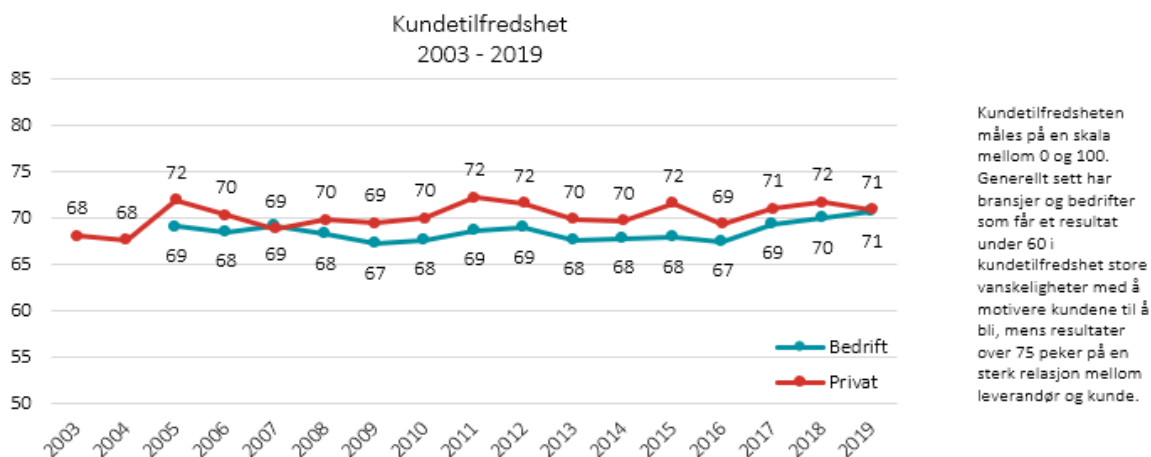


# Hver fjerde bankkunde er misfornøyd

Bankbransjen er i stadig endring. Ny teknologi og innovative løsninger har satt sitt preg på bankopplevelsen. Men hvilken effekt har disse endringene hatt på bankenes kundetilfredshet? Ifølge studiene til EPSI er det lite som tyder på at digitaliseringen har løftet kundetilfredsheten i bransjen til nye høyder. Faktumet er at kundetilfredsheten ligger på sammen nivå i dag som for 10-15 år siden. Hver fjerde bankkunde er fortsatt misfornøyd.



EPSI Rating har nettopp fullført en ny og omfattende måling av bankbransjen i Norge, den 17. i rekken. Nesten 3.900 personer og bedrifter er blitt intervjuet. Ser man årets måling opp mot tidligere års studier så viser resultatene en tilnærmet flat utvikling.

Til sammenligning så har kundetilfredsheten totalt sett, i de bransjene EPSI måler, hatt en positiv utvikling. Bankbransjen taper med andre ord terreng sammenlignet med andre bransjer. Digitaliseringen av bransjen har utvilsomt endret folks bankopplevelse, men EPSI målingene viser ingen tegn til at dette har gjort kundene mere tilfredse eller lojale. Kari og Ola Nordmann har tilsynelatende ikke sett den store tilleggsverdien av de nye digitale funksjonene. Kan det være at bankene ikke helt har forstått kundenes ønsker og behov, eller er det kundene som ikke har forstått bankene?

## Fokus på relasjoner, - ikke bare funksjoner

En kundetilfredshet på og rundt 70 er ikke dårlig, men det er heller ikke spesielt bra. Dersom bankbransjen skal få seg et skikkelig kundetilfredshetsløft må fokuset i større grad ligge på å skape *relasjoner* og ikke bare *funksjoner*.

## Følelsen av å bli «digitalisert vekk»

Kundenes behov varierer, og de bankene som lykkes best – sett fra kundenes ståsted - er som kjent de som lykkes i å levere på de ulike forventningene og behovene kundene har. Studiene fra EPSI viser at mange kunder savner en tettere relasjon med sine banker. Det er en hel del kunder som føler at de har blitt «digitalisert vekk», noe som skaper misnøye. Innovative bankløsninger er vel og bra, men det kan ikke gå på bekostning av det å være tilgjengelig, gi gode råd og tilby personlig kundebehandling. Bankene må finne den rette kombinasjonen dersom de ønsker vinne kundenes gunst.

## Likegyldighet

Når funksjonaliteten og de tjenestene bankene tilbyr oppleves som standardiserte, så vil mange kunder fort tenke at det ikke er så viktig hvor de er kunder. Med mindre banken klarer å bygge inn andre elementer i kunderelasjonen, så blir det pris og betingelser det konkurreres på. Studien viser at så mange som 43% av de spurte er helt likegyldige ift hvilken bank de benytter, bare vilkårene er gode.

## Privatmarkedet: Sbanken best, DNB dårligst

Selv om snittkunden er passe fornøyd med banken sin, så avdekker studien store variasjoner. Hver fjerde privatkunde (eller ca. 1 million kunder), er mer eller mindre misfornøyd med banken. Halvparten av disse svarer at de vurderer å bytte bank det kommende året. Årsakene til dette varierer naturlig nok fra kunde til kunde, men dårlige betingelser, svak service, sviktende oppfølging og mangel på fleksibilitet er fellesnevnerne.

Sbanken kan nok en gang skilte med at de har Norges mest fornøyde bankkunder. En skår tett opp under 80 tilhører sjeldenhetene, men for Sbanken har det blitt normalen. Sbanken har hatt en kundetilfredshet på rundt 80 i alle årene banken har blitt målt. Sbanken har vært og er dyktig på sitt bankkonsept og nyter høy tillit. Kundene opplever at det er enkelt å være kunde, banken skårer godt på priser og betingelser, og kundene vet hva de kan forvente seg av banken sin.

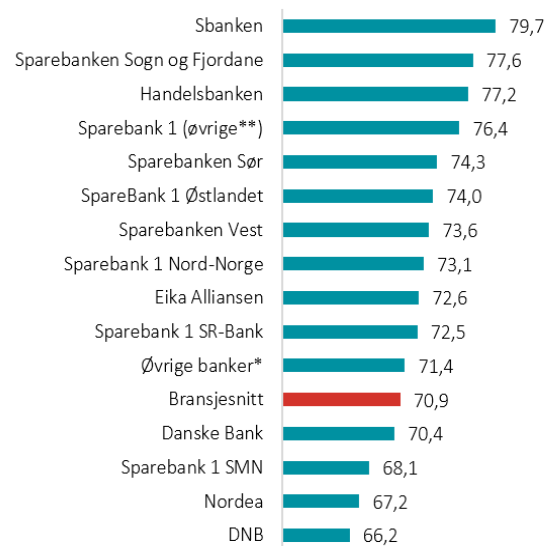
DNB må nok en gang innse at de har bransjens minst fornøyde kunder. Til tross for at DNB vurderes som en innovativ og nytenkende bank er kundeopplevelsen jevnt over dårligere enn hos konkurrentene. DNB-kundene forteller om mindre konkurransedyktige betingelser, og de etterlyser bedre service og oppfølging.

Blant de øvrige målte bankene så er det tydelig at Sparebanken Sogn og Fjordane gjør mye riktig, og plasserer seg som nummer 2 på listen. Handelsbanken får nok en gang gode tilbakemeldinger, og er nummer 3. Nordea er banken som kan vise til størst fremgang, men resultatet fortsatt er godt under bransjesnittet.

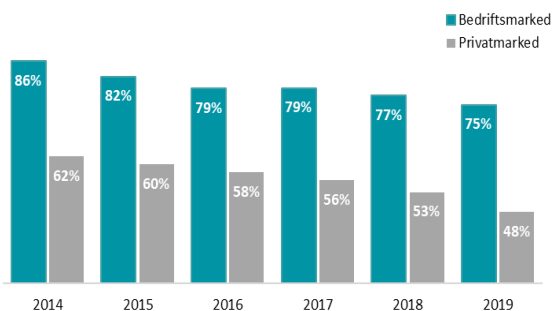
## Trender i PM Markedet

- Tilliten forbrukerne har til sine banker faller for fjerde året på rad.
- Færre og færre oppgir at de har en fast kundefrådgiver i sin bank, **men** de som har en kundefrådgiver er fortsatt vesentlig mere tilfredse enn de som ikke har det.
- 3 av 4 oppgir at de benytter mobil-app'en til sin hovedbank.
- Bankene får ståkarakter (med knappst mulig margin) på det å ta ansvar for at deres produkter og tjenester er bærekraftige, **men** kundene mener at bankene jevnt over er for dårlige til å kommunisere dette.

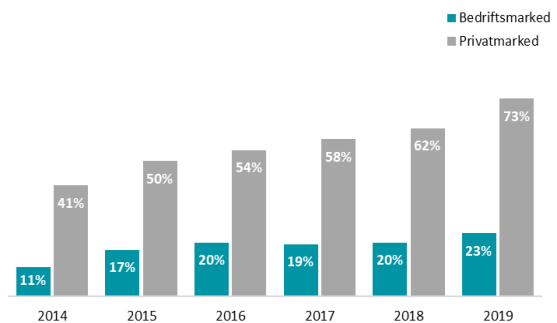
## Kundetilfredshet Privatmarked 2019



Andelen med en fast kundefrådgiver i banken



Andelen som benytter mobilbank app'en



## Bedriftsmarkedet: Eika bankene best, Nordea dårligst

Mange bedrifter har tette og gode relasjoner til sine banker, og opplever at de får den oppfølgingen de forventer. Bedriftene har blitt noe mer tilfredse med bankene det siste året, og tilfredsheten blant bedriftskundene er nå på nivå med privatkundene.

### Proaktivitet lønner seg

Studien er svært tydelig på at proaktivitet og oppfølging skaper fornøyde kunder, mens passivitet svekker kunderelasjonen. Her spiller kunderådgiverne en viktig rolle. Studien viser at bedriftene som har egne kunderådgivere er vesentlig mer fornøyde enn de som ikke har det, og effekten blir særlig tydelig om bedriften har hatt ett møte eller 3 med kunderådgiveren. Når det er sagt, så avdekker studien en fallende trend ift andelen bedrifter som har sine egne

kunderådgivere.

Et stort irritasjonsmoment for mange bedrifter er trege beslutningsprosesser. Mens bedrifter som opplever effektive beslutningsprosesser er godt fornøyde, er de som mener at ting går tregt misfornøyde med banken.

Bankene i Eika Alliansen fortsetter fremgangen fra i fjor, og kan i år skilte med at de har de mest tilfredse bedriftskundene. Eika bankene skårer høyt på service, de gir gode råd og kundene opplever at de i stor grad får den hjelpen de trenger.

Nordea går noe frem, men får fortsatt de dårligste tilbakemeldingene. Ifølge kundene så er servicenivået fortsatt for dårlig hos Nordea, og mange av deres kunder opplever at beslutningsprosessene er alt for trege. DNB kan skilte med fremgang og får vesentlig bedre tilbakemeldinger i bedriftsmarkedet enn i privatmarkedet. De fremstår dessuten som den mest innovative og nytenkende banken i bedriftsegmentet.

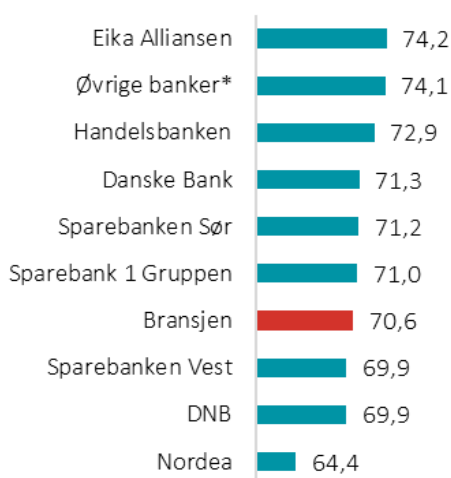
### Bærekraft

Jevnt over så er bedriftene noe mer kritiske i sin vurdering av bankene enn hva privatkundene er. Men på spørsmål om bærekraft så får bankene bedre tilbakemeldinger i bedriftsegmentet enn i privatmarkedet.

### Trender i BM Markedet

- Proaktivitet lønner seg, det gjelder for samtlige banker
- Færre har en fast kunderådgiver
- Trege beslutningsprosesser irriterer
- Lojaliteten styrker seg, og færre bedrifter vurderer å bytte bank

## Kundetilfredshet Bedriftsmarked 2019



## Utviklingen de siste 5 årene

Kundetilfredshet - Privatmarked					
	2015	2016	2017	2018	2019
Danske Bank	73,1	70,2	73,1	71,8	70,4
DNB	67,9	62,9	65,9	67,5	66,2
Eika Alliansen	76,5	73,2	76,9	76,5	72,6
Handelsbanken	75,8	74,2	77,5	78,1	77,2
Nordea	67,6	67,7	66,6	64,7	67,2
Sbanken	79,1	79,8	80,4	79,7	79,7
SpareBank 1 Nord-Norge				72,6	73,1
SpareBank 1 SMN				74,5	68,1
SpareBank 1 SR-Bank				70,4	72,5
SpareBank 1 Østlandet				73,9	74,0
SpareBank 1 (øvrige**)				75,6	76,4
Sparebanken Sogn og Fjordane					77,6
Sparebanken Sør	72,5	72,0	76,0	75,8	74,3
Sparebanken Vest	69,9	70,3	70,6	73,3	73,6
Øvrige banker*	74,8	72,9	76,0	74,1	71,4
Bransjen	71,5	69,3	70,9	71,6	70,9

\*Øvrige banker inkluderer intervjuer med kunder av andre banker enn de ovennevnte. Eksempel på banker som faller inn i denne samleggruppen er Storebrand Bank, Sparebanken Møre, BN Bank, KLP, OBOS-banken, Fana Sparebank og Sparebanken Øst.

\*\* Øvrige Sparebank 1 banker som SpareBank 1 Telemark, SpareBank 1 Ringerike Hadeland, SpareBank 1 Nordvest med flere

Kundetilfredshet - Bedriftsmarked					
	2015	2016	2017	2018	2019
Danske Bank	67,4	69,6	69,5	71,0	71,3
DNB	67,3	64,1	68,8	68,6	69,9
Eika Alliansen	72,5	73,5	70,2	72,4	74,2
Handelsbanken	69,7	69,9	72,5	71,5	72,9
Nordea	64,6	64,4	62,4	63,6	64,4
SpareBank 1 Gruppen	67,5	67,9	71,7	72,1	71,0
Sparebanken Sør	70,5	67,5	68,7	73,2	71,2
Sparebanken Vest				67,5	69,9
Øvrige banker*	67,9	69,9	71,3	71,1	74,1
Bransjen	67,9	67,4	69,3	69,9	70,6

\*Øvrige banker inkluderer intervjuer med kunder av andre banker enn de ovennevnte. Eksempel på banker som faller inn i denne samleggruppen er Sparebanken Møre, Sparebanken Sogn og Fjordane, Haugesund Sparebank, SEB og Sparebanken Øst.

## Om bankstudien 2019

Feltarbeidet er gjort av Norstat i perioden fra 7. august til 17. september. Totalt er det gjennomført ca 2550 telefonintervjuer av privatkunder i alderen 16 – 79 år. I bedriftssegmentet er det gjennomført ca 1350 intervjuer med bedrifter med én ansatt eller flere.

Spørreskjemaene inneholder ca 65 spørsmål, og flertallet av spørsmålene besvares på en skala fra 1-10 der 1 er dårligst og 10 er best. Gjennomsnittlig intervjuetid for studien var ca 12 minutter. Tilsvarende studie er gjennomført i Sverige, Danmark, Finland, Nederland og Storbritannia.

Generelt sett har bransjer og bedrifter med en kundetilfredshetsskår under 60 store vanskeligheter med å motivere kundene til å bli, mens resultater over 75 peker på en sterk relasjon mellom leverandør og kunde. Videre kan man si at forskjeller på 2,5 indekspoeng eller mer er signifikante.

## Om EPSI Rating

EPSI Rating er en leverandør av uavhengige kundetilfredshetsanalyser, og er en ekstern revisor av kundemassen. EPSI samler inn, analyserer og formidler informasjon om kunders forventninger, opplevd kvalitet og verdivurdering av produkter og tjenester. Det norske selskapet er en del av EPSI Rating Group som gjennomfører kundetilfredshetsstudier i hele Norden og i flere andre europeiske land. I Sverige jobber vi under navnet Svenskt Kvalitetsindex – SKI.

## Hvordan beregnes kundetilfredsheten?

EPSI studiene er erfaringsbaserte målinger der de faktiske kundene intervjues angående deres kundeopplevelse. EPSIs modellanalyse, som er utviklet ved Handelshøgskolen i Stockholm, ligger til grunn for målingen. Modellanalysen henter frem informasjon og innsikt i forhold til hvem som er tilfredse eller utilfredse, og hva som skal til for å opprettholde og styrke kundetilfredsheten.

Den helhetlige analysen av brukeropplevelsen presenteres i en bransjerapport og i tilhørende presentasjoner for bedrifter som ønsker det. I tillegg til kundetilfredshet og kundelojalitet så måler EPSI også fem andre områder (aspekter) som bidrar til å forklare hva som gjør kunder tilfredse og lojale. Hvert aspekt består av et antall underliggende spørsmål. Figuren nedenfor viser de aspekter som EPSI-modellen bygger på.

