

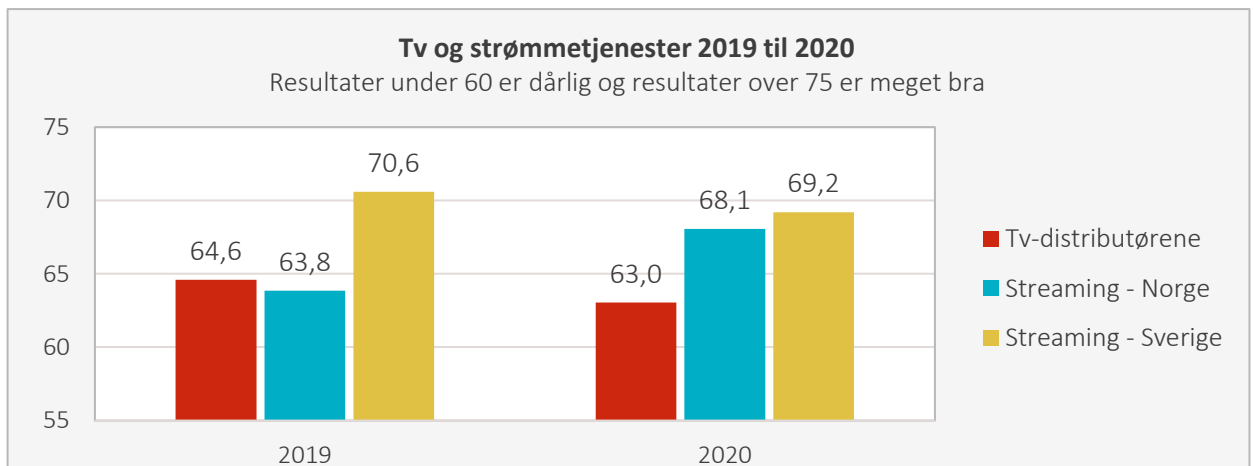


Strømmetjenester 2020:

Strømmetjenestene leverer et enkelt og brukervennlig produkt

EPSI har i løpet av høsten gjennomført en stor kundeundersøkelse av de mest populære strømmeaktørene på det norske markedet. Nordmenn ser mer og mer på innhold fra strømmeleverandørene, og andelen husstander som abonnerer på en strømmetjeneste fortsetter å stige. Kundetilfredsheten går frem sammenlignet med i fjor, og samlet sett er kundene mer tilfredse med strømmetjenestene enn med tv-distributørene. Jevnt over opplever kundene at kvaliteten på innholdet som bra, men det er fortsatt mange kunder som gjerne vil ha mer innhold. Nye internasjonale aktører etablerer seg i Norge, noe som fører til at både konkurransen og forventningene til de etablerte strømmeleverandørene øker.

EPSI gjennomfører tilsvarende måling i Sverige, og resultatene fra den studien viser at svenskene er noe mer fornøyd med deres abonnementsbaserte strømmetjenester.



Mer lojale strømmekunder

Strømming har blitt mer vanlig i Norge. 71% av husstandene svarer nå at de abonnerer på en eller flere strømmetjenester. Lojaliteten stiger, og det er langt færre som svarer at de vurderer å si opp strømmeabonnementet enn hva tilfellet var på samme tid i fjor. Målingen viser dessuten at flere enn før opprettholder abonnementet og har vært kunde hos strømmeleverandøren i flere år. Drøyt hver tredje strømmekunde er såpass godt fornøyd at de gjerne anbefaler tjenestene videre til venner og kjente. Til sammenligning uttrykker norske tv-kunder en langt lavere lojalitet, og kun hver femte tv-kunde ville anbefalt tv-distributøren.

Økt bruk og lengre kundeforhold gjør at kundene er blitt mer kjent med både brukergrensesnittet og med innholdet til de ulike strømmetjenestene. Dette gjør også at noe av spenningen/ gleden med

innholdsleverandørene har avtatt. Det ses nemlig en tydelig «honeymoon effect» i bransjen, hvor de som nylig er blitt kunde er klart mer fornøyd. De som har vært kunde lenge er lojale, men har ikke samme entusiasmen rundt sin strømmeleverandør.

Undersøkelse viser at både stabiliteten på strømmetjenesten og bildekvaliteten er noe kundene jevnt over opplever som meget bra. Kvaliteten på innholdet vurderes også som bra, men som nevnt det er fortsatt mange kunder hos de ulike tilbyderne som etterlyser mer og bedre innhold.

Målingen viser for øvrig at det er lite kontakt mellom kunde og leverandør i strømmebransjen. Svært få svarer at de har klaget på tjenesten det siste året (4% av de spurte), og kun 5% har svart at de har kontaktet strømmeleverandøren (foruten eventuelt å ha klaget). Behovet for kundeservice er tilsynelatende begrenset.

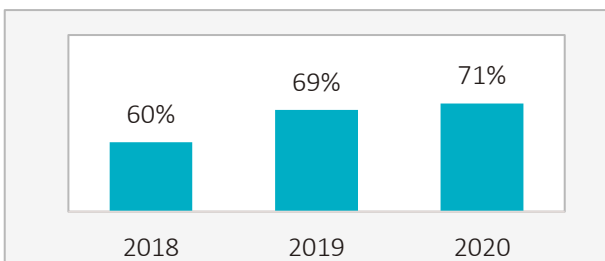
Enkelt å bruke

Jevnt over så viser målingen at kundene synes det er enkelt å bli kunde, enkelt å være kunde, og enkelt å bruke tjenesten. Brukervennligheten i menyene er god og langt bedre enn den er hos tv-distributørene.

Videre er det tydelig at langt flere eldre abonnere på strømmetjenester enn før. 15% av kundene er over 60 år, noe som er opp fra 9% i 2019. Denne kundegruppen er også blitt betydelig mer fornøyd med denne tjenesten. Det er også tydelig at kvinner er vesentlig mere tilfredse med strømmetjenestene enn hva menn er. Slik var det også i fjor, men forskjellene har økt.

Det kan også nevnes at blant strømmekundene som også har et tv-abonnement, oppgir halvparten av de spurte at de anser strømmetjenester er en fullgod erstatter til tradisjonell tv.

FIGUR 1 Andel som oppgir at de abonnerer på strømmetjenester



Hvilken tilbyder er best?

Målingen viser at det er gruppen «Øvrige» som kommer best ut. I denne gruppen ligger tilbakemeldingene fra kunder som bruker Dplay, Amazon Prime, Youtube, NRK nett-tv og Disney+. Selv om Disney+ kun har vært tilgjengelig i Norge i 1 måned så har de fått mange kunder, og disse kundene ser så langt ut til å være begeistret – vi ser en tydelig «honeymoon effect».

Det er også hentet inn svar fra brukere av NRK sin Nett-Tv. Dette er ikke en abonnementsbasert tjeneste, og kan ikke full og helt sammenlignes med strømmeleverandørene. Tilbakemeldingen fra brukerne er at både kvaliteten på innholdet brukervennligheten i løsningen blir stadig bedre. NRK nett-tv er en tjeneste som mange er godt fornøyd med.

Ut over dette viser studien at Viaplay skårer bra gjennom et godt tilbud som retter seg mot hele familien. Viaplay-kundene opplever at de får god verdi for pengene.

TRENDER STRØMMETJENESTER

- Menn er vesentlig mindre tilfredse enn kvinner.
- 52% av de spurte svarer at strømmetjenester er en fullverdig erstatning til vanlig tv.
- 15% vurderer å si opp abonnementet
- 72% av kundene har også et tv-abonnement

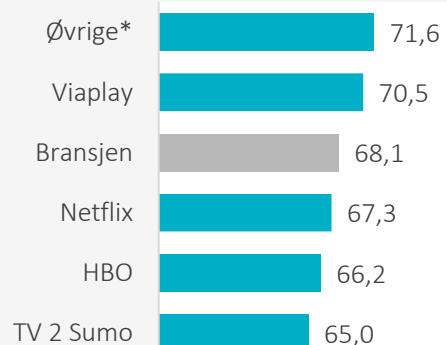
Markedslederen Netflix har «noe for alle», og mange velger derfor å opprettholde Netflix abonnementet. Strømmegiganten tilbyr en teknisk god tjeneste og er ledende når det kommer til brukergrensesnitt. Netflix er dessuten best på å synliggjøre nytt innhold, og her bør flere av konkurrentene ta lærdom. Men kundene er allikevel tydelige på at de etterlyser mer kvalitetsinnhold.

HBO får tommel opp for godt innhold (serier og film), men både stabiliteten på tjenesten og brukervennligheten henger et godt stykke etter konkurrentene.

TV2 Sumo kommer dårligst ut blant de målte aktørene. TV2 Sumo tilbyr god service, og er dyktige på bl.a. sport og norske filmer og serier. Men selv om innholdet er bra, opplever kundene at tjenesten ikke fullt og helt match'er konkurrentene på det tekniske. Pris er også en forklarende årsak til TV2 Sumo sitt resultat. De annonserte prisøkningene på TV2 Sport Premium har bidratt til at en del av kundene oppfatter tjenesten som relativt dyr.

KUNDETILFREDSHET

Strømmetjenestene 2020



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 18. september til 26. oktober. Totalt er det gjennomført 998 intervjuer av kunder som for tiden abonnerer på en strømmetjeneste. 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

