



# EPSI WORLD BANKING STUDY

# 2024

AI VINDER INDPAS – OG KUNDERNE  
ER GENERELT GLADE FOR DERES  
BANKERS VÆRDITILBUD

# De stærkeste banker i USA og UK excellerer i at udvise kundefokus, mens Singapore er langt på AI

EPSI Rating er stolte af at præsentere resultaterne af vores seneste undersøgelse, World Banking Study 2024. Undersøgelsen har fokus på forskellene mellem udvalgte banker i tre finansielle centre i verden: Singapore, Storbritannien og USA.

Undersøgelsen viser, at kundernes tilfredshed generelt er høj, men der er stadig plads til forbedring. Især er der et behov for at fokusere mere på kunder, der har været hos banken i mange år.

## Udpluk af indsigter fra undersøgelsen:

- Kunder i USA og Storbritannien er de mest tilfredse, især fordi disse banker er gode til at håndtere kundens forventninger.
- Nye kunder er mere tilfredse end dem, der har været kunder i mange år. Dette indikerer, at bankerne er effektive til at integrere nye kunder, men ikke fokuserer nok på at fastholde eksisterende kunder.
- Vi skal til USA for at finde den bank, der opfattes som bedst til at forstå deres kunders behov, dvs. ved at lytte, holde kontakten og være proaktive.
- Vi skal til Singapore for at finde den bank, der tilbyder de bedste digitale løsninger.
- Vi skal til England for at finde den bank, der gør det nemmest at være kunde.
- Troværdighed er vigtigere for kunderne end social ansvarlighed.
- Brugervenlige digitale løsninger er vigtigere for kundeoplevelsen end høj kvalitet i rådgivning.

EPSI Rating vil fortsætte med at overvåge og rapportere om disse og andre tendenser inden for banksektoren. Vi ser frem til at hjælpe banker og deres kunder med at navigere i det komplekse landskab af kundeoplevelser.

For mere information, kontakt venligst: [sofie.breum@epsi-denmark.org](mailto:sofie.breum@epsi-denmark.org)

## Om EPSI Rating:

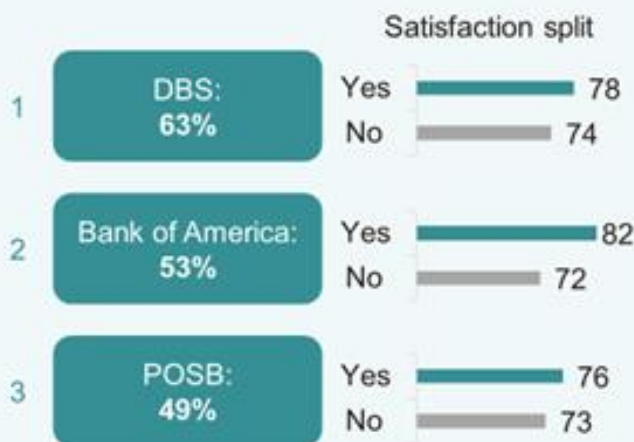
EPSI Rating er en uafhængig leverandør af market research inden for særligt kundetilfredshed og kundeadfærd. Vi hjælper virksomheder med at forstå deres kunders behov og forventninger – og at stille skarpt på, hvor de skal sætte ind for at skabe bedre kundeoplevelser.

Bemærk: Denne pressemeddelelse er baseret på EPSI World Banking Study 2024. For mere detaljerede oplysninger, kontakt EPSI Rating Danmark (eller Norge, Sverige, Finland) for at høre mere om muligheden for at få adgang til den fulde rapport.

De kunder, der er blevet serviceret af en robot (conversational AI), er mere tilfredse, end dem, der ikke er...

## Uddrag fra EPSI World Banking Study 2024

### Highest share of customers who have been serviced by conversational AI\*



Note: Don't know split is not shown in the graph.

\*Conversational AI (e.g. chatbot or call assistant)

## Det mener EPSI

*"Det er det første studie, hvor vi har stillet skarpt på, hvordan kunderne oplever at blive serviceret af en AI-robot på tværs af flere aktører.*

*Singapore-bankerne DBS og POSB er langt på AI-agendaen, og deres kunder er mere tilfredse med dem, hvis de har interageret med en robot end hvis de ikke har. Det er vildt.*

*I Danmark kommer det til at betyde, at vi stiller skarpt på den vinkel i efterårets branchestudier – for AI-agendaen er under spændende udvikling, og det er centralt at huske slutkunderne i drøftelserne om AI's impact" siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.*

## Snart lanceres "AI Kollen"

EPSI's svenske entitet Svenskt Kvalitetsindex er netop nu ved at udarbejde et særligt studie om svenskernes holdning til og erfaring med AI.

*"Vi glæder os til at kunne stille skarpt på forbrugernes holdninger til AI. Ligesom vi løbende bliver klogere på privat- og erhvervskundernes holdning til bæredygtighed og ESG, er det centralt for os at stille skarpt på de udviklinger og trends, der fylder i samfundet – og som påvirker kundernes tilfredshed og loyalitet,"* siger Jacob Hallencreutz, Group CEO, EPSI Rating Group.

# OM STUDIET

## Chapters of the Study:

### Customer Centricity, Credibility, Convenience, and Contact

## Customer Centricity

## Credibility

## Convenience

## Contact

## Publiceringsdato

EPSI World Banking Study 2024 blev publiceret 10. april 2024. Studiet inkluderer resultater på en lang række temaer relateret til kundetilfredshed – herunder bl.a. Kunderelation, tillid, ESG, digitale løsninger, kontakt mv.

## Om studiet

Undersøgelsen er baseret på i alt 2.204 interviews med amerikanske, engelske og singaporeanske kunder.

Interviewene er foretaget som web interviews i februar 2024 af EPSI Data Collection Services.

## Om EPSI Rating

EPSI Rating har målt kundetilfredsheden i Danmark siden 1999 på tværs af en række brancher, herunder finanssektoren.

EPSI Rating Danmark er en del af EPSI Rating Group, der udfører uafhængige og regelmæssige målinger af kundetilfredshed i forskellige brancher i de nordiske lande og i flere andre europæiske lande (i Sverige hedder vi Svenskt Kvalitetsindex - SKI).

*Handlingsorienterede indsigter til forbedring af kundetilfredshed.*

Læs mere om EPSI Rating og vores studier på <https://www.epsi-denmark.org/> eller følg os på [LinkedIn](#).

# EPSI UDGIVER LØBENDE SPECIAL-RAPPORTER OM RELEVANTE TEMAER FOR DEN FINANSIELLE SEKTOR



**EPSI SPECIAL:**  
ESG og bæredygtighed 2023 – forventninger til finanssektoren



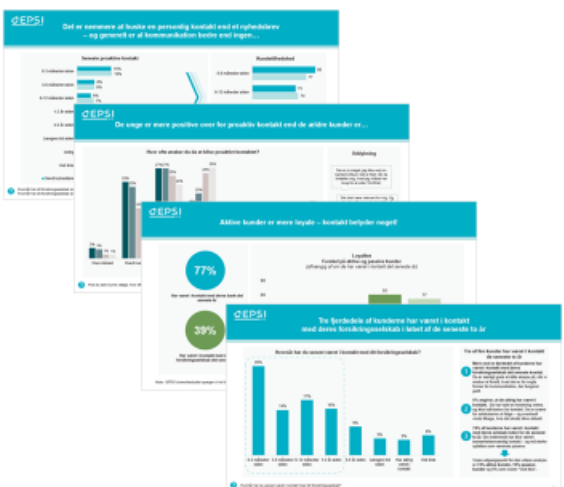


*For mere information om studiet*  
Sofie Breum, [sofie.breum@epsi-denmark.org](mailto:sofie.breum@epsi-denmark.org), +45 28 49 74 28

- › Hvor vigtigt er det for kunderne, at deres bank/forsikringselskab arbejder med bæredygtighed?
- › ...og hvilke bæredygtige mål er vigtigere end andre?
- › ESG dækker over tre områder. Hvad er vigtigst for kunderne?
- › ...og hvordan adskiller aldersgruppernes præferencer sig?
- › Hvor vigtigt anser kunderne bæredygtighed for at være?
- › ...og i hvor høj grad tager de selv højde for bæredygtighed?
- › Er bæredygtighedsforventningerne større til bank end forsikring?
- › ...og hvad med el-leverandører og dagligvarebutikker?
- › Ønsker kunderne at følge med i jeres bæredygtighedsarbejde?
- › ... og hvilken form for bæredygtighedskommunikation ønsker de?
- › Hvilke initiativer vurderer kunderne er bæredygtige?
- › ...og hvilke af dem har en betydning for købsbeslutningen?



**EPSI SPECIAL:**  
Proaktivitet og passive kunder 2023

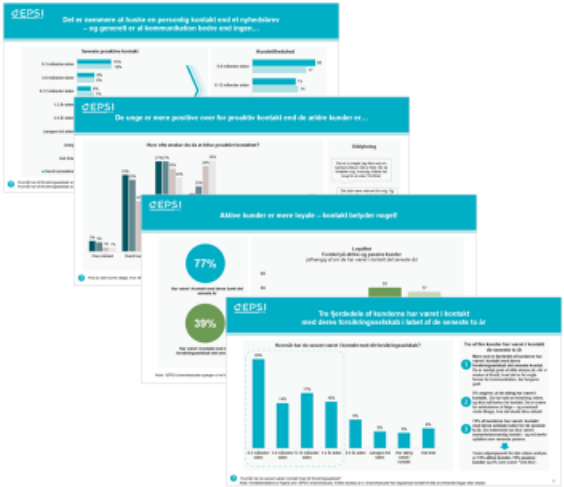


*For mere information om studiet*  
Sofie Breum, [sofie.breum@epsi-denmark.org](mailto:sofie.breum@epsi-denmark.org), +45 28 49 74 28

- › Hvor er de største forskelle mellem aktive og passive kunder?
- › ...og hvad husker kunderne fra den seneste kontakt?
- › Hvor mange kunder vil gerne oftere høre fra deres selskab?
- › ...og i hvor høj grad afhænger det af seneste kontaktforsøg?
- › Hvilke former for kommunikation ønsker kunderne at modtage?
- › ...og hvordan adskiller aldersgruppernes præferencer sig?
- › Hvor ofte ønsker kunderne at blive proaktivt kontaktet?
- › ... og hvilke forskelle er der på tværs af segmenter?
- › Hvilken kanal er danskernes foretrukne til proaktivitet?
- › ...og er der tydelige forskelle for den aktive og passive kunde?
- › Er en invitation til et webinar god kontakt til de passive kunder?
- › ...og hvilke andre ønsker til kommunikation er vigtige?

# EPSI UDGIVER LØBENDE SPECIAL-RAPPORTER OM RELEVANTE TEMAER FOR DEN FINANSIELLE SEKTOR

**EPSI** **EPSI SPECIAL**  
Unge kunders forventninger til den finansielle sektor



*Designet er i gang.*

*Har du ønsker?*

*Tag fat i os hos EPSI.*

**For mere information om studiet**  
Sofie Breum, [sofie.breum@epsi-denmark.org](mailto:sofie.breum@epsi-denmark.org), +45 28 49 74 28