



**FÖR MER INFORMATION**

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

► johan.parmler@kvalitetsindex.se

► 073-151 75 98

PRESSMEDDELANDE 2018-10-29

# Kunderna vill ha mer än bandbredd

Bredbandsleverantörerna har gått från att ha haft riktigt nöjda företagskunder men missnöjda privatkunder till landet lagom, visar årets kundundersökning från Svenskt Kvalitetsindex. I år ger både företags- och privatkunderna branschen ett ljummet okej. Det är fortfarande stor skillnad i kundnöjdhet mellan bolagen som levererar bredband till privatpersoner.

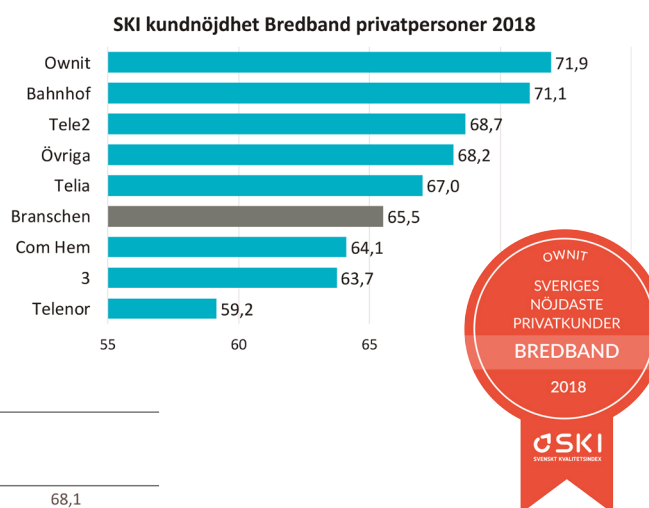
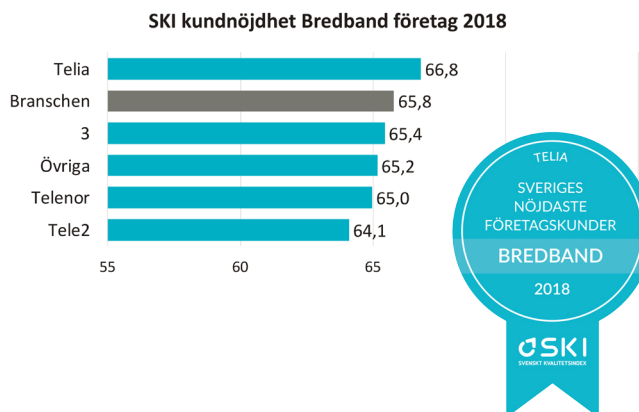
Bredbandsbranschen fick riktigt dåliga resultat av privatkunderna för två år sedan men har sedan dess stärkt sig och når i år ett nöjdhetsbetyg runt 65. Företagskunderna var däremot som mest nöjda 2014. Där går trenden åt motsatt håll, men landar nu på samma betyg som privatkunderna.

– Bland företagskunder är det spåren av en sämre serviceupplevelse som förklarar den lägre kundnöjdheten i år, kommenterar Svenskt Kvalitetsindex vd Johan Parmler. Företagskunder har förväntningar och krav idag i termer av tillgänglighet, proaktivitet och initiativförmåga. För att vända trenden behöver service vara fokus framåt för bredbandsleverantörerna.

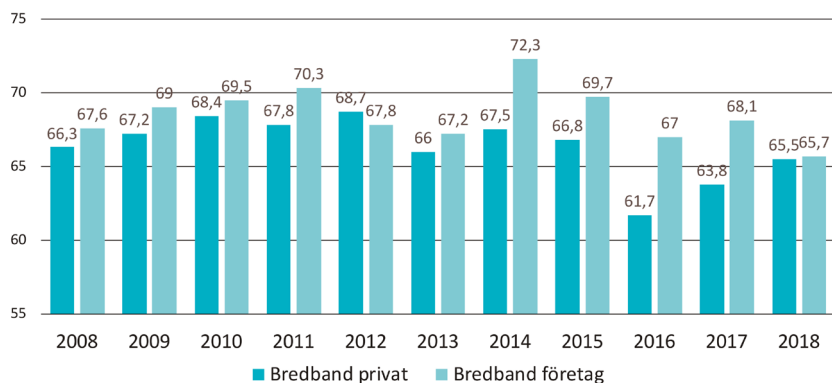
– Utifrån ett kundperspektiv behöver företag i den här branschen gå från att vara bredbandsoperatörer till att bli serviceoperatörer. Det är där den framtida konkurrensfördelen finns, fortsätter Johan Parmler.

**Samtliga företagsleverantörer tappar i nöjdhet**

Som bredbandsleverantör får Ownit bäst betyg av privatkunderna, följd av Bahnhof. Flera andra leverantörer har gjort stora förbättringar jämfört med tidigare år, exempelvis Tele2.



**SKI kundnöjdhet Bredband 2008-2018**



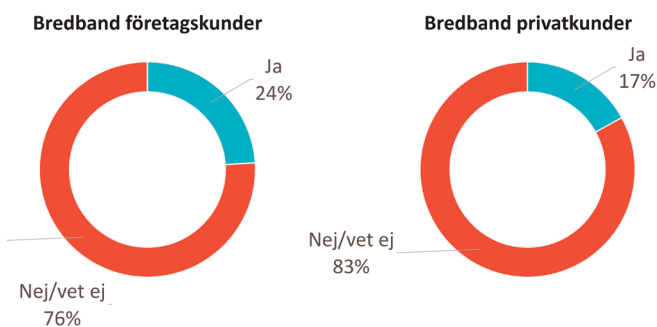
Nöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som får betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

Bland företagskunder av bredbandstjänster är skillnaden mellan aktörerna relativt liten och alla tappar något i kundnöjdhet. Bäst ut kommer Telia vilket gör att de är företagskundernas favorit både som mobil- och bredbandsoperatör i år.

### Att premiera lojala kunder – vad är det?

Även om mycket kring årets studier är positivt, så finns det ett område där resultatet fortsatt är riktigt lågt, nämligen andelen som upplever att operatörerna premierar lojala kunder. Andelen är särskilt låg bland privatkunderna men något högre bland företagskunderna. För fortsatta förbättringar inom branschen är detta ett tydligt förbättringsområde. Nöjdhet och rekommendationsgrad hos de som upplever att deras leverantör värdesätter lojala kunder och premierar dem är extremt hög.

### Andelen kunder som upplever att man premierar lojala kunder.



### Not, om studien 2018

Intervjuerna genomfördes under september och oktober 2018. Totalt gjordes 2470 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.