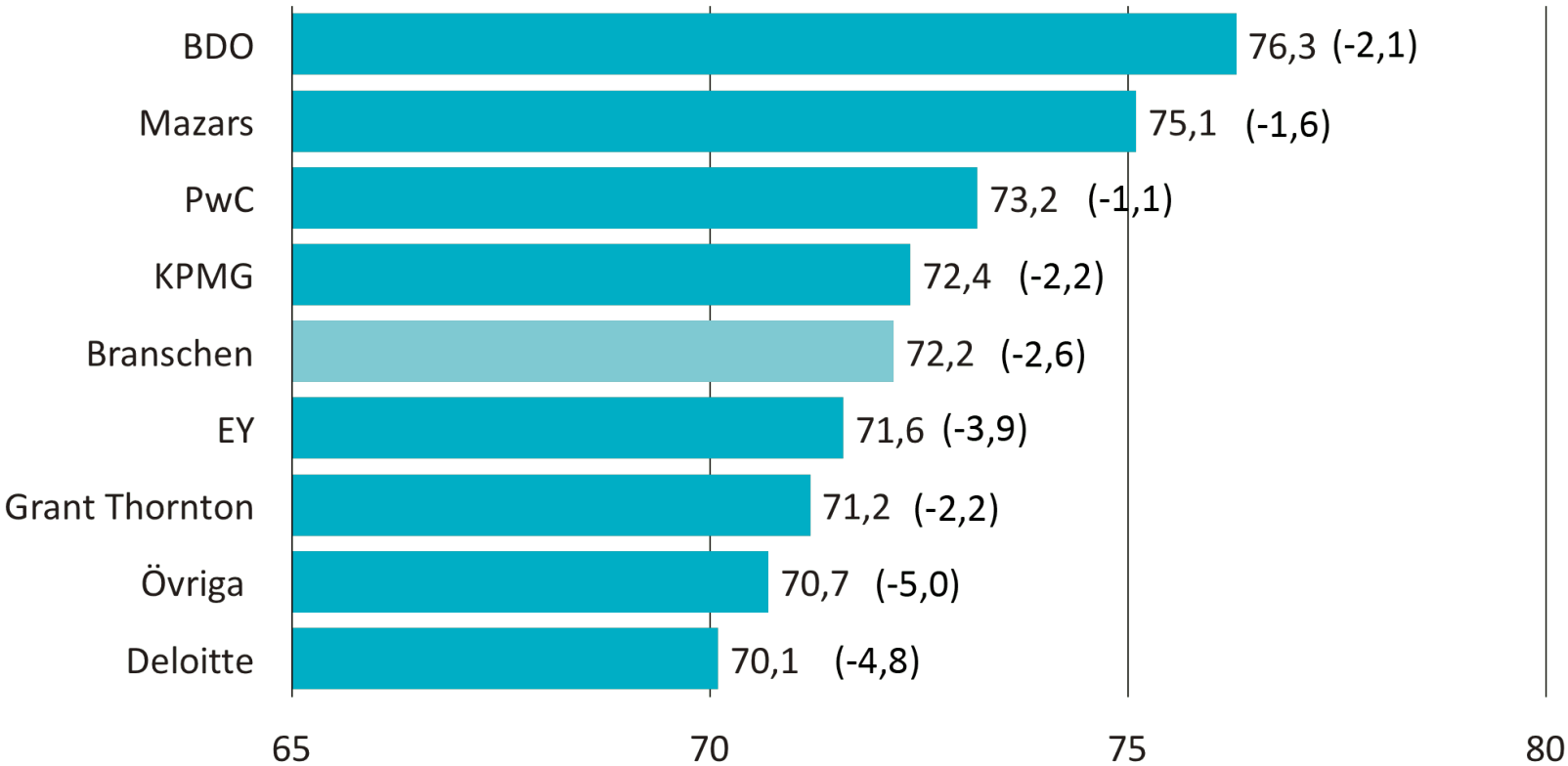


SKI 2018 Revisionsbranschen



Nöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Under 60 innebär generellt sett missnöjda kunder, 60-75 nöjda och över 75 mycket nöjda kunder.

2018-05-14 05:00 CEST

Kunderna kräver mer än revisionsbolagen levererar

De senaste åren har revisionsbranschen varit en av de branscher som legat på mycket höga kundnöjdhetsvärden i Svenskt Kvalitetsindex mätningar. Nu ser vi att kundkraven ökar även den här branschen, bland annat ökar kraven på samhällsansvar och image blir en allt viktigare faktor. Faktum är att alla aktörer får lägre betyg i år jämfört med i fjol, även om nedgångarna varierar i storlek.

Under alla år har kunderna haft höga förväntningar på sina revisionsbolag.

– Även om höga förväntningar också är en indikation på att kunderna är engagerade så kommer nu effekten av att man inte riktigt har lyckats leva upp till dem, kommenterar Johan Parmler, vd Svenskt Kvalitetsindex.

I genomsnitt får revisionsbranschen ett index på 72,2, vilket kan jämföras med 74,8 förra året.

Alla revisionsbyråer har ett lägre kundnöjdhetsindex i år jämfört med 2017 (minskning inom parentes). BDO, som legat i toppen över en lång tid, är fortsatt den aktör som kommer bäst ut. PwC och Mazars är de som tappar minst medan aktörer som Deloitte och EY tappar mest tillsammans med de mindre aktörerna, samlade under benämningen "Övriga". Av de fyra stora revisionsbyråerna får PwC bäst betyg.

Frågan kring samhällsansvar växer

En stor skillnad i år jämfört med tidigare är att skillnaden i kundnöjdhet mellan aktörerna är större än tidigare. Det är också större skillnad mellan vad som gör respektive aktör nöjdare och lojalare. Några gemensamma nämnare kan dock identifieras.

1. Bolagen med lägre kundbetyg har kunder som uppger att prisvärdhet är en stark drivkraft. Bland de revisionsbolag som kommer bättre ut så drivs kunderna mer av själva leveransen och den service de erhåller.
2. Gemensamt för alla aktörer är att image är en viktig faktor. Där ser vi särskilt hur frågan kring samhällsansvar växer.

– Det är tydligt att kunderna mer och mer börjar värdera även den här typen av leverans av sina revisionsbyråer, kommenterar Johan Parmler.

Den stora utmaningen

Majoriteten av kunderna till revisionsbolagen instämmer till stor del att det bolag man använder idag även kommer täcka behovet av framtida tjänster. Det gäller både revision och rådgivningstjänster, vilket är en viktig signal för branschen. Den stora utmaningen ligger dock i frågan kring engagemanget i

kundernas verksamhet och framgång.

– Här har revisionsbolagen fått betydligt lägre betyg än tidigare år och har ett stort gap att fylla, säger Johan Parmler. Det är inom det här området som kundkraven generellt ökar i business-to-business-relationer som också har bäring på initiativ, proaktivitet och att förstå sin kund på djupet.

Mindre aktörer hänger inte med

En tydlig trend under förra året oavsett bransch var att mindre aktörer (som har samlats under samlingsnamnet "Övriga") generellt fick bra betyg av sina kunder. Så även i revisionsbranschen där de mindre aktörerna länge haft någon av toppplaceringarna. Men i årets undersökning minskar kundnöjdheten mest i den här gruppen. Det är också tydligt att vad gäller att täcka framtida behov så har dessa aktörer svårt att hänga med.

Not, om studien 2018

Intervjuerna har genomförts under april 2018. 1 900 intervjuer har genomförts.

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.

VI VISAR VAD SOM DRIVER KUNDER ATT BLI OCH FÖRBLI KUNDER

Kontaktpersoner



Johan Parmler

Presskontakt

VD

johan.parmeler@kvalitetsindex.se

0731517598