



SE KUNDEN

En rapport om dialogen med kunder och medborgare
från Tele2 Företag i samarbete med Ipsos

TELE2
● ● ● ● ● ●
FÖRETAG

VIKTEN AV GOD KOMMUNIKATION

GENOM HELA KUNDRESAN

För oss på Tele2 Företag är våra kunder det viktigaste vi har. Därför är det lika viktigt för oss att förstå behoven och önskemålen hos våra kunders kunder.

Ett nära samarbete och en kontinuerlig dialog genom hela kundresan är en förutsättning för att bibehålla en god kundupplevelse. Därför arbetar vi på Tele2 Företag ständigt på att förbättra oss genom de tekniska lösningar som vi använder och erbjuder, samt i det personliga bemötandet till våra kunder.

För att ge ökad förståelse och inspiration kring hur vi alla kan utveckla dialogen med kunder och medborgare har vi tagit fram denna rapport. Här delar vi med oss av insikter kring kunders och medborgares uppfattningar och önskningar kring service och support, samt vad en utvald grupp av beslutsfattare planerar kring området framöver.

Vår rapport visar att det är den tillgängliga supporten och empatiska kommunikationen som kunder och medborgare värderar högst. Den sömlösa dialogen via olika kommunikationskanaler i kombination med den personliga interaktionen är fortsatt central, och för tillgänglig och effektiv kommunikation är rätt tekniska hjälpmedel kritiskt.

För mig personligen var det intressant att notera både vikten av mångfald i olika kommunikationskanaler och behovet av att anpassa dem till rätt målgrupper samt ärenden. Det var också glädjande läsning att majoriteten av beslutsfattarna planerar satsningar inom området, vilket skapar god grund för ännu starkare samarbete och förstärkta kundupplevelser framöver.

Jag hoppas att vår rapport bidrar med insikter som ni kan ta vidare in i er verksamhet. För mer information eller samtal kring hur vi kan hjälpa er med lösningar som bidrar till dialogen med era kunder och medborgare, så är du varmt välkommen att höra av dig till oss.

Trevlig läsning!

Stefan Trampus
Affärsområdeschef, Tele2 Företag

Om rapporten

Del 1: Kunder och medborgare

Totalt 1 088 respondenter varav 1 027 st varit i kontakt med ett företag i någon typ av ärende som kund. 938 st har varit i kontakt med offentlig sektor/myndighet som medborgare/brukare. Undersökningen utfördes via webbpanel under perioden 13–19 januari 2023 med fördelningen 49 % kvinnor och 51 % män.

Ett flertal frågor i konsumentundersökningen är kopplade till den senaste gången respondenten ville komma i kontakt med en privat leverantör eller offentlig aktör. De svaren är därmed baserade på ett ärende vardera, men totalt ger det en bra överblick spritt över många branscher och ärendetyper.

1 027

respondenter har varit i kontakt med ett företag i någon typ av ärende

48%

är beslutsfattare på privata företag

Del 2: Beslutsfattare

Totalt 122 respondenter med fördelningen 48 % privata företag och 52 % offentlig sektor. Intervjuerna genomfördes via onlineundersökning under perioden 13–19 januari 2023.

Kriteriet för att svara är att beslutsfattaren har inflytande över kundupplevelsen och har en position i ledningsgruppen, rapporterar direkt till någon i ledningsgruppen eller har ansvar för en avdelning eller funktion på företaget/i organisationen.

KUNDER OCH MEDBORGARE



De flesta använder telefon eller mejl

Till att börja med ser vi att det vanligaste sättet att kontakta ett företag där man är kund är via telefon, följt av mejl och det som kallas inloggat läge. De kontaktvägar som används allra minst är sms och chattbotar.

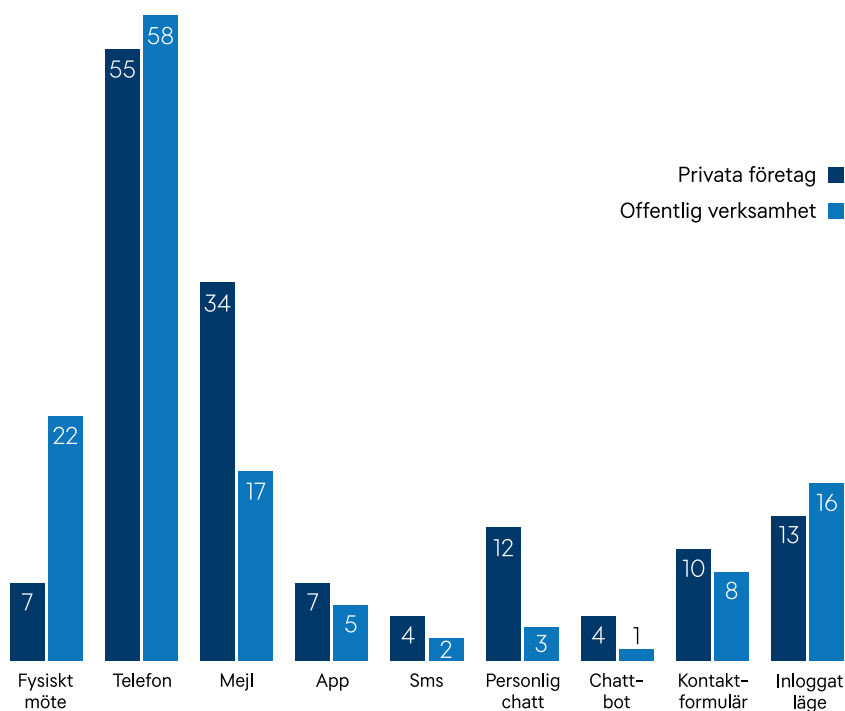
När man kontaktar den offentliga sektorn ser vi att fördelningen i stort är likartad men att det fysiska mötet är mycket vanligare. Mejl förekommer i något mindre utsträckning här. Även sms, chattbotar och personlig chatt har använts i betydligt lägre utsträckning.

6/10

använde telefon vid sin senaste kontakt

4x

fler har kontakt med företag än med offentlig verksamhet via chatt



Om du tänker på hela ärendet och alla kontakter kopplat till det, vilka kontaktvägar användes?

Diagrammet visar %

Telefon mest populärt när man får välja själv

En bra och inkluderande kund- och medborgar-service bör kunna erbjuda ett flertal kontaktvägar. Telefon är den kontaktväg som de flesta föredrar, både när det gäller kontakten med företag och när man kontaktar offentliga verksamheter.

Därefter ser vi att det skiljer sig åt gällande vilka kontaktvägar man skulle föredra att använda.

När det kommer till kontakten med företag så är mejl den näst vanligaste kontaktvägen, men med ganska liten marginal till den personliga chatten. Därefter följer det fysiska mötet och att lösa sitt ärende via inloggat läge.

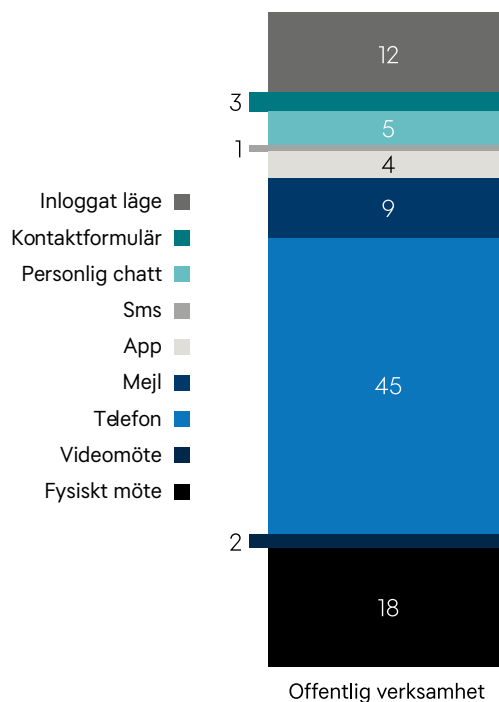
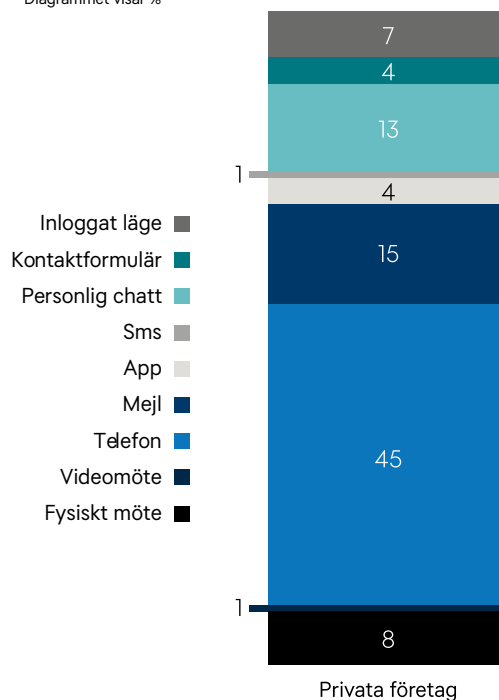
Tittar vi istället på hur man väljer att ta kontakt med aktörer i den offentliga sektorn ser vi att samma kontaktvägar återkommer, men att ordningsföljden är annorlunda. Här är det fysiska mötet den näst vanligaste kontaktvägen, inloggat läge ligger på tredje plats och mejl först på fjärde. Erbjuder man kombinationen av telefon, mejl, personlig chatt, fysiska möten och inloggat läge ser vi att 9 av 10 kunder får möjlighet att välja det alternativ de helst föredrar.

45%

vill alltid
kunna ringa

Vilken kontaktväg skulle du helst välja om ärendet löstes lika bra oavsett kanal?

Diagrammet visar %





54%

vill ringa vid
akuta problem

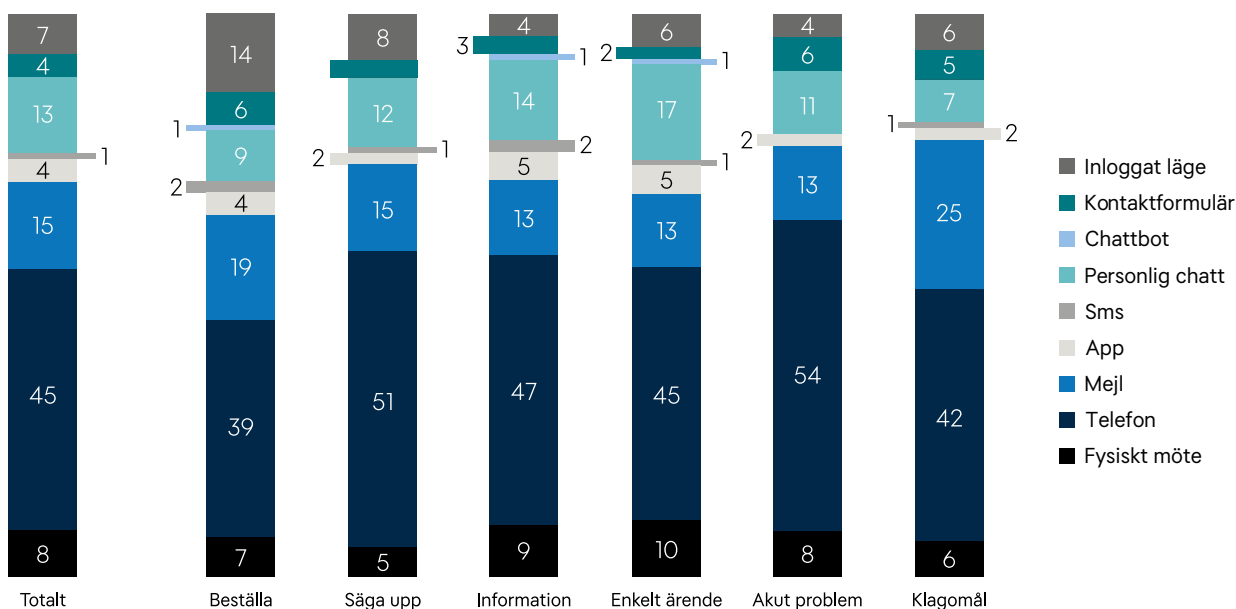
När det gäller olika ärendetyper noterar vi att man vid beställningar i större utsträckning föredrar att göra det själv via inloggat läge, och att man vid uppsägningar eller problem helst ringer.

Förutsatt att ens ärende löses oavsett vilken kanal man väljer ser vi att majoriteten av alla svarande – för alla typer av ärenden – skulle välja att ringa.

Tittar vi på rangordningen av hur populära de olika kontaktvägarna är, ser vi att telefon är först, följt av mejl, personlig chatt, fysiskt möte och inloggat läge.

Vilken kontaktväg skulle du använda om ärendet löstes lika bra oavsett kanal?

Diagrammet visar %



Generation Z vill också ringa och få personlig service

1/5

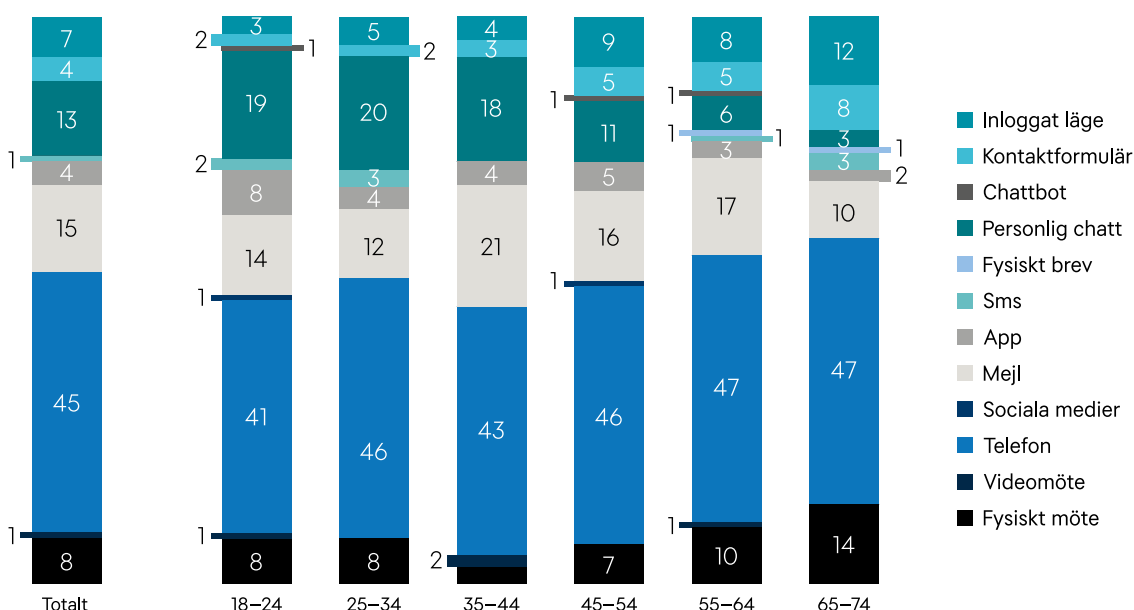
mellan 18–34 år
föredrar kontakt
via personlig chatt

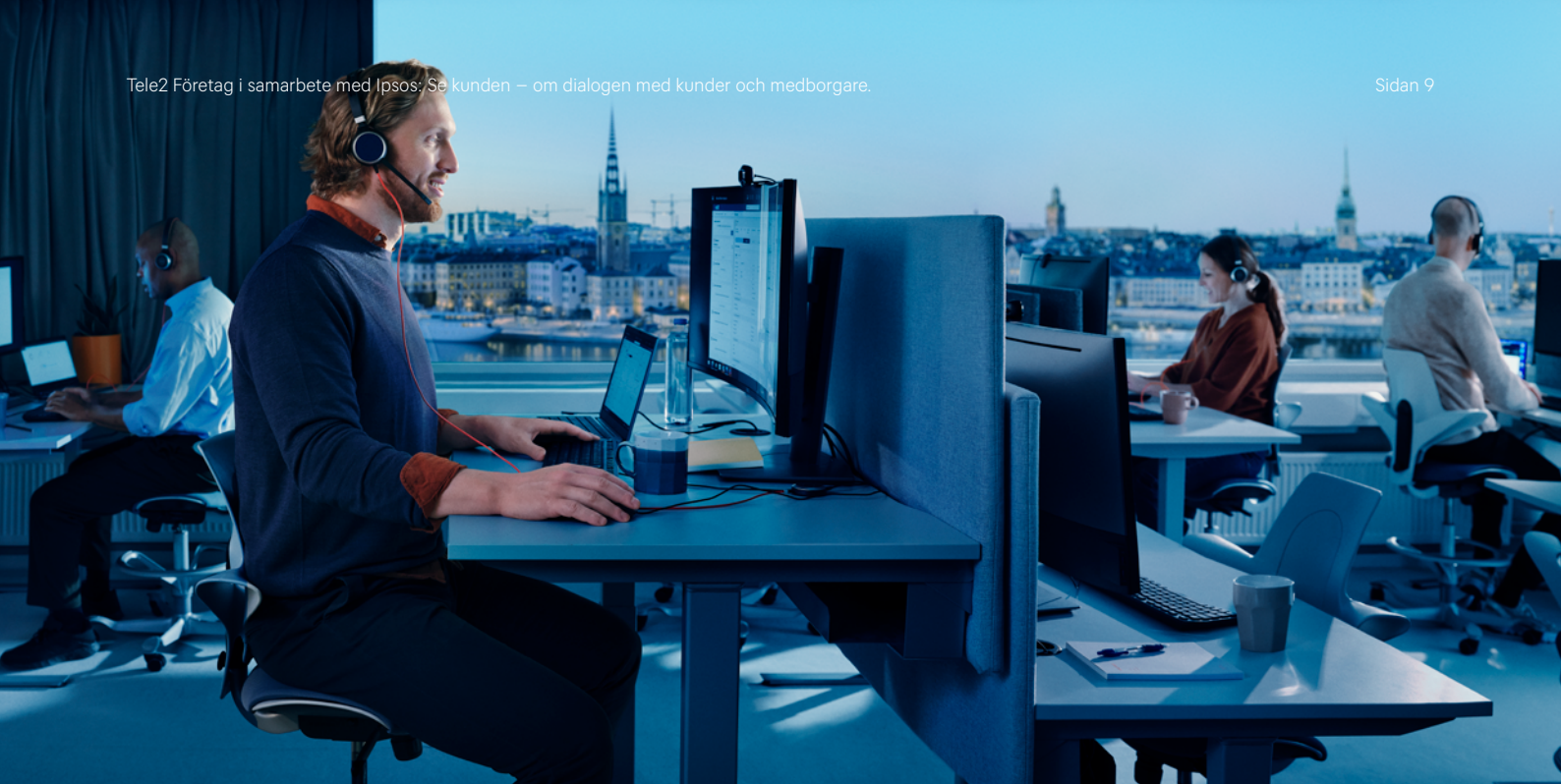
När vi frågar vilken kontaktväg som kunder och medborgare helst skulle välja om ärendet löstes lika bra oavsett kanal, finns det vissa generationsskillnader. Bland yngre ser vi att både den personliga chatten och appen fungerar bättre när man kontaktar privata företag. Bland 18–34-åringar är det 1 av 5 som skulle välja en personlig chatt, jämfört med bara 1 av 30 i åldrarna 65–74.

Vissa saker skiljer dock inte åldrarna åt, då telefon är att föredra i alla åldrar, även bland 18–24-åringar. Att videomöte och fysiskt brev inte väljs i första hand kan bero på att just de kontaktvägarna, i ärenden kring service och support, inte är lika vanliga.

När du kontaktar ett företag, vilken kontaktväg skulle du helst välja om ärendet löstes lika bra oavsett kanal?

Diagrammet visar %



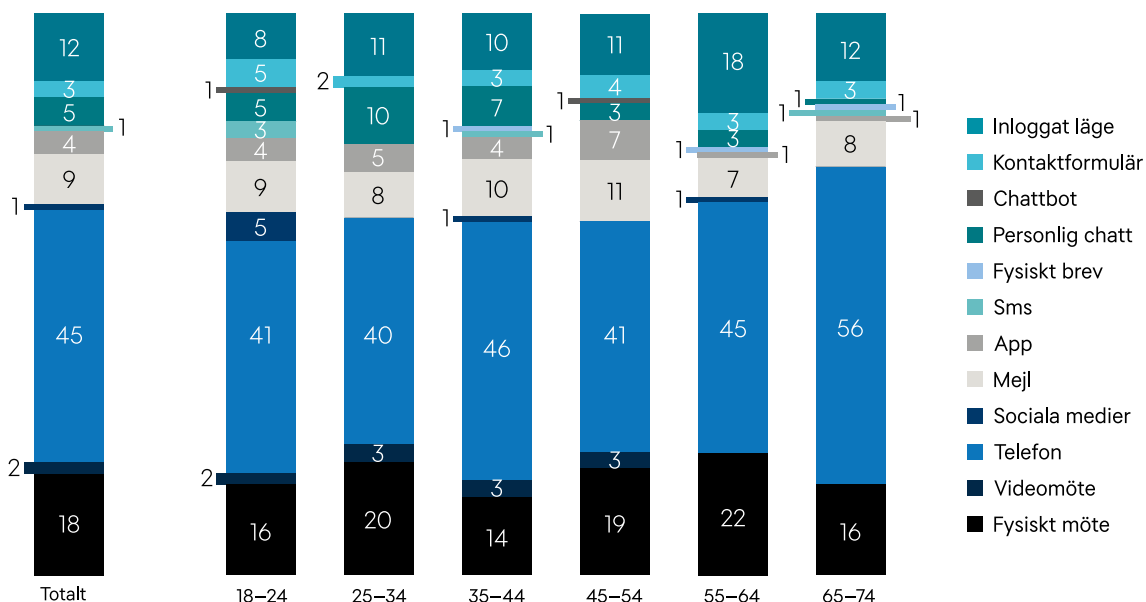


Jämför vi vilka kontaktvägar som kunder till privata företag föredrar, med de som man helst använder i egenskap av medborgare, ser vi att telefon är precis lika populärt i båda fallen. När man kontaktar ett företag är man dock mer benägen att göra detta via mejl eller via den personliga chatten. Som medborgare väljer man istället i högre utsträckning ett fysiskt möte eller att ta kontakt via inloggat läge.

56%
av medborgarna
mellan 65–74 år
väljer telefonkontakt

När du kontaktar en offentlig verksamhet, vilken kontaktväg skulle du helst välja om ärendet löstes lika bra oavsett kanal?

Diagrammet visar %



Även vid ett personligt kundmöte föredras telefonsamtal

Även vid ett personligt möte är telefonsamtalet att föredra, något som faktiskt går igen i alla åldersgrupper och där det till och med är mest populärt bland unga. Något överraskande är att videomöten inte ökat mer i popularitet, trots att man kan förvänta sig att fler är bekväma med mötesformen efter pandemin.

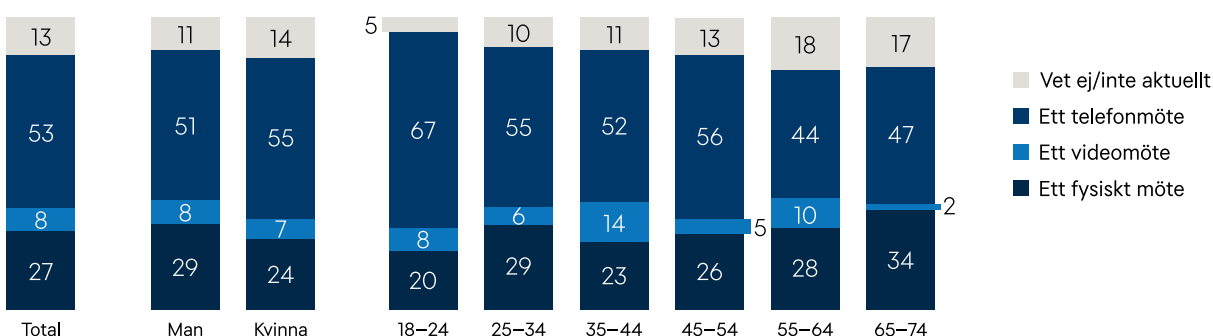
För möten med aktörer inom den offentliga sektorn ser vi att det är mycket vanligare att man föredrar ett fysiskt möte. Den skillnaden kan dock till stor del förklaras av inkluderingen av hälso- och sjukvård, där många säkert hellre vill träffa sin läkare eller vårdgivare på plats.

6/10

18–24-åringar
väljer telefon för
ett personligt
möte

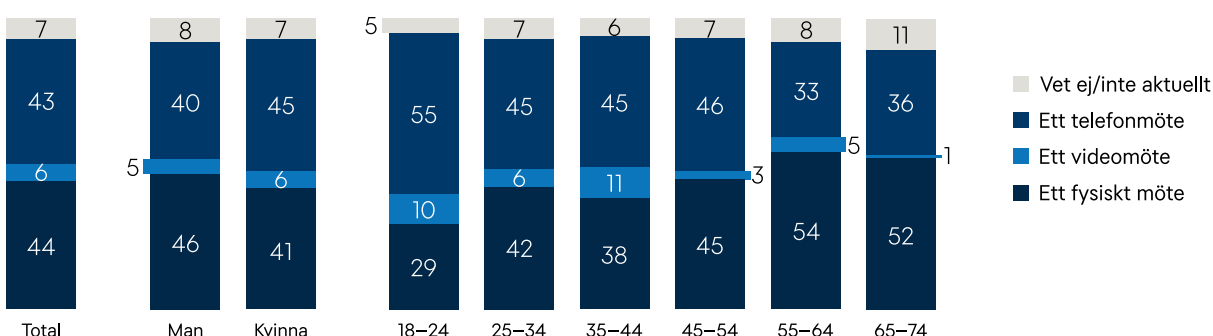
Om du skulle ha ett personligt möte, vilket sätt skulle du då föredra?
Med ett företag där du är kund:

Diagrammet visar %



Med en aktör inom offentlig sektor:

Diagrammet visar %



De flesta ärenden blir lösta inom en dag

När kunder kontaktar ett företag löses 6 av 10 ärenden samma dag. Men vi noterar också att 1 av 5 ärenden har tagit mer än en vecka att lösa eller inte blivit lösta alls.

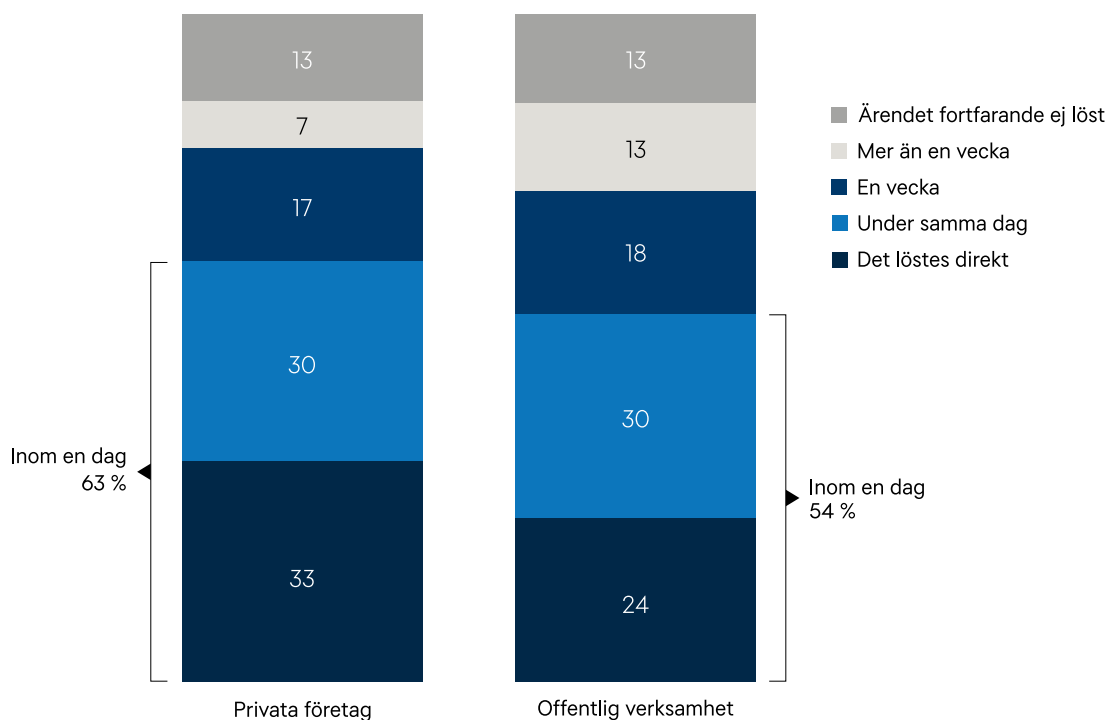
Jämför vi privata aktörer med offentlig sektor, ser vi att medborgare får vänta något längre på att få sina ärenden lösta. Undersökningen har dock inte rangordnat ärenden utifrån komplexitet, så det kan finnas andra underliggande faktorer som spelar in.

6/10

ärenden
löses inom
en dag

Hur lång tid tog det att lösa ditt ärende totalt?

Diagrammet visar %, andelarna som svarat "minns ej/vet ej" visas ej



Skillnad mellan branscher men också mellan ärenden

70%

av alla ärenden
till budföretag
blir lösta
samma dag

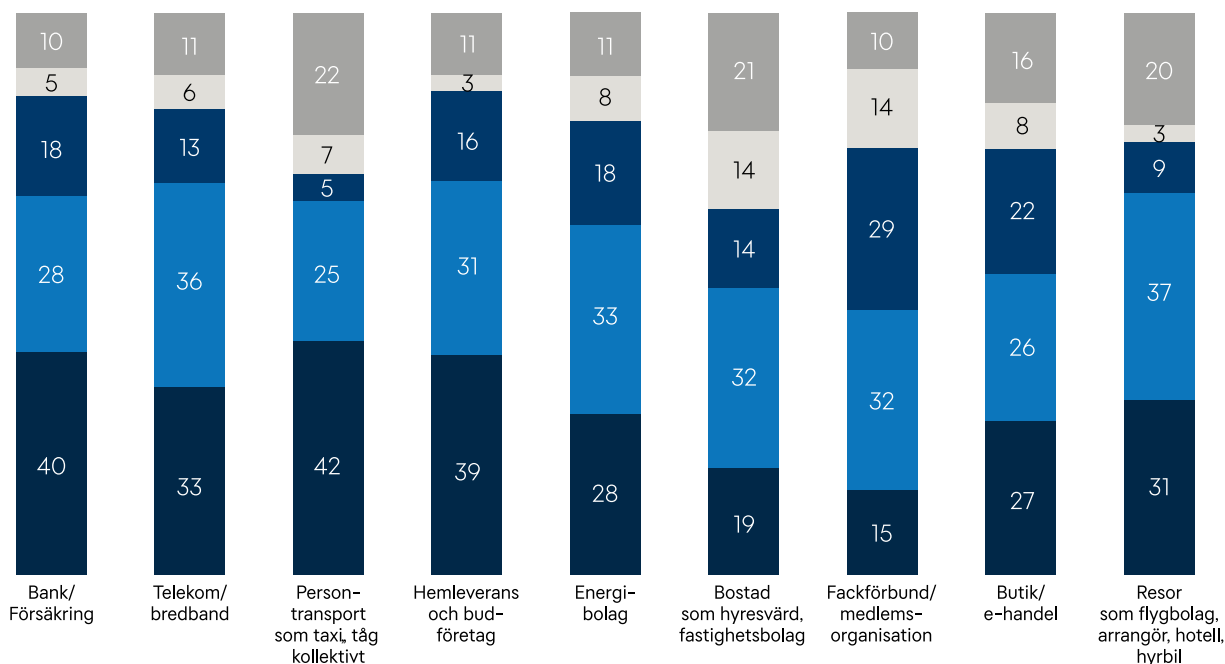
När vi tittar närmare på hur snabbt man löser ärenden inom olika branscher ser vi att telekom och budföretag är bäst på att lösa uppkomna ärenden under samma dag.

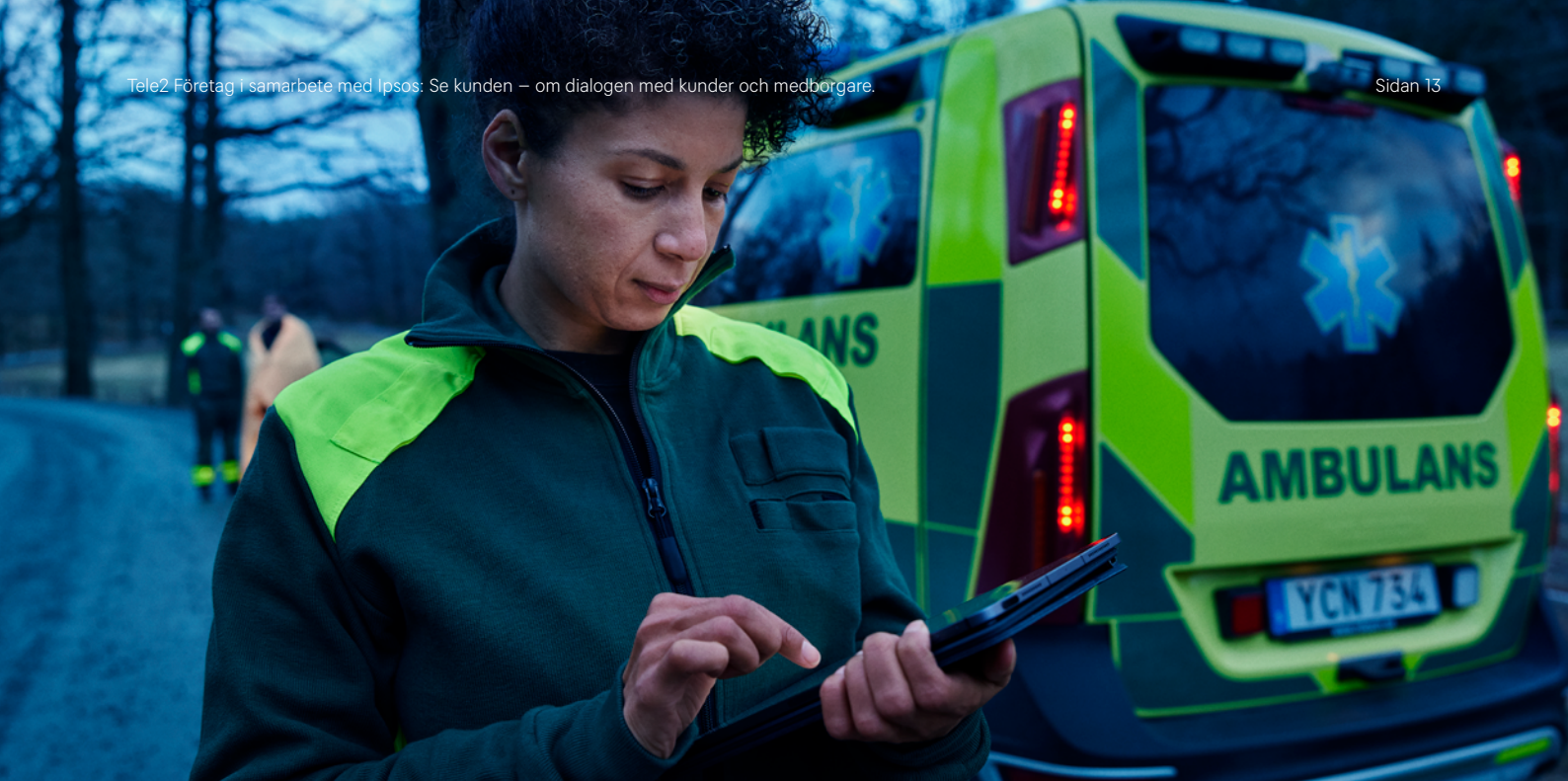
Vi ser också att persontransporter både är bäst på att lösa ärenden direkt och samtidigt är de som procentuellt har flest antal olösta ärenden.

Tid för att lösa ärendet för företag

Diagrammet visar %, andelarna som svarat "minns ej/vet ej" visas ej

Ärendet fortfarande ej löst ■
Mer än en vecka ■
En vecka ■
Under samma dag ■
Det löstes direkt ■

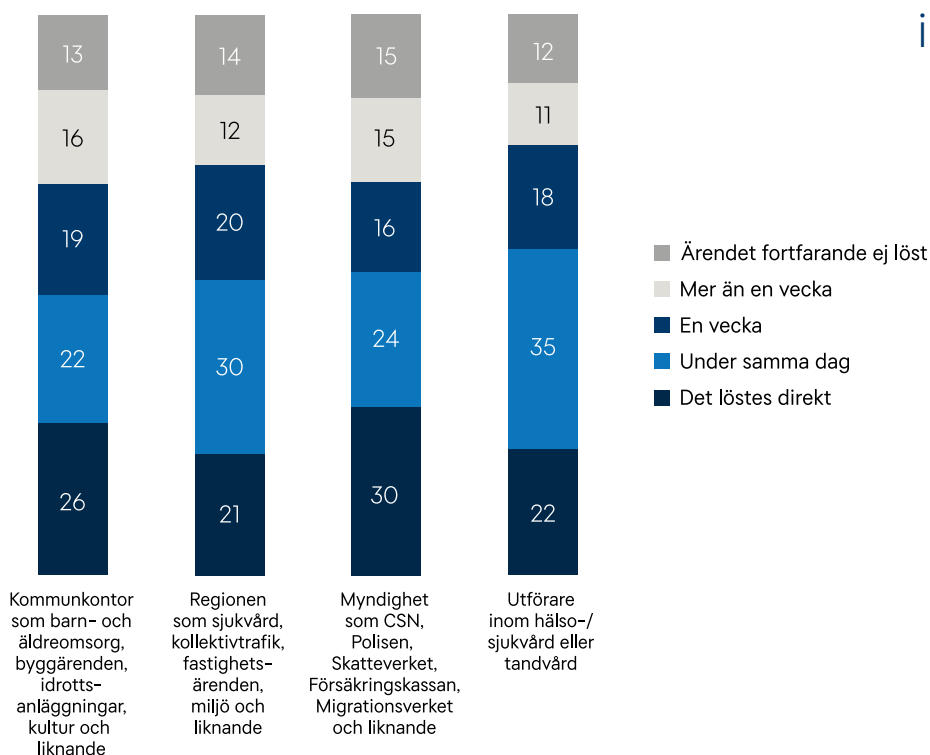




Inom den offentliga sektorn går det generellt sett lite långsammare för alla aktörer, men det verkar inte ha någon påverkan på hur många ärenden som blir lösta. Här utmärker sig hälso- och sjukvården som både relativt snabba och bra på att lösa de flesta ärenden.

Tid för att lösa ärendet för offentlig sektor

Diagrammet visar %, andelarna som svarat "minns ej/vet ej" visas ej



75%

av alla ärenden
till vård och
omsorg blir lösta
inom en vecka

Kundservice har stor inverkan på relationen

Kundservice har alla möjligheter att både stärka och rasera kundrelationer, då dialogen nästan alltid ger upphov till starka känslor. Börjar vi i det positiva så ser vi att i 6 av 10 fall så upplever kunder positiva känslor. De vanligaste är tacksamhet, och känslan av att ha blivit omhändertagen, men nästan lika vanligt är det att man känner sig lättad, trygg och i kontroll.

Men trots de positiva känslorna kan vi konstatera att många företag missar möjligheten att stärka relationen, då bara 1 av 10 får med sig känslan av att vara en viktig kund.

Att kundservice väcker så mycket känslor kan också förstöra den relation som man byggt upp. I så många som 4 av 10 fall ser vi att det uppstår negativa känslor, där de vanligaste är frustration, irritation och besvikelse. Mindre vanligt, men ändå förekommande, är att man blir arg eller till och med känner sig lurad eller manipulerad.

9/10

gånger väcker kontakten med kundservice positiva eller negativa känslor

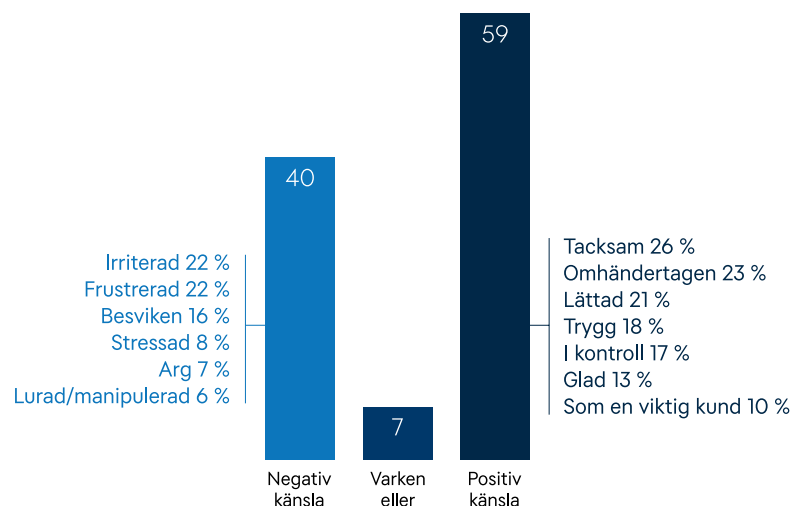
”

För att få och bibehålla nöjda kunder anser jag att kundservice har en nyckelroll

Beslutsfattare

Om du tänker på de kontakter med företaget du är kund hos kopplat till ärendet, vilka känslor väckte det?

Diagrammet visar %



Det finns potential för förbättring

2/3

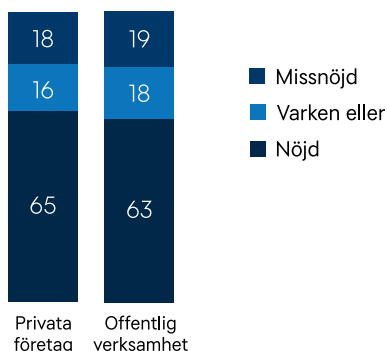
kunder känner sig nöjda med hur ärendet hanterats

När vi tittar på hur många som blir nöjda med hur deras ärende har hanterats ser vi att det är knappt 2 av 3 kunder som faktiskt känner så. Dessutom ser vi att nästan var femte kund istället blir missnöjd.

Undersöker vi olika typer av ärenden närmare ser vi att hanteringar av synpunkter och klagomål är det som fungerar sämst, 45 % av kunderna och 46 % av medborgarna är missnöjda med hur ärendet har hanterats.

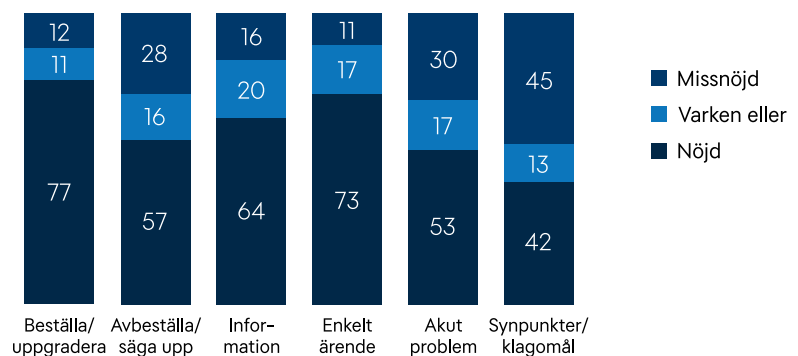
Hur nöjd är du med kontakt och hantering av ditt ärende?

Diagrammet visar %



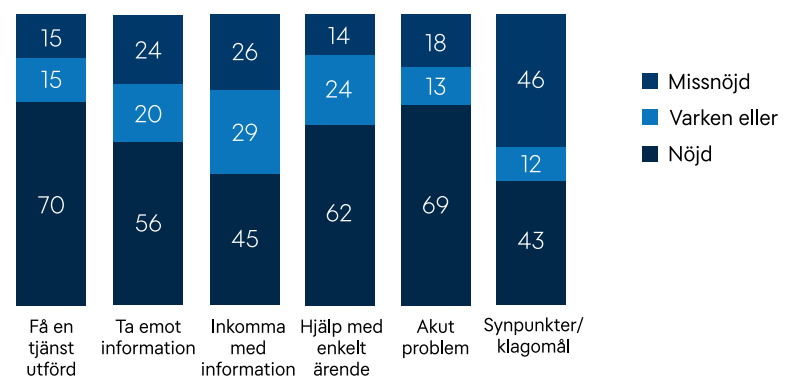
Hur nöjd är du med kontakt och hantering av ditt ärende hos det privata företaget?

Diagrammet visar %



...hos offentlig verksamhet?

Diagrammet visar %



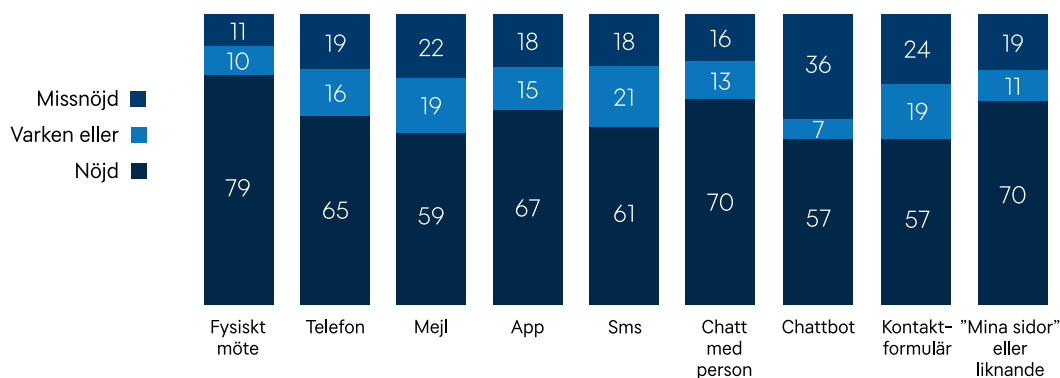
När vi tittar på vilka kontaktvägar som står ut i positiv bemärkelse ser vi att det för företag är fysiska möten och inloggat läge samt den personliga chatten som ger högst andel nöjda kunder. Inom den offentliga sektorn är det videomöten, interaktioner via appen och personlig chatt som ger flest antal nöjda medborgare.

Hos privata företag är det istället chattboten som ger missnöjda kunder vid ärendehantering. Medborgarna blir istället i högre grad missnöjda efter ärenden via mejl.

75%
av medborgarna
blir nöjda med
ärendehantering
via videomöte

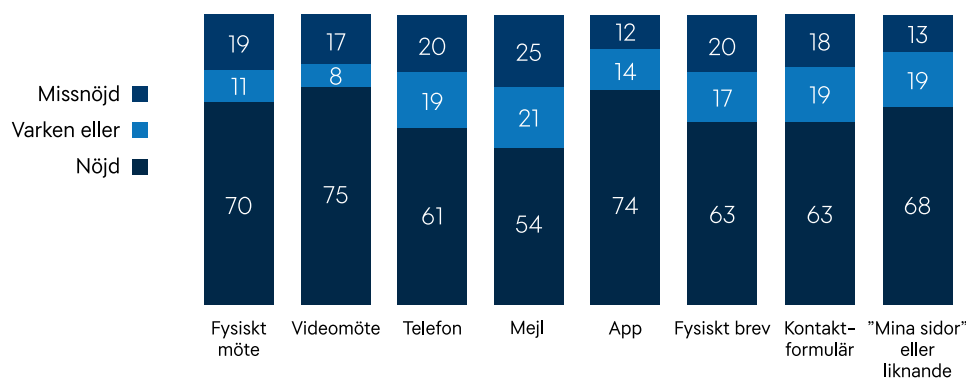
Hur nöjd är du med kontaktvägen till företag?

Diagrammet visar %, kontaktvägar med färre än 30 respondenter inkluderas ej i graferna



Hur nöjd är du med kontaktvägen till offentlig verksamhet?

Diagrammet visar %, kontaktvägar med färre än 30 respondenter inkluderas ej i graferna



Bra kundservice är snabb, tillgänglig och empatisk

Den vanligaste anledningen till missnöje bland kunder hos privata företag är att det tar för lång tid, både att få kontakt vid behov av service och support, men också när det gäller att få sitt ärende löst. Var fjärde missnöjd kund upplever att ärendet aldrig löstes, och nästan lika många upplevde processen som krånglig och onödigt svår.

Om ärendet blir löst eller inte färgar självklart upplevelsen, men vi ser också att nästan var femte missnöjd kund reagerade negativt på bemötandet man fick. Lika många blev missnöjda då mottagaren av ärendet inte upplevdes som kunnig nog för att lösa det.

Tittar vi istället på de kunder som blev nöjda, så lyfter 7 av 10 fram just snabb hantering, 6 av 10 att man fick ett väldigt bra bemötande, 5 av 10 att man snabbt fick kontakt med kundservice och 4 av 10 att det var lätt att hitta rätt kontaktvägar.

7/10

kunder blev
nöjda på grund
av snabb
hantering

Varför är du inte nöjd? Ärende hos privat företag

Diagrammet visar %, flera svarsalternativ möjliga



”

Bra kundservice
kan vända en
negativ upplevelse
till någonting bra

Beslutsfattare

Samma kriterier gäller för god medborgarservice

6/10

medborgare
blev nöjda på
grund av bra
bemötande

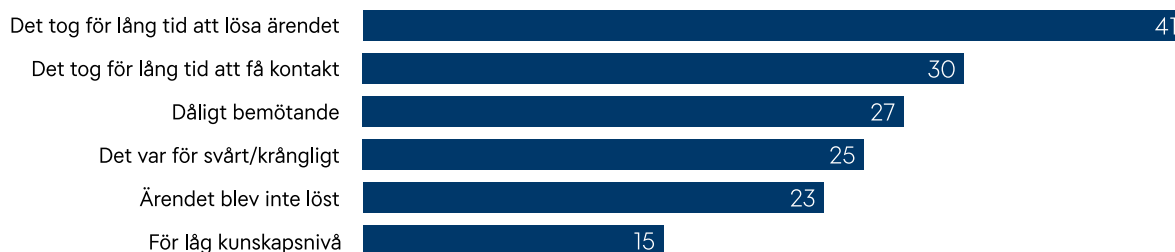
Den vanligast anledningen till missnöje även inom offentlig sektor är att det tar för lång tid, och även här ser vi att det gäller både att få kontakt och att få sitt ärende löst. Vi ser också exakt samma siffror där var fjärde missnöjd medborgare upplever att man aldrig fick sitt ärende löst, och att lika många upplevde processen som krånglig och svår.

Här är det dock något fler som stör sig på det bemötande man fick då 1 av 4 uppger att det gav upphov till missnöje. Nästintill lika många som privat sektor, här 1 av 7, anser att den man haft kontakt med hade för låg kunskapsnivå.

Även när det gäller kontakter med den offentliga sektorn lyfter 6 av 10 fram snabb hantering, och lika många ett bra bemötande, som skäl till att man blev nöjd. 5 av 10 anger att man fick snabb kontakt som skäl till att man är nöjd med hur ärendet hanterades.

Varför är du inte nöjd? Ärende hos offentlig sektor

Diagrammet visar %, flera svarsalternativ möjliga



Kvaliteten på kundservice har stark påverkan på relationen

4/10

säger att relationen har stärkts då de blivit nöjda med hanteringen

Hur kunderna upplever hanteringen av kundservice-ärenden har enorm inverkan på kundrelationen. Resultatet visar att om kunden är nöjd med hanteringen av ärendet så stärks relationen i mer än 4 av 10 fall.

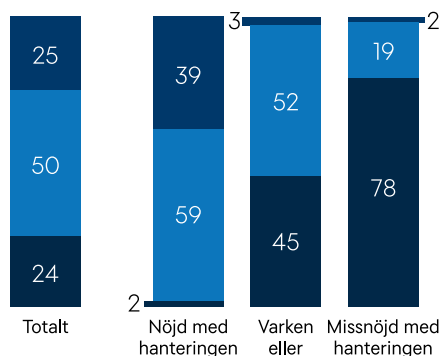
Men vi noterar också att en någorlunda hantering (varken nöjd eller missnöjd) inte räcker. I de fallen så försämras istället relationen i 4 av 10 fall, och man uppnår ytterst sällan en förbättring.

I andra änden av skalan märker vi ännu större effekt, skulle kunderna bli missnöjda med hanteringen så får det stora konsekvenser. I 8 av 10 fall så påverkar detta kundrelationen negativt.

Samma mönster går också igen när vi tittar närmare på de känslor som kunden upplever i kontakten med företag. Väcker hanteringen positiva känslor så stärks relationen i 5 av 10 fall. Men om den väcker negativa känslor så försämrar det kundrelationen i 6 av 10 fall. Negativa känslor får alltså större konsekvenser.

Hur har hanteringen påverkat relationen – offentlig sektor?

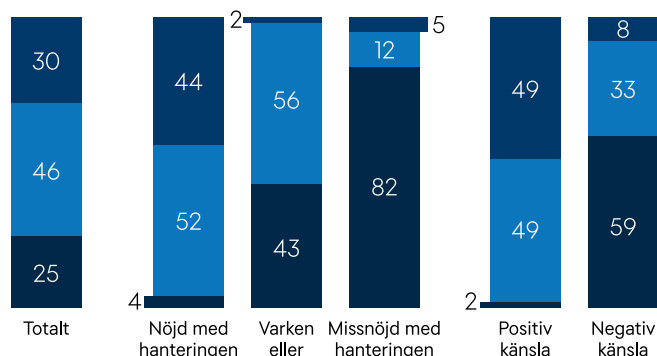
Diagrammet visar %



- Påverkat relationen positivt
- Har inte påverkat alls
- Påverkat relationen negativt

Hur har hanteringen av ärendet påverkat relationen – privata företag?

Diagrammet visar %



- Påverkat relationen positivt
- Har inte påverkat alls
- Påverkat relationen negativt

Ett misslyckat kundmöte ökar risken för kundtapp dramatiskt

54%

av kunderna som är missnöjda med ärendehanteringens funderar på att byta

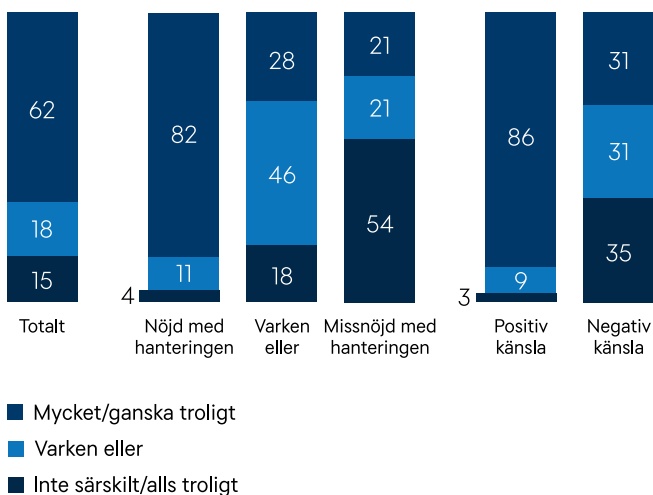
En bristande hantering av kundserviceärenden gör att risken för att tappa kunder ökar påtagligt. Vid ett genomsnittligt hanterat ärende är det 15 % av kunderna som börjar fundera på att byta leverantör. För kunder som är missnöjda med hur deras ärende hanterats ökar den siffran till över hälften, då 54 % av kunderna funderar på att byta.

Något som bekräftas av att mer än varannan kund säger att de under de senaste tre åren funderat på att byta leverantör för att service och support inte fungerat tillräckligt bra.

Känner man sig nöjd med hur ens ärende har hanterats, ser vi att så många som 8 av 10 kunder skulle välja samma leverantör igen. Lyckas man dessutom förmedla en positiv känsla, så stiger den siffran till 86 % av kunderna.

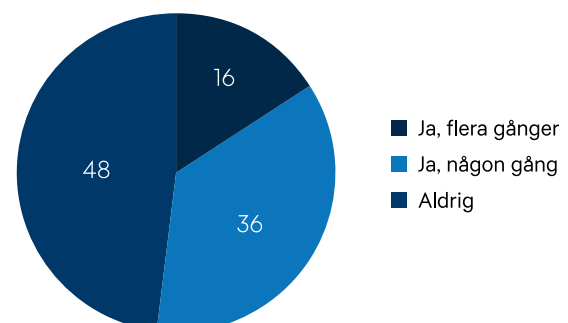
Om du skulle välja leverantör för den här tjänsten igen, hur troligt är det att du skulle välja samma företag?

Diagrammet visar %, andelarna som svarat "vet ej/inte aktuellt" visas ej



Har du någon gång de senaste 3 åren funderat på att byta leverantör (t ex bank/försäkring/bredband), för att servicen/supporten inte var tillräckligt bra?

Diagrammet visar %, andelarna som svarat "vet ej/ingen uppfattning" visas ej



Bra kundservice är en konkurrensfördel

När vi ber konsumenter att värdera egenskaper hos företag inom en rad olika branscher (bank, energibolag, handel, transport och liknande) ser vi att pålitlighet är det som är absolut viktigast, men att det därefter är tillgänglighet samt bra service och support som rankas högst.

En kundservice med bra service och support, som det är lätt att komma i kontakt med, anser 7 av 10 kunder vara mycket viktigt. Det prioriteras framför andra parametrar som mycket värde för pengarna, liknande värderingar, samhällsansvar och stort utbud för att nämna några.

7/10

kunder anser
att bra kundservice
är mycket viktigt

Mycket viktigt – kunder till privata företag

Diagrammet visar %



”

En rätt hanterad
reklamation bygger
en framtida relation

Beslutsfattare

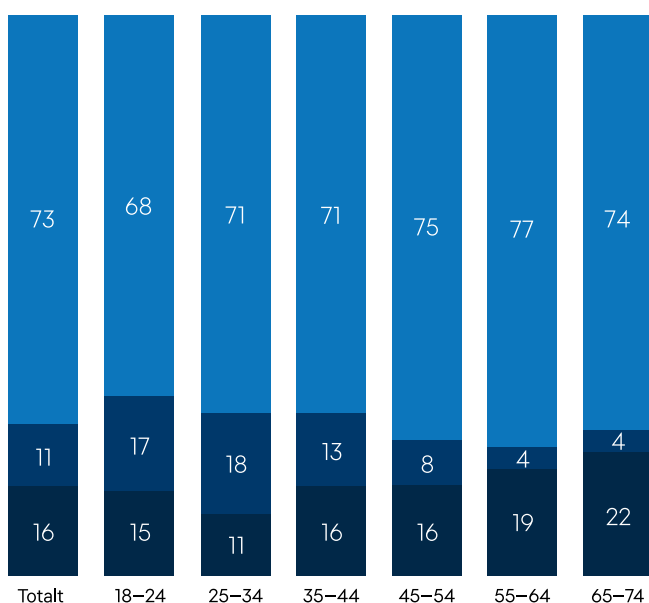
73%

vill hellre få hjälp
av en människa

Personlig hjälp föredras, även av unga

Om AI eller en robot i framtiden skulle lösa ärenden lika bra som en fysisk person, vad skulle du då välja?

Diagrammet visar %



En riktig person ■

AI/robot ■

Vet ej/kan ej ta ställning ■

Vi kan konstatera att de flesta fortfarande föredrar att få hjälp av en person när de har ett ärende som kräver att man hör av sig till ett företag eller en offentlig verksamhet. Fler än 7 av 10 skulle fortsatt välja det alternativet, även om ärendet löses lika fort och man får samma service och hjälp. Samtidigt så ser vi att siffrorna för olika åldersgrupper skiljer sig en aning. I gruppen 18–34 så skulle drygt 1 av 6 föredra att interagera med AI eller robot, medan samma siffra för åldrarna 65–74 år bara är 1 av 25.

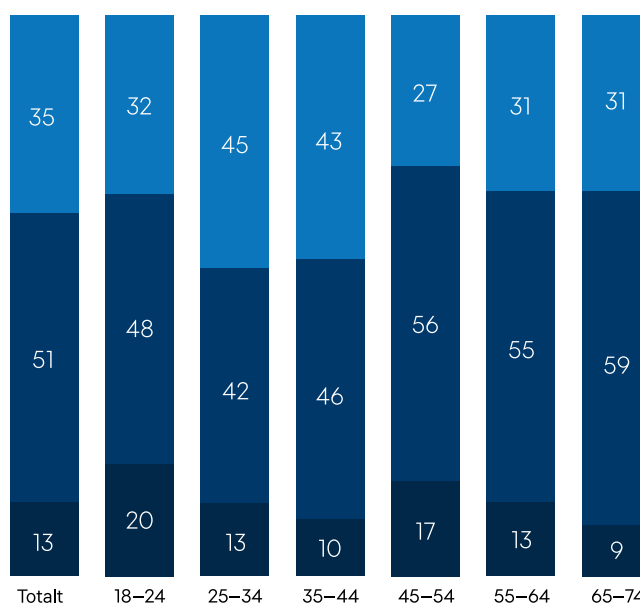
De flesta orkar bara vänta i 10 minuter

Tid i telefonkö är något de flesta vill undvika, och nästan 9 av 10 föredrar ibland eller alltid att istället bli uppringda. De som faktiskt visar mest tålamod med att sitta i telefonkö är gruppen 18–24-åringar, där 1 av 5 hellre väntar på svar. Samtidigt så uppger 3 av 4 att de inte kan tänka sig att vänta längre än 10 minuter på att få svar när de väl sitter i en telefonkö.

Ja, alltid
Ja, ibland
Nej, väntar hellre i telefon

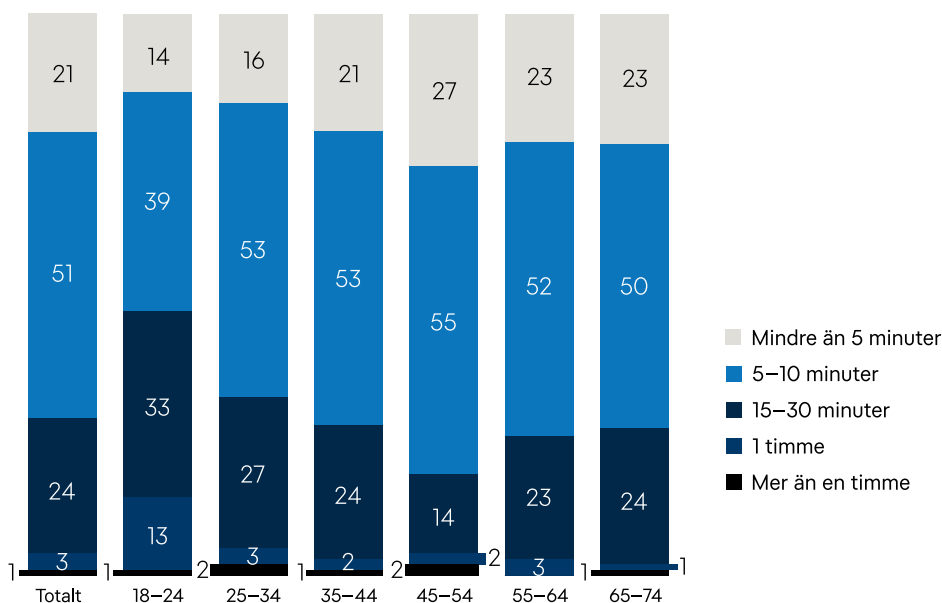
Om telefonkö, vill du bli uppringd?

Diagrammet visar %



Om du står i en telefonkö, hur lång tid kan du tänka dig att vänta för att komma fram?

Diagrammet visar %



3/4

vill inte vänta
längre än
10 minuter
i telefonkö

Viktig information bör skickas via mejl

1/2

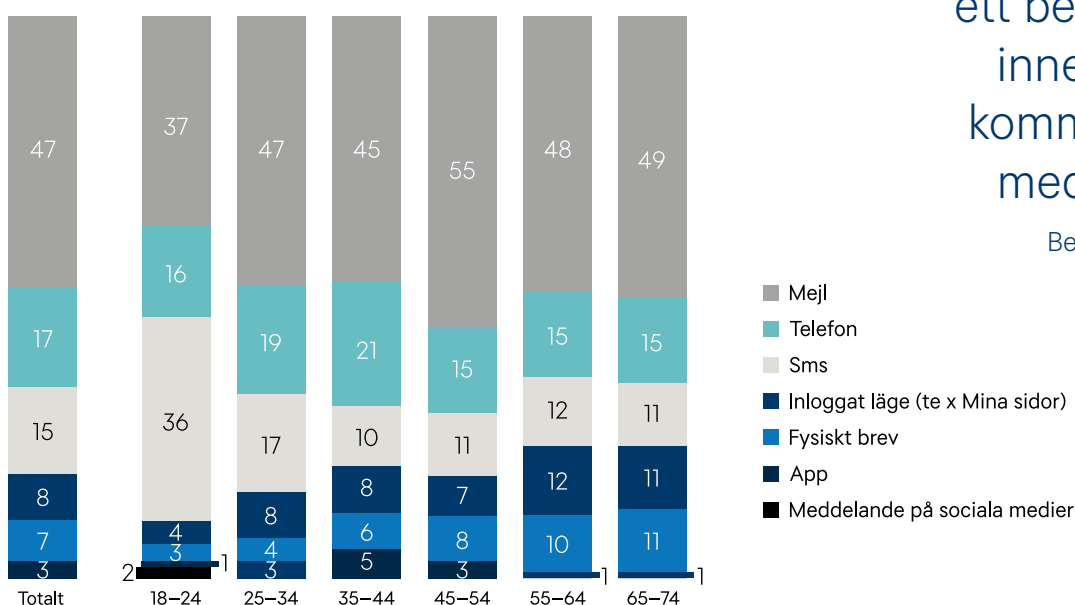
vill ha viktig information via mejl

När det kommer till att ta emot viktig information föredrar alla åldergrupper att få denna via mejl. I den yngsta åldersgruppen, mellan 18–24 år ser vi dock att sms är nästan lika populärt. Här ser vi dock en ganska stor skillnad mellan den yngsta och den näst yngsta åldergruppen, då man mellan 25–34 år inte alls är lika benägen att vilja ha informationen via sms, och från 35 år och uppåt är det bara 1 av 10 som skulle välja den kanalen.

”

Av företag/organisationer du är kund hos, hur vill du helst bli kontaktad vid viktig information?

Diagrammet visar %



Kundservice är ett begrepp som innefattar all kommunikation med kunden

Beslutsfattare

De flesta uppskattar information via sms

9 av 10 kan tänka sig att ta emot information från företag och organisationer via sms. Leveransaviseringar och bokningsbekräftelser är det som känns mest naturligt att ta emot via sms. Drygt 2 av 10 vill också ha erbjudanden via sms.

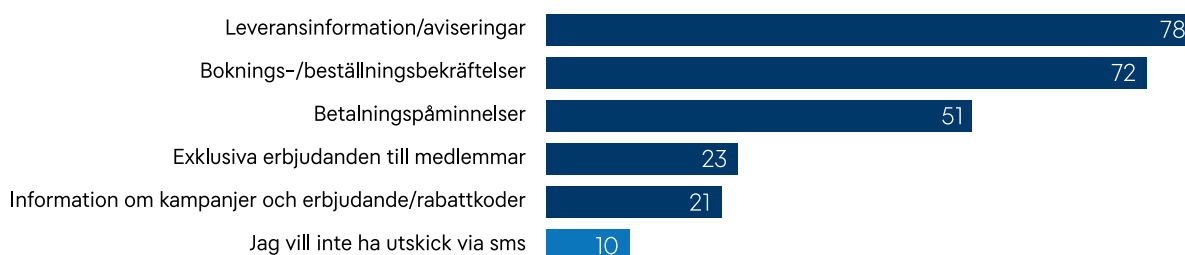
Av de som vill ha erbjudanden via sms är det fler än hälften som vill ha dessa veckovis.

9/10

vill få sms med information och erbjudanden

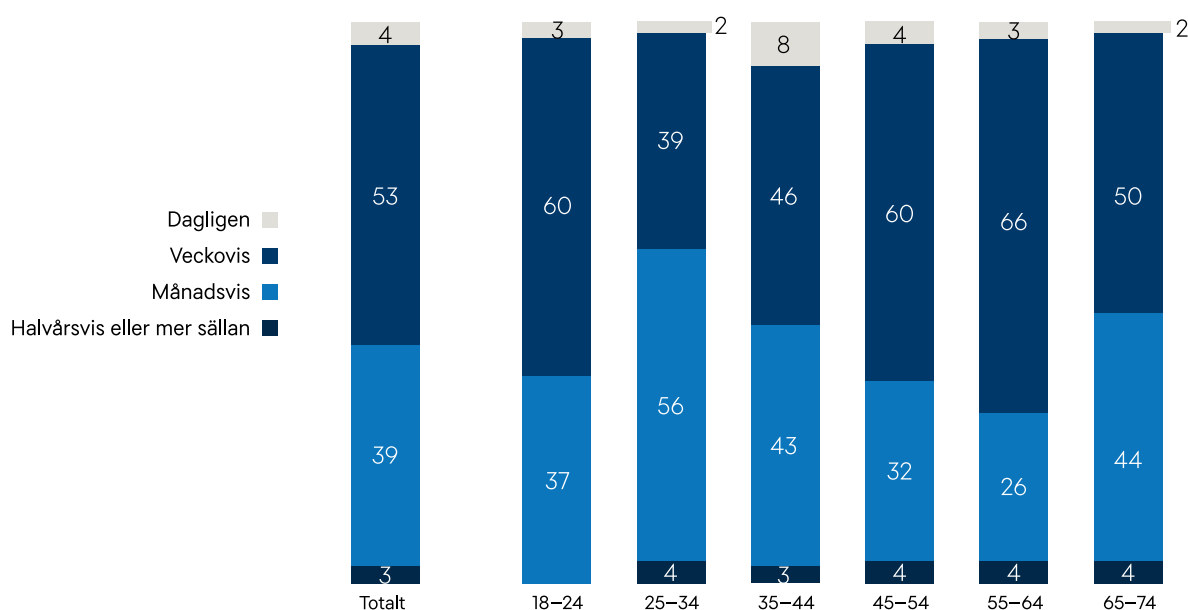
Vilka typer av sms vill du ha när det gäller information och erbjudanden?

Diagrammet visar %



Av dem som vill ha sms med t ex rabatter och erbjudanden. Hur ofta vill du ha dessa från ett och samma företag?

Diagrammet visar %



BESLUTSFATTARE

A blue-toned photograph of a modern, curved corridor. Two people are walking away from the camera, their silhouettes visible against the bright light at the end of the hallway. The corridor has a curved ceiling with recessed lights and a curved wall on the left side. The floor is dark and reflective. The overall atmosphere is futuristic and sleek.



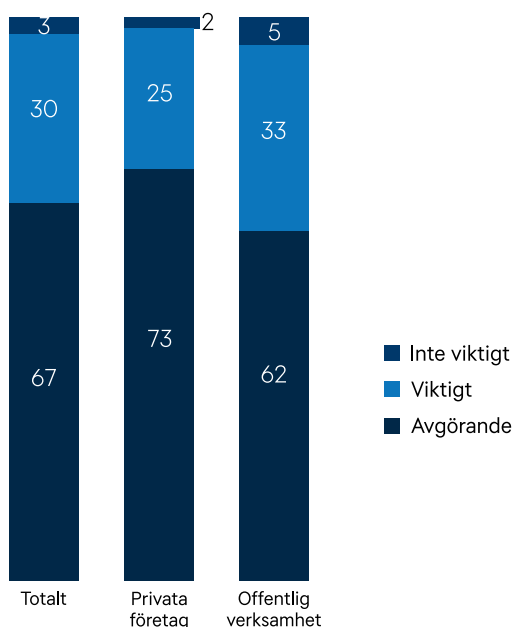
67%

anser att
kundupplevelsen
är avgörande

Beslutsfattare har insett vikten av bra kundupplevelser

Hur viktigt är det att ni erbjuder en riktigt bra kundupplevelse?

Diagrammet visar %



I princip alla beslutsfattare ser värdet av att leverera bra kund- eller medborgarupplevelse. 3 av 4 beslutsfattare i privat sektor anser att det är av avgörande betydelse, medan resterande ser det som viktigt.

Även i offentlig sektor lägger man stor vikt vid en bra medborgarupplevelse. Nästan samtliga beslutsfattare ser det som avgörande eller viktigt.

Bra kundservice ses som en konkurrensfördel

Vi ser att 6 av 10 beslutsfattare i den privata sektorn ser bra kundservice som en strategisk konkurrensfördel. Inom det offentliga är den siffran nere på 25 % då bara 1 av 4 beslutsfattare ser det som en strategisk konkurrensfördel. Här är det dock rimligt att anta att just konkurrensen inte alltid är en faktor som påverkar hur man ser på medborgarservice.

Det finns dock mer att göra inom området, då vi också kan konstatera att 1 av 5 beslutsfattare nöjer sig med att kundservicen fungerar bra och inte vill lägga mer resurser än nödvändigt. Inom offentlig sektor är siffran densamma och vi ser även där att en hel del beslutsfattare nöjer sig med att kund- och medborgarservicen fungerar tillräckligt bra.

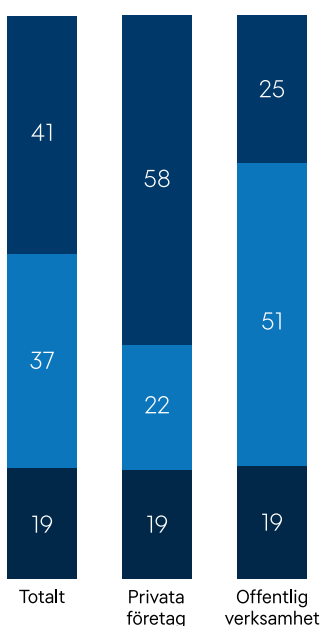
41%

av beslutsfattarna ser bra kundservice som en strategisk konkurrensfördel

”

Kunden behöver känna sig lika viktig under hela produktens livscykel och inte bara vid själva köptillfället

Beslutsfattare



Vilken åsikt stämmer bäst överens med hur du ser på kundservice?

Diagrammet visar %, andelarna som svarat "jag har en åsikt som inte är i närheten av nedanstående" visas ej

- Bra kundservice är en strategisk konkurrensfördel, viktigt investera i rätt teknik och rätt kapacitet
- Kundservice ett viktigt område som det är värt att lägga tid och pengar på
- Kundservice skall fungera bra men det är viktigt att trimma kostnader så resurser kan frigöras till annat

Alla värderar bra kundservice högt

När vi jämför vad kunder efterfrågar med de områden som beslutsfattare tror är viktiga, ser vi att det som rankas som mycket viktigt överensstämmer ganska väl.

Här ser vi att 7 av 10 inom båda grupperna rankar tillgänglighet och bra service/support som mycket viktigt. Det är det näst viktigaste kriteriet för kunderna, och tredje viktigast för beslutsfattarna.

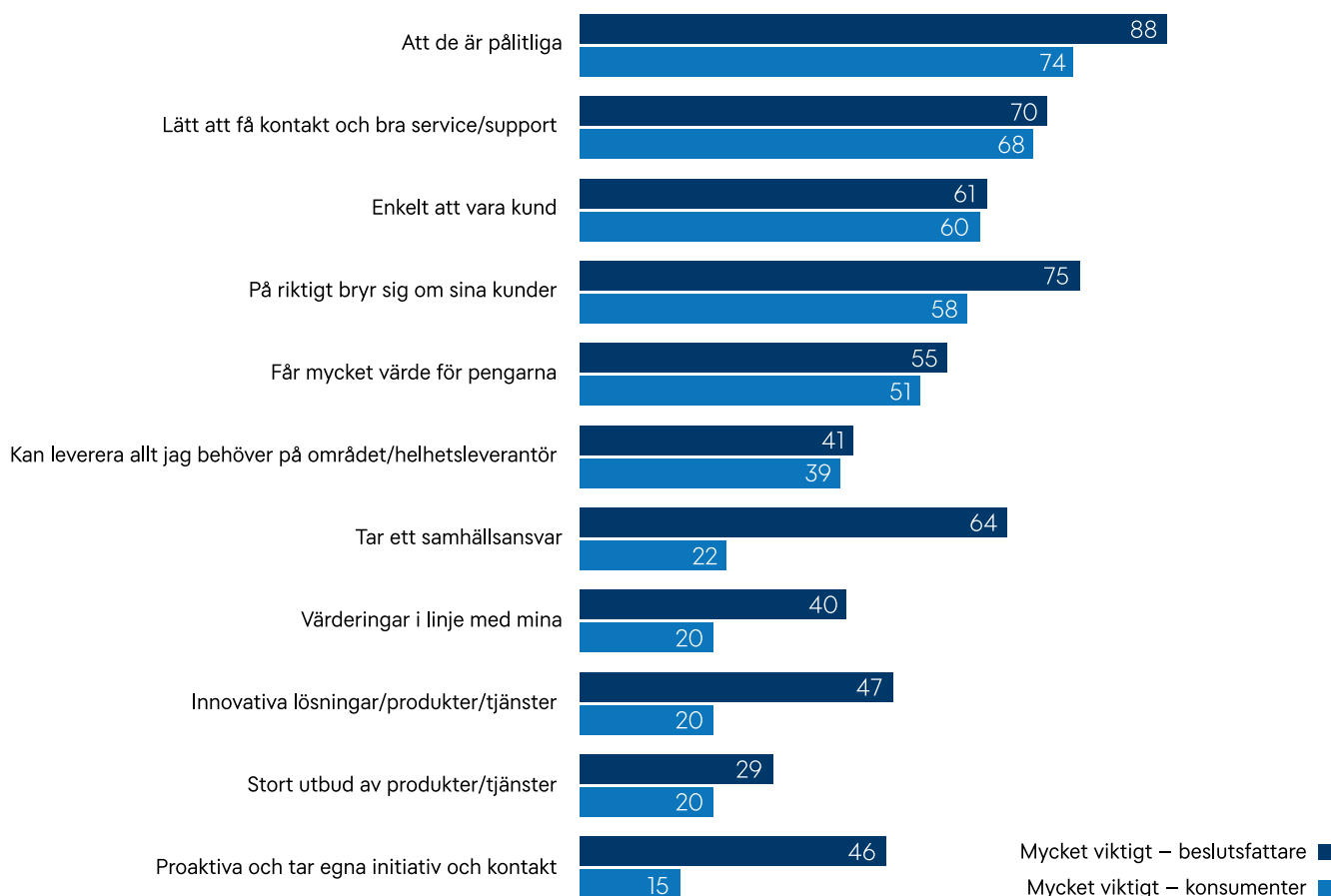
Överlag verkar beslutsfattare ha en god uppfattning om vad kunderna tycker är viktigt, och har insikten att de verkligen värdesätter god tillgänglighet och bra kundservice.

7/10

ser bra service
och support som
mycket viktigt

Hur viktigt är följande för att ni ska få nöjda och lojala kunder?
Hur viktigt är följande för dig som kund till ett privat företag?

Diagrammet visar %





”

Vid en dålig
upplevelse förlorar
man kunden till
en konkurrent

Beslutsfattare

Få vet om den egna kundservicen fungerar

32%

av beslutsfattarna
anser att de har
en god uppfattning
om kundernas
upplevelser

Trots att kund- och medborgarservice upplevs som mycket viktigt är det förvånansvärt få som faktiskt vet hur väl den fungerar inom den egna verksamheten. I undersökningen svarar 1 av 3 beslutsfattare att de har en god uppfattning om hur bra deras kund- eller medborgarservice är, och hur den upplevs av de som söker hjälp med ett ärende.

Siffrorna för företag och offentlig sektor är snarlika, men vi ser att beslutsfattare inom den privata sektorn har lite bättre uppfattning om kundernas upplevelse än de som verkar i offentlig sektor, 36 % jämfört med 29 % inom det offentliga.



Många tycker att de gör ett bra jobb

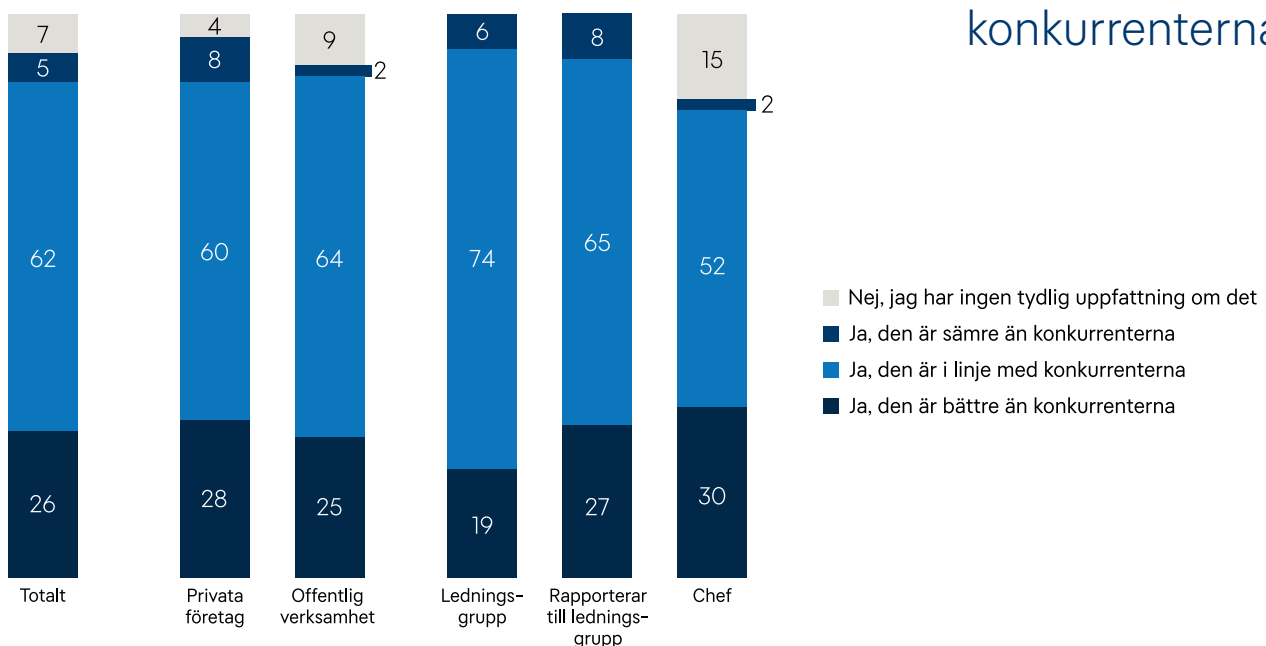
Trots att bara 1 av 3 har en god uppfattning om hur kunderna upplever den egna kundservice, tror de flesta att den är lika bra eller bättre än konkurrenternas. Endast 1 av 20 upplever att deras kundservice är sämre än konkurrenternas.

9/10

tycker att service-
nivån är lika bra
eller bättre än hos
konkurrenterna

Vet du hur upplevelsen av er kundservice står sig i relation till era konkurrenter?

Diagrammet visar %



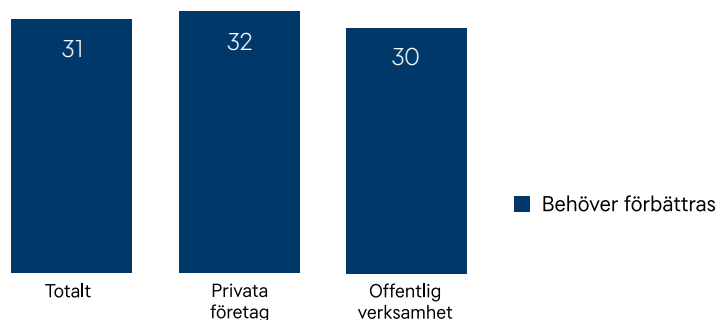


Några ser behov av att investera

De flesta beslutsfattare, oavsett nivå, tror att kundupplevelsen är tillräckligt bra som det är. Samtidigt så ser vi att 3 av 10 anser att det finns ett behov av att höja nivån.

Upplever du att ni erbjuder en tillräckligt bra kundupplevelse idag, totalt sett?

Diagrammet visar %



3/10

tycker att
kundupplevelsen
de erbjuder
behöver förbättras

Majoriteten vill satsa mer på kundservice

Trots att majoriteten anser att den egna kundservice är konkurrenskraftig, finns det en vilja att investera mer hos de flesta beslutsfattare inom den privata sektorn. Vi ser att så många som 2 av 3 beslutsfattare vill satsa på en bättre kundservice, och att det är väldigt få som vill dra ner på resurserna som satsas på kundservice.

Även inom offentlig sektor finns en vilja att förbättra medborgarservice. Här vill 1 av 2 beslutsfattare satsa mer på medborgarservice.

66%

av beslutsfattarna vill satsa mer på företagets kundservice

”

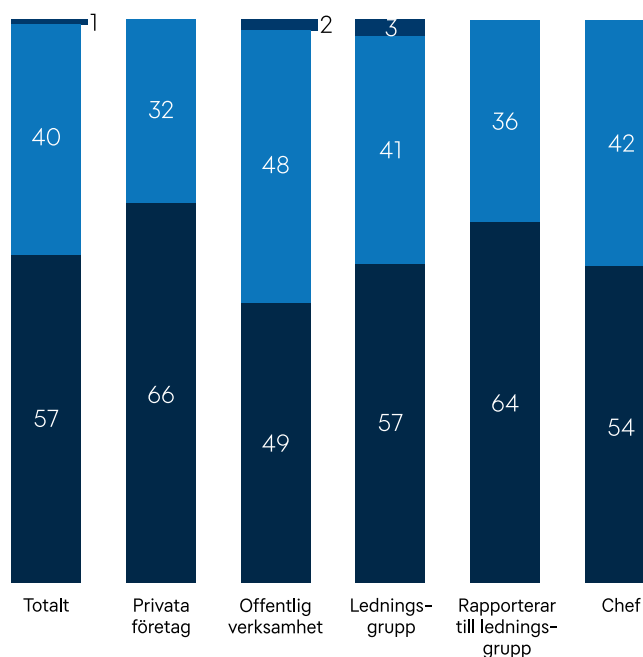
Kundservice påverkar hela kundupplevelsen

Beslutsfattare

Nej, vi borde dra ner och lägga resurserna på annat ■
 Det är bra som det är ■
 Ja, vi borde satsa på bättre kundservice ■

Tycker du att ni borde satsa mer på att erbjuda en bra kundservice?

Diagrammet visar %



Satsning sker på både personlig service och digitala kanaler

7 av 10 beslutsfattare inom den privata sektorn rapporterar att det finns planer på att satsa mer resurser på kundservice. Inom offentlig sektor är viljan att satsa ännu större, där vi ser att hela 8 av 10 beslutsfattare planerar utökade satsningar.

Tittar vi på de totala satsningarna så ser vi att utökad information och självhjälpsfunktioner är vanligast tillsammans med ytterligare satsningar på personlig service.

Inom både den privata och offentliga sektorn ser vi att man är minst benägen att satsa på automatiserad service som exempelvis AI eller chattbotar.

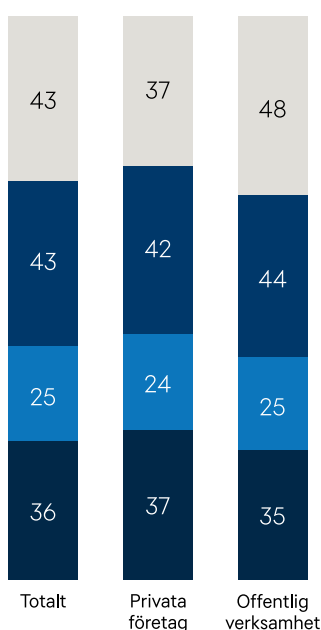
7/10

tänker satsa
mer resurser på
kundservice

”

Kundservice är
företagets
ansikte utåt

Beslutsfattare



Vad av följande tänker ni satsa mer på vad gäller kundservice?

Diagrammet visar %, andelarna som svarat "Inget av ovanstående" samt "vet ej" visas ej

- Personlig service som t ex telefon, fysiska möten
- Information och självhjälpsfunktioner som t ex Mina sidor, vanliga frågor på webbsida
- Automatiserade digitala kanaler med AI och robot-assistans
- Digitala kanaler med personlig service som t ex chatt, videomöten

Offentlig sektor är inte lika digital

1/2

går att kontakta
via sociala medier

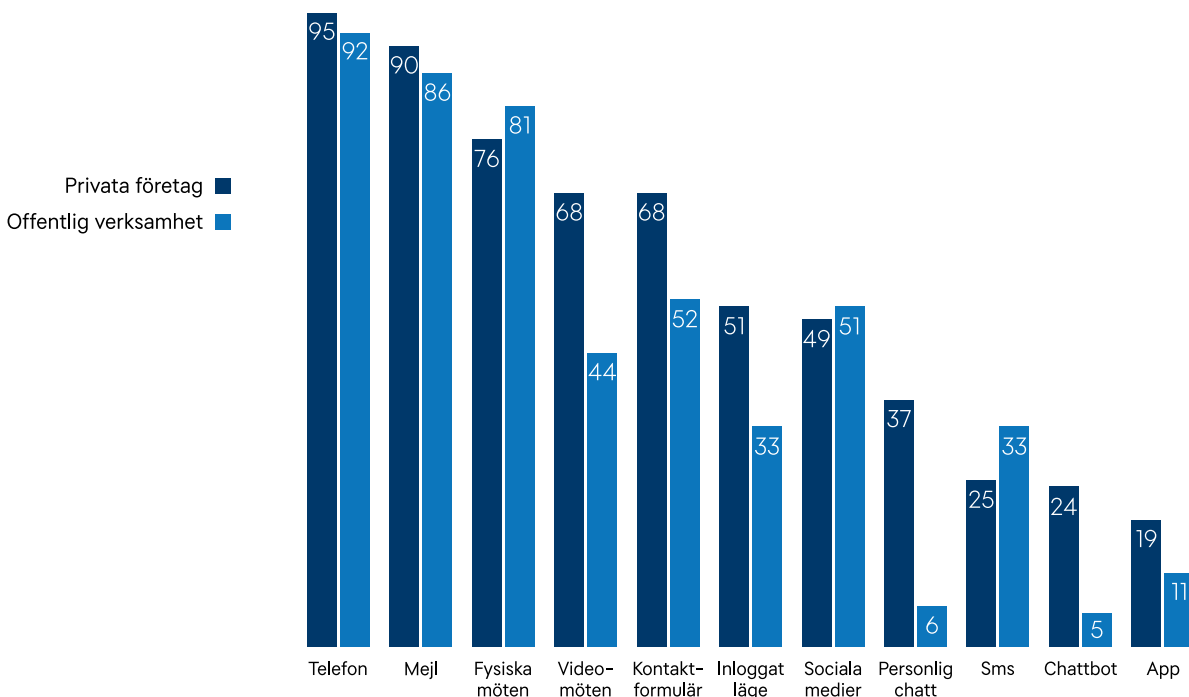
Det är fortfarande ovanligt att man helt valt bort möjligheten att låta kunder eller medborgare ringa in, endast 1 av 20 har valt bort telefon som kontaktväg.

Privata företag erbjuder i högre grad digitala kontaktvägar. Vi kan konstatera att hälften av företagen erbjuder kunder att interagera via inloggat läge, nästan 4 av 10 erbjuder personlig chatt och 1 av 4 har integrerat någon form av chattbot.

I den offentliga sektorn har man inte kommit lika långt. Endast 1 av 3 erbjuder inloggat läge, 1 av 20 kan erbjuda en personlig chatt och lika ovanligt är det att man har en chattbot.

Vilka av följande kontaktvägar erbjuder ni kunder som vill komma i kontakt med er?

Diagrammet visar %

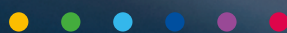


Insikter

- 6 av 10 använde telefon när de i sitt senaste ärende kontaktade kund- eller medborgarservice.
- 45 % skulle välja telefon igen, om ärendet blev löst lika bra oavsett kanal.
- 41 % av 18–24-åringar vill också använda telefon som sin främsta kanal, följt av personlig chatt och mejl.
- 48 % av samtliga respondenter väljer telefonmötet framför video och fysiskt möte. Mest populärt är det bland 18–24-åringar, där hela 61 % föredrar telefonmöte.
- 9 av 10 kundserviceärenden väcker känslor, 59 % positiva och 40 % negativa.
- 2 av 3 blir nöjda med hur deras ärende har hanterats, men 1 av 5 är fortfarande missnöjd.
- 7 av 10 blev nöjda med ärendehanteringen på grund av snabb hantering.
- 4 av 10 som blivit nöjda med ärendehanteringen säger att relationen till företaget eller organisationen har stärkts.
- 8 av 10 som blivit missnöjda med hanteringen av sitt ärende säger att relationen har försämrats.
- 6 av 10 kundserviceärenden blir lösta redan samma dag, men 13 % hade ännu inte blivit lösta vid tidpunkten för undersökningen.
- 7 av 10 beslutsfattare anser att en tillgänglig och välfungerande service och support är mycket viktigt för att skapa nöjda kunder. Lika många kunder tycker samma sak.
- 73 % vill få support av en riktig människa, även om ärendet skulle lösas lika bra av en robot.
- 9 av 10 vill ta emot information eller erbjudanden från ett företag eller en organisation via sms.
- 41 % av beslutsfattarna ser bra kundservice som en strategisk konkurrensfördel.
- 1 av 3 beslutsfattare vet om kunderna eller medborgarna är nöjda med deras service och supportfunktioner. 9 av 10 anser att deras service är lika bra eller bättre än konkurrenternas.
- 7 av 10 beslutsfattare inom den privata sektorn och 8 av 10 inom det offentliga rapporterar att det finns planer på att satsa mer resurser på kundservice.



TELE2



FÖRETAG

Läs mer om hur Tele2 Företag skapar bättre kundupplevelser på tele2.se/foretag/kommunikation.