



FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX
 ► johan.parmler@kvalitetsindex.se
 ► 073-151 75 98

2025-10-06

Personligt och prisvärt – så vinner mobiloperatörerna kundernas nöjdhet tillbaka

Årets SKI Mobiloperatörer 2025 visar en tydlig nedgång bland både privat- och företagskunder där branschsnittet landar på 66,5 i kundnöjdhetsbetyg. Fallet signalerar att kunderna blivit mer medvetna och ställer högre krav på prisvärdhet, flexibilitet och en upplevelse som känns personlig. Branschen har i stort inte lyckats möta dessa förväntningar.

Servicefrågor har länge varit branschens utmaning, men årets mätning visar att kunderna har skiftat fokus. Nu handlar det inte längre bara om teknisk kvalitet eller täckning utan om hela upplevelsen, från priser och abonnemang till personlig kontakt.

”Vi ser att kunderna idag har ett annat beteende än tidigare. Kunderna ser bortom det grundläggande och värdesätter operatörer som är transparenta, flexibla och enkla att ha att göra med. De vill inte känna sig låsta av långa avtal eller betala för tjänster de inte använder”, säger Johan Parmler, VD på Svenskt Kvalitetsindex.

Mindre aktörer som Vimla och Fello lyckas väl i den miljön. Båda får kundnöjdhetsbetyg över 80, långt över branschsnittet. Bland företagskunderna är bilden annorlunda. Här premieras trygghet och stabilitet, och här placerar sig Telia i år bäst i segmentet.

Från teknisk kvalitet till personlig upplevelse

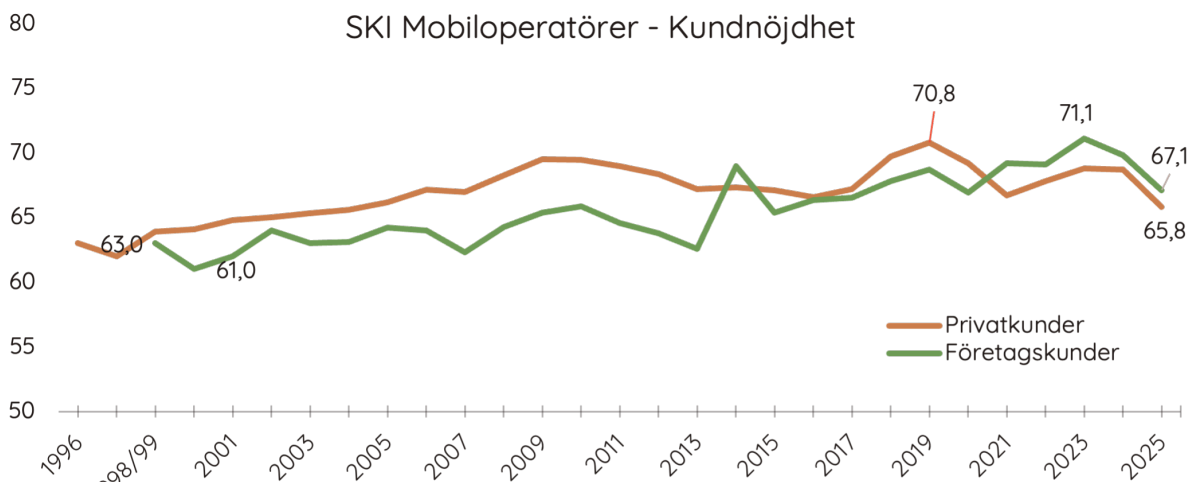
Årets studie visar en tydlig förskjutning – produktens egenskaper behöver bli mer personliga. Det handlar inte längre om nätets stabilitet, den ses som en självklarhet, utan om hur kunderna upplever sina tjänster, abonnemang och möjligheten att anpassa dem efter sina behov. När dessa grundläggande förväntningar inte uppfylls påverkas både kundnöjdhet och upplevd prisvärdhet, särskilt bland privatkunder, men även bland företag.

”Kunderna vill känna att deras operatör ser och förstår dem. De är trötta på generella erbjudanden, långa telefonköer, vilseledande försäljning via telefon och ineffektiva digitala tjänster. De vill ha relevans, enkelhet och respekt i varje kontakt”, säger Johan Parmler.

Företagskunder söker stabilitet och anpassning

I årets mätning blir det tydligt att trygghet är nyckeln på företagsmarknaden. I en mer osäker omvärld värdesätter

SKI Mobiloperatörer - Kundnöjdhet



företag stabila samarbeten och leverantörer som kan anpassa sig snabbt.

”Det är spännande att se hur mönstret går igen i flera branscher. I våra bankstudier syns samma sak. Stora aktörer klarar sig bättre i företagssegmentet, medan de mindre får högre betyg bland privatkunder. Telekomsektorn följer samma logik”, säger Johan Parmler.

Digitala tjänster under press

Trots förbättringar i traditionell support ser SKI en tydlig nedgång i betyg för digitala tjänster och AI-lösningar. Kunderna förväntar sig smidiga, självbetjänande lösningar som fungerar felfritt men upplever ofta motsatsen vilket skapar frustration och missnöje.

”Tekniken i sig är inte lösningen om den inte löser kundens problem. En avancerad chattbot som inte hjälper är mer

frustrerande än användbar. Nu måste branschen fokusera på att göra digitala plattformar enklare och mer effektiva”, säger Johan Parmler.

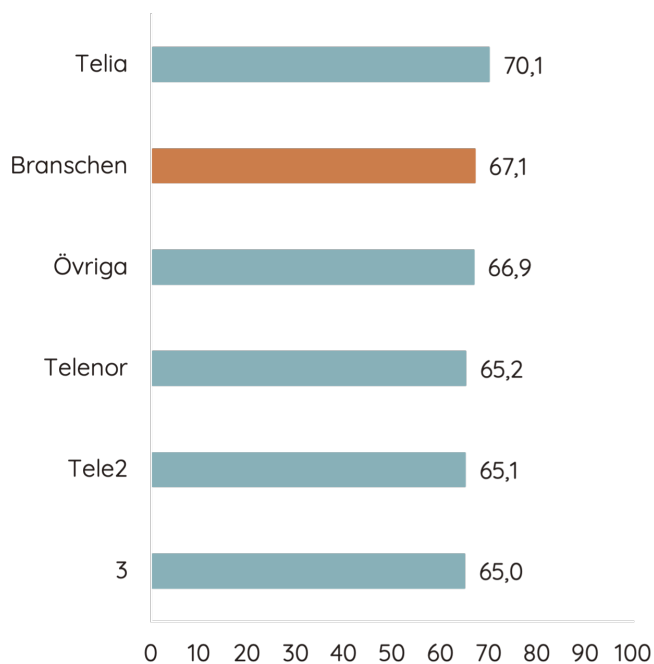
Vägen framåt: personligt och prisvärt

För de större aktörerna på privatsidan handlar framtiden om att vinna tillbaka förtroendet och motivera kunderna till att samla fler av sina tjänster och abonnemang hos samma leverantör. Det kräver tydliga mervärden, smart paketering och en förmåga att förenkla kundens vardag, inte bara sälja fler tjänster.

För företagskunderna är flexibilitet och skräddarsydda lösningar avgörande. Företagen förväntar sig att operatören kan anpassa tjänsterna efter deras specifika situation och snabbt svara mot förändrade behov. De operatörer som kan kombinera stabilitet med anpassningsbarhet kommer att stå starkast framåt.

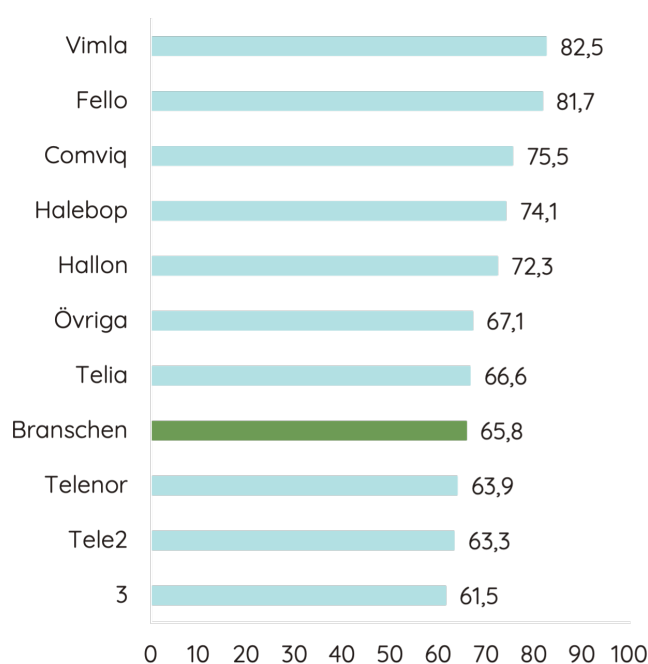
SKI Mobil 2025

Företagskunder



SKI Mobil 2025

Privatkunder



Not om studien

Svenskt Kvalitetsindex har mätt kundnöjdheten inom telekombranschen sedan 1989. Datensamlingen för årets studie pågick under september månad 2025. Totalt samlades det in 2 874 intervjuer.