



MOBILSTUDIEN 2024

HVOR FORNØYDE ER
MOBILKUNDENE I NORGE?

Norske mobilkunder er fortsatt godt fornøyde, men den positive trenden snur

2300

Dybde-
intervjuer

Aug/Sept
2024

Intervju-
periode

Drøyt 60

Spørsmål

Kundetilfredsheten i mobilbransjen har gjennomgått en betydelig utvikling de siste to tiårene. Fra lave nivåer tidlig på 2000-tallet, har bransjen styrket seg gjennom kontinuerlige forbedringer i produkt- og tjenestekvalitet. Dette inkluderer spesielt bedre dekning, samtalekvalitet og økt datakapasitet, som samlet har bidratt til relativt problemfri mobilhverdag og en bedre kundeopplevelse. Dette gjelder for både privat- og bedriftsmarkedet.

I 2024-undersøkelsen ser vi imidlertid en liten tilbakegang i den generelle kundetilfredsheten, selv om nivåene fortsatt er gode. Etter flere år med jevn økning, spesielt mellom 2018 og 2022, hvor teknologiske fremskritt som 5G-utbygging og bedre datapakker ga kundene mer verdi for pengene, ser vi nå en moderat nedgang. I privatmarkedet ligger tilfredsheten på 72,2, ned fra 73,1 i fjor, mens bedriftsmarkedet har gått fra 72,4 til 71,4. Til tross for fortsatt høye

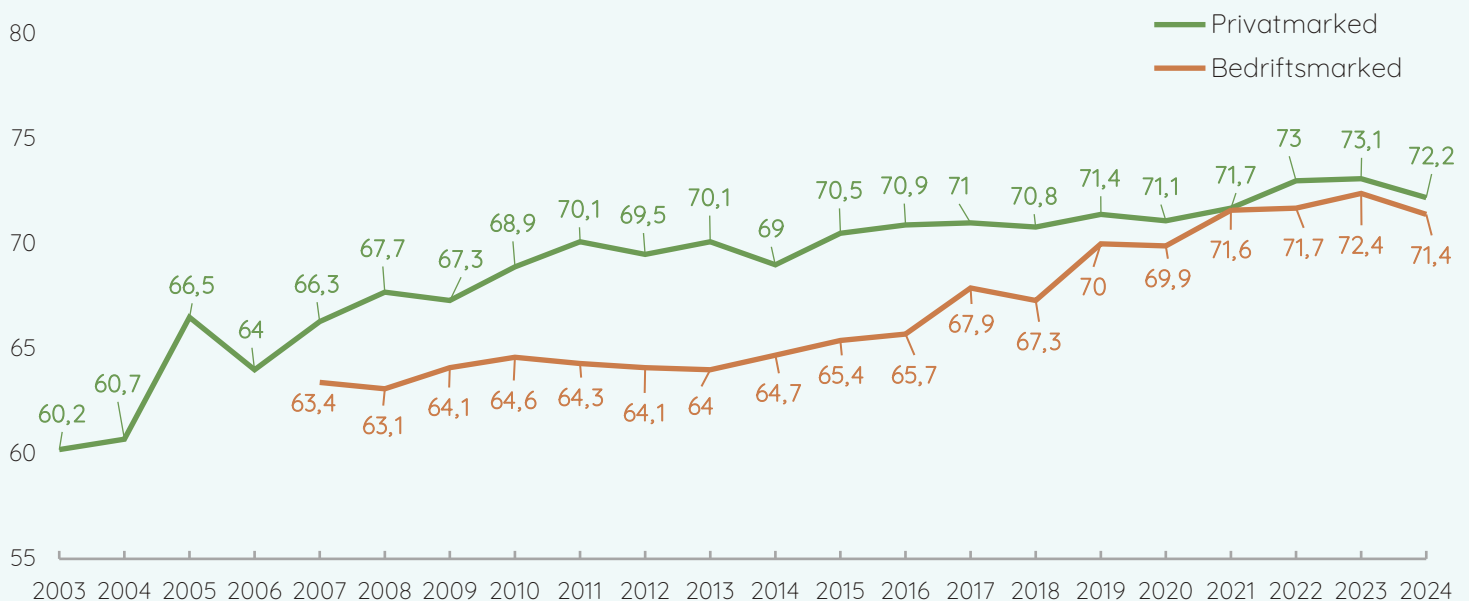
nivåer, signaliserer disse tallene en tilbakegang som bransjen bør følge nøye med på.

5G - en hygienefaktor

Tilgangen til 5G har blitt en essensiell del av kundeopplevelsen i mobilmarkedet og forklarer noe av økningen i vurderingen av produktkvaliteten de siste årene. I årets undersøkelse oppgir nesten samtlige kunder at de har tilgang til 5G-nettet via sin leverandør, noe som markerer en stor utvikling på kort tid.

Da dette først ble målt i EPSSI-studien i 2021, hadde manglende 5G-tilgang relativt liten påvirkning på tilfredsheten. I dag ser vi imidlertid at kunder som ikke opplever god nok 5G-dekning, uttrykker tydelig lavere tilfredshet med sine mobilskap enn andre. Dette tyder på at 5G-dekning nå har blitt en forventning - en såkalt hygienefaktor - i markedet.

Kundetilfredsheten i mobilbransjen 2003 - 2024



Hva svarer privatkundene når de får vurdere sine mobilselskaper?

Eldre kunder mindre tilfredse

En av de tydeligste endringene i årets undersøkelse i privatmarkedet er at kundetilfredsheten blant de eldste kundene, de over 60 år, har falt. Mens unge voksne og middelaldrende kunder har en tilfredshet på nivå med fjoråret, er de eldre kundene nå mindre fornøyde enn på flere år. Til tross for at kundene i dette alderssegmentet fortsatt er godt fornøyde med dekning og samtalekvalitet, viser analysene at de i økende grad føler seg mindre ivaretatt. Det er også slik at eldre kunder i mindre grad ser nytteverdien av større datapakker, noe som i større grad oppleves som en viktig faktor for yngre kundegrupper.

Utviklingen kan til en viss grad også ses i sammenheng med at chatbots og andre digitale verktøy spiller en viktigere rolle i kundenes håndteringen av sine mobilabonnement. Mens yngre kunder ofte ser fordelene ved denne typen selvbetjeningsmuligheter, har eldre kunder en sterkere preferanse for personlig kontakt og oppfølging.

Med andre ord, én tilnærming passer ikke nødvendigvis alle kunder, og en mer tilpasset kundestrategi som tar høyde for ulike behov vil trolig bli verdsatt i et stadig mer segmentert og krevende marked.

Mange bytter, men blir ikke nødvendigvis mer fornøyde av den grunn

Som tidligere år viser årets undersøkelse at det fortsatt er betydelig bytteaktivitet i mobilbransjen, med pris som hovedårsak. Et gjennomgående funn er at nye kunder, som nylig har byttet mobilselskap, rapporterer lavere kundetilfredshet sammenlignet med kunder som har vært lojale over lengre tid. Dette tyder på at selv om pris ofte er en avgjørende faktor for å bytte leverandør, er det faktorer som dekningskvalitet, kundeservice og brukervennlige digitale løsninger som bidrar til gode kundeopplevelser.

Premium abonnement treffer bedre på kundenes behov.

Tidligere undersøkelser har vist en tendens til at kunder med dyrere abonnementer uttrykker en lavere kundetilfredshet enn de med rimeligere abonnement. Dette mønsteret er imidlertid mindre fremtredende i årets måling. En mulig forklaring er at mange av de dyrere abonnementene nå inkluderer ubegrenset data, noe som gir kundene en sterkere opplevelse av verdi for pengene. Dermed ser vi at de som betaler for dyrere mobilabonnement nå er mer fornøyde enn tidligere år.

NØKKELTALL Mobilstudien privatmarked 2024

79%

Oppgir at mobiloperatøren muliggjør tilgang til 5G

17%

Har benyttet seg av chatboten til leverandøren sin

62%

Oppgir at de bruker mobilappen til mobilselskapet

65%

Oppgir at de har mottatt informasjon fra mobilselskapet i løpet av de siste 6 månedene

«Selskapet som kan skilte med den største fremgangen i årets måling er Telia»

Chilimobil på topp, Telenor på bunn

I sin første EPSI-måling inntar Chilimobil topplasseringen i denne undersøkelsen, og får gode tilbakemeldinger på flere områder. Flertallet av kundene er meget godt tilfredse med deres Chilimobil-abonnement.

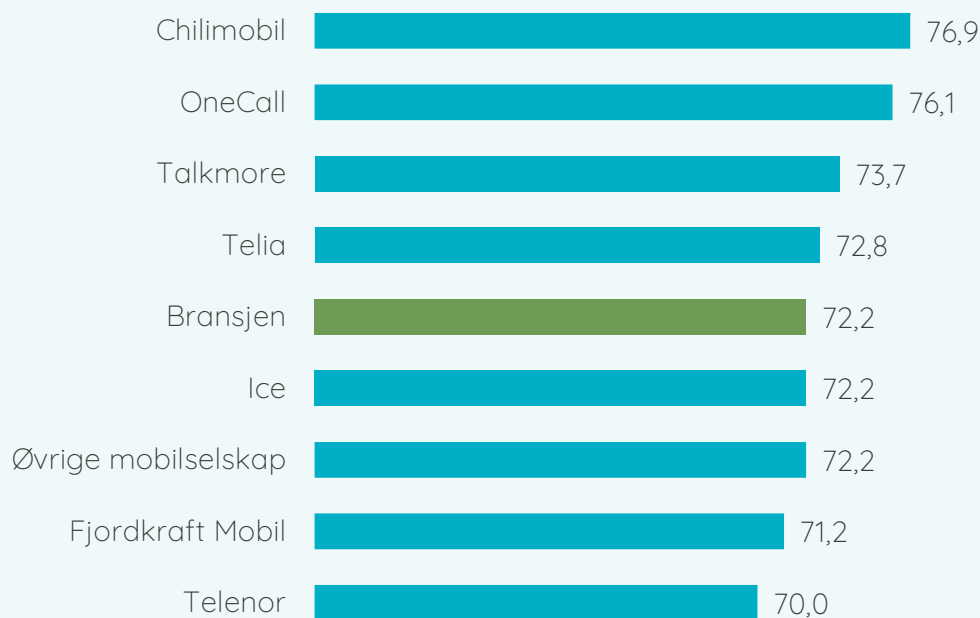
Chilimobil klarer i større grad enn konkurrentene å møte og til dels overgå kundenes forventninger og behov knyttet til mobilabonnement. Kundene opplever at de får mye mobiltelefoni for pengene, og vurderer selskapet som svært konkurransedyktig på pris. Videre fremhever kundene hvor enkelt det er å være kunde, samt at de føler seg godt ivaretatt gjennom hele kundeforholdet.

Selskapet som kan skilte med den største fremgangen i årets måling er Telia. Kundene rapporterer om en tydelig forbedring i produktkvaliteten over det siste året, spesielt når det gjelder hastighet

ved databruk og generell dekning. Servicenivået til Telia har også fått et løft, og bidrar til at flere kunder føler seg bedre ivaretatt. I sum opplever kundene at de får mer verdi for pengene, og sitter igjen med et sterkere totalinntrykk av Telia.

Det er kundene til Telenor som er minst tilfredse i årets EPSI undersøkelse. Selv om Telenor fortsatt anses som et trygt og pålitelig mobil-selskap, og er best på å ivareta kundenes sikkerhet på nett, så opplever kundene at de får mindre verdi for pengene enn før. Mange kunder mener at Telenor bør bli flinkere til å tilpasse abonnementene til deres faktiske behov, og flere mener at servicenivået har blitt dårligere gjennom det siste året. Til tross for at Telenor oppfattes som en solid leverandør i den øvre prisklassen, føler kundene seg dårligere fulgt opp, mindre informert, og ikke like godt ivaretatt som tidligere.

Kundetilfredshet Mobiltelefoni Privatmarked 2024



*Øvrige mobil-selskap inkluderer kunder av andre selskaper enn de overnevnte, for eksempel PlussMobil, MyCall og Happybytes.

Hvor fornøyde er norske bedrifter med deres mobilskaper?

Årets kundeundersøkelse blant bedriftskunder i mobilbransjen viser en svak nedgang i samlet kundetilfredshet. Selv om produktkvaliteten har økt, opplever stadig flere bedrifter at mobilabonnementene deres blir mindre konkurransedyktige når det gjelder pris. Dette er en utvikling som har pågått over de siste fem årene, med en nedgang i prisopplevelsen fra 69,5 i 2019 til 62,4 i 2024.

Denne nedgangen skjer samtidig som generell kundetilfredshet har steget, noe som tyder på at forbedringene i produktkvaliteten har dempet effekten av svekket prisopplevelse. God dekning og høy kvalitet på mobilnettet gjør at mange fortsatt føler de får verdi for pengene.

Økt konkurranse om bedriftskundene

En svekket prisopplevelse kan også være et resultat av økt konkurranse om kundene. Stadig flere bedriftskunder rapporterer om å bli kontaktet av mobilskaper som ønsker å kapre nye kunder. Selv om dette ikke har en direkte effekt på den generelle kundetilfredsheten, ser vi at de kundene som blir kontaktet av andre leverandører, vurderer sitt nåværende mobilskaper som mindre konkurransedyktige på pris.

Bedre digitale løsninger

Bruken av digitale løsninger har de siste årene blitt en stadig viktigere faktor for kundetilfredshet. Tidligere hadde digitale verktøy begrenset innflytelse, men i 2024 ser vi at kunder som aktivt benytter seg av slike løsninger, er betydelig mer fornøyde enn andre. Disse bedriftene opplever spesielt bedre kontroll over kundeforholdet sitt, noe som gir en positiv effekt på deres totale tilfredshet. En økt fokus på å videreutvikle de digitale verktøyene vil derfor være viktig i arbeidet med å heve kundetilfredsheten ytterligere.

Sjeldnere kontakt mellom kunde og leverandør

Fra 2019 til 2024 har andelen bedrifter som er i kontakt med sitt mobilskaper, sunket fra 70 % til 56 %. Dette kommer nok av at kundene jevnt over opplever at mobiltjenestene fungerer som forventet, samt at flere bedrifter er i stand til å håndtere kundeforholdet selv via digitale løsninger. Likevel viser dataene at tilfredsheten er høyere blant de som har hatt kontakt enn de som ikke har hatt det, noe som vitner om at kundeservicesentrene ofte håndterer henvendelser på en meget god måte.

NØKKELTALL Mobilstudien bedriftsmarked 2024

63%

Oppgir å ha mottatt informasjon fra leverandøren i løpet av de siste 6 månedene

68%

Benytter seg av selvbetjeningsløsninger til leverandøren

88%

Oppgir at mobiloperatøren muliggjør tilgang til 5G

89%

Har blitt kontaktet av en konkurrerende leverandør som vil selge inn en ny mobilskaper

«KAM-effekt»

Trenden med at færre bedrifter har en fast kundeansvarlig fortsetter i 2024, men undersøkelsen viser fortsatt en tydelig "KAM-effekt". Bedrifter med en dedikert kontaktperson er mer fornøyde enn før. Gapet mellom bedrifter med og uten fast kundeansvarlig har blitt mer fremtredende, der de med fast kontaktperson får bedre oppfølging og service.

Bedrifter som har regelmessig kontakt med mobilleverandøren, uttrykker høyere tilfredshet enn de som ikke har det. Selv om dette har vært tilfellet i flere år, er effekten enda tydeligere i årets måling. Det å ta en alt-vel samtale fra tid til annen skaper et mer personlig forhold og en styrket kunderelasjon.

Phonero på topp for tredje året på rad

Phonero beholder posisjonen som nummer én også i år. En kundetilfredshet tett opp under 75 vitner om at selskapet er godt likt blant kundene, og at majoriteten er godt fornøyde med selskapets mobiltjenester. Phonero-kundene har høye forventninger, men med et solid mobilnett,

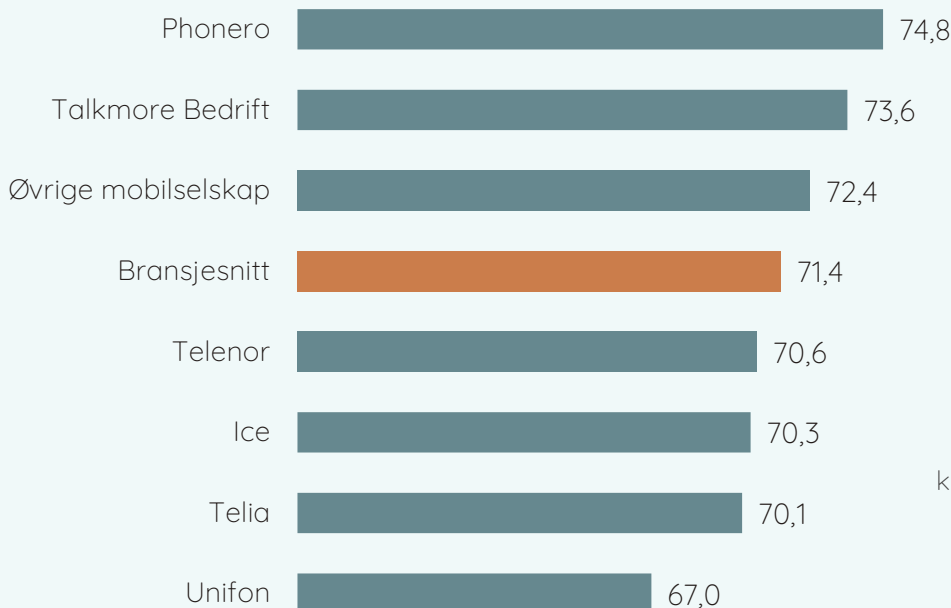
konkurransedyktige priser, brukervennlige løsninger og topp kundeservice innfrir Phonero disse i stor grad. Bedriftskundene har generelt et godt inntrykk av Phonero, og opplever at selskapet er genuint interessert i dem.

Videre viser studien at Talkmore Bedrift ligger stabilt sammenlignet med i fjor, mens både Telenor, ice og Telia faller tilbake og har med det en tilnærmet identisk kundetilfredshet.

Unifon, som kjøpte Nortel for omtrent ett år siden, er for første gang inkludert i denne undersøkelsen. Kundetilfredsheten ligger på 67, noe som er et ok resultat, men noe under nivået til hovedkonkurrentene. Unifon får relativt gode tilbakemeldinger på pris og verdi for pengene, men kundene etterlyser tettere oppfølging, mer informasjon og forbedrede digitale løsninger.

«Bedriftskundene har generelt et godt inntrykk av Phonero, og opplever at selskapet er genuint interessert i dem»

Kundetilfredshet Mobil Bedriftsmarked 2024



*Øvrige mobilselskaper innebærer kunder av andre mobilselskaper enn de i oversikten, for eksempel SMB Mobil, Saga Mobil og Chilimobil



Ønsker du mer innsikt fra studien?

Denne rapporten er en oppsummering av en større datainnsamling blant 2300 mobilkunder i privat- og bedriftssegmentet. Undersøkelsen omfatter en rekke spørsmål, fritekstsvar, og analyser som ikke alt er beskrevet i dette sammendraget.

Vi kan blant annet tilby en dashbordløsning hvor du som kunde får resultater på alle spørsmål, historisk utvikling, fritekstsvar og mulighet for å sammenligne med andre aktører i bransjen.

Ønsker du mer innsikt og detaljerte tall per aktør i undersøkelsen, eller kanskje din bedrifts helt unike kundeundersøkelse tilpasset din bransje? Ta gjerne kontakt med oss:

Kontakt:

Fredrik Høst, Daglig leder
fredrik.host@epsi-norway.org
+47 48 86 76 01

Sindre Brochmann, Senior forretningsutvikler
sindre.brochmann@epsi-norway.org
+47 45 87 01 92

Ønsker du å lese mer om EPSI kan du gjøre det her: [Om EPSI](#)

Ønsker du å lese mer om hvordan vi måler kundetilfredshet finner du dette her: [Om kundetilfredshet](#)