

PRESSMEDDELANDE 2017-04-03

Ökande kundklagomål ny chans till lojala relationer

Svensk Kvalitetsindex (SKI) gör varje år kvalitetsmätningar av cirka 300 bolag i bland annat branscherna bank, energi, försäkring, telekom och offentlig sektor. I dessa mätningar ser vi tydligt att andelen kundklagomål ökat kontinuerligt sedan 2010. Trenden gäller både privat- och företagskunder.

Antingen för eller emot

Det framgår tydligt att tålmodet hos kunden minskar och att det inte finns några mellanstationer i känsloläget, utan inställningen till företagen och deras tjänster är starkt polariserad. För eller emot. Precis som i sociala medier reagerar kunderna snabbt med en tumme upp eller en tumme ner. SKI ser också att de missnöjda kunderna inte tvekar att byta leverantör i dessa lägen.

– Det finns ingen anledning att tro att ökningen av kundklagomålen skulle vara tillfällig. Idag räcker det inte med en hög produktkvalitet och förtjunsningen kring de digitala tjänster som ökade kundnöjdheten för några år sedan har lagt sig. Kunderna har ett nytt behov av initiativförmåga från företagen, där proaktivitet och att läsa in kundens nästa behov är centrala delar. Idag krävs helt enkelt en ny serviceupplevelse, liksom en bra hantering av kundklagomål, säger Johan Parmler, vd för SKI.

Tyst massa av missnöjda kunder

En tydlig trend är att den största andelen kunder som har anledning att klaga väljer att inte göra det. Det innebär att de riskerar att försvinna bort som kunder, utan att företagen fått tillfälle att fånga upp dem och göra något åt deras missnöje.

Den superlojala kunden

Sammanställningen visar också att företag som hanterar missnöjda kunder på rätt sätt kan skapa extremt nöjda kunder. Med rätt bemötande går kunden från att vara på väg ut genom dörren till att blir superlojal, och därmed väldigt lönsam. Dessa superlojala kunder talar gärna om sin positiva kundupplevelse i minst samma utsträckning som de gjorde när de var missnöjda. De agerar som ett slags evangelister i sin nöjdhet.

För företag finns det alltså ett starkt ekonomiskt incitament att ta hand om kundklagomål på ett strukturerat sätt.

– Lösningen är alltså inte att få folk att sluta klaga. Lösningen är att hantera klagomålen på rätt sätt. Och framför allt att fånga upp den stora tysta massan som har anledning att klaga, men inte gör det, säger Johan Parmler.

Framgångsexempel

ISKIs sammanställning finns några företag som utmärker sig genom en bra klagomålshantering, och som därigenom vänder trenden med allt mer missnöjda kunder till sin fördel. De möter kundernas nya behov på proaktivitet och skapar därigenom superlojala kunder. Bland de företag som utmärker sig finns Luleå Energi, Skellefteå Kraft, Söderberg & Partner, Halebop, Dina Försäkringar och Länsförsäkringar.

– Genom våra mätningar har vi lyckats skapa en unik erfarenhetsbank där vi kan se vilka faktorer som driver kundklagomål – och andra änden sedan skapar superlojala kunder. Vi har även mätredskapet för att fånga upp den stora massan kunder som har anledning att klaga, men inte gör det. Det finns ett starkt ekonomiskt incitament för företagen att titta på sin klagomålshantering, säger Johan Parmler.

Om studien

SKI genomförde under 2016 mer än 250 000 telefonintervjuer i Sverige inom ett 15-tal branscher/sektorer. Undersökningarna inom privatmarknaden görs på slumpmässiga urval av personer 18 år och äldre från urvalsramen PAR Konsument, och på företagsidan används företagsdatabasen PARAD.



FÖR MER INFORMATION

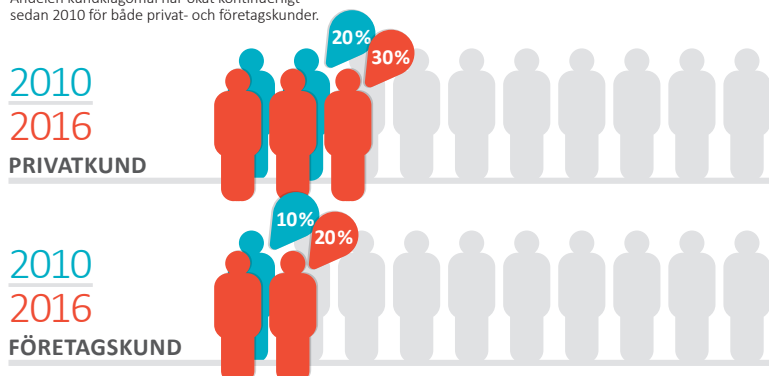
JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

► johan.parmeler@kvalitetsindex.se

► 073-151 75 98

UTVECKLING KUNDKLAGOMÅL

Andelen kundklagomål har ökat kontinuerligt sedan 2010 för både privat- och företagskunder.



KUNDNÖJDHET ...

