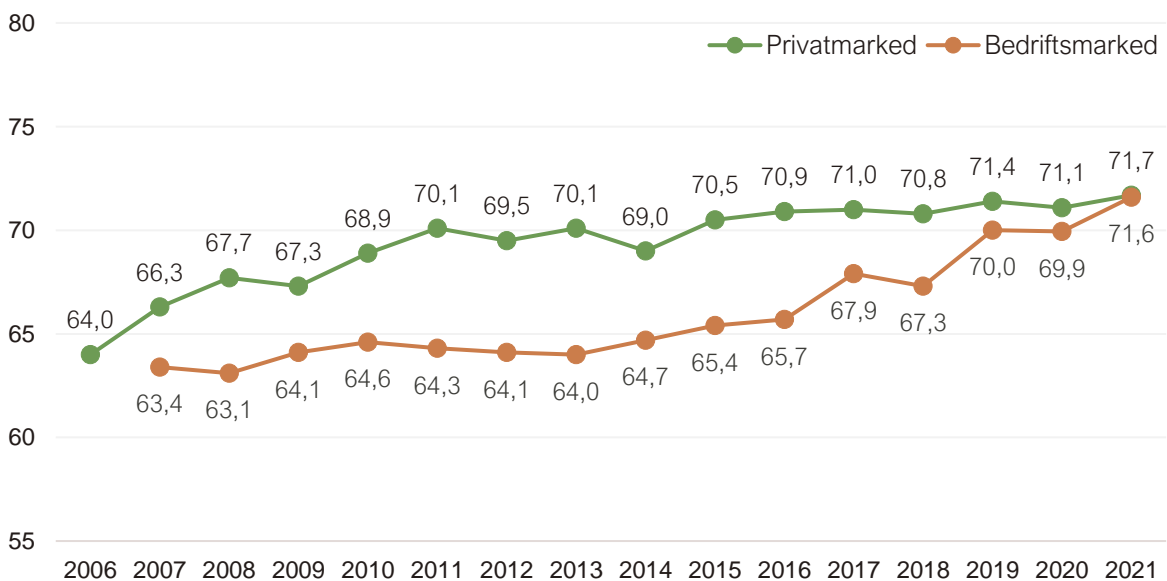


En ny og omfattende kundetilfredshetsundersøkelse av mobilsekskapene i Norge er blitt gjennomført. Dette er den 19. studien i rekken, og baserer seg på dybdeintervjuer av drøyt 2400 personer og bedrifter rundt om i Norge. Totalt sett forteller studien at det er en fremgang i kundetilfredsheten i både privat- og bedriftsmarkedet, og mobilkundene er nå mer fornøyde enn noen gang. Den historiske utviklingen for bedriftssegmentet er spesielt interessant hvor tilfredsheten de siste fem årene har økt markant.

Ser man begge segmenter under ett, framstår mobilsekskapene som enklere å ha med å gjøre, de er mer pålitelige og tilbyr mobiltelefoni av høy kvalitet. Det er særlig den styrkede produktkvaliteten som har bidratt til fremgangen. Kundenenes vurdering av både deknningen, samtalekvalitet og tilgang på 4G har økt jevnt og trutt i en årrekke. Målingen viser også at en del kunder opplever tilgang til 5G-nettet, noe som også slår positivt ut på mobilopplevelsen.

Det er dessuten verdt å notere at kundetilfredsheten med mobilsekskapene i Norge er vesentlig høyere enn i Sverige. En undersøkelse fra konsulentsekskapet Tefficient viste at prisen per megabit er betydelig høyere i Norge enn i Sverige, men til tross for dette er altså totalopplevelsen til kundene bedre i Norge.

**FIGUR 1 Kundetilfredshet mobilbransjen 2006-2021**



### Mobilnett i toppklassen

Gode og velfungerende mobiltjenester er avgjørende for stadig flere av dagens gjøremål både på jobb og privat. Årets måling viser at kundene hos de ulike sekskapene jevnt over vurderer produktkvaliteten til å være meget god. Opplevd tilgang på 4G og den generelle dekningskvaliteten har aldri vært høyere enn nå. Effekten av dette ser vi både i at sekskapene vurderes som mer pålitelige enn før, og at andelen kunder som har klaget fortsetter å falle. 10% av privatkundene og 20% av

bedriftskundene har klaget ilt det siste året, noe som er lavere enn noen gang.

5G begynner også å gjøre seg gjeldende, og flere enn 1/3-del av kundene opplever at de har mulighet for tilgang til dette høyhastighetsnettet.

Kvaliteten på mobiltjenesten er i det store og hele er veldig bra. Derfor er det nå andre elementer som blir viktig i arbeidet med å styrke kundeopplevelsen i årene som kommer. Omdømme blir viktig, det samme gjør kundeservice, enkelhet, og gode prismodeller.

## STATUS I PRIVATMARKEDET

Kundetilfredsheten i privatmarkedet har vært stabilt god de siste par årene. Årets måling viser en framgang, noe bekrefter bransjens posisjon ute blant kundene.

Den viktigste årsaken til denne fremgangen er kundenes opplevelse av produktkvaliteten. Investeringene i mobilnettene har bidratt til at kvaliteten på mobiltjenesten forsetter å stige. Den generelle dekningskvaliteten og tilgangen på 4G er nå meget god.

Utbyggingen av 5G i Norge er i full gang, og en stor andel av kundene vil i løpet av 2021 ha tilgang til dette høyhastighetsnettet. EPSI har i år lagt til et spørsmål om mobilleverandøren gir mulighet for tilgang til 5G. Selv om det stadig er slik at mange ikke har tilgang eller kompatibel mobiltelefon, oppfatter 4 av 10 kunder at de har mulighet for 5G tilgang. Denne kundegruppen opplever både at dekningskvaliteten er bedre og at de får mer verdi for pengene.

Den stabilt høye kundetilfredsheten påvirker også bytteadferden. De seneste års undersøkelser har vist at andelen kunder som har vært kunde i mindre enn 2 år er synkende, noe som tyder på at kundene er noe mer trofaste enn før.



### Merkevaren må lades med positive verdier

Nå som produktkvaliteten er på et høyt og godt nivå, viser driveranalysen at produktkvaliteten relativt sett blir mindre viktig for kundeopplevelsen. Dette fører til at det er andre elementer ved kundeforholdet som bør adresseres. Mobiloperatørens rykte og renommé står sentralt i helhetsvurderingen. Spørsmålet om hvorvidt mobiloperatørene tar sitt samfunnsansvar har blitt viktigere over de siste par årene. Dette ses også i de åpne svarene, og flere nevner blant annet bærekraft som et område hvor det etterlyses flere tiltak. Bransjen under ett må jobbe mer aktivt med dette, samtidig med at de må bli

flinkere til å informere kundene om de tiltakene som iverksettes.

### Et enkelt og lettvent kundeforhold

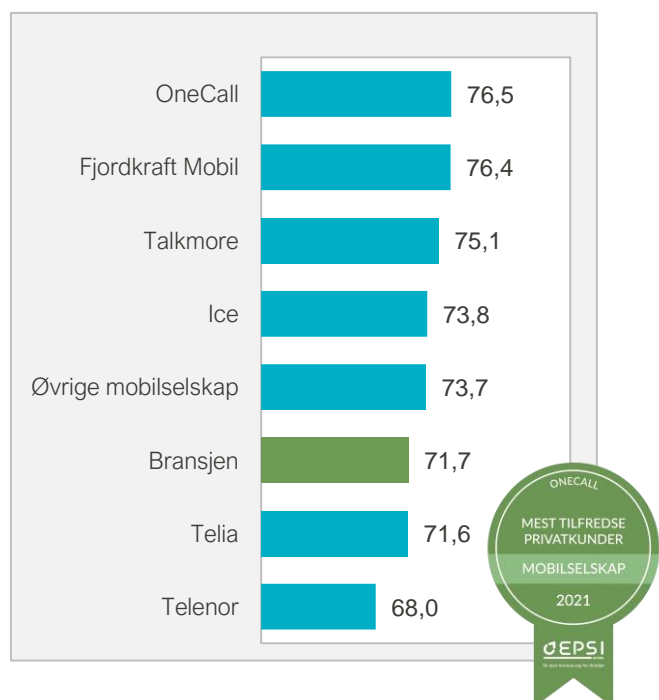
Videre så er det ingen tvil om at dagens kunder krever enkelhet gjennom hele kundereisen, både i det å bli kunde og det å være kunde. De digitale plattformene legger mye av grunnlaget for dette.

Bruken av de digitale plattformene har steget jevnt og trutt, og et stort flertall av kundene bruker enten «min side» og/eller appen fra mobiloperatøren. Dette har bidratt til at brukerne nå opplever bedre kontroll på kundeforholdet, og at de har enkel tilgang på relevant informasjon og tilleggstjenester.

Viktigheten av god kundeservice har også styrket seg. Kundene forventer at mobiloperatørene er tilgjengelige når og hvor kundene har behov for det, og at de får god hjelp når de tar kontakt. Treg og dårlig service trekker kundeopplevelsen ned.

Målingen avdekker tydelige forskjeller i tilgjengeligheten til de ulike selskapene. Selv om de fleste føler at de får den hjelpen de trenger når de er i kontakt med mobiloperatøren, er svartiden fortsatt for dårlig for enkelte aktører.

**FIGUR 2 Kundetilfredshet 2021 privatmarked**



## OneCall på topp, Telenor på bunn

Undersøkelsen viser at det nok en gang er tett i toppen når det gjelder kundetilfredshet. OneCall, Fjordkraft Mobil og Talkmore har alle en kundetilfredshet som er meget høy (skår over 75), men det er nok en gang OneCall som med minst mulig margin kaprer topplasseringen. Felles for alle tre er at kundene mener de leverer godt på forventningene, at de er enkle å forholde seg til og at kundene får mye mobiltelefoni for pengene. OneCall skiller seg litt ekstra ut ved at de har et noe bedre omdømme blant egne kunder enn sine hovedkonkurrenter.

Den største endringen fra i fjor er det Ice som kan vise til. En fremgang på nesten 5 punkter er solid, og kommer i all hovedsak av at kundene opplever produktkvaliteten som vesentlig bedre enn på samme tid i fjor.

Det er Telenor som også i år får den svakeste tilbakemeldingen. Selv om produktkvaliteten er god, opplever Telenorkundene at mobilskapet ikke er konkurransedyktig nok på pris. Kundene mener dessuten at markedslederen er for trege til å svare på henvendelser.

## STATUS I BEDRIFTSMARKEDET

Framgangen fortsetter i bedriftsmarkedet og det har vært en jevn økning i kundetilfredsheten – spesielt over de siste 5 årene. Som i privatmarkedet, er det produktkvaliteten som har den største framgangen. Andelen bedrifter som har klaget faller ytterligere tilbake, og har falt fra 35% i 2017 ned til 20% i 2021. Det er en meget positiv utvikling.

Til tross for en økt kundetilfredshet, er det fortsatt en god del bedrifter som likevel vurderer å bytte leverandør dersom det riktige tilbudet dukker opp. Dette er mobilskapene oppmerksomme på, og det er tilsynelatende en tøffere kamp om kundene enn på lenge. Hele 85% av bedriftene oppgir at de har blitt kontaktet av selgere fra andre mobilskaper siste halvåret. Tilsvarende tall for i fjor var på 67%.

Selv om kun et mindretall av bedriftene velger å bytte leverandør, vises effekten av dette offensive salgsarbeidet i undersøkelsen. De som har blitt kontaktet av en konkurrent opplever at deres nåværende mobilavtale er mindre konkurransedyktig på pris, og dette henger nok

sammen med at innsalget hovedsakelig omhandler kostnadsbesparelser.

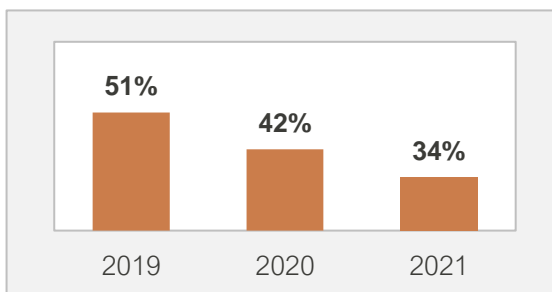
## Faste kontaktpersoner

Målingene over de siste par årene har vist at færre og færre bedrifter har egne kontaktpersoner hos mobilskapet. Mens 51% oppga å ha dette i 2019, er denne andelen nå nede på 34%. De som har et fast kontaktpunkt, gjerne de større bedriftene, er dog mer fornøyd med mobilskapet. Hovedårsaken til dette er at de kundeansvarlige ute hos mobiloperatørene gjennomgående gjør en meget god jobb med å sørge for at bedriftene de har ansvaret for får den oppmerksomheten og oppfølgingen de forventer.

## God kundeservice

Målingen viser at bedriftskundene jevnt over er godt tilfredse med servicenivået til mobilskapene. Tilbakemeldingen fra bedriftene tyder på at de får god hjelp når de trenger det, at serviceinnstillingen er fremragende, og at svartiden er utmerket (ref Figur 5). Bedriftenes serviceopplevelse er faktisk bedre enn hva den er i privatmarkedet, noe som er et uvanlig funn i EPSI målingene.

**FIGUR 3** Andel bedrifter som har en fast kundeansvarlig



## Digitale løsningene i bedriftsmarkedet

I og med at færre og færre bedrifter har en egen kundeforholdsgiver, er det flere som må styre sitt kundeforhold via selvbetjeningsløsninger som app eller «min side». Flertallet av kundene bruker slike løsninger, og de som gjør det er mer noe fornøyde enn de som ikke gjør. Når det er sagt, forteller målingen allikevel at de digitale løsningene kan og bør forbedres. Kundene hos de fleste mobilskapene er ikke spesielt imponerte over de digitale løsningene som tilbys.

## Mobilt Sentralbord

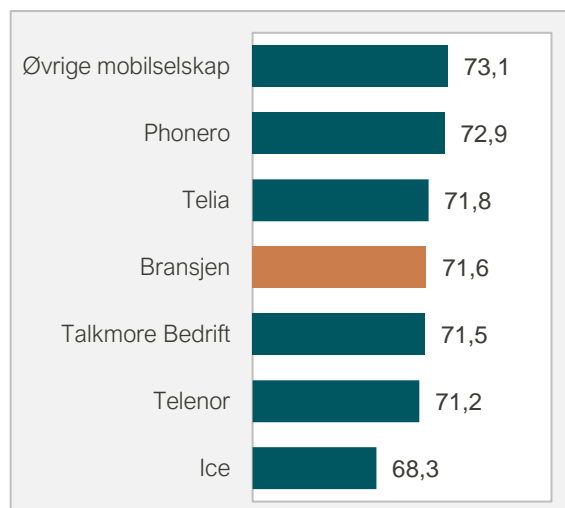
6 av 10 bedrifter oppgir at de har mobilt sentralbord gjennom mobilleverandøren. Bedriftene som har en slik løsning er jevnt over noe mer fornøyd som kunde enn de som ikke har det. Målingen viser nok en gang er det kundene til Phonero som er mest fornøyde med deres løsning.

## Mindre forskjeller mellom aktørene

Tilbakemeldingen fra bedriftene rundt om i Norge forteller at mobilsekskapene fremstår som mer like enn før. De krav og forventningene som bedriftene har til sine mobilsekskaper er relativt like, og forskjellene i opplevd produkt- og servicekvalitet er mindre enn før. Dette betyr at aktørene i enda større grad enn før må tenke nytt i forhold til det å virkelig kunne skille seg ut fra konkurrentene.

Resultatene avdekker allikevel noen interessante utviklingstrekk. Mens Talkmore Bedrift (tidl. Dipper) faller tilbake i årets måling, har kundene til de mindre aktørene i markedet blitt mer fornøyde over det siste året. Denne gruppen, som inneholder svar fra kunder av blant annet Unifon, Nortel, Atea og Saga Mobil, får samlet sett den beste tilbakemeldingen, og utmerker seg spesielt godt innen verdi for pengene.

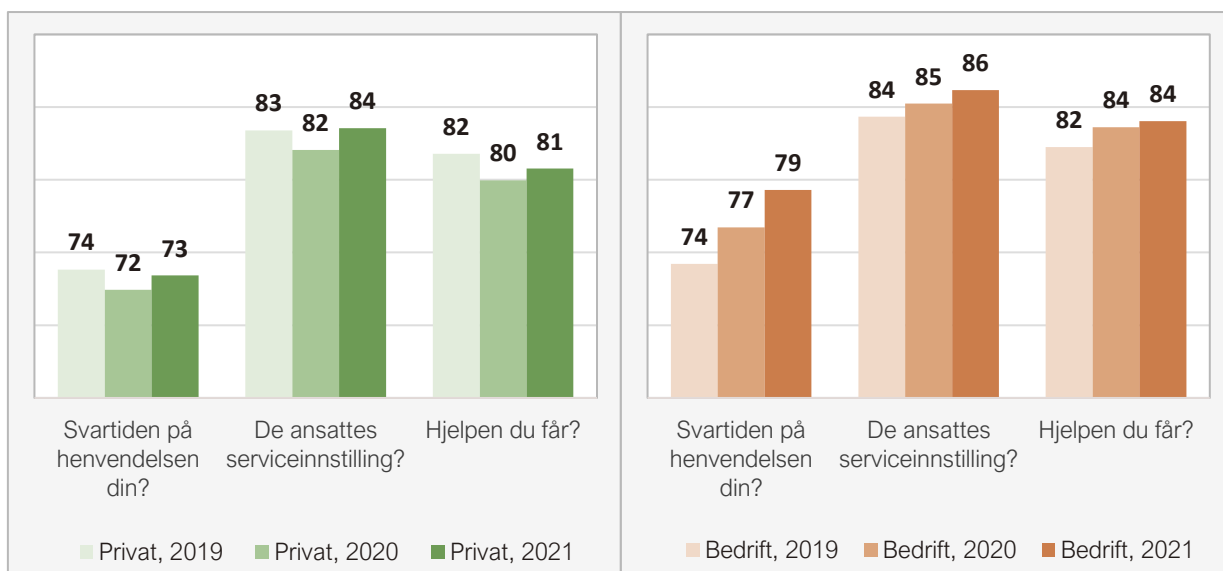
**FIGUR 4 Kundetilfredshet 2021 bedriftsmarked**



Phonero gjør et hopp fremover, og deres KTI på 72,9 er deres beste resultat siden 2010. Ifølge kundene leverer Phonero en topp kundeservice, de er enkle å ha med å gjøre, og er konkurransedyktige på pris.

Til tross for at Ice kan vise til en liten fremgang får sekskapet den svakeste tilbakemeldingen av bedriftskundene. Produktkvaliteten er bedre enn i fjor, men den oppleves fortsatt som vesentlig dårligere enn for bransjen for øvrig.

**FIGUR 5 Servicenivå 2019-2021**



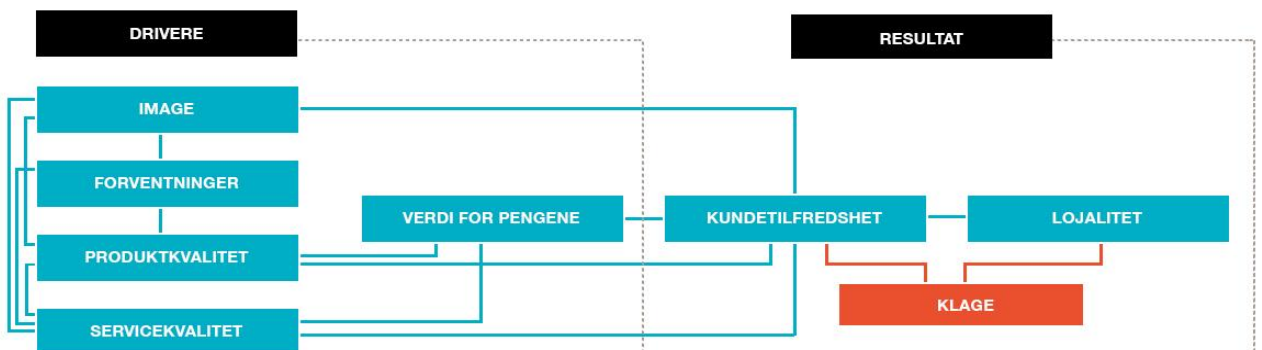
## OM EPSI RATING

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.



Rapporten er skrevet av Fredrik Høst (Daglig leder) og Sindre Brochmann. Anastasiia Prytulenko var analytiker og kvalitetsikrer.

## OM MOBILSTUDIEN 2021

Feltarbeidet er gjort av Norstat Norge i perioden fra 12. august til 1. oktober. Totalt er det gjennomført 1337 intervjuer av privatkunder i alderen 16 – 85 år. I bedriftssegmentet er det gjennomført 1100 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 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 så kan man si at forskjeller på 2,5 indekspoeng eller mer er signifikante.

Tilsvarende studie er gjennomført i Sverige, Danmark og Finland.

### For mer informasjon, ta kontakt med:

Fredrik Høst, Daglig leder EPSI Rating Norge

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