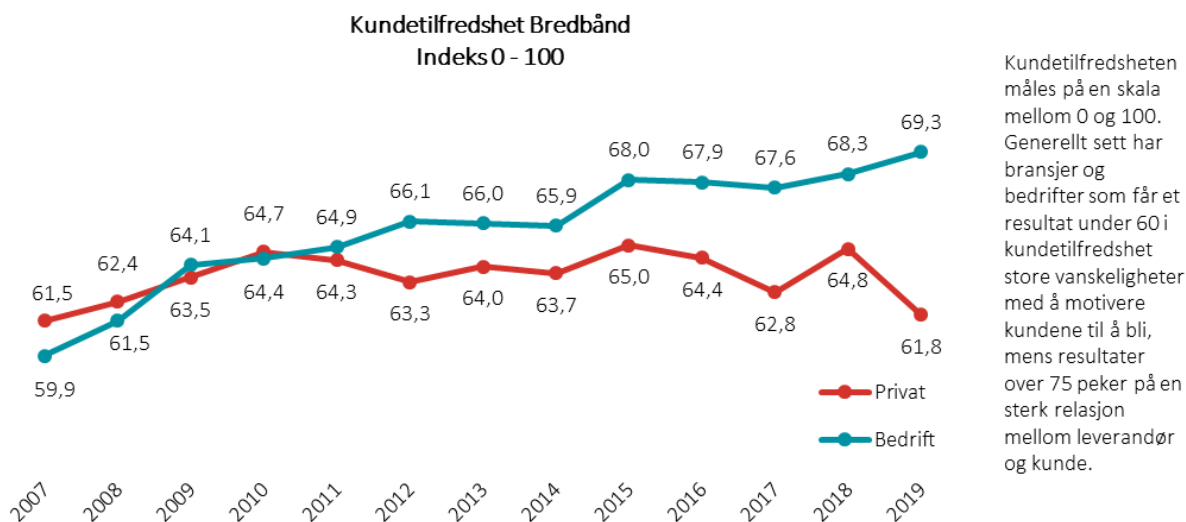


Utbred misnøye blant bredbåndskundene

Ifølge norske myndigheter så er «elektronisk kommunikasjon av god kvalitet og med høy hastighet en grunnleggende forutsetning for et digitalisert samfunn». Over de siste årene har det blitt investert store summer i den underliggende infrastrukturen. I lys av dette så burde man kunne forvente at brukerne er fornøyde, men slik er det ikke. EPSI har nylig ferdigstilt en studie av kundetilfredsheten til bredbandleverandører i Norge, både i privat- og i bedriftssegmentet. Tilbakemeldingen er at privatkundene nok en gang uttrykker en hel del misnøye med tjenesten, mens bedriftskundene blir mer fornøyde.

Digital kommunikasjon er blitt en helt essensiell del av hverdagen og livene våre, enten dette gjelder på jobb eller hjemme. Dette vises gjennom stadig økende bruk av spill, strømming, skylagring, videobasert læring, velferdsteknologi, smarte hjem og hjemmekontor. En viktig forutsetning for dette er en velfungerende og rask internettilkobling.



Kundetilfredshet måles ikke i megabytes

Privatkundene er blitt mindre tilfredse med sitt bredbånd ilt det siste året, og vi må helt tilbake til 2007 for å finne tilsvarende nivåer. Med tanke på de investeringene som er gjort, og at andelen med høyhastighetsinternett (hastighet over 32 Mbit) ifølge SSB har steget fra 40% i 2016 til 60% ved utgangen av 2018, må man kunne si at tilbakemeldingen fra kundene er skuffende. Problemer med ustabil internett, dårlig samsvar mellom forventning og leveranse, samt en oppfattelse av et produkt som ikke gjør seg fortjent til prisen, gjør at bransjen har en solid jobb foran seg.

Selv om bredbåndsselskapene evner å tilby flere megabyte inn til boligen, så har dette hatt liten effekt på bredbåndsopplevelsen. Er det kundene som ikke har forstått

bredbåndproduktet eller er det leverandørene som ikke har skjønnet kundene?

Privatkundenes oppfattelse av produktets kvalitet går tilbake, og irritasjonen og frustrasjonen over ustabil internett er fortsatt stor. Mange av problemene munner nok ut i at folks trådløse hjemmenett ikke fungerer optimalt, og det skaper en dårlig bredbåndsopplevelse. 37% av de spurte svarte at hjemmenettet (wifi) er av dårlig kvalitet (mot 30% i 2018). Kort sagt, økte hastigheter og flere megabyte har ikke gitt mer fornøyde kunder.

Store forskjeller mellom privat og bedrift

Til tross for en bunnotering i privatmarkedet, har bedriftskundene blitt mer tilfredse og positive til bredbåndet sitt. Dette drives blant annet av en høyere opplevd produktkvalitet,

hvor bedriftene oppfatter bredbåndet som mer stabilt og med færre problemer. Dette gapet mellom bedrift og privat har utviklet seg de siste ni årene og kan bety at det har vært større fokus på bedriftskundene fremfor privatkundene.

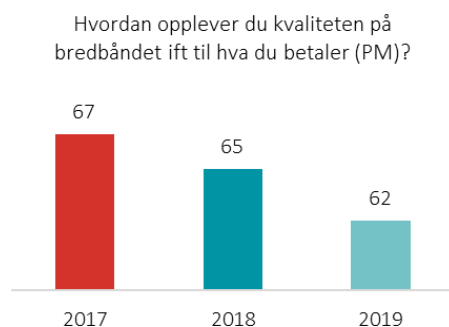
Samtidig så er det nok også slik at bedrifter og privatpersoner bruker nettet forskjellig, samt at bedriftene i mange tilfeller besitter bedre teknisk kompetanse på tjenesten enn hva privatpersoner gjør. Det kan også være med på å forklare forskjellene. Wifi løsningen ute hos bedriftene vurderes som vesentlig bedre enn hjemme hos folk flest.

Til tross for disse forskjellene illustrerer tallene likevel faktumet at leverandørene nå må legge større ressurser på å tilfredsstille behovene til en forbruker som er mer og mer avhengig av et stabilt og velfungerende internett.

Privatmarkedet – Altibox fortsatt ledende

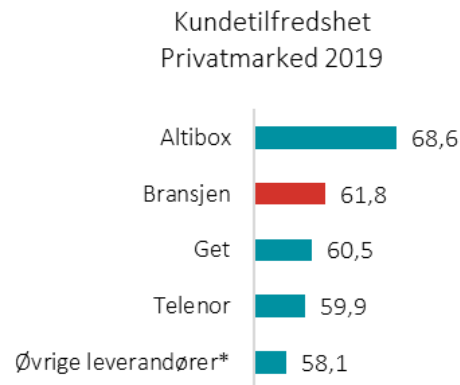
Trendene i markedet med høyere tilbudt kapasitet og større behov for bedre internett, burde kunne utfylle hverandre perfekt. Men til tross for dette så faller andelen kunder som opplever at de har en bredbåndshastighet som er i henhold til avtalen. Målingen viser også at færre kunder opplever at de har riktig bredbånd til sitt bruk.

Kort fortalt, kundene sitter i økende grad med en opplevelse av at bredbåndet ikke er bra nok sett opp mot prisen de betaler.



For 10. året på rad er det bredbåndskundene til Altibox som er mest fornøyde. Altibox scorer høyt på bredbåndets stabilitet og hastighet, og her ligger de klart foran hovedkonkurrentene.

Altibox framstår dessuten som et pålitelig selskap som det er enkelt å forholde seg til.



Telenor faller markant tilbake i forhold til i fjor. Kundene opplever i større grad at Telenor ikke er konkurransedyktige på pris eller kan tilby den servicen som kundene forventer. En kundetilfredshet på under 60 er å anse som dårlig.

Også Get-kundene er mindre tilfredse enn i fjor. Til tross for at prisene oppleves som relativt gode, så er produktkvaliteten ifølge kundene for dårlig, og det resulterer i mange klager.

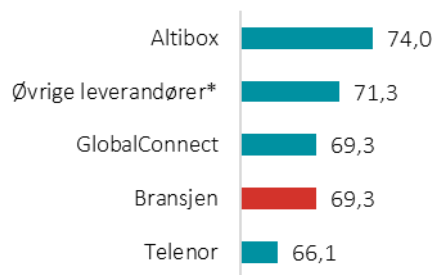
Samlegruppen «Øvrige leverandører» som inneholder en mengde mindre bredbåndstilbydere får den dårligste tilbakemeldingen. Her er variasjonen stor, men målingen viser at flere aktører har store utfordringer med å tilfredsstille kundene sine.

Bedriftsmarkedet – Altibox best

Også i bedriftsmarkedet er det Altibox som gjør det best blant selskapene som er målt. Altibox leverer et stabilt og godt bredbånd, og kundene opplever at de får mer bredbånd for pengene enn hos hovedkonkurrentene GlobalConnect og Telenor.

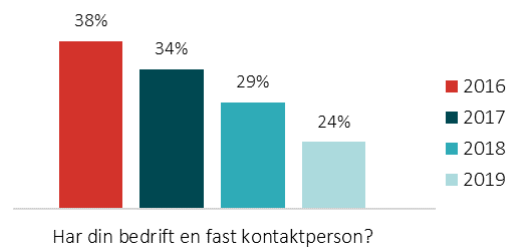
Telenor-kundene er vesentlig mindre tilfredse enn Altibox kundene. Hastigheten og stabiliteten vurderes som dårligere, og Telenor oppfattes heller ikke til å være spesielt konkurransedyktig på pris.

Kundetilfredshet Bedriftsmarked 2019



Samlegruppen «Øvrige leverandører» presterer også bra. Som i privatsegmentet så er det stor variasjon i tilbakemeldingene. Enkelte leverandører oppleves som svært dyktige, mens andre har mye å ta tak i dersom de ønsker å beholde kundene i årene som kommer.

Fast kontaktperson/kundeansvarlig 2016-2019



Som tidligere år, kan man også i år se en klar forskjell i tilfredshet mellom de kundene som har en fast kontaktperson og de som ikke har. Til tross for denne positive tilbakemeldingen til de som er kundeansvarlig, viser det seg at færre og færre bedrifter har en slik kontaktperson.



Om bredbåndsstudien 2019

Feltarbeidet er gjort av Norstat i perioden fra 20. september til 16. oktober. Totalt er det gjennomført drøyt 1450 telefonintervjuer av privatkunder i alderen 18 – 79 år. I bedriftssegmentet er det gjennomført knappe 1000 intervjuer med bedrifter i Norge med én ansatt eller flere. Spørreskjemaene inneholder ca. 60 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.

Generelt sett, så har bransjer og bedrifter med en kundetilfredshetskår 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 så kan man si at forskjeller på 2,5 indekspoeng eller mer er signifikante. EPSI bruker 95 % signifikansnivå som standard.

| Kundetilfredshet Privatmarked | | | | | |
|-------------------------------|------|------|------|-------|----------------------|
| Selskap | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Altibox | 71,7 | 71,4 | 69,7 | 67,9 | 68,6 |
| Canal Digital | 62,0 | 61,6 | 60,9 | 65,3 | <i>Inn i Telenor</i> |
| Bransjesnitt | 65,0 | 64,4 | 62,8 | 64,8 | 61,8 |
| Get | 62,8 | 60,3 | 58,6 | 61,1 | 60,5 |
| Telenor | 64,0 | 65,1 | 62,8 | 66,7 | 59,9 |
| Øvrige leverandører* | 68,1 | 62,3 | 60,2 | 61,4* | 58,1 |

*Intervjuer med kunder av andre bredbåndsselskaper enn de som er nevnt samles i gruppen «Øvrige bredbåndsløyper» Denne inkluderer leverandører som Eidsiva Bredbånd, Homenet, NextGenTel, Ice, Breiband.no.

| Kundetilfredshet Bedriftmarked | | | | | |
|--------------------------------|------|------|------|------|------|
| Selskap | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Altibox | 72,4 | 72,6 | 71,9 | 73,1 | 74,0 |
| Øvrige leverandører* | 68,8 | 69,2 | 66,4 | 70,7 | 71,3 |
| GlobalConnect | 69,6 | 68,5 | 69,5 | 69,4 | 69,3 |
| Bransjesnitt | 68,0 | 67,9 | 67,6 | 68,3 | 69,3 |
| Telenor | 65,8 | 64,4 | 65,8 | 65,5 | 66,1 |

*Intervjuer med kunder av andre bredbåndsselskaper enn de som er nevnt samles i gruppen «Øvrige bredbåndsløyper» Denne inkluderer leverandører som Eidsiva Bredbånd, Xfiber, Proximo, NTE.

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.

