



Bærekraftsindeks Telekom 2024

Mer beviste kunder, men telekomselskapenes budskap forblir uklart

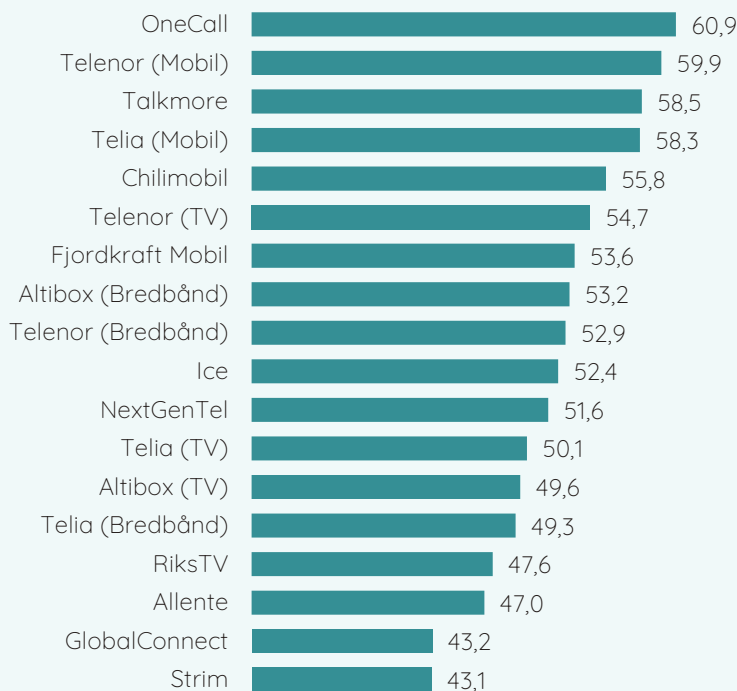
EPSI har siden 2003 målt kundetilfredshet i ulike bransjer i Norge, og i 2021 utvidet vi målingene til å inkludere kundenes oppfatning av leverandørenes bærekraftsarbeid. Denne utvidelsen reflekterer de økende forventningene om at selskaper skal ta ansvar for bærekraft – sosialt, miljømessig og økonomisk. Tallene fra 2024 viser at flere kunder nå føler seg i stand til å vurdere telekomselskapers bærekraftsinnsats. I 2022 oppga kun 49 % av kundene at de hadde tilstrekkelig innsikt til å gjøre en vurdering, mens denne andelen har steget til 67 % i år. Denne utviklingen tyder på at kundene har fått bedre tilgang til informasjon og en økt bevissthet rundt temaet, noe som også kan bidra til høyere forventninger til at leverandørene tar ansvar. Samtidig ser vi at den generelle vurderingen av telekomselskapers bærekraftsarbeid har gått noe ned. Dette kan indikere at kundene, med økt kunnskap, nå stiller høyere krav til hva selskapene faktisk gjør, eller har blitt mer kritiske til de konkrete

tiltakene. Gjennomsnittlig vurdering har falt med 1,6 poeng i privatmarkedet og 2,6 poeng i bedriftsmarkedet. Bærekraftsindeksen ligger nå på 54 for privatkunder og 56 for bedriftskunder. En annen utfordring er mangelen på kommunikasjon. Kun 10 % av privatkundene og 14 % av bedriftskundene oppgir å ha mottatt informasjon om telekomselskapers bærekraftsarbeid. Dette understreker et betydelig forbedringspotensial i bransjens kommunikasjon, ettersom informasjon om bærekraftsinitiativer kan være avgjørende for å bygge tillit og økt lojalitet i en stadig mer konkurranseutsatt bransje.

OneCall på topp blant privatkundene

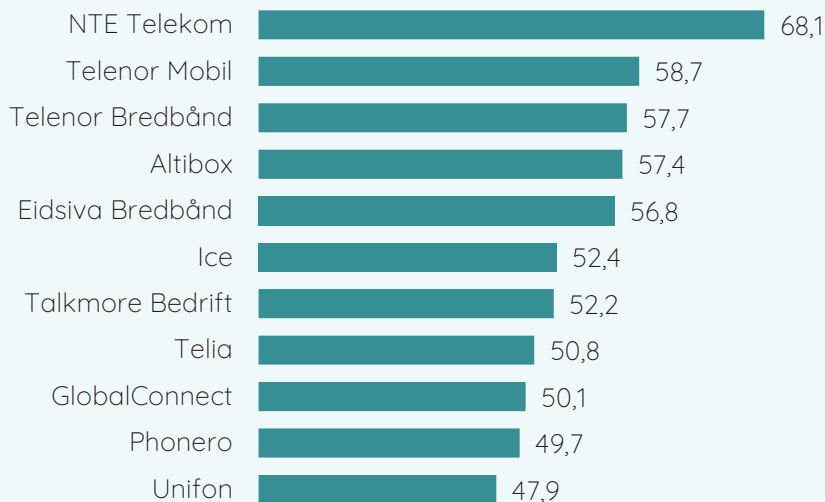
Målingen fra EPSI avdekker betydelige forskjeller mellom leverandørene i privatmarkedet når det gjelder bærekraft. Mobilselskapene kommer nok en gang best ut, og det er OneCall som topper listen med høyest kundetilfredshet knyttet til bærekraft.

Resultat – Privat Bærekraftsindeks 0-100



Resultat – Bedrift

Bærekraftsindeks 0-100



Selv om en skår på 60,9 kanskje ikke fremstår som svært høy, er det den beste blant de målte aktørene i segmentet.

NTE Telekom leder an i bedriftssegmentet

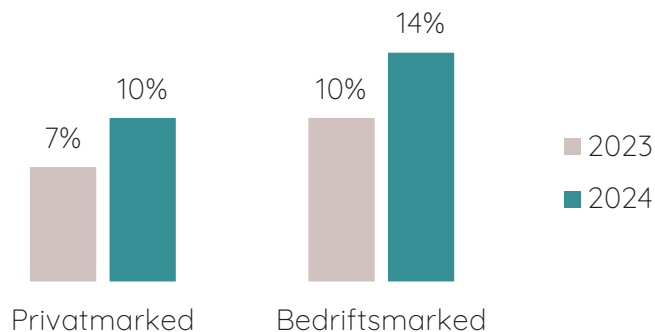
I bedriftsmarkedet peker NTE Telekom seg ut som den suverene aktøren innen bærekraft. Kundene opplever at NTE i større grad enn sine konkurrenter tar samfunnsansvar og engasjerer seg i tiltak som fremmer en bærekraftig utvikling. I tillegg får NTE ros for å være best på å holde kundene informert om selskapets arbeid med bærekraft, noe som styrker deres posisjon som en ansvarlig og fremtidsrettet leverandør.

Lite informasjon og lavt engasjement

Tilbakemeldingene fra denne studien viser at telekombransjen samlet sett scorer dårligere på bærekraft sammenlignet med andre bransjer, som for eksempel banknæringen. Telekomselskaper informerer i liten grad kundene om sitt bærekraftsarbeid, selv om de internt jobber aktivt med temaet. Kun 10 % av kundene oppgir å ha mottatt informasjon om selskapenes bærekraftsinitiativer. Det vi ser, er at de som faktisk

har fått informasjon, er langt mer tilfredse med sine leverandører. En annen viktig faktor er at bærekraft oppleves forskjellig av ulike kundegrupper. Yngre kunder viser størst interesse for bærekraftstiltak og er ofte mer positive til det arbeidet som gjøres. På bedriftsmarkedet er det de minste bedriftene som viser minst interesse og samtidig er mest kritiske i sin vurdering av leverandørene. Den store utfordringen for telekombransjen er å lukke informasjonsgapet og kommunisere tydeligere om sitt bærekraftsarbeid. God og forståelig informasjon er nøkkelen til økt kundetilfredshet og lojalitet, og kan bidra til å bygge tillit i en stadig mer konkurranseutsatt bransje.

Har selskapet informert deg om hvordan de jobber med bærekraft? Andel Ja



Om EPSI Rating Norge

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. Les mer på epsi-norway.org