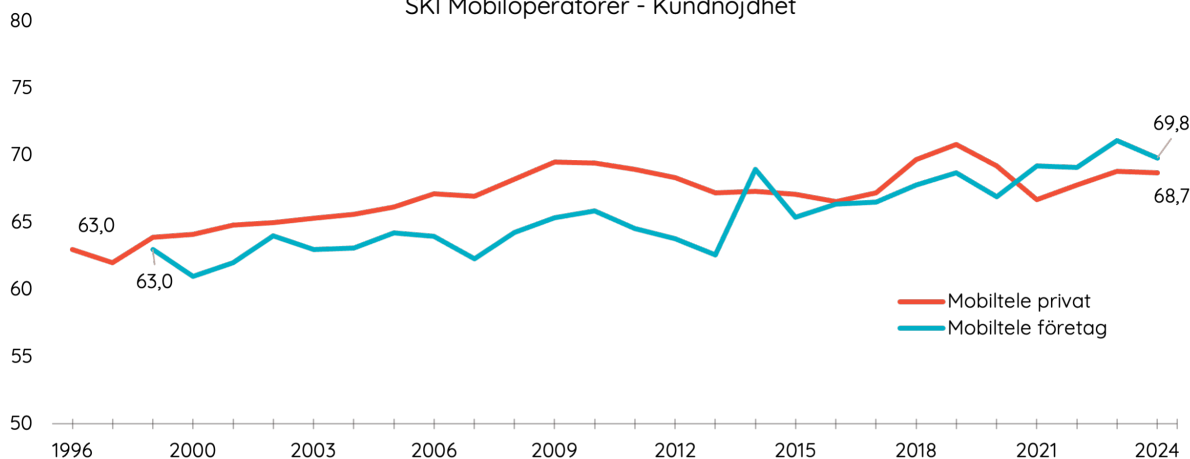
inverkan på kundnöjdheten i hela denna bransch", noterar Johan Parmler.

De mindre och nischade varumärkena går alltså starkt bland både privat- och företagskunder. Särskilt företagskunderna har idag mer fokus på innehåll och villkor än tidigare och det påverkar främst synen på de större operatörerna.

"Här avviker telekombranschen jämfört med exempelvis banksektorn som vi nyligen mätt", säger Love Westin, analyschef på Svenskt Kvalitetsindex. "I bankvärlden är det positivt att vara stor i kundens ögon, inom mobil gäller det omvända."

När det gäller resultatet bland enskilda aktörer så konstaterar SKI att de som rankas högst gjorde det även förra året. Vimla, Fello och Halebop får högst betyg av privatkunderna. Bland företagskunderna ses en liknande trend, dvs att gruppen bestående av mindre operatörer samlade som "Övriga"

SKI Mobiloperatörer - Kundnöjdhet



kommer bäst ut. Noteras bör dock att skillnaden i nöjdhet är väldigt liten mellan alla aktörer inom företagssegmentet.

Bra kontaktupplevelser, men svaga AI-tjänster

Kontakt och supportärenden har i alla år varit den här branschens utmaning, men här har man bättrat sig.

“Andelen klagomål fortsätter att minska”, noterar Johan Parmler. “Överlag är kontaktbetygen godkända, men det finns förbättringspotential när det gäller klagomålshanteringen.” Däremot kan det konstateras att det även i denna bransch finns mycket mer att önska av de “AI-assistenten” som flera operatörer nu erbjuder.

”Vi ser att de mobilkunder som har använt en AI-tjänst visserligen tycker att den är användarvänlig, men att den inte löser deras problem. Det här resultatet liknar det vi såg i årets bankstudie”, säger Johan Parmler.

Mycket går igen

I studien ställs också en hel del öppna frågor där kunderna får ange förslag på förbättringar. Kunder önskar främst bättre täckning, speciellt på landsbygden, samt snabbare internet och stabilare nät. Många uttrycker också önskemål om lägre priser och mer prisvärda abonnemang, särskilt för trogna kunder som ibland missgynnas jämfört med nya.

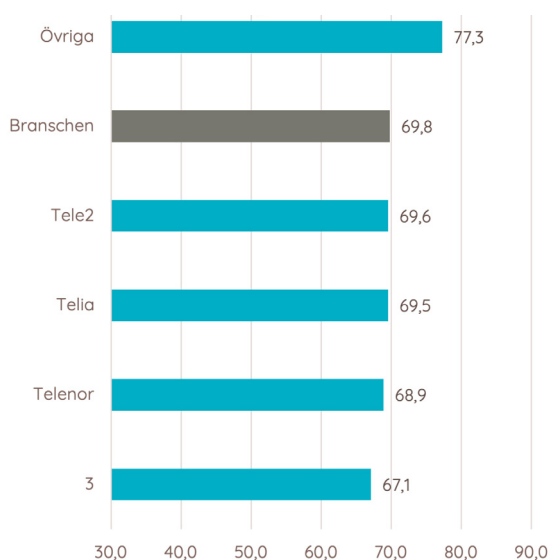
”Det här att företag premierar nya kunder är återkommande och något vi ser även i andra branscher. Lojalitet premieras inte, helt enkelt”, Konstaterar Love Westin.

Ett annat förbättringsområde handlar om en ökad transparens kring abonnemang, innehåll och fakturering.

”Det är troligen är en följd av att upplevt prisvärde de senaste åren spelat en större roll i kundupplevelsen”, avslutar Love Westin.

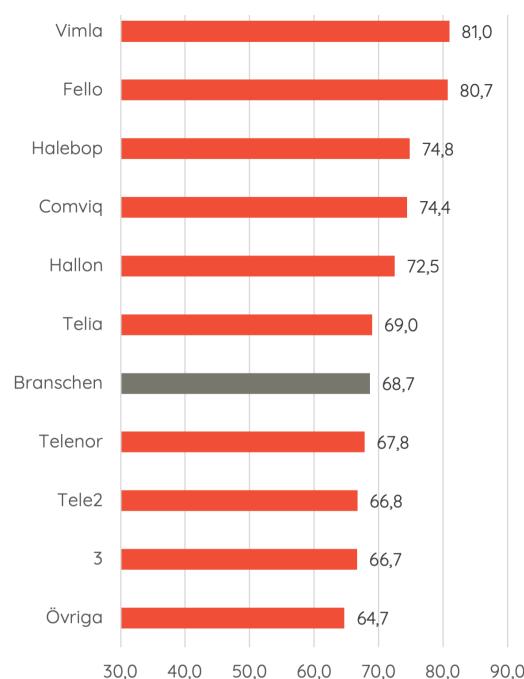
SKI Mobil 2024

Företagskunder



SKI Mobil 2024

Privatkunder



Not om studien

Svenskt Kvalitetsindex har mätt kundnöjdheten inom telekombranschen sedan 1989. Datainsamlingen för årets studie pågick under september månad. Totalt samlades det in 3 935 intervjuer.