

SVENSKT KVALITETSINDEX

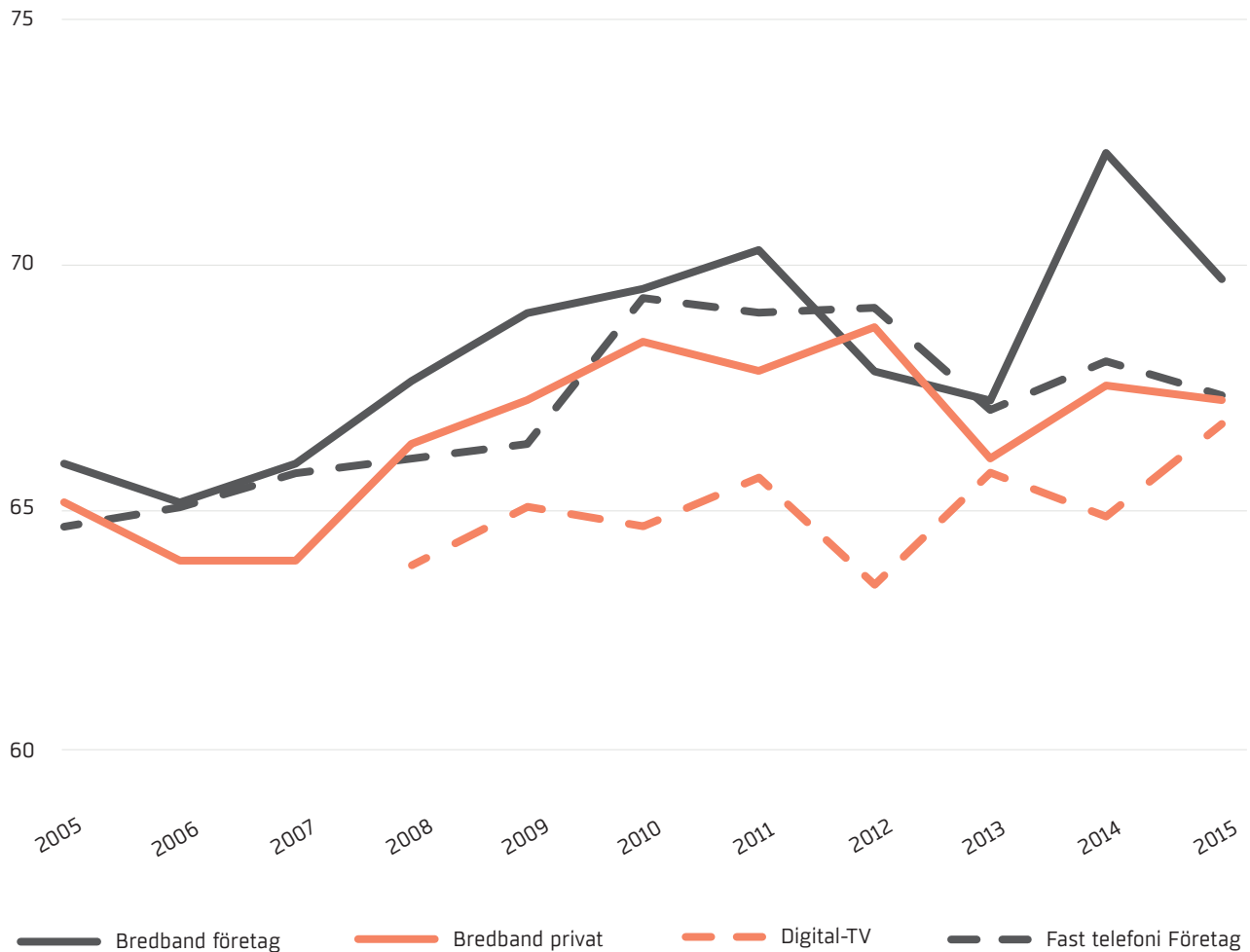
# Bredband, Digital-TV och Fast telefoni 2015



För ytterligare information besök vår hemsida  
([www.kvalitetsindex.se](http://www.kvalitetsindex.se)) eller kontakta;

Johan Parmler, VD  
Telefon: 0731-51 75 98  
E-post: [johan.parmler@kvalitetsindex.se](mailto:johan.parmler@kvalitetsindex.se)

**SVENSKT KVALITETSINDEX**

Betyg  
0-100Trender i kundnöjdhet  
SKI Telekom 2005-2015

3

## Digital-TV går mot strömmen

**Digital-TV får sitt** bästa betyg någonsin medan övriga områden, bredband och fast telefoni, backar eller ligger still. Även om Digital-TV har en bit kvar till många andra branscher och områden (såsom bank och försäkring) så går det åt rätt håll. Kunderna till bredbandsleverantörerna ger sina operatörer sämre betyg än tidigare. Det gäller både privatkunder och företagskunder. Fast telefoni där företagsmarknaden studeras särskilt i år får också något sämre betyg än tidigare av sina kunder.

Precis som bland mobiloperatörerna så får bredbandsbolagen stryk av sina företagskunder där en nedgång på mer 2 enheter noteras. Här är det särskilt Bredbandsbolaget och Tele2 som står för de stora nedgångarna.

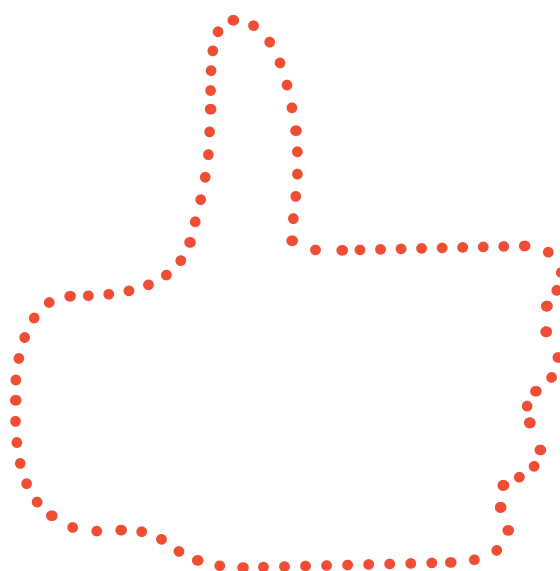
*Bredbandsoperatörerna får sämre betyg än tidigare*



# NÖJDAST KUNDER

4

- > **Ownit** befäster sin position som breddbandsleverantören med nöjdast privatkunder
- > Bland företagskunderna så har **Tele2** nöjdast kunder
- > I Digital-TV har **Telia** övertagit förstaplatsen från Breddbandsbolaget
- > Fast telefoni för företagskunder där har **Tele2** gått om Telia och fjolårets vinnare Phonera har tappat.



# 10%

AV BREDBANDSKUNDERNA  
ANGER ATT DE PLANERAR  
ATT BYTA LEVERANTÖR

## Com Hem, Canal Digital och Telia går framåt inom Digital-TV

Årets uppgång för digital-TV branschen som helhet kan till stor del spåras till att Telia men inte minst att Com Hem får betydligt bättre betyg än tidigare. Vad gäller Com Hem så ligger både bättre produktkvalitet och service bakom årets uppgång. Com Hem får också betydligt bättre betyg på prisvärdhet jämfört med tidigare.

**>> Telia** får i år  
högst betyg med  
**Bredbandsbolaget** hack  
i häl. **<<**

Telia får i år högst betyg med Bredbandsbolaget hack i häl som tidigare haft högst nöjdhetsstal.

Det är värt att notera att några av aktörerna har kunder som också har andra tjänster hos samma leverantör

som för digital-TV. Vi ser inga generella samband kring att de som har flera tjänster per automatik är mer nöjda. Telia har dock en viss fördel i att kunderna har flera tjänster men effekten är marginell.

## Ownit sticker ut i en bransch som går kräftgång

Inga stora förändringar vad gäller nöjdhetsbetyg noteras för majoriteten av operatörerna. Den enda som egentligen sticker ut är Ownit som får ett riktigt högt betyg av sina kunder.

10 procent av bredbandskunderna anger att de planerar att byta leverantör. En intressant notering är att det då är Com Hem och Telia som man ser som sitt första alternativ. Precis som vid tidigare års mätningar så noterar vi viss skillnad på typ av uppkoppling. Kunder som är uppkopplade via ADSL är exempelvis betydligt mindre nöjda än de kunder som har sin uppkoppling via fiber. En särskild utmaning för branschen här är att man lätt överlovar eller att man inte är tillräckligt tydlig i sina erbjudanden. Detta är också en anledning till klagomål.



6

## Att använda klagomål som en konkurrensfördel

Inom bredband privatkunder så kommer bredbandsbolaget väldigt bra ut. En stor anledningen är att man på ett mycket bra sätt lyckas hantera sina klagande kunder. – Bredbandsbolaget har lyckats med den så kallade "recovery paradox", nämligen att omvända en missnöjd klagande kund till en nöjd kund. Faktum är att operatörerna inom bredband är betydligt bättre på att hantera klagande kunder jämfört med exempelvis mobiloperatörer.

### Klagomålshantering privatkunder

Betyg  
0-100



**Kundnöjdhet Digital-TV Privatmarknad 2011-2015**

NÖJDHET					
Aktör	2011	2012	2013	2014	2015
Boxer	66,5	64,2	67,2	65,3	66,3
Bredbandsbolaget	-	67,4	66,0	69,5	70,9
Canal Digital	68,8	67,1	66,4	67,3	69,1
Com Hem	62,9	59,6	61,8	60,5	64,1
Telia	66,2	65,3	67,3	67,4	71,4
Viasat	65,0	63,3	63,7	63,6	61,2
Övriga	65,3	59,2	73,1	67,4	70,0
Branschen	65,6	63,4	65,7	64,8	66,7

**Kundnöjdhet Fast telefoni 2011-2015**

NÖJDHET					
Aktör	2011	2012	2013	2014	2015
Phonera	69,4	70,9	67,5	69,9	61,5
Tele2	67,4	66,1	67,6	66,8	69,4
Telia	69,3	69,7	67,3	68,9	67,7
Övriga	67,4	66,8	63,5	61,8	64,5
Branschen	69,0	69,1	67,0	68,0	67,3

## TABELLER (alfabetisk ordning)

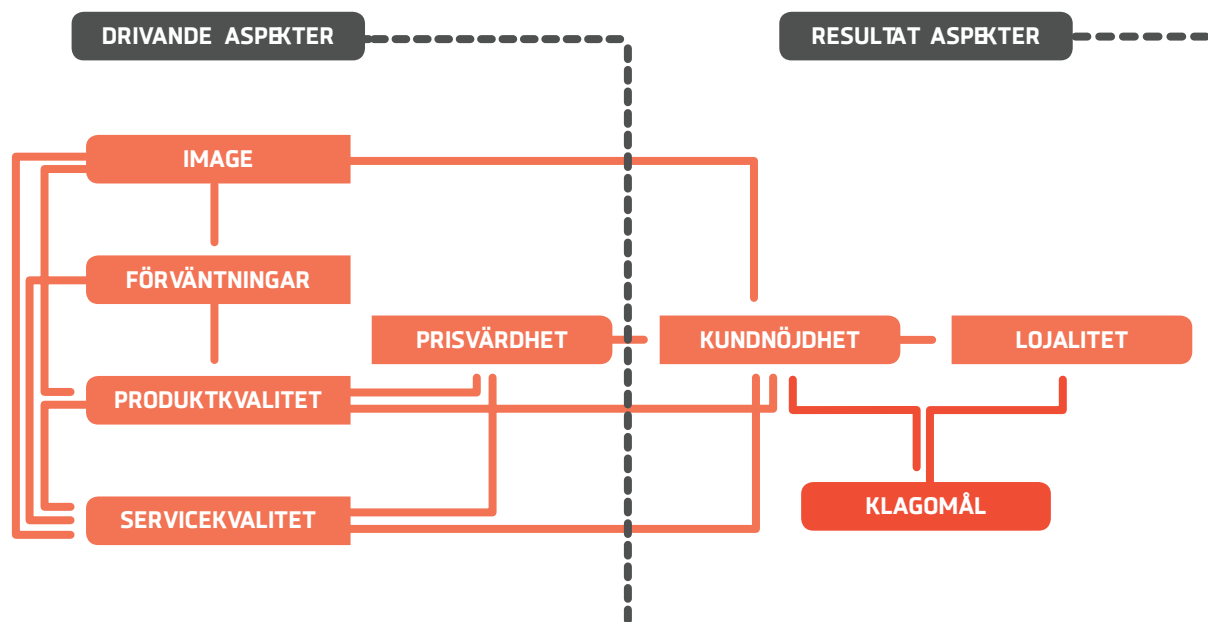
### Kundnöjdhet Breddband Privatmarknad 2011-2015

NÖJDHET						
Aktör	2011	2012	2013	2014	2015	
Bredbandsbolaget	70,7	69,4	65,7	67,1	68,4	
Com Hem	61,6	65,7	63,8	66,4	66,2	
Ownit	-	-	-	71,8	75,6	
Tele2	66,7	67,8	67,4	63,2	66,0	
Telia	68,5	67,3	65,9	66,4	66,4	
Övriga	70,3	72,7	68,0	71,2	70,8	
Branschen	67,8	68,7	66,0	67,5	66,8	

### Kundnöjdhet Breddband Företagsmarknad 2010-2015

NÖJDHET						
Aktör	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Bredbandsbolaget	69,9	68,7	68,3	69,6	76,7	68,0
Tele2	68,8	69,5	65,5	63,5	77,4	73,7
Telia	68,5	70,2	67,4	66,5	70,8	69,1
Övriga	72,9	72,0	70,3	70,6	71,8	69,7
Branschen	69,5	70,3	67,8	67,2	72,3	69,7





## Om studien 2015

Intervjuerna har genomförts via telefon under perioden augusti-september 2015 av EVRY. Personer i åldern 18 – 79 år som är bosatta i Sverige samt företag i Sverige med minst en anställd ingår i urvalet. Urvalet är taget från PAR Konsument och PARAD. Totalt har 2259 intervjuer genomförts.

Frågeformuläret innehåller ett 40-tal frågor som generellt besvaras på en 1-10 skala där 1 betyder missnöjd/instämmer inte och 10 betyder mycket nöjd/instämmer helt. En intervju tar i genomsnitt 12 minuter.

Generellt är en skillnad på mer än 2 enheter statistisk säkerställd. SKI använder 95 % signifikansnivå som standard. Liknande studier är genomförda i Norge, Danmark och Finland.

Detta whitepaper sammanfattar nyckelinsikterna i SKI:s Telekomstudier 2015.

För mer information kring studien kontakta Johan Parmler, VD, telefon: 0731 51 75 98, e-post: [johan.parmler@kvalitetsindex.se](mailto:johan.parmler@kvalitetsindex.se)

### Kundnöjdhet – Hur kommer SKI fram till det?

SKI:s forskningsbaserade metod SKI:s forskningsbaserade metod utgör en grund för opartiskhet och trovärdighet. Genom att ställa frågor om hur kunder upplever kvaliteten kring en vara eller tjänst visar SKI vad som får kunder att förbli kunder.

### Vi visar vad som driver kunder att bli och förbli kunder.

Kundnöjdhet och kundlojalitet är två viktiga nyckelindikatorer för företag och organisationer. Utöver att mäta dessa undersöks i SKI-modellen även fem andra områden (aspekter) för att förklara vad som gör kunder nöjda och lojala. Varje aspekt består av ett antal underliggande frågor.

Figuren visar de aspekter som SKI-modellen bygger på. Betygen för respektive aspekt presenteras på en 0:100-skala. Ju högre betyg desto bättre omdöme har banken

fått av sina kunder. Generellt sett har branscher och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund

### Om Svenskt Kvalitetsdindex

I SKI Kund mäts och analyseras ett stort antal aspekter kring kundrelationen till aktörer inom bank privat- och företagsmarknad. Studien görs med hjälp av en statistisk modell som möjliggör analys av orsakerna till kundernas bedömning, liksom till hur lojala kunderna är mot sina banker. Som bakgrund mäts image, förväntningar, produktkvalitet, service och prisvärdhet.

Svenskt Kvalitetsindex är en del av EPSI Rating Group som genomför syndikerade kundstudier i hela Norden och andra delar av Europa. Huvudmän för Svenskt Kvalitetsindex är SIQ - Institutet för Kvalitetsutveckling.