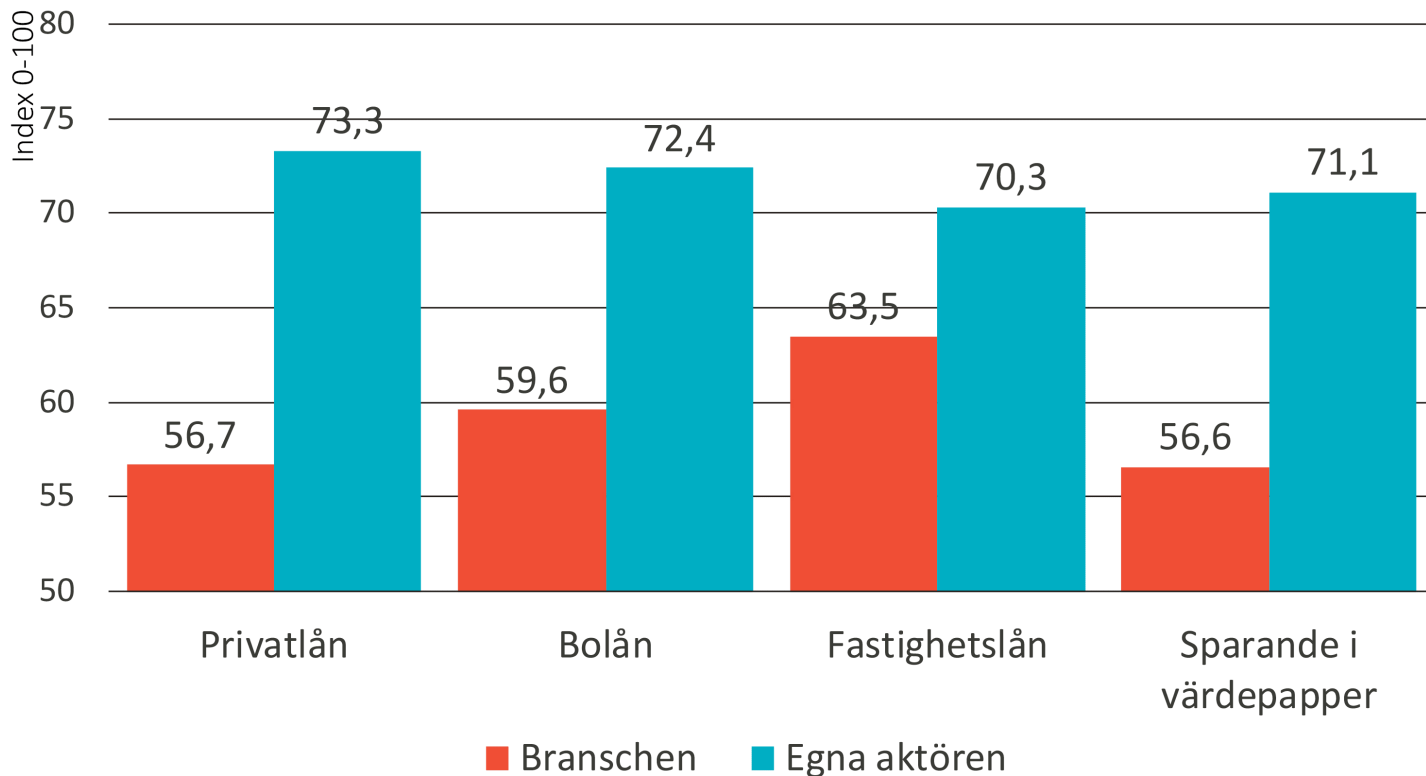


Förtroende för branschsegmentet jämfört med den egna aktören



Kunderna har ett högt förtroende för det bolag som de valt att låna eller spara hos, men lägre förtroende för branschen generellt.

2019-12-09 05:00 CET

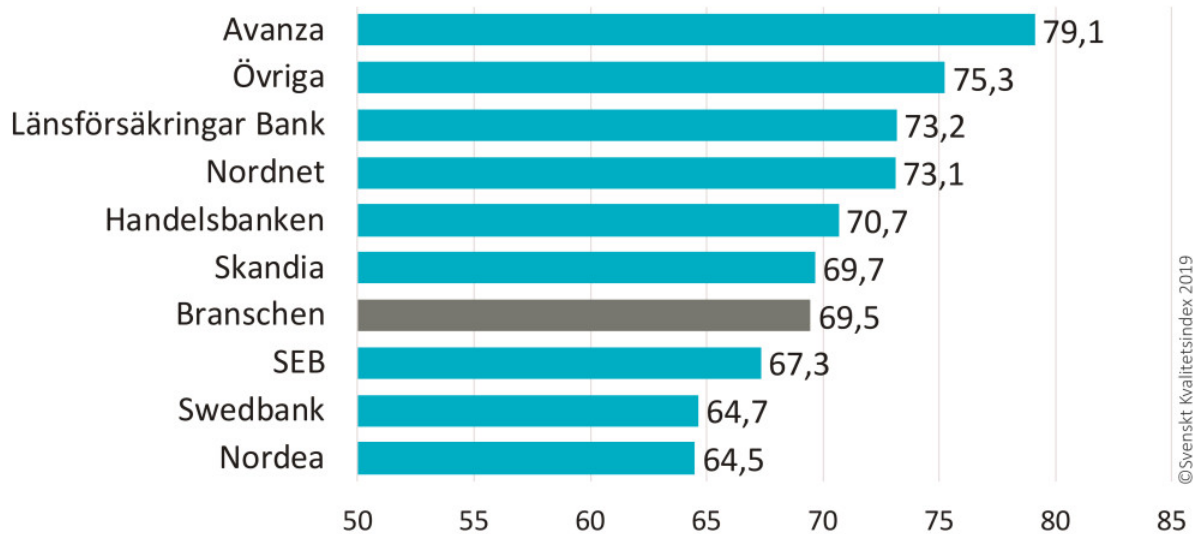
Ökat förtroende för svenska lån- och sparandeaktörer

Svenskt Kvalitetsindex senaste studie om hur kunderna upplever bolån, fastighetslån, privatlån och sparande i värdepapper visar att de bolag som upplevs enkla, serviceinriktade och i framkant med digitaliseringen har nöjdast kunder. Trots negativ uppmärksamhet kring bankbranschen de senaste åren har förtroendet gått upp. Kunderna har högt förtroende för bolaget de själva valt, men lägre för branschen generellt.

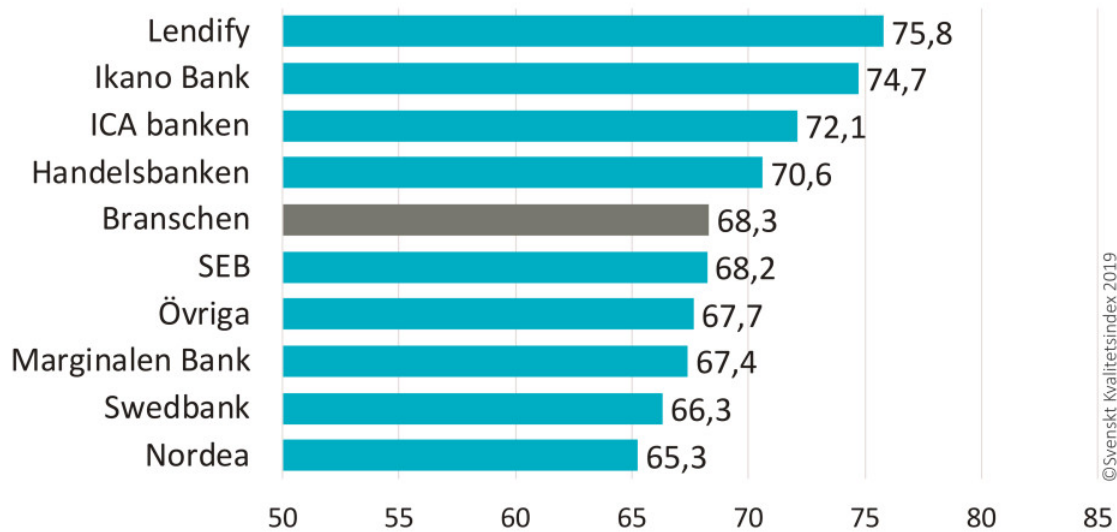
Kundnöjdheten för bolån och sparande i värdepapper går upp jämfört med i

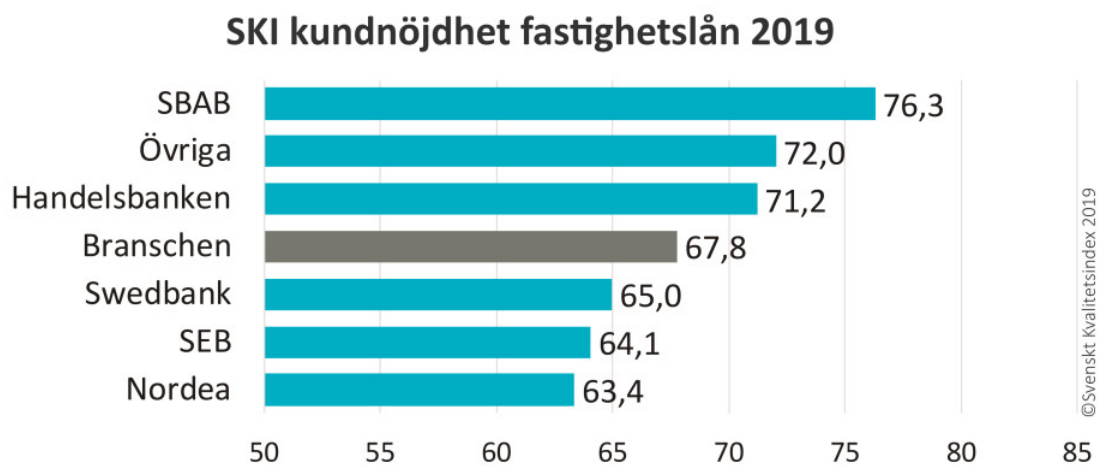
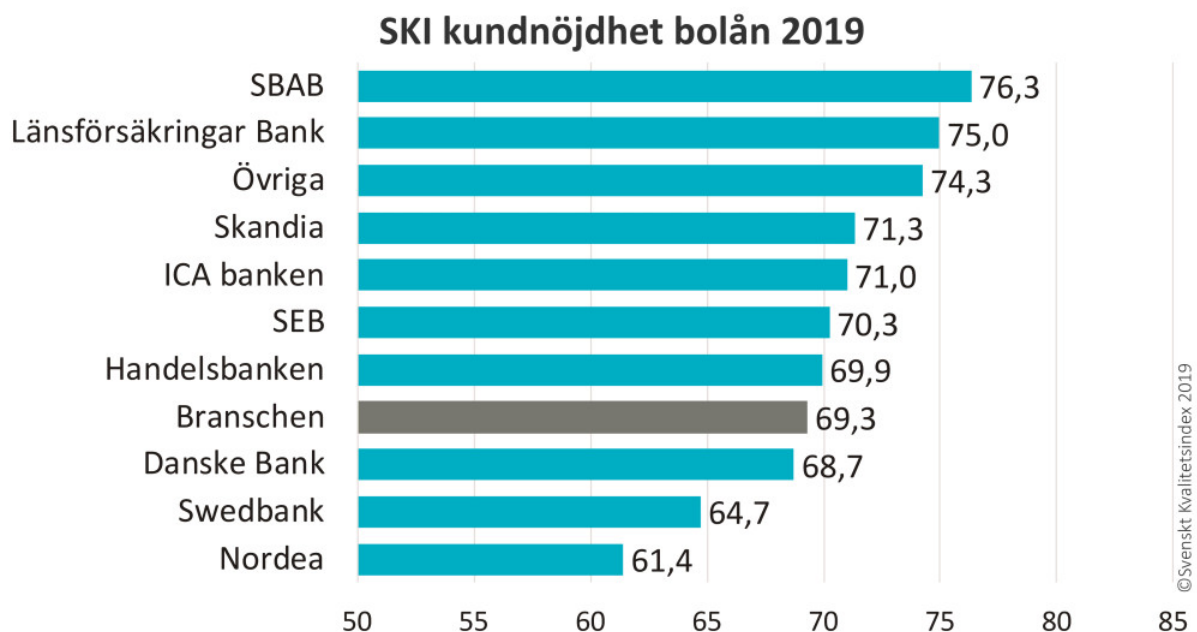
fjol, privatlån har oförändrad kundnöjdhet och nöjdhetsresultaten för fastighetslån går ner något. De nöjdaste kunderna har Avanza för tionde året i rad inom sparande i värdepapper, nykomlingen Lendify inom privatlån och SBAB inom både bolån och fastighetslån.

SKI kundnöjdhet sparande i värdepapper 2019



SKI kundnöjdhet privatlån 2019





Penningtvättsaffärer har inte påverkat kundernas förtroende

Kundernas förtroende generellt är en viktig parameter för kundnöjdheten, det gäller också för denna undersökning. För bankbranschen i stort har kundernas generella förtroende varit lågt sedan den senaste stora finanskrisen. Det senaste årets skrivelser och offentliggöranden om penningtvätt har inte påverkat kundernas förtroende ytterligare i någon betydande omfattning.

För segmenten bolån, privatlån och sparande i värdepapper går förtroendet upp, det gäller både nischaktörer och de större bankerna. Här skiljer sig alltså resultatet från bankbranschen i stort.

– I den här studien, som mer tar sikte på finansiella tjänster än den generella bankrelationen, har förtroendet för både branschsegmentet och den egna

aktören ökat, kommenterar Johan Parmler, vd på Svenskt Kvalitetsindex. Men trots ökningen ligger förtroendenivån för branschen fortsatt lågt men högt för det egna bolaget. En möjlig anledning kan vara att många är födda in i sin genere bankrelation, men för sitt lån och sparande har man gjort ett aktivt val.

Vikten av att sticka ut viktigt även inom lån och sparande

Kundnöjdheten påverkas fortsatt främst av image vilket betyder att ett starkt varumärke är viktigt. Gemensamt för de aktörer som får höga kundnöjdhetsbetyg är att de sticker ut positivt från branschen. De som särskiljer sig från branschen sticker ut positivt genom följande:

- För bolån och fastighetslån: genom service, att vara personliga och sina räntor
- För sparande i värdepapper: genom service och enkelhet
- För privatlånekunderna: genom att upplevas seriösa, enkla samt genom sina räntor

Företagen med hög kundnöjdhet får också riktigt höga betyg vad gäller att de är enkla att vara kund hos och ligger i framkant med digitala lösningar. Kring till exempel sparande har informationen kring kundernas sparande blivit betydligt enklare över tiden. Samtidigt har kunderna blivit mer engagerade och följer sitt sparande mer än tidigare.

Mer än hälften av kunderna kräver hållbarhet

Gemensamt för Svenskt Kvalitetsindex branschundersökningar det senaste året är ett större fokus från kunderna på hållbarhet och hur det påverkar nöjdheten och de val kunderna gör. Även för lån och sparande visar resultaten fortsatt hur viktiga hållbarhetsfrågorna är.

Finansbranschen, som en viktig del av samhället, har i många år pratat om hur viktig sektorn är för en hållbar framtid genom hur kapital investeras och genom produkt- och tjänsteutveckling. Här är potentialen oerhört stor då kundkraven tydligt ökar.

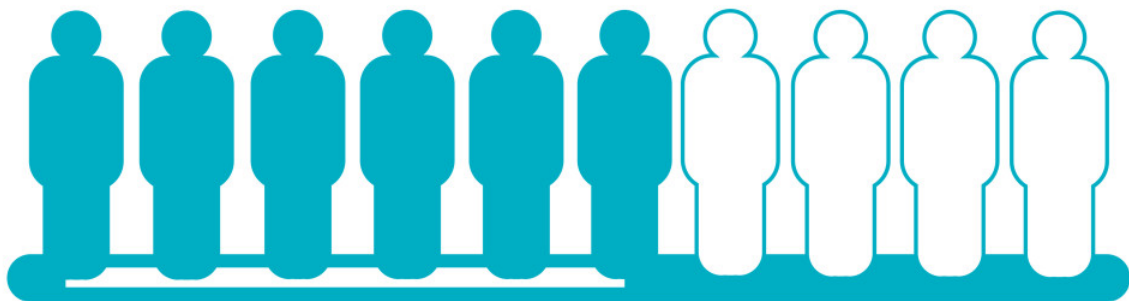
Mer än hälften av kunderna anger att kraven kring hållbarhet kommer att ha inverkan på deras val av leverantör i framtiden. Samtidigt är kundbetyget

kring hur branschen lyckas med sin kommunikation kring just hållbarhet fortsatt låg. Det gäller även en central fråga såsom om kunden upplever att ens leverantör tar ansvar för att deras produkter/tjänster är hållbara, som får knappt godkänt. Det låga betyget kring just kommunikation kan bero på att hållbarhet i sig är ett komplext begrepp. Därför är det viktigt att tydliggöra vad man de facto menar.

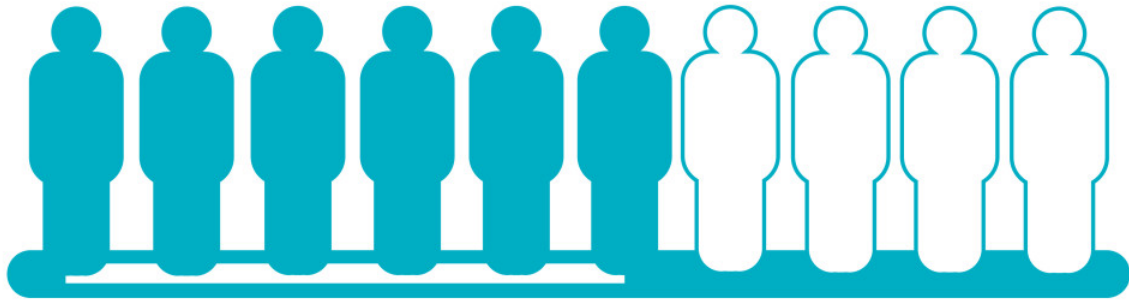
– De som vågar vara mer framåtutvecklade och fokuserar på hållbarhetsfrågan, både utifrån någon form av samhällskontrakt och kundperspektiv, och samtidigt lyckas kommunicera det, är de som kommer vara långsiktigt relevanta, kommenterar Laurina Qvarnström, som är projektledare för studien.

Hållbarhet ur en annan synvinkel är hållbara kundrelationer, det vill säga där kundnöjdheten är hög oavsett hur länge kunderna varit kunder hos bolaget.

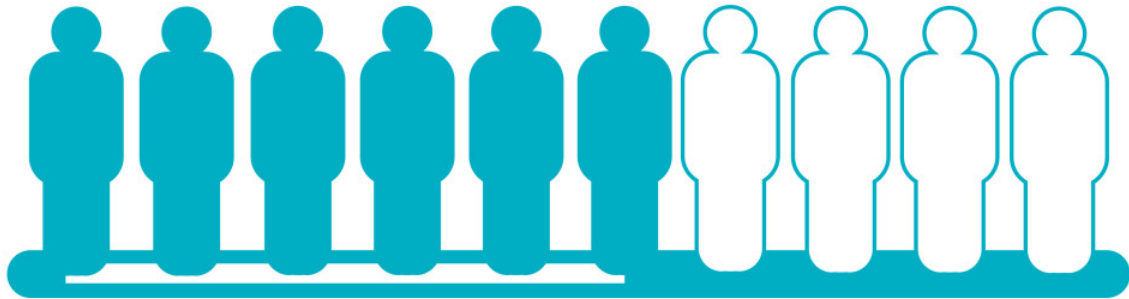
– Lån och sparande totalt sett behöver bli bättre på hållbar kundvård, avslutar Johan Parmler. Att kunden är nöjd, oavsett om man är ny eller varit kund under en längre tid, är att lyckas med en hållbar kundresa. Här är det framför allt Avanza och SBAB som lyckas riktigt väl.



6 av 10 uppger att deras krav kring hållbarhet kommer att ha inverkan på valet av långivare för fastighetslån i framtiden.



6 av 10 uppger att deras krav kring hållbarhet kommer att ha inverkan på valet av aktör för privatlån i framtiden.



6 av 10 uppger att deras krav kring hållbarhet kommer att ha inverkan på valet av aktör för sparande i värdepapper i framtiden.

Not, om studien 2019

Datansamlingen pågick under oktober och november 2019 och totalt samlades 5391 intervjuer in.

Kundinsikter för en hållbar framtid.

Kontaktpersoner



Johan Parmler

Presskontakt

VD

johan.parmeler@kvalitetsindex.se

0731517598