

2021-10-25 06:00 CEST

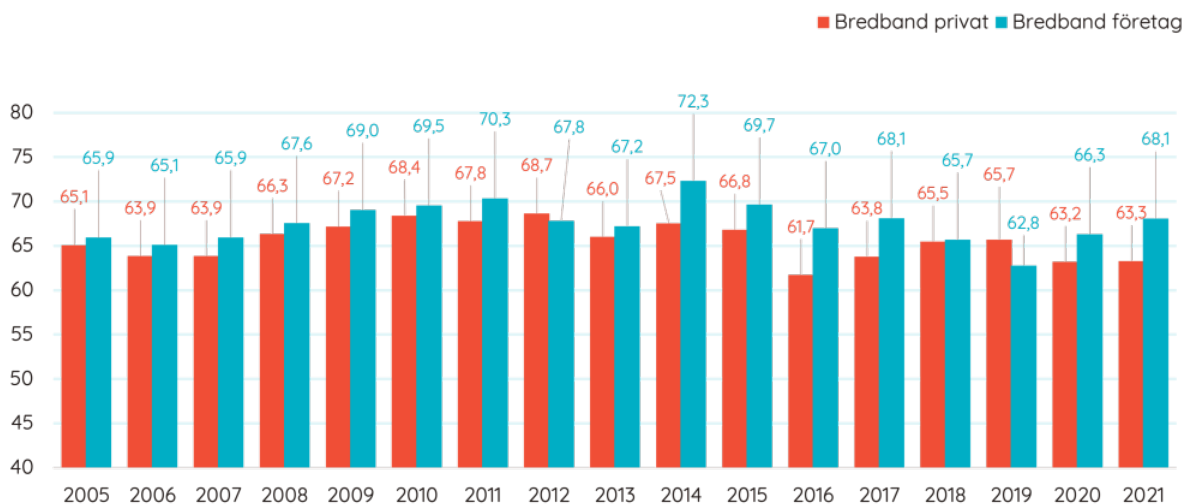
Det ska gå snabbt och enkelt i vår nya vardag

Pandemin har inneburit en ny digital vardag, både privat och professionellt. Årets SKI-studie av bredbands- och TV-tjänster visar att digitaliseringstrenden håller i sig och signalerar att förändrade kundkrav och beteenden är här för att stanna. Det är tydligt att tillgången till en pålitlig uppkoppling blivit central för de flesta, både privat och i arbetslivet. Därför är det positivt att marknaden levt upp till förändrade krav och att kunderna över lag blivit något nöjdare än förra året.

Bredband Privat – Det är av eller på

Ibland kan man se illustrationer där både batteritid och uppkoppling kommer längst ned i kundens behovspyramid. I våra digitala liv har detta blivit något av en självklarhet i vardagen som bara ska finnas och fungera på samma sätt som el, vatten, avlopp och andra liknande samhällstjänster – vi tar tjänsterna för givna och blir missnöjda om det strular. Många kan nog också vittna om situationer under det gångna året då det svurits över dålig uppkoppling. Samtidigt så har vi nog inte tänkt så mycket på våra operatörer när det väl har fungerat, vilket det gör majoriteten av tiden.

– Det här en bransch där kundupplevelsen är ”av eller på”, säger Johan Parmler, vd Svenskt Kvalitetsindex. Har kunderna hittat rätt tjänst och allt fungerar, så är kunderna riktigt nöjda. Utmaningen uppstår när det inte fungerar och de lägre betygen bland privatkunder signalerar att branschen fortsatt ha mycket kvar att arbeta med kring support- och kontaktfunktionerna. Snabbt och enkelt gäller inte bara själva bredbandstjänsten utan även i alla kundkontakter, säger Johan Parmler.



Bredband Företag – positiv trend fortsätter

– I företagssegmentet är det en form av servicelyft som gjort kunderna mer nöjda. Detta har också företagskunderna efterfrågat under en längre tid, säger Johan Parmler. Här är funktionaliteten på en hög nivå gällande både abonnemang, tillgänglighet och utrustning. Detta är viktigt också för företagskunderna, men en större anledning till den positiva trenden handlar i stället om en stärkt kundrelation. Företagskunderna känner sig helt enkelt mer omhändertagna och det noterades även förra året, berättar Johan Parmler.

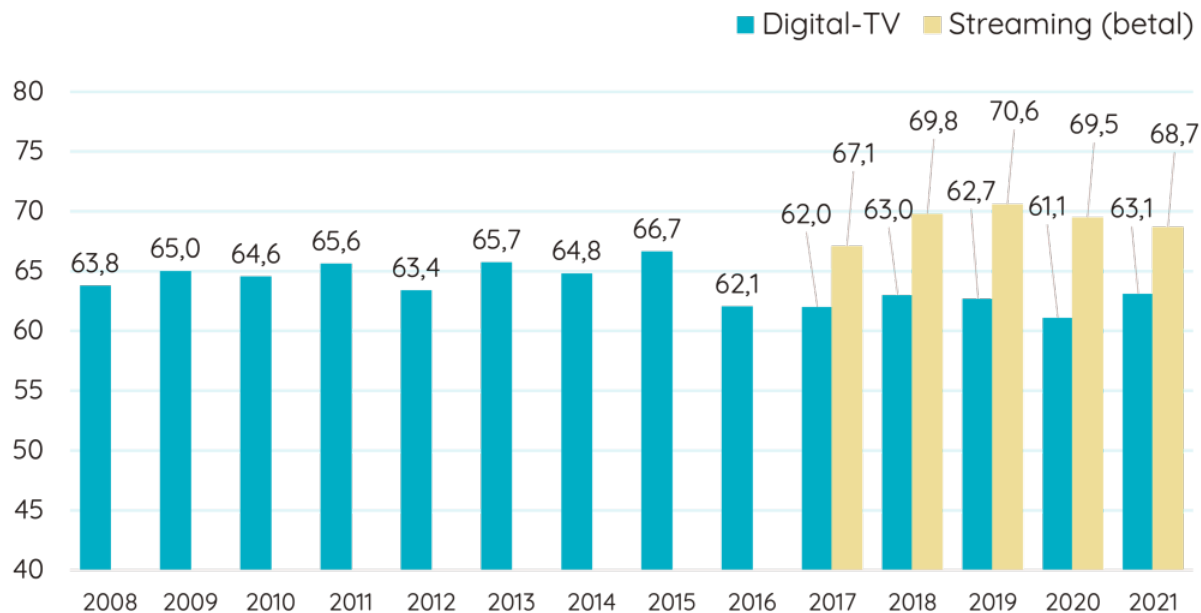
Bland bredbandsleverantörerna ligger Bahnhof och Ownit i toppen bland privatkunderna. Gemensamt för dessa två är att de levererar bredband via fiber. En notering som gjorts de senaste åren är att skillnaden mellan olika accessformer blir mindre, och så är det även i år. Kunderna är alltså lika nöjda oavsett om det är bredband via fiber eller om det är via det mobila nätet. Telia får högst betyg av företagskunderna följt av Tele2, som får ett ordentligt lyft i årets mätning.

Strömmad gillas mer...

Netflix är även i år kundernas streamingfavorit medan Telia kommer bäst ut inom digital-TV. Kundnöjdheten inom streamingtjänster har faktiskt haft en svag negativ trend de senaste åren, men är trots det den delbransch som får bäst kundbetyg i årets studier inom telekomsektorn.

– Tillgången till olika streamingtjänster har kanske aldrig varit så stor som nu och många använder flera parallella tjänster. Användandet har också ökat under året av förklarliga skäl. Det syns också i de lojalitetsfrågor som ingår i studien där nivåerna är ganska låga i förhållande till hur nöjd man är. Utmaningen bland streamingtjänster är alltså inte kundnöjdheten utan lojaliteten, dvs att få kunderna att stanna kvar och köpa mer, säger Johan

Parmler.



...men digital-TV närmar sig

Digital-TV har varit den delbranschen i telekomsektorn som genomgående fått lägre betyg av kunderna. Nu verkar det dock som att ett antal års nedgångar kan vara bruten. Själva digital-TV-tjänsten är stabil och här är kunderna i genomsnitt nöjda. Det är kring andra delar av kundupplevelsen som förklarar uppgången.

– Faktum är att årets kundnöjdhet inom digital-TV är den högsta under de senaste sex åren säger Johan Rhodin, analytiker på Svenskt Kvalitetsindex. Branschen som helhet verkar ha lagt ett större fokus på service, vilket har haft en positiv effekt. Det är framför allt proaktiviteten och förmågan att informera som ligger bakom, tillsammans med ett högre prisvärde. Bra service är också något som genomgående syns i öppna kommentarer, avslutar Johan Rhodin.

För att skapa ett långsiktigt hållbart samhälle behöver vi se och förstå viktiga samband om vad som skapar värde för dem vi finns till för. Det kan vi bidra till. Våra undersökningar bygger på en vetenskaplig grund och ger insikter och råd om vad som skapar nöjda kunder och medarbetare och ger hållbar framgång – inte bara ur ett ekonomiskt perspektiv. Det har varit vår vision sedan starten 1989 och känns idag mer aktuellt än någonsin.

Kontaktpersoner



Johan Parmler

Presskontakt

VD

johan.parmeler@kvalitetsindex.se

0731517598