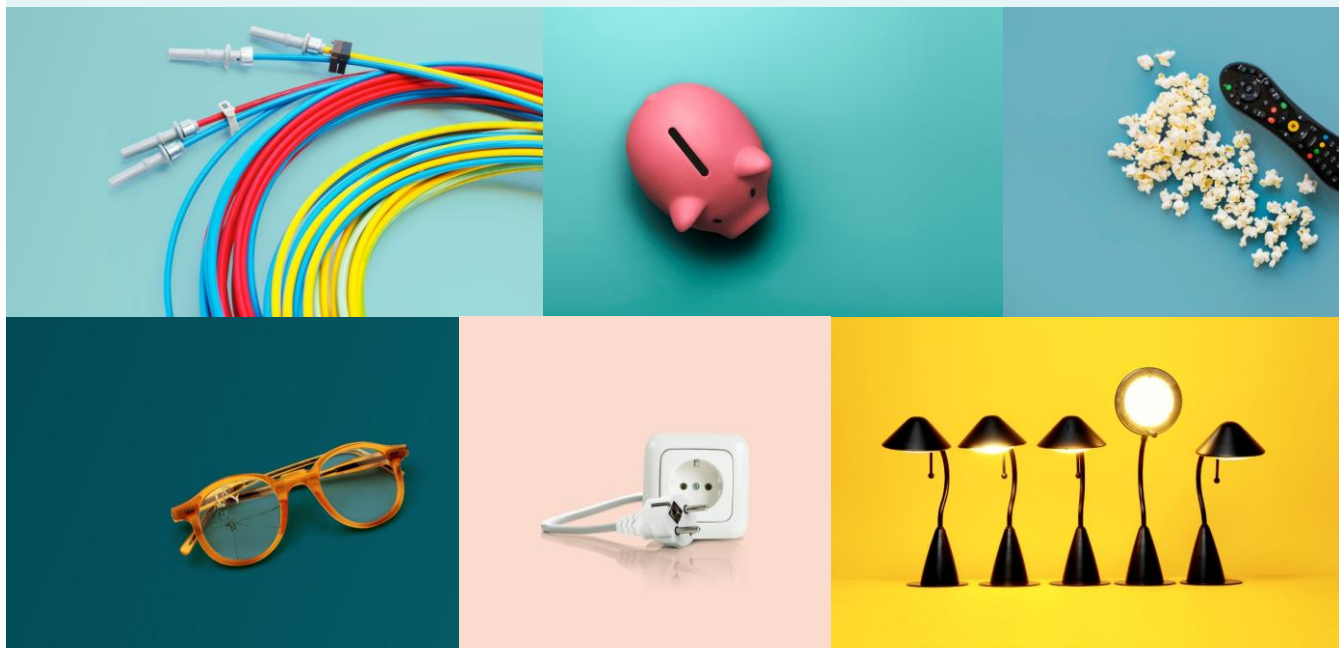




EPSI Rating Danmark Tilbageblik på 2024

INDSIGTER — REFLEKSIONER — UDVIKLING

Marts 2025



INDHOLD

EPSI's årlige kundestudier og indsigter

Privatkundetilfredshed 2024

En flot hjemmeside er ikke nok – *relevant proaktivitet* forventes

Erhvervskundetilfredshed 2024

Hvad er vi opmærksomme på i sammenspillet mellem AI og kundeoplevelser?

EPSI SPECIAL: Unge kunder og digitale løsninger (World Digital Banking)

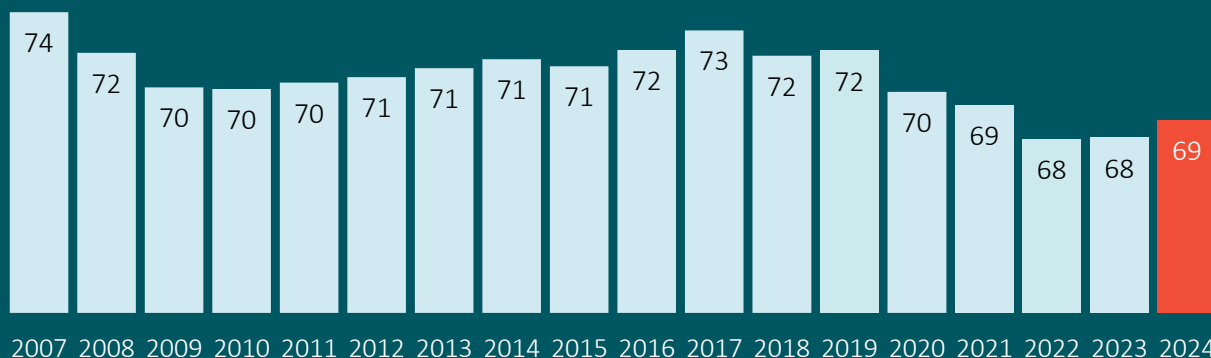
Rådgiverskift: Et uundgåeligt vilkår for bankerne – men også en mulighed

Akademisk forskning: Fundamentet for vores indsigt i kundetilfredshed

Nordisk Outlook

EPSI er mere end branchestudier...

Kundetilfredshed Alle EPSI-studier 2007-2024



Sofie Breum

Country Manager
EPSI Rating Danmark
sofie.breum@epsi-denmark.org

Det er igen blevet tid til EPSI's årlige kundestudier og indsigter

Velkommen til dette års samling af analyser, indsigter og erfaringer, som vi hos EPSI Rating Danmark har samlet gennem det seneste år. Der er meget spændende at dykke ned i, men før vi går i detaljer, er det værd at tage et skridt tilbage og se på, hvad der sker omkring os.

Mit navn er Sofie Breum, og siden januar 2019 har jeg været en del af EPSI Rating Danmark. I løbet af de sidste fem år har jeg været vidne til store forandringer – både i samfundet og inden for de brancher, vi analyserer. Det er en påmindelse om, hvor hurtigt tingene kan ændre sig.

De sidste ti år har vi oplevet en accelereret udvikling inden for teknologi, grøn omstilling og globalisering – men også en stigende usikkerhed præget af geopolitiske konflikter, økonomiske svingninger og sociale udfordringer.

Lad mig fremhæve nogle af de vigtigste tendenser, der har påvirket både danske virksomheder og kundedadfærd:

- **Geopolitisk uro og økonomisk ustabilitet:** Krigen i Ukraine og de deraf følgende sanktioner, energikrise og forsvarsprioriteringer har haft konsekvenser langt ud over de direkte konfliktramte områder, herunder også for danske aktører. Samtidig påvirkes globale forsyningskæder og økonomiske dynamikker af ændringer i det politiske landskab, herunder en mere protektionistisk kurs fra USA og stigende handelsspændinger.
- **Den grønne omstilling:** Overgangen til bæredygtige løsninger accelererer, hvilket påvirker alt fra produktion og transport til finansielle institutioner, som skal tilpasse sig nye reguleringer og stigende krav fra både kunder og samfundet.



- **Digitalisering og AI:** Teknologiske landvindinger har transformeret både arbejdsmarkedet og kundernes forventninger. Efter pandemien er det blevet klart, at digitale løsninger og automatisering ikke kun er en fordel, men en nødvendighed.
- **Sociale udfordringer:** Fra integration og arbejdsmarkedstilknytning til sundheds- og arbejdsmiljøspørgsmål. For eksempel er stressrelateret sygefravær steget markant siden 2019, hvilket stiller krav til arbejdspladser og ledere.
- **Samfundsansvar og Governance:** Kunder og borgere stiller større krav til virksomhedernes sociale ansvar. Det handler ikke længere kun om miljø, men også om etik og gennemsigtighed.

Alt dette har skabt en verden, der er mere kompleks, usikker og dynamisk end nogensinde før.

Hvad betyder det for kundernes forventninger og adfærd?

Usikkerhed og forandring er blevet en del af hverdagen, og det påvirker naturligvis, hvordan kunderne interagerer med virksomheder. Forventningerne til kundeservice, transparens og værdi for pengene er højere end nogensinde, og der er behov for, at virksomheder konstant tilpasser sig for at levere stærke kundeoplevelser.

Hos EPSI Rating Danmark har vi tal og indsigter, der kan belyse mange af disse spørgsmål. Årets resultater viser blandt andet, at kundetilfredsheden i Danmark er steget i 2024. Det er en positiv nyhed i en ellers kompleks tid.

Ledelse set fra kundens perspektiv

For at kunne imødekomme kundernes behov kræves en ny tilgang til både ledelse og udvikling. Organisationer skal være agile og kunne tilpasse sig hurtigt, teste nye løsninger og justere dem i realtid. De mest succesfulde aktører er dem, der formår at sætte kunden i centrum, samtidig med at de håndterer komplekse og ofte modstridende krav.

Det er netop denne tilgang, vi ønsker at inspirere til gennem vores analyser og indsigter. Vi håber, at årets rapport vil give dig ny viden og værktøjer til at forstå og navigere i en verden i konstant forandring.

Velkommen til årets udgave af EPSI's kundestudier – vi glæder os til at dele resultaterne med jer.

Med venlig hilsen

Sofie Breum

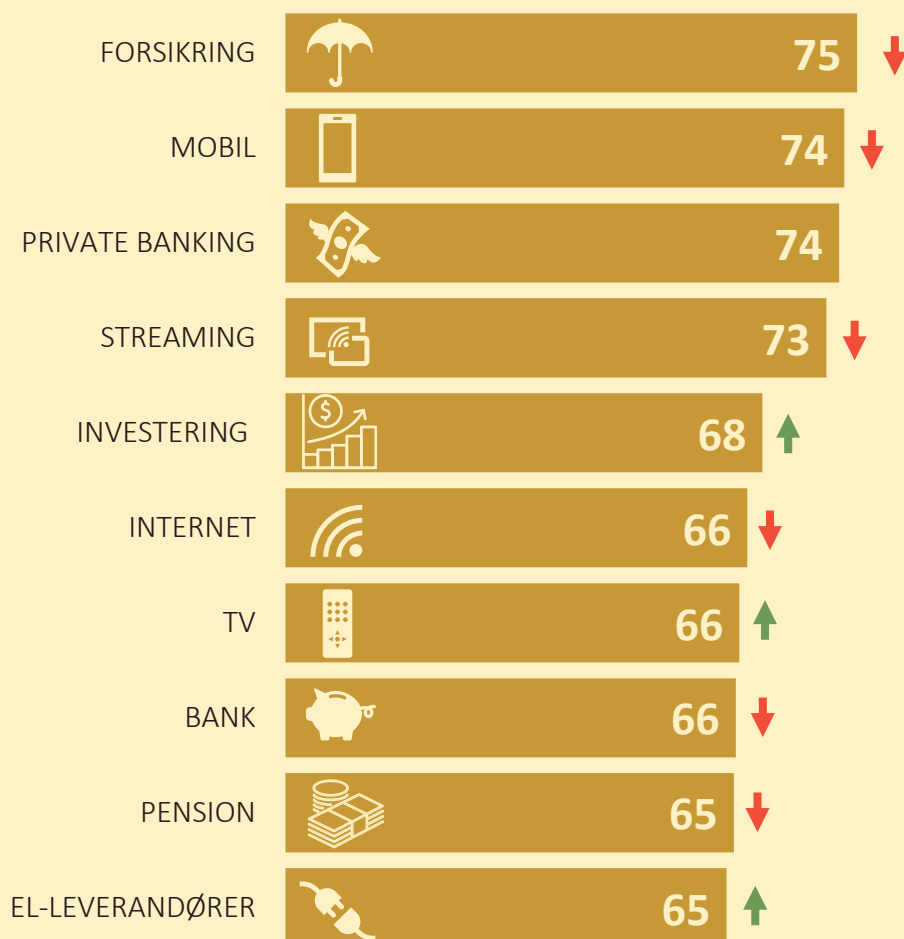
EPSI Rating Danmark





Privatkundetilfredshed 2024

EPSI Privatkundestudier fra 2024



En flot hjemmeside er ikke nok – relevant proaktivitet forventes

Eksisterende kunder leder ikke efter bekræftelse på, at de er værdsatte som kunder, på jeres hjemmeside.

De forventer, at I rækker ud og fortæller dem det. De forventer, at I er eksperterne på jeres felt, og at I rækker ud med forslag til optimeringer eller justeringer. Det ved vi fra EPSI's proaktivitetsstudier i 2022 og 2023. I 2025 går vi stikket dybere på relevant proaktivitet, og giver jer eksempler på, hvad kunderne særligt sætter pris på. For "relevant proaktivitet" er en løftestang til at fortælle kunderne om alt det gode, I kan tilbyde. Og det er et greb til at vedligeholde relationen.

Resultater på relevant proaktivitet i EPSI B2C branchestudier 2024

		Branche-score	Bedste aktør på "relevant proaktivitet"
	Private Banking	65	Jyske Bank
	Forsikring	63	Vestjylland Forsikring
	Bank	56	Sparekassen Kronjylland
	Investering	55	Nykredit Bank
	Pension	53	Industriens Pension
	El-leverandører	46	OK

For alle vindere er det gældende, at deres scores er signifikant over branche-gennemsnittet

EPSI SPECIAL Relevant Proaktivitet 2025



Stiller skarpt på de bedste findings fra 2023 og 2022 for at udforske tendenserne i et 2025 perspektiv og få endnu dybere indsigter



Afdækker kundernes holdning til hvordan de ønsker relevant proaktivitet fra deres leverandør – både kvantitativt og kvalitativt



Segmenterer kundernes kontakt- og rådgivningspræferencer ud fra deres foretrukne tid, frekvens, kanal og indhold



Anders Schriver
Analytics Manager
EPSI Rating Danmark
anders.schrive@epsi-denmark.org

Erhvervskundetilfredshed 2024

Erhvervskundetilfredsheden i banksektoren stagnerede i 2024 efter den flotte stigning i 2023. Kunderne kvitterer for bookede møder og strategisk sparring, men tilfredsheden med de digitale løsninger faldt signifikant. Bankerne har løbende fokuseret på den relevante proaktivitet, men det er ikke alle initiativer som lykkedes. Kunderne gennemskuer, hvis ikke relevansen er med – men sætter pris på bookede møder, hvor rådgiverne kan være forberedte og levere relevant rådgivning.

I kontrast hertil står forsikringssektoren hvor erhvervskundetilfredsheden opnåede et nyt lavpunkt i 2024. Året var præget af mange skader og store prisstigninger, hvilket påvirker kunderne og deres tilfredshed med forsikringsselskabet. Kunderne har høje forventninger til deres forsikringsselskab og de er i mindre grad blevet imødekommet – specielt på serviceområdet.

KUNDETILFREDSHED 2024



FORSIKRING
66 ↓

Det er nemt at få adgang til rådgivning/services

68% ↓

Nemt at gennemskue hvad vi betaler for

59% ↓

Fik et forsikringstjek ved seneste kontakt

41% ↓



BANK
67 →

Har en god forståelse for vores virksomhed og behov

70% ↓

God til at koordinere specialister

56% ↑

Har udarbejdet årsplan med banken

34% ↑

Foruden vores publicerede branchestudier, har vi i 2024 bidraget med indsigt til en lang række virksomheder med fokus på erhvervskunder.

Det gælder bl.a. Energi & Forsyning, Bank, Forsikring og Centraler, FMCG, Industri.

På tværs af industrier og kundesegmenter kan vi konstatere, at erhvervskundernes forventninger til deres leverandører ikke er faldet – tværtimod.

Hvad er vi opmærksomme på i sammenspillet mellem AI og kundeoplevelser?



For få år siden var digitalisering et af de mest omtalte begreber i erhvervslivet. I dag er det AI, der har overtaget dagsordenen. Hos EPSI har vi længe erkendt, at digitale løsninger er en nødvendighed for at levere stærke kundeoplevelser. Spørgsmålet er nu, om AI virkelig kan være en revolution, der skaber både personaliserede og effektive kundeinteraktioner. Indikationerne er positive, men vi er stadig i en fase, hvor begrebet AI ofte bruges bredt og upræcist. Mange løsninger markedsføres som AI-baserede, selvom de i realiteten kun er delvist automatiserede systemer uden egentlig intelligens.

Men hvad er AI egentlig? Kunstig intelligens dækker over teknologier, der kan efterligne menneskelig kognition såsom læring, problemløsning og beslutningstagning. Selvom konceptet ikke er nyt, har de seneste års teknologiske fremskridt intensiveret debatten om AI's rolle i samfundet. Diskussionen spænder fra bekymringer om uforudsete konsekvenser til optimisme over de mange nye muligheder, teknologien bringer med sig.

For at forstå mulighederne og udfordringerne ved AI's indflydelse på kundeoplevelser har vi i EPSI gennemført en nordisk fokusgruppe og et globalt studie. Konklusionen? Mange AI-løsninger halter stadig i norden, men enkelte globale virksomheder har formået at løfte kundeoplevelsen markant. De, der investerer strategisk i AI, bruger det som en game changer til differentiering og vækst – mens andre stadig famler i mørket.

En af de mest aktuelle AI-relaterede udviklinger inden for kundeoplevelser er optimeringen af Conversational AI ved hjælp af GenAI's avancerede sprogmodeller (LLM). Ved succesfuld integration lykkedes det med at automatisere rutinemæssig kundeservice, så medarbejdere i højere grad kan fokusere på værdiskabende interaktioner, hvor menneskelig indsigt er afgørende.

Vi ser i dag, at digitale løsninger ikke længere blot er en fordel, men en nødvendighed. Samtidig er det tydeligt, at den menneskelige dimension stadig spiller en afgørende rolle i kundedialoger. De virksomheder, der formår at kombinere omnichannel-strategier med intelligente AI-løsninger, vil stå stærkest i fremtiden. Udviklingen går hurtigt, og investeringerne i AI vokser betydeligt.

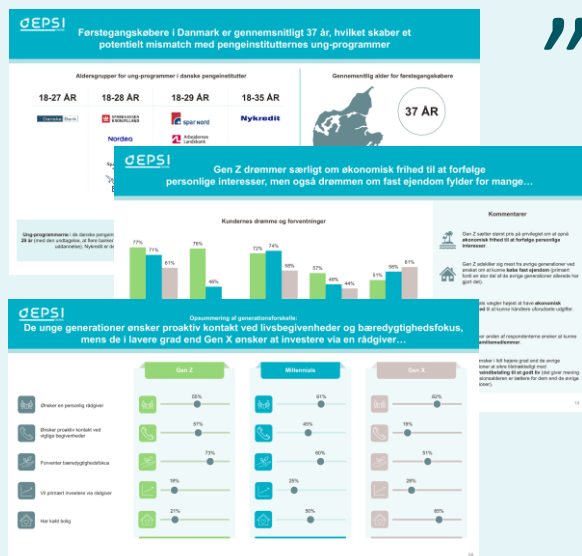
Vi følger spændt med i, hvordan AI udvikler sig fra de mere simple applikationer til yderligere udvikling af avancerede teknologier som Generative AI (GenAI) – og måske endda en dag til Artificial General Intelligence (AGI). AI's potentiale i kundeoplevelser er enormt, og det bliver interessant at se, hvordan virksomheder fortsat vil anvende teknologien til at skabe kundeværdi.



Søren Klestrup

Senior Analytics Consultant
EPSI Rating Danmark
søren.klestrup@epsi-denmark.org

Unge kunders præferencer er centrale hvis I vil vinde fremtidens kunder

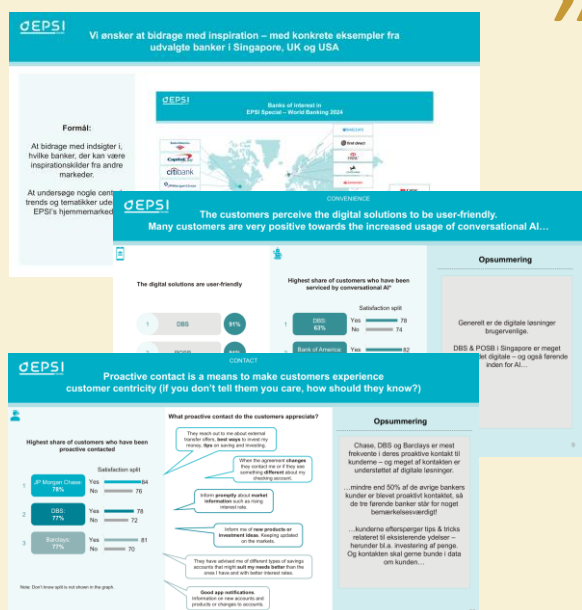


” Der er stor forskel på Generation Z, Millennials og Generation X’s forventninger til den finansielle sektor. Forventningerne er særligt varierende, når vi stiller skarpt på forventninger til serviceniveau, personlig rådgivning og digitale løsninger.



Sophie Baden
Analytics Consultant
EPSI Rating Denmark
sophie.baden@epsi-denmark.org

Robotterne kommer – men pas på, de ikke ødelægger kunderelationen



” DBS i Singapore er særligt dygtige til at levere digitale løsninger, der rammer kundernes forventninger. Men når vi stiller skarpt på de danske kunder, skal vi huske, at det ikke er nok at udbyde en chat. Den skal kunne svare på kundernes spørgsmål og gerne være nem at betjene. Det er ikke tilfældet for alle aktører i dag...”



Søren Klestrup
Senior Analytics Consultant
EPSI Rating Denmark
soeren.klestrup@epsi-denmark.org

Rådgiverskift: Et uundgåeligt vilkår for bankerne...

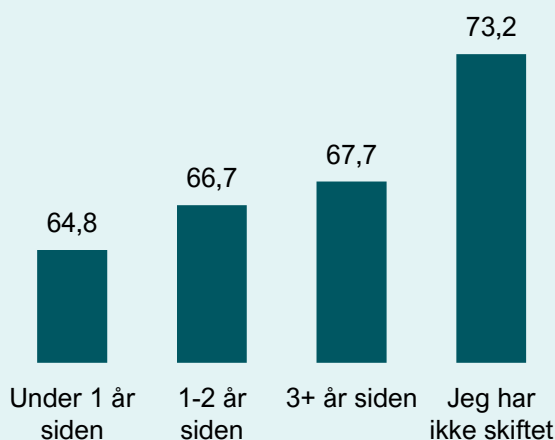
I 2024-branchestudiet indgik et nyt tema for bankerne: Rådgiverskift. Og det var tydeligt, at de danske banker har en udfordring (og mulighed).

Forholdet til bankrådgiveren udgør en essentiel del af relationen mellem bank og kunde.

Skift mellem stillinger både internt og eksternt såvel som sygdom, orlov, barselsperioder mv. gør imidlertid rådgiverskift til en uundgåelig del af hverdagen i bankerne.

Vores data taler et tydeligt sprog: kunder, som mere nyligt har skiftet rådgiver, er mindre tilfredse end kunder, som ikke har skiftet rådgiver, eller hvor der er gået længere tid siden skiftet. Det øger risikoen for churn – og kræver opmærksomhed!

Kundetilfredshed
splittet på seneste rådgiverskifte



...som også giver muligheder

Information om skiftet

*Tidshorisont
Indhold
Information om ny rådgiver*

Overlevering af kunden

*Overleveringen mellem rådgivere
Overleveringsmøde
Kundens behpv*

Opbygning af ny relation

*Første kontakt og møde
Tidshorisont for møde
Rådgiver-organisering*

Når rådgiverskift er et vilkår, handler det om at skabe en god proces, så kunderne så vidt muligt forbliver tilfredse og har tillid til banken. Med EPSI SPECIAL Rådgiverskift 2025 stiller EPSI Danmark skarpt på, hvordan rådgiverskift i de danske banker kan løftes, så det bliver en værdiskabende proces snarere end at være ødelæggende for relationen til kunderne.

Hvis kunderne får en positiv oplevelse af processen, når de oplever et rådgiverskift (frivilligt eller ufrivilligt), kan det være en mulighed for bankerne for at fastholde en høj kundetilfredshed og den positive opfattelse af bankrådgiverne – som mange banker ikke formår lige nu.

EPSI SPECIAL er publiceret 18. marts 2025.

Interesseret i at høre mere?

Kontakt Mette Jakobsen (mette.jakobsen@epsi-denmark.org) eller Sofie Breum (sofie.breum@epsi-denmark.org).

Akademisk forskning: Fundamentet for vores indsigt i kundetilfredshed

En akademisk tilgang er en hjørnesten i vores arbejde. Siden begyndelsen har vi samarbejdet tæt med den akademiske verden for at sikre, at vores metoder hviler på den nyeste forskning. Denne tilgang gør os i stand til at levere dybdegående analyser og strategiske anbefalinger inden for kundetilfredshed, bæredygtighed, loyalitet og metodeudvikling.

I dag har vi en række professorer og ph.d.-studerende tilknyttet, der bidrager med specialiseret viden og ny forskning. Senest har vi tilknyttet Mette, der har en Ph.d. i biases og metodeudvikling inden for analyse og dataindsamling. Hendes ekspertise styrker vores evne til at udfordre eksisterende metoder og skabe endnu mere præcise og pålidelige analyser.

Vores akademiske fundament sikrer, at vi konstant er på forkant med de nyeste trends og udviklinger. I en verden, hvor data bliver stadig mere komplekse, er det afgørende at anvende veldokumenterede og innovative metoder for at maksimere værdiskabelsen for vores klienter. Samtidig sikrer vi, at vores forskning ikke blot skaber forretningsværdi, men også bidrager til samfundets udvikling gennem en mere vidensbaseret tilgang til kundetilfredshed og markedsindsigt.

Gennem vores fortsatte engagement i akademiske partnerskaber og samarbejder med forskningsinstitutioner sikrer vi, at vores arbejde hviler på et solidt, evidensbaseret grundlag. Akademisk forskning er ikke blot en del af vores DNA – det er en garanti for kvalitet, relevans og innovation i alt, hvad vi gør.



Jacob Hallencreutz, ph.d.
Group CEO, EPSI Rating Group



Johan Parmler, ph.d.
CEO Svenskt Kvalitetsindex



Love Westin, ph.d.-studerende
Chief Analyst, Svenskt Kvalitetsindex



Mette Jakobsen, ph.d.
Senior Analyst, Epsi Rating Denmark

Nordisk Outlook



Jacob Hallencreutz

Group CEO

EPSI Rating Group

jacob.hallencreutz@epsi-rating.com



Johan Parmler

Chief Analyst

EPSI Rating Group

johan.parmler@epsi-rating.com



Når vi opsummerer vores nordiske branchestudier, ser vi følgende trends:

Stigende tendens i kundetilfredshed

Vi ser en gennemsnitlig stigning i kundetilfredshed for hele norden, men med varians imellem landene. Hastighed, enkelhed og gennemsigtighed er fortsat vindende parametre i en usikker verden, hvor digitalisering og AI er en af nøgelfaktorerne til at lykkes.

Førende inden for bæredygtighed

Nordiske lande er fortsat i front, når det gælder bæredygtighed, med betydelige investeringer i vedvarende energi og bæredygtig byudvikling. Disse initiativer har haft en positiv effekt på kundernes opfattelse af virksomheder, hvilket styrker både brandværdi og langsigtet loyalitet.

Omdømme og etisk branding

Forbrugerne efterspørger i stigende grad gennemsigtighed og etiske forretningsprincipper. Virksomheder, der aktivt arbejder med samfundsansvar (CSR), oplever højere kundetilfredshed og øget loyalitet. Reputation management er en afgørende faktor for at opretholde en stærk markedsposition.

Digitalisering og AI

AI spiller en stadig større rolle i digitale løsninger, hvor automatisering og datadrevet indsigt transformerer forretningsmodeller. Samtidig mødes AI-løsninger med forbehold, da forbrugertillid stadig er afgørende for bred adoption.

Disse tendenser viser, hvordan digitalisering, etik og bæredygtighed former det nordiske erhvervsliv. Virksomheder, der tilpasser sig og opbygger tillid, står stærkest i fremtiden.

Kundetilfredshed i de nordiske lande



FINLAND

72,9



DANMARK

68,7



NORGE

68,0



SVERIGE

66,9

EPSI er mere end branchestudier...

EPSI PULS



EPSI Puls

Tracking af kundetilfredshed på tværs af kontaktpunkter og kunderejser

Vil I måle kundens oplevelse løbende?

EPSI Puls er et værktøj til dig, der ønsker at arbejde dynamisk med kundetilfredshed i realtid. Følg løbende op på de faktorer, der er kritiske for kunderelationen og skab hurtigere udvikling via direkte feedback i et dashboard, der passer til jeres behov for indsigt.

EPSI BRAND

Vil I følge kendskabsgraden?

EPSI Brand er et framework for kendskabsanalyse af kunder, der passer på jeres demografiske kriterier. Hjulpet og uhjulpet kendskab og associationer er udgangspunktet, men også effekt af kommunikation og kampagner hjælper jer til at kunne træffe beslutninger for fremtidens marketingstrategi.



EPSI Brand

Tracking af brand awareness og consumer attitudes

EPSI CHURN & WIN-BACK



EPSI Churn

Indsigt i hvad der driver kundeafgang

Vil I vide mere om, hvorfor kunderne forlader jer?

EPSI Churn dækker over tre forskellige ydelser og muligheder:

Afgangsstudie: Forstå hvorfor kunderne forlader jer – hvad kan I ændre for at stoppe afgang.

Churn Funnel: Udvikling af model for churn prediction, baseret på jeres interne kundedata.

Win-back: Kan vi nå at vinde nogle af de churnede kunder tilbage?

Tusind tak!

Ingen indsigt uden data.

Derfor vil vi gerne rette en stor tak, til de kunder, der tager sig tid til at deltage i vores undersøgelser. Sammen bidrager vi til at danske virksomheder og organisationer får styrkede indsigter om kundetilfredshed, bæredygtighed og konkurrencen i udvalgte brancher.

EPSI Rating Group har været aktive i Danmark i mere end 25 år, og interviewer hvert år mere end 100.000 kunder i Danmark til vores studier på vegne af førende danske virksomheder.

Vi sætter en ære i at stille skarpt på, hvordan virksomhederne bør prioritere fremadrettet.

Følg os på [LinkedIn](#), hvor vi løbende deler indsigter, trends og refleksioner.

EPSI Rating Danmark: Actionable Insights

