



MOBILSTUDIEN 2022

HVOR FORNØYDE ER MOBILKUNDENE I
NORGE?

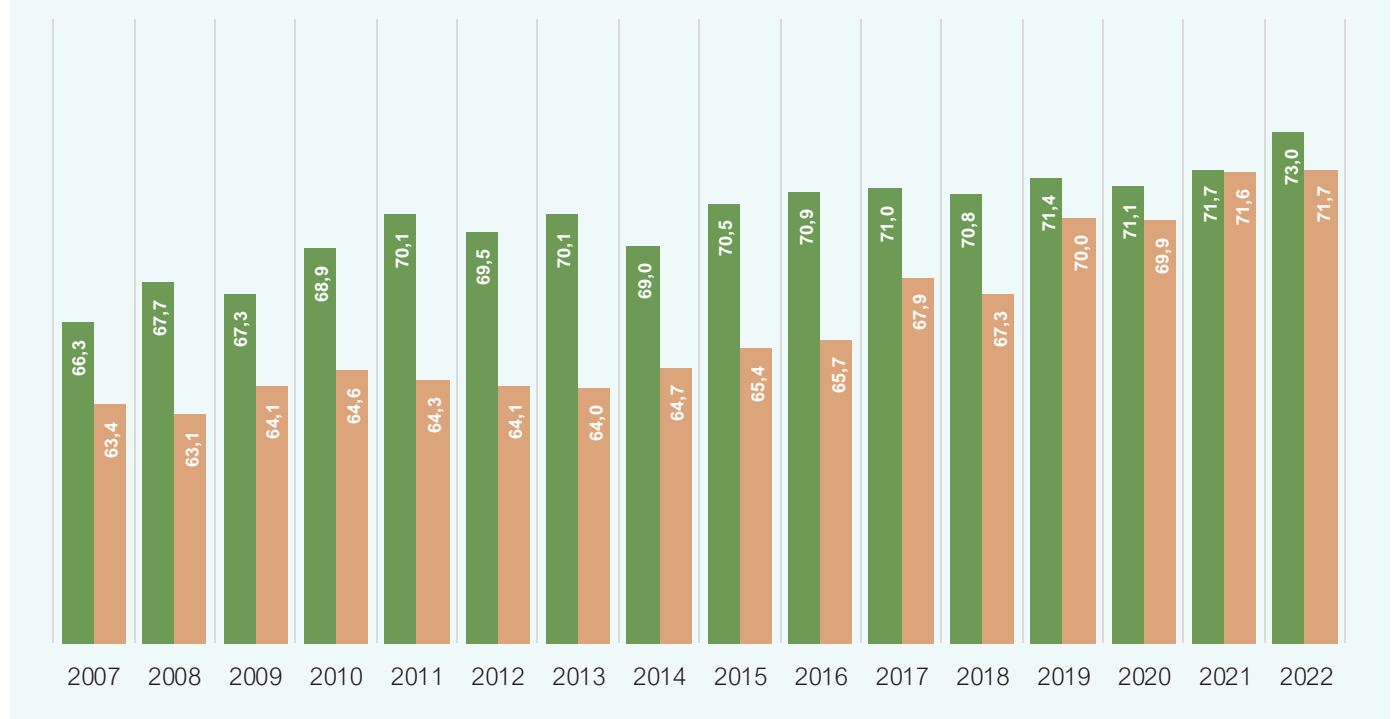
HVA SVARER KUNDENE NÅR DE FÅR SETTE KARAKTER PÅ SINE MOBILSELSKAPER? HER ER KUNDENES DOM

Gode og velfungerende mobiltjenester er avgjørende for stadig flere av dagens gjøremål både på jobb og privat. For å avdekke hvor fornøyde nordmenn og norske bedrifter er med mobiltjenestene, har EPSI gjennomført en ny og omfattende kundetilfredshetsundersøkelse av mobilselekskapene i Norge. Dette er den 20. studien av mobilbransjen i Norge, og baserer seg på dybdeintervjuer med nesten 2500 personer og bedrifter rundt om i Norge. Totalt sett forteller studien at det er en tydelig fremgang i kundetilfredsheten i privatmarkedet, mens bedriftsmarkedet holder seg stabilt etter flere års framgang. I sum så er mobilkundene i Norge mer fornøyde enn noen gang.

Ser man begge segmenter under ett, framstår mobilselekskapene som bedre, enklere og mer pålitelige enn noen gang. Fortsatte investeringer i mobilnettene bidrar til at kvaliteten på mobiltjenesten stiger. Målingen viser dessuten at langt flere kunder opplever tilgang til 5G-nettet enn i fjor, noe som også bidrar positivt på mobilopplevelsen. Det er altså den økte produktkvaliteten som særlig har bidratt til bedret kundeopplevelse i mobilbransjen. Men som vi skrev i fjor, en jevnt høy produktkvalitet vil føre til at andre elementer ved kundeforholdet blir mer viktig. Mobilselekskapets rykte og renommé står sentralt i helhetsvurderingen og spørsmålet om hvorvidt mobilselekskapene tar sitt samfunnsansvar har blitt viktigere over de siste par årene. Det kan virke til at dette er noe som mobilselekskapene har tatt det innover seg, for det er nettopp spørsmål om samfunnsansvar og bærekraft som har den tydeligste framgangen både i privat- og bedriftsmarkedet.

FIGUR 1 Kundetilfredshet mobilselekskaper 2007-2022

■ Privatmarked ■ Bedriftsmarked

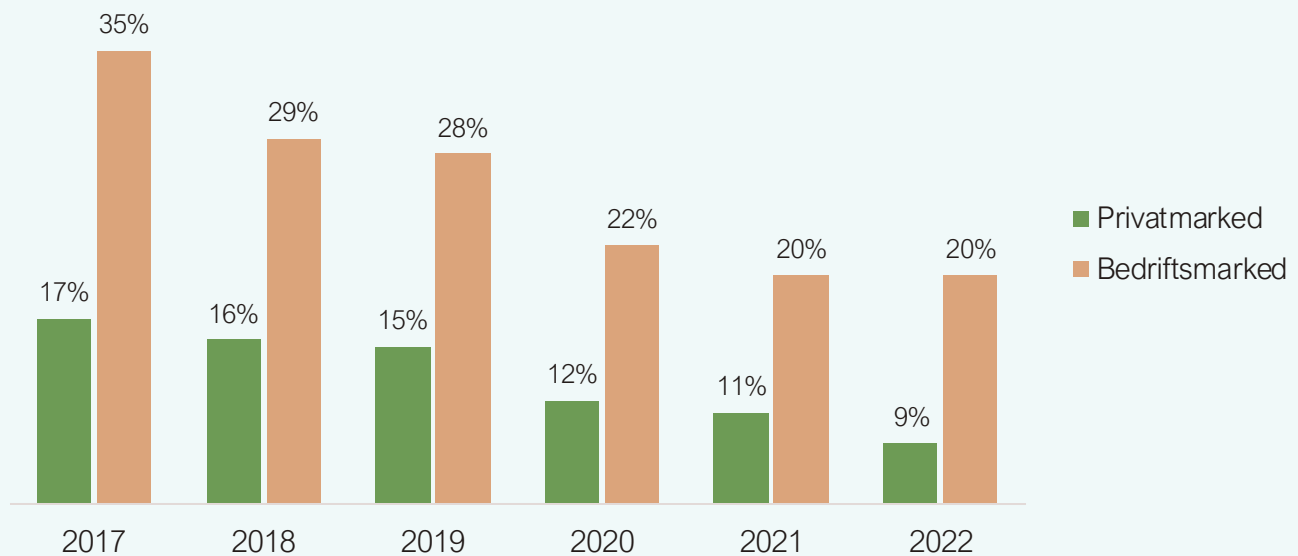


Det er verdt å notere at kundetilfredsheten med mobilsekskapene i Norge også i år er betydelig høyere enn i Sverige. Selv om det er et faktum at norske mobilkunder betaler vesentlig mer per megabit enn i Sverige, vurderes både produktkvaliteten og servicekvaliteten som bedre i Norge.

Færre grunner til å klage

Jevnt over så opplever den store majoriteten av de norske mobilkundene at abonnementene de har i dag passer deres behov. Kundenes vurdering av dekningen og tilgang på 4G og 5G fortsetter å stige. Et annet bevis på at mobilsekskapene gjør mye riktig er at andelen kunder som har klaget har falt tydelig over de siste årene. 10% av privatkundene og 20% av bedriftskundene svarer at de har klaget i løpet av det siste året, noe som er lavere enn noen gang. Når tjenestene fungerer i tråd med forventningene, gir det naturligvis færre grunner til å klage.

FIGUR 2 Andel som oppgir at de har klaget



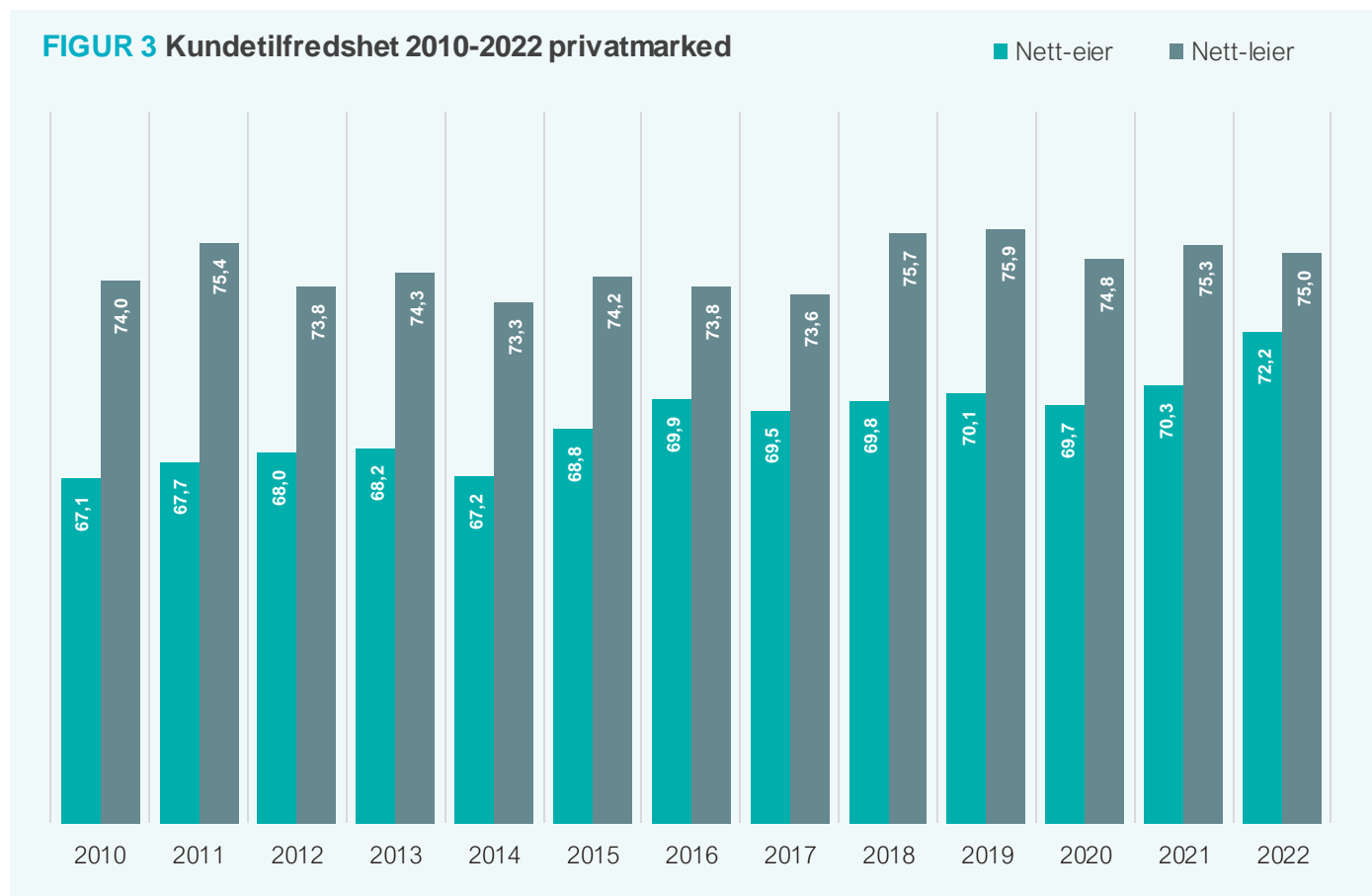
Kundelojaliteten i mobilbransjen er også god, og har steget over de siste årene. Parallelt med dette har andelen mobilkunder som oppgir at deres kundeforhold er relativt ferskt (under ett år gammelt) gått fra 16% i 2018 til 10% i 2022. Dagens mobilkunder er med andre ord mer trofaste til sitt mobilsekskap enn før. I tillegg viser målingen at andelen kunder som vurderer å bytte mobilsekskap det kommende året synker.

Ingen «honeymoon effekt»

Målingen forteller videre at kundetilfredsheten varierer i forhold til lengden på kundeforholdet. De som nylig har blitt kunde eller byttet mobilsekskap er mindre tilfredse enn de som har vært kunde i en lengre periode. Vi ser med andre ord ingen tegn til den såkalte «honeymoon-effekten» vi finner i enkelte andre bransjer, der kundene uttrykker særlig begeistring i starten av kundeforholdet. Resultatene viser tydelig at tilfredsheten i både privat- og bedriftsmarkedet stiger jo lengre kundeforholdet har vart.

Nett-eier vs nett-leier

I Norge er det tre mobilnett, og disse eies av Telenor, Telia og ice. De øvrige aktørene i markedet leier tilgang til nettet. Historisk sett har EPSI målingene vist at mobiloperatørene som leier tilgang til et mobilnett har kunnet skilte med høyere kundetilfredshet enn netteierne. Slik er tilfellet også i årets måling, men forskjellen er mindre enn noen gang. Det er interessant å se at netteierne over tid har klart å styrke kundetilfredsheten relativt sett i forhold til de som leier tilgang. Kundene opplever fortsatt at det er et tydelig skille når det gjelder oppfattet pris, men ser man på netteierne samlet, har disse tatt store steg på oppfølging og servicekvalitet.



Kort fortalt så er kvaliteten på mobiltjenestene som tilbys i Norge i det store og hele veldig bra, og tilfredsheten og lojaliteten er god. Det at forskjellene i mobilopplevelsen mellom de ulike selskapene er relativt liten er et signal om at kundene nok ikke helt klarer å se tydelige forskjeller på de ulike aktørene. Arbeidet med å skille seg ut og bli et attraktivt mobilselskap vil derfor kreve mer. Omdømme og renomméet blir viktig i tiden som kommer, det samme gjør kundeservice, enkelhet, og gode prismodeller. I tillegg til dette tyder studien også på at bærekraft vil kunne bety mer fremover. Når persepsjonen ute blant kundene er at «alle gjør det samme», blir det desto viktig å være annerledes.

På de påfølgende sidene tar vi for oss privat og bedriftssegmentet hver for seg, og i hvor stor grad de ulike aktørene klarer å tilfredsstille kundene.

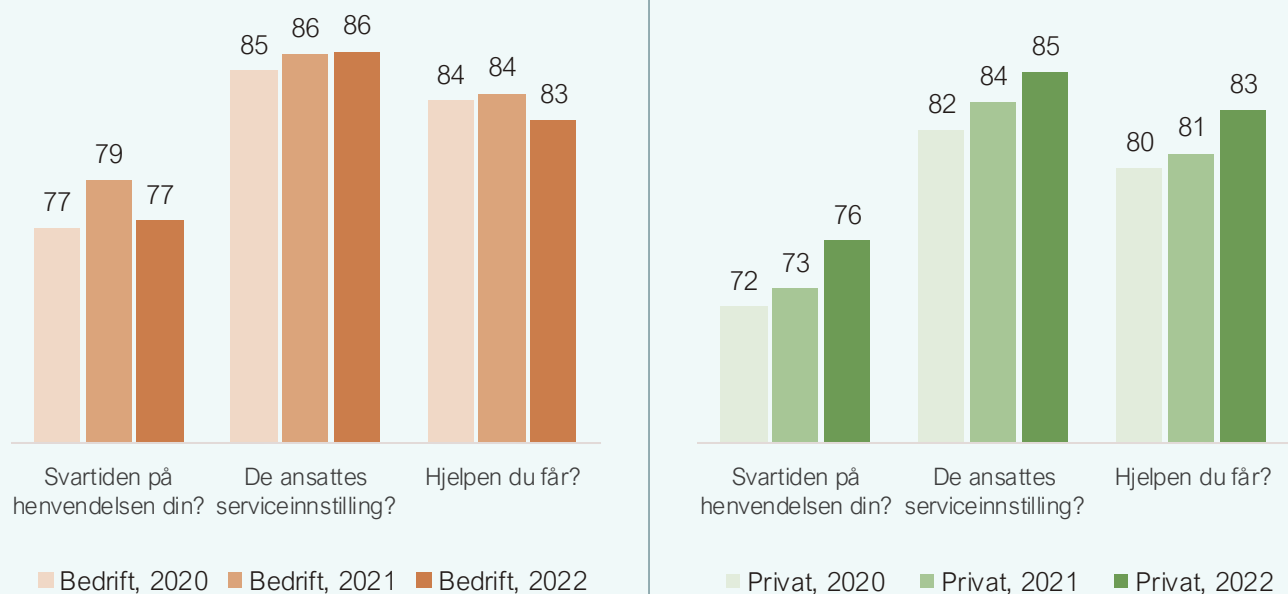
PRIVATMARKED

Kundetilfredsheten i privatmarkedet stiger videre, og et resultat på 73 er ny bestenotering for bransjen. Analysen viser at halvparten av alle privatkundene faktisk er meget godt tilfredse med deres mobilselskap. Den viktigste årsaken til denne fremgangen er kundenes opplevelse av produktkvaliteten. Norske mobilkunder opplever at den generelle dekningskvaliteten og tilgangen på 4G er meget god. I tillegg går utbyggingen av 5G i Norge for fullt, og andelen av kundene som svarer at de har tilgang på dette høyhastighetsnettverket har steget fra 38% i fjor til 58% i år. De kundene som opplever å ha tilgang til 5G opplever at produktkvaliteten totalt sett er bedre, samt at føler at de får mer verdi for pengene.

Mens det fram til nå har vært den økte produktkvaliteten som har drevet tilfredsheten oppover, virker det nå til at mobilselskapene i større grad enn før også klarer å levere på kundenes informasjonsbehov og evner i så måte å treffe kundene på en proaktiv måte. Servicenivået til mobilselskapene har også hevet seg betraktelig over de seneste årene. Svartiden på henvendelser, som har tidligere vært et frustrasjonsmoment for en del kunder, har styrket seg vesentlig fra i fjor. Det er dog fortsatt slik at mobilselskapenes service oppleves som noe bedre blant bedriftskundene enn hos privatkundene.

Til tross for at det jevnt over er mange bra tilbakemeldinger, er hver femte kunde misfornøyd med mobilselskapet sitt. Hver sjettede kunde svarer dessuten at de vurderer å bytte mobilselskap. Det er med andre ord fortsatt en jobb å gjøre for å sikre seg kundenes gunst.

FIGUR 4 Servicenivå 2019-2022



NØKKELTALL Mobilstudien privatsegmentet 2022

58%

Oppgir at mobiloperatøren muliggjør tilgang til 5G

33%

Har kjøpt mobiltelefonen sin gjennom sin mobiloperatør

59%

Oppgir at de bruker app-en til leverandøren sin

16%

Vurderer å bytte sitt mobilselskap i løpet av det kommende året

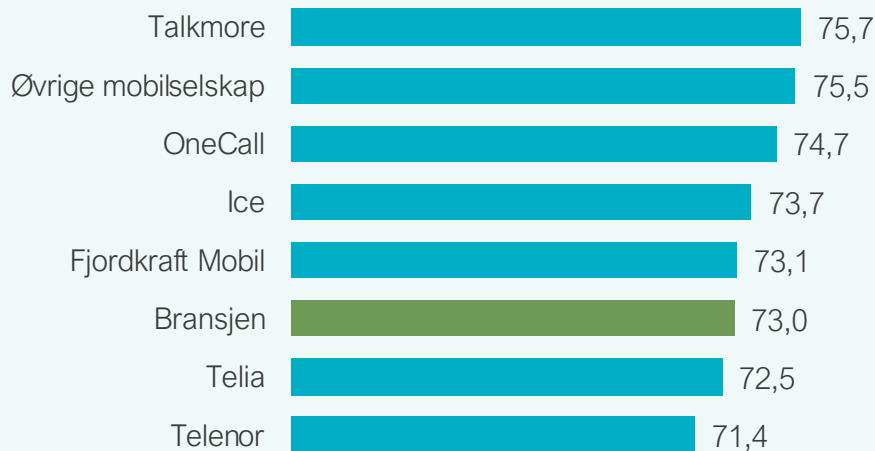
Talkmore på topp, Telenor på bunn

Det er i år kundene til Talkmore som er de mest tilfredse. Talkmore-kundene er meget godt fornøyde både med kvaliteten på mobiltjenesten og med servicenivået som ytes. I tillegg opplever kundene at Talkmore er enkle å ha med å gjøre, og at de i det store og hele føler seg godt ivaretatt.

Samlegruppen øvrige, som inneholder svar fra kunder av blant annet Chilimobil, Happybytes og MyCall presterer også godt, og oppleves spesielt konkurransedyktige på pris. OneCall går litt tilbake sammenlignet med i fjor, men kan fortsatt vise til et meget godt resultat.

Det er Telenor som kan vise til størst fremgang i denne målingen. Kundene har høye forventninger til Telenor, men årets studie viser at Telenor i langt større grad enn før klarer å innfri disse forventningene. Mens fjorårets måling blant annet avdekket at markedslederen var for treg til å svare på henvendelser, er tilbakemeldingene på svartid og kundeservice nå i år langt bedre. Telenor virker kort og godt mer interesserte i kundene sine enn før. Men, til tross for fremgangen er det fortsatt slik at Telenor-kundene er de minst fornøyde i denne målingen. Kundene opplever fortsatt at de får minst for pengene sammenlignet med de øvrige aktørene.

FIGUR 5 Kundetilfredshet 2022 privatmarked



BEDRIFTSMARKED

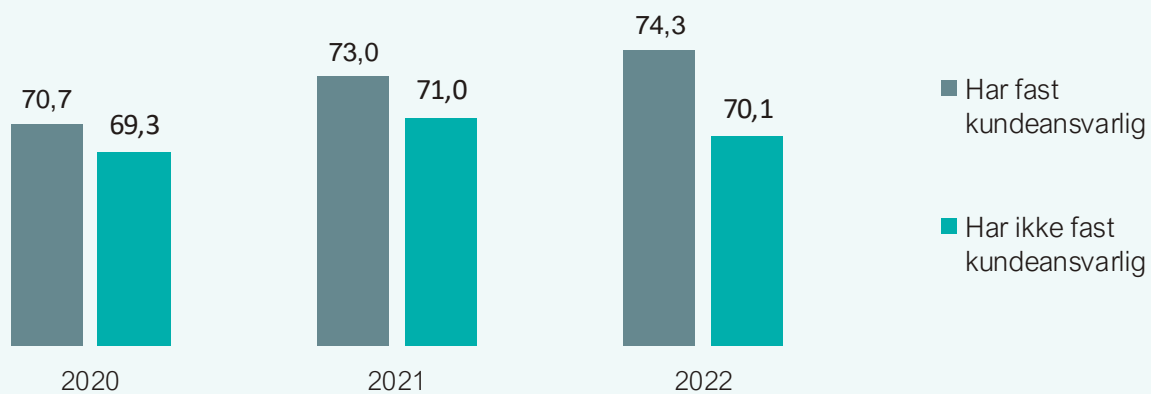
Tilbakemeldingen fra bedriftene rundt om i Norge viser at mobilselskapene i Norge fremstår som mer like enn på lenge. Differansen mellom topp og bunn skiller nå kun 4 punkter. De krav og forventningene som bedriftene har til sine mobilselskaper er ganske sammenfallende, og forskjellene i selve produktkvaliteten er mindre enn før. Dette betyr at aktørene nå i enda større grad må tenke nytt for å kunne fremstå som annerledes og attraktive overfor kundene.

Til tross for at det jevnt over er mange bra tilbakemeldinger, er hver femte bedrift misfornøyd med dagens mobilløsning, og hver sjettede bedrift svarer at de vurderer å bytte mobilselskap det kommende året. Det er en hard kamp om kundene i mobilbransjen, og hele 82% av bedriftene oppgir å ha blitt kontaktet av et konkurrerende mobilselskap de siste 6 måneder. Tilsvarende tall i 2020 var på 68%.

Fast kontaktperson

Resultatene fra målingen viser at det er mange kundeansvarlige ute hos mobilselskapene som gjør en god jobb ut mot kundene. Tilfredsheten med de kundeansvarlige er bedre enn noen gang. Bedrifter som har en fast kontaktperson hos mobilselskapene er tydelig mer fornøyd med mobilselskapet sitt enn de som ikke har det. De bedriftene som har en egen kundeansvarlig er spesielt tilfredse med oppfølgingen og kundeinformasjonen de får. Dette følger trenden fra tidligere år, og har forsterket seg over de siste 12 månedene ved at de som ikke har kundeansvarlig i mindre grad føler seg godt nok ivaretatt.

FIGUR 6 Kundetilfredshet splittet på om man har fast kundeansvarlig eller ikke



Mobilt bedriftsnett - sentralbord

Andelen bedrifter som oppgir at de har mobilt bedriftsnett (sentralbordsløsning) fortsetter å vokse, og 60% av kundene oppgir nå at de har en slik løsning fra mobilleverandøren. Selv om tilfredsheten med denne tjenesten er dårligere enn i fjor, er bedriftene som har en slik løsning jevnt over noe mer fornøyd totalt sett enn de som ikke har det. Som tidligere målinger har vist så er det kundene til Phonero som er mest fornøyd med deres mobile bedriftsnett.

NØKKELTALL Mobilstudien bedriftssegment 2022

36%

Av bedriftene oppgir at de har en fast kundeansvarlig/kontaktperson

82%

Av bedriftene har blitt kontaktet av et konkurrerende selskap som vil selge inn ny mobilløsning

24%

Av norske bedrifter ønsker ikke å bli kontaktet av mobilselskapet sitt.

60%

Av norske bedrifter oppgir at de har en mobilt bedriftsnett fra leverandøren sin.

Phonero på topp

Phonero sin kundetilfredshetsreise er interessant. Tilbake i 2018 hadde Phonero en kundetilfredshet på 63,8 - noe som plasserte dem på bunn i denne målingen. I årets måling er tilbakemeldingen en ganske annen. Med en kundetilfredshet på 74,9 er det i år Phonero som kan skilte med at det er de som har de mest tilfredse bedriftskundene. Mobilopplevelsen er med andre ord en helt annen enn den var i 2018, og flertallet av kundene er nå meget godt tilfredse med Phonero. Tilbakemeldingen tyder på at de leverer godt på forventningene, at mobiltjenestene er gode, at prisene er konkurransedyktige, og at Phonero er enkle å forholde seg til.

Ice er mobilselskapet som kan vise til størst fremgang fra i fjor. Ice-kundene har tidligere påpekt at produktkvaliteten ikke har vært god nok, men årets måling viser en tydelig endring. Både dekningen, samtalekvaliteten og tilgangen på 4G oppleves som vesentlig bedre enn før. I tillegg til det er kundene meget godt fornøyd med både prisnivået og servicen som tilbys.

Det er i år samlegruppen «Øvrige mobilselskap» som får den svakeste tilbakemeldingen. Denne gruppen består av svar fra kunder av selskaper som Nortel, Unifon og Saga Mobil,. En tilbakemelding på drøyt 70 er ingen dårlig score, og kundene er godt tilfredse med mobiltjenesten de har. Men til sammenligning med i fjor så oppleves servicekvaliteten som dårligere og denne gruppen får også målingens svakeste tilbakemelding når det gjelder det å ta et samfunnsansvar.

FIGUR 7 Kundetilfredshet 2022 bedriftsmarked



BÆREKRAFT OG SAMFUNNSANSVAR

Når vi studerer hva som driver kundetilfredshet mest og minst, ser vi en utvikling i retning av at samfunnsansvar/bærekraft påvirker kundetilfredsheten mer enn før. Fjorårets måling viste at hverken privatkundene eller bedriftskundene hadde et spesielt godt inntrykk av mobilselskapenes bærekraftsarbeid. Bærekraft er et vanskelig begrep, noe som også gjør det utfordrende for mange å mene noe om dette. Som i fjor så er det fortsatt en stor andel av kundene som svarer at de ikke kjenner til hva mobilselskapene gjør innen bærekraft, men målingen viser at tilbakemeldingene er langt mer positive i år sammenlignet med i fjor.

I privatmarkedet er det i år (som i fjor) OneCall som får den beste tilbakemeldingen, og kundene opplever at OneCall i større grad enn bransjen for øvrig klarer å kommunisere sitt bærekraftsarbeid på en god måte. «NestenNy» kampanjen er trolig medvirkende her, og kampanjen er også nevnt i de åpne kommentarene i positive ordelag.

I bedriftsmarkedet ses det at det er Telia som får den beste tilbakemeldingen etter en fin framgang fra i fjor. Kundene til Telia opplever at de i større grad engasjerer seg i tiltak som bidrar til en bærekraftig utvikling enn hva tilfellet er for de andre aktørene.

EPSI SIN BÆREKRAFTSINDEKS

Topp 3 navngitte aktører privatmarked

- 1 OneCall
Score: **67,2**
- 2 Telia
Score: **63,2**
- 3 Telenor
Score: **61,3**
- Bransjesnitt
Score: **62,0**

EPSI SIN BÆREKRAFTSINDEKS

Topp 3 navngitte aktører bedriftsmarked

- 1 Telia
Score: **64,5**
- 2 Phonero
Score: **60,1**
- 3 Talkmore Bedrift
Score: **59,1**
- Bransjesnitt
Score: **58,7**

OM EPSI RATING OG MOBILSTUDIEN 2022

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 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.

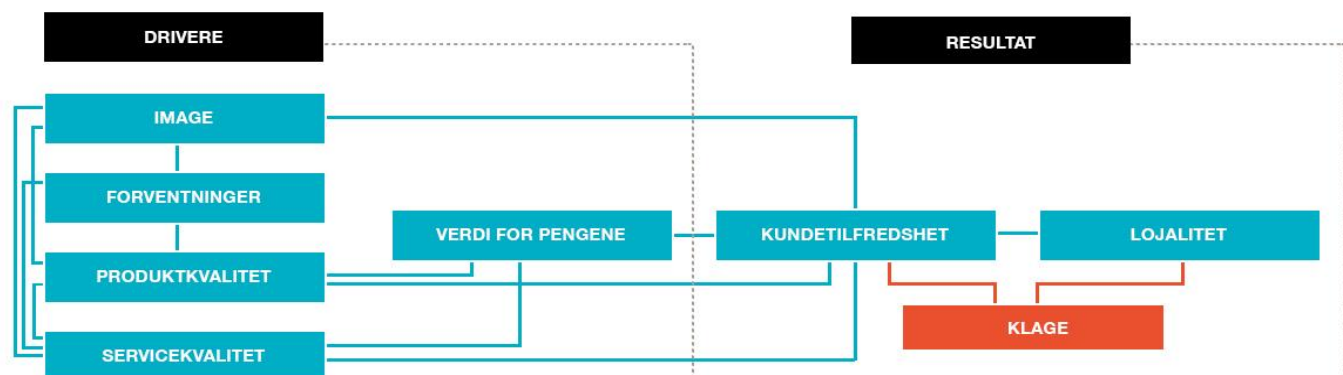
Om mobilstudien 2022

Feltarbeidet er gjort av Norstat Norge/EPSI i perioden fra 22. august til 27. september. Totalt er det gjennomført nesten 1400 intervjuer av privatkunder i alderen 18 – 85 år. I bedriftssegmentet er det gjennomført knappe 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 kan man si at forskjeller på 2,5 indekspoeng eller mer er signifikante.

For mer informasjon, ta kontakt med:

Fredrik Høst Daglig leder EPSI Rating Norge

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



 EPSI

 RATING