

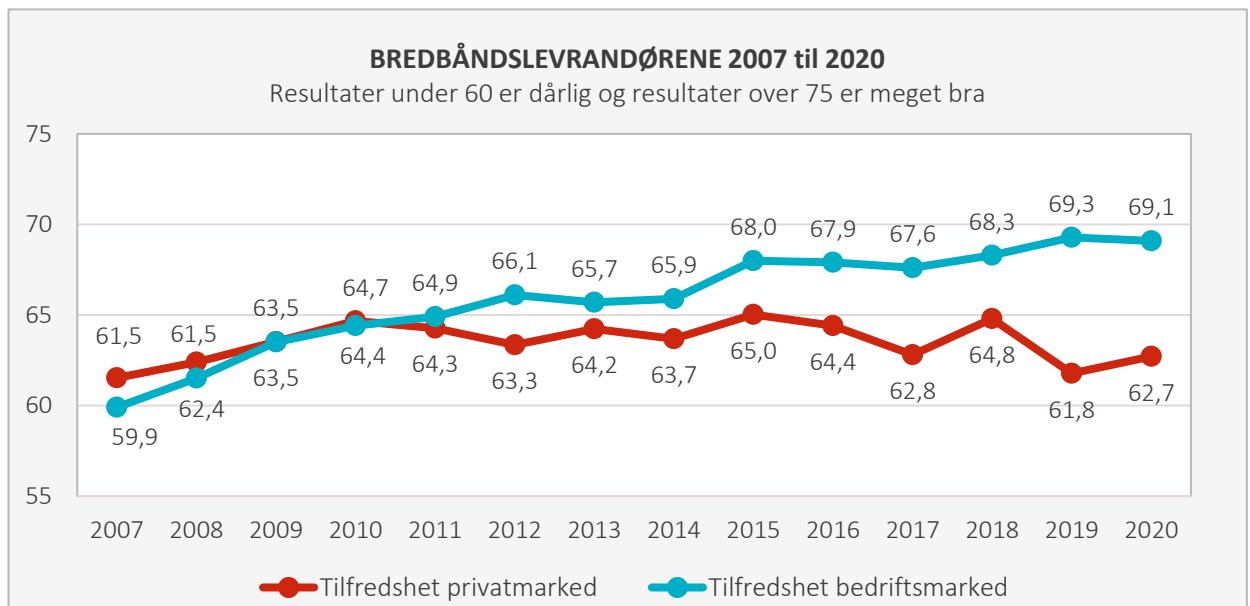


BREDBÅNDSLEVERANDØRENE 2020:

Koronakrisen setter bredbåndet på en skikkelig prøve

Digital kommunikasjon er blitt en helt essensiell del av livene våre, både hjemme og på jobb. Pandemien har gjort hjemmekontor til en naturlig del av hverdagen for mange av oss. Nye bruksmønstre har oppstått, og dette stiller nye krav og forventninger til internettleverandørene. Vi er nå, mer enn noen gang før, avhengige av god kvalitet på bredbåndet.

Internettleverandørene melder om markant økning av trafikk i nettene – og økningen er spesielt stor på dagtid. Det strømmes mer enn før. Det gjelder både med tanke på ren underholdning (film, serier og «gaming»), men særlig fordi stadig flere bruker videomøter i jobbsammenheng og at videobasert undervisning for elever og studenter er blitt mer vanlig. God kvalitet på bredbåndet er med andre ord en nødvendighet for å kunne få hverdagen til å gå rundt. Bredbåndet har fått en enda mer sentral funksjon, og det å ha gode og stabile kommunikasjonsløsninger er samfunnskritisk. Men hva er status på bredbåndsopplevelsen ute blant kundene?



Store forskjeller mellom privat og bedrift

EPSI har nylig gjennomført en studie av kundetilfredsheten til bredbåndleverandørene i Norge, både i privat- og i bedriftssegmentet. Målingen forteller at privatkundene ikke er spesielt fornøyde. Hele 42% av kundene uttrykker til og med at de er misfornøyde med tjenesten. Det er 15 prosentpoeng flere enn hva tilsvarende måling for mobilselskapene i Norge viste. Mange bredbåndskunder rundt om i Norge mener at internettjenesten ikke gjør seg fortjent til prisen man betaler.

Bedriftskundene er vesentlig mer fornøyde enn privatkundene. Bredbåndleverandørene har over lang tid gjort mye riktig i bedriftssegmentet, og ligger på samme toppnivå som i fjor. Bedrifter flest opplever at bredbåndskvaliteten er god, og mener i langt større grad enn privatkundene at bredbåndshastigheten er i tråd med avtalen (se figur 1). På toppen av dette, fremstår leverandørene i bedriftssegmentet som mer pålitelige, mer kundeorienterte og enklere å ha med å gjøre enn internettleverandørene i privatmarkedet.

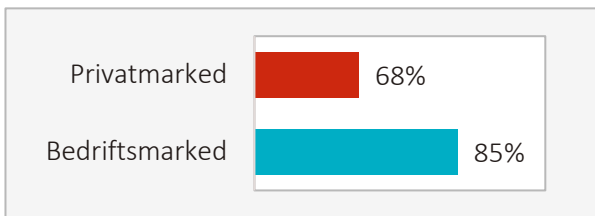
STATUS I PRIVATMARKEDET

Kundenes tilfredshet med bredbåndsleverandørene i Norge er svak. Til tross for en liten positiv utvikling, er det fortsatt mange som mener at internettjenesten ikke står til forventningene, at tjenesten er for ustabil, og at de rett og slett ikke får nok bredbånd for pengene. Bransjen har en solid jobb å ta tak på, og jobb nummer én dreier seg om å hjelpe kundene med bedre wifi i boligen.

Dårlig wifi

Det er den dårlige kvaliteten på wifi som også i årets måling preger bredbåndsopplevelsen. Brorparten av alle kundeklagene dreier seg om ustabil netts og problemer med wifi. En tredjedel av alle kundene opplever at de har en mer eller mindre dårlig wifi-opplevelse. 40% av kundene forteller dessuten at de har installert utstyr for å forbedre dekningen i hjemmet, men det ser ikke ut til å være godt nok til å heve opplevelsen. Dette tyder enten på at utstyret i det store og hele ikke har ønsket effekt, eller at sluttbrukeren ikke lykkes med å installere utstyret på rett måte.

FIGUR 1 Bredbåndshastighet i henhold til avtalen?
Andel som svarer ja



Hjemmekontor gjør at det stilles høyere krav

Frustrasjonen med dårlig wifi er spesielt tydelig blant de som avhengig av bredbånd for hjemmekontor. 60% av de spurte svarer at de regelmessig er avhengige av bredbånd for hjemmekontor, og denne gruppen er samlet sett misfornøyd med bredbåndet. Bredbåndstjenesten har blitt satt på nye prøver nå i koronatider, særlig når en eller flere i hjemmet har videomøter med jobben, mens det parallelt kanskje er andre som har videoundervisning eller spiller spill via nettet.

Folk flest ønsker i første omgang et pålitelig og stabilt internett, mens tilbud om flere megabyte er underordnet. Studien viser at det er en del kunder som er usikre på hvordan man setter opp et velfungerende wifi i egen bolig. Kundene etterlyser at internettleverandørene i større grad tar ansvar for og bidrar til hjelp med dette.

60%

Oppgir at en i husstanden er regelmessig avhengig bredbåndet for hjemmekontor.

36%

Oppgir at de, eller andre i husstanden spiller spill som krever raskt bredbånd.

71%

Oppgir at de abonnerer på strømmetjenester. Opp fra 60 % i 2018.

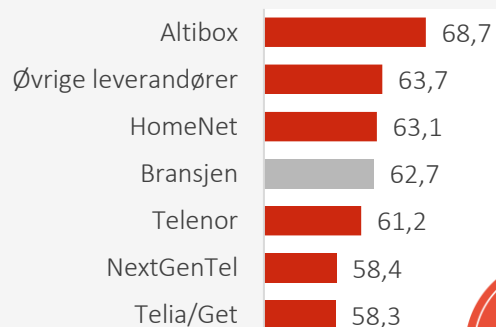
Altibox fortsatt best

For 11. året på rad er det bredbåndskundene til Altibox som er de mest fornøyde og lojale. Altibox-kundene har høye forventninger til bredbåndstjenesten, men de vurderer samtidig Altibox til å ha en stabil og rask internettjeneste. Altibox nyter dessuten et godt rykte blant kundene sine, og vurderes i så måte som en langt mer pålitelig bredbåndsløseleverandør enn hovedkonkurrentene.

Blant de andre aktørene er det kun mindre endringer i kundetilfredsheten. Resultatene viser at Telenor-kundene er relativt tilfredse med bredbåndskvaliteten, men de er langt fra imponerte over servicenivået. Telia/Get går noe tilbake sammenlignet med i 2019, og kommer dårligst ut blant de målte aktørene. Telia/Get-kundene føler at bredbåndskvaliteten ikke står til forventningene, og også deres kunder mener at servicenivået er for svakt.

KUNDETILFREDSHET

Privatmarked 2020



STATUS I BEDRIFTSMARKEDET

Det at norske bedrifter er mer tilfredse med bredbåndet enn privatkundene har EPSI-målingen påvist i mange år. Dette kommer kort og godt av at bedriftene har færre problemer med bredbåndet og opplever en helt annen stabilitet på tjenesten. Dette gapet mellom bedrift og privat har utviklet seg de siste ti årene og er nok en indikasjon på at det har vært større fokus på å tilfredsstille bedriftskundene fremfor privatkundene.

Samtidig 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 bl.a. som vesentlig bedre enn hjemme hos folk flest.

Nære relasjoner skaper tilfredshet

En fjerdedel av bedriftskundene har en fast kontaktperson hos bredbåndsløseleverandøren. Disse kundene er betydelig mer fornøyde enn de som ikke har det. De som har en fast kontaktperson blir dessuten stadig mer fornøyde. Dette viser viktigheten av det relasjonelle. Ikke overraskende så opplever de bedriftene som har egen kontaktperson at de blir godt ivaretatt.

Videre er det klart at mange av kundene gjerne vil ha en viss kontakt med bredbåndsselskapet. 2 av 3 bedrifter ønsker å bli kontaktet av bredbåndsselskapet minst én gang i året, mens kun 31% av bedriftene oppgir at leverandøren faktisk har gjort det. Her er det rom for forbedringer.



Det å ta en «alt-vel» samtale en gang i blant eller å sende ut relevant informasjon tilpasset mottakeren vil kunne bidra til å heve helhetsopplevelsen ytterligere. Om man ikke tar kontakt med egne kunder er det stor sannsynlighet for at konkurrentene gjør det.

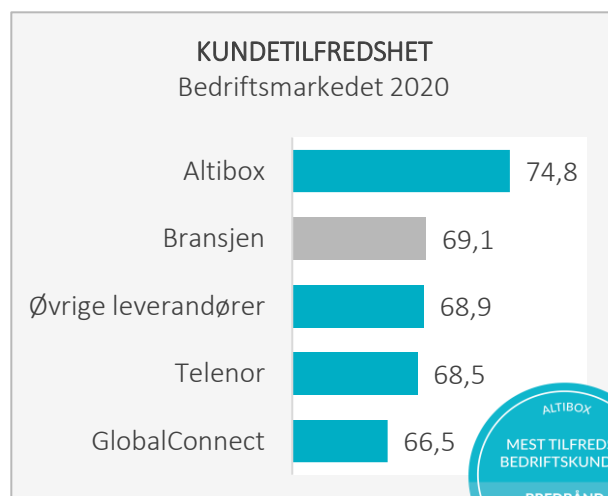
Drøyt 60% av bedriftene svarer at de har blitt kontaktet av en konkurrent av sin nåværende leverandør det siste halvåret.

Altibox også best i bedriftsmarkedet

Det er nok en gang Altibox som gjør det best blant de målte selskapene i bedriftsmarkedet. Satt opp mot hovedkonkurrentene, utmerker Altibox seg med stabil og god bredbåndskvalitet. I tillegg evner Altibox i større grad enn sine konkurrenter å framstå som enkle å forholde seg til og som serviceinnstilte i møte med sine kunder.

Telenor kan skilte med en pen fremgang, og oppleves som en mer pålitelig bredbåndsløseleverandør i år sammenlignet med i fjor. Men, som i privatmarkedet, så mener kundene at servicenivået er for svakt. Kundene svarer at det er vanskelig å komme i kontakt med dem.

GlobalConnect faller noe tilbake fra i fjor. I følge kundene leverer GlobalConnect gode bredbåndstjenester, men det er særlig på det mer relasjonelle og på servicenivået at GlobalConnect må bli bedre. Kundene etterspør mer oppfølging og bedre informasjonsflyt. Kundene sitter igjen med en følelse av at de ikke blir godt nok ivaretatt.



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 verddivurdering 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.

OM STUDIEN

Feltarbeidet er gjort av Norstat Norge i perioden fra 24. august til 19. oktober. Totalt er det gjennomført 1888 intervjuer av privatkunder i alderen 18 – 79 år. I bedriftssegmentet er det gjennomført 1198 intervjuer med bedrifter 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.

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.

En tilsvarende studie er gjennomført i Sverige.

For mer informasjon, ta kontakt med:

Fredrik Høst, Daglig leder EPSI Rating Norge

- › fredrik.host@epsi-norway.org
- › +47 48 86 76 01

