



Norsk Kundebarmeter 2020

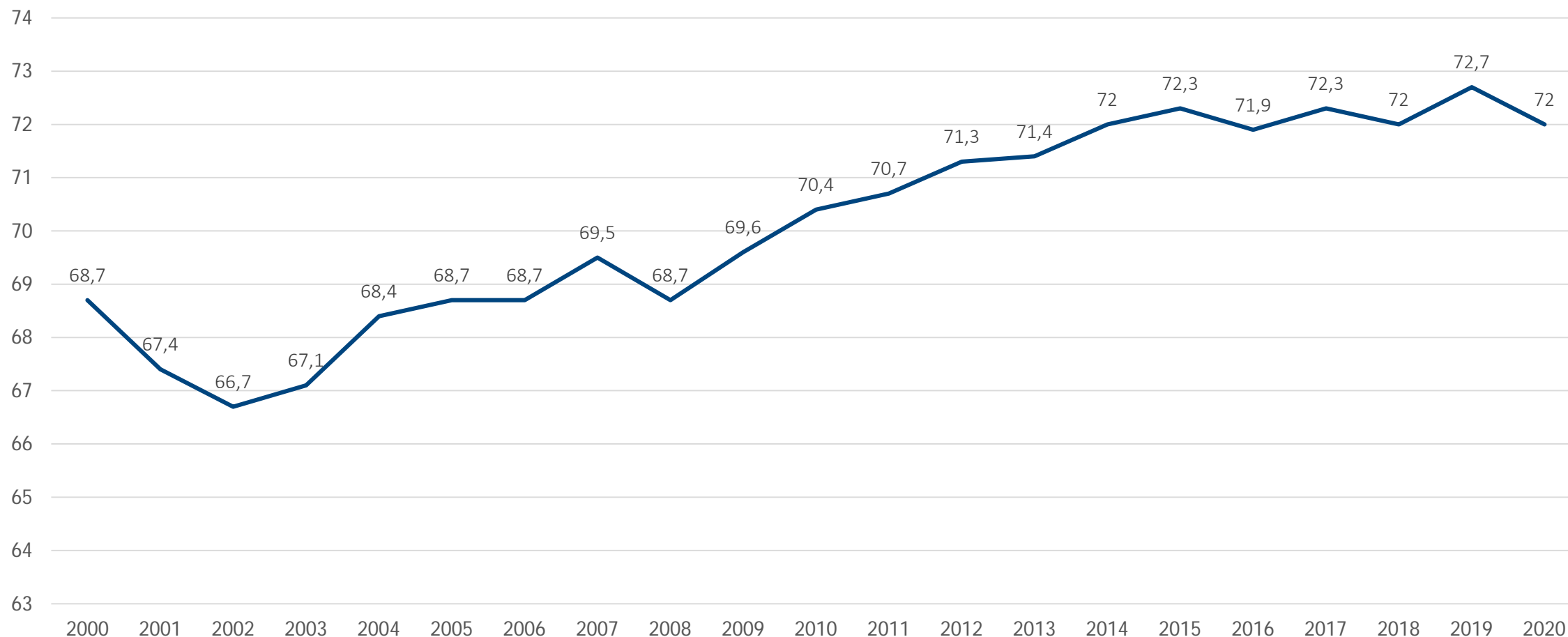


Om Norsk Kundebarometer 2020

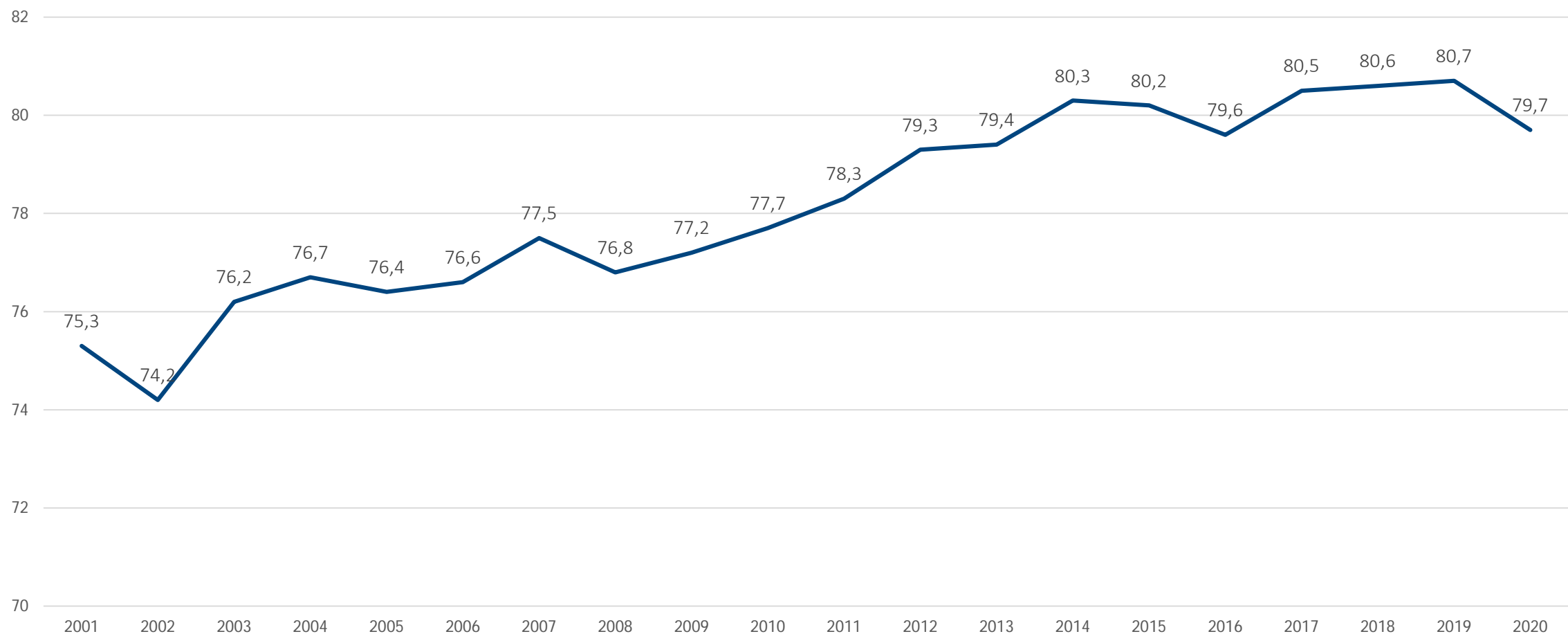
- 6.320 husstander har gitt 15.583 bedriftsvurderinger
- 153 bedrifter i forbrukermarkedet er målt
- Bedriftens egne kunder som har svart
- Intervjuperiode 15. januar - 12. mars 2020
- Norstat Norge har stått for datainnsamlingen
- Prosjektet administreres av Barcode Intelligence AS
- Resultater: <https://www.bi.no/forskning/norsk-kundebarometer/>
- Utvidet liste: <http://www.barcode.as/kti-rating>



Kundetilfredshet - gjennomsnitt Norge



Kundelojalitet - gjennomsnitt Norge



Vinner av Norsk Kundebarometer 2020



Norsk Kundebarometer 2020 - Topp 15

Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
1	Vinmonopolet	85	
2	OneCall	83,6	87
3	Finn.no	83,2	90,2
4	Toyota	82,6	80,8
5	Sbanken	82	89,5
6	BMW	81,2	75,6
7	Interoptik	80,9	85,4
8	Flytoget	80,7	81,3
9	Gjensidige (Skadeforsikring)	80,4	83,8
10	Volvo	80	76,9
10	Synsam	80	81,1
12	Skoda	79,9	79,3
13	Eie Eiendomsmegling	79,6	67,3
14	Hurtigruta	79,5	77,6
14	Komplett.no	79,5	86,6



Norsk Kundebarometer 2020 - Bunn 15

Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
139	TV2 Sumo	64,4	68,7
140	Coop Prix	64,3	79,5
141	Vy (Buss)	64,2	76
141	Plantasjen	64,2	78,3
143	Telenor (bredbånd)	64,1	71
144	Viaplay	63,6	71,4
145	Vy (tog)	63,3	84,4
146	NextGentel	63	62,7
147	Telenor (TV)	62,8	69,9
148	HBO Nordic	62,1	72,1
149	Dplay	61,2	71,6
150	Bunnpris	60,9	77,3
151	Get (bredbånd)	60,5	73,5
152	Get (TV)	59,8	74,6
153	Joker	58,8	79,2



Norsk Kundebarometer 2020 - Bransjeoversikt

Plassering	Bransje	Tilfredshet	Lojalitet
1	Optikk	78,7	82,5
2	Bilforhandler	78,2	73,5
3	Fergecruise	77,4	81,7
4	Skadeforsikring	77,2	81,3
5	Netthandel	76,9	80,9
6	Mobilabonnement	76,7	82,2
7	Boligalarm	76,2	79,7
8	Eiendomsmegling	76,1	66,4
9	Bokhandel	75,9	85,9
10	Apotek	75,4	83,9
11	Øvrige bransjer	75,3	83,6
12	Bank	75,0	79,8
13	Turoperatør	74,6	73,0
14	Hotell	73,9	81,1
15	Glass og stentøy	73,8	83,2
16	Medlemsorganisasjoner	73,7	83,2
17	VVS	73,3	74,4

Plassering	Bransje	Tilfredshet	Lojalitet
18	Bensinstasjon	71,8	84,1
19	Strømleverandør	71,1	76,0
20	Byggevarer	71,0	80,2
21	Sport	70,5	79,8
22	Møbler	70,2	77,5
23	Persontransport	69,9	86,1
24	Øvrig handel	69,5	82,3
25	Dagligvarer	69,3	84,5
26	Interiør	68,9	77,9
27	Kiosk	68,6	81,3
28	Elektronikk-kjeder	68,4	77,4
29	Klær	67,9	82,5
30	Kapitalforvaltning	67,0	79,1
31	TV-distribusjon	66,6	73,6
32	Bredbånd	65,2	71,7
33	Strømmetjenester	63,5	72,4



Norsk Kundebarometer 2020

- Rapporter og analyser

- NKB administreres av Barcode Intelligence AS.
- Bestillinger av rapporter og analyser på detaljerte resultater fra Norsk Kundebarometer gjøres via Barcode, www.barcode.as.
- 5-stjerners ratingsystem på kundetilfredshet: www.barcode.as/KTI-rating:

★ ★ ★ ★ ★	Over 80 poeng – Begeistrede kunder
★ ★ ★ ★ ☆	75–80 poeng – Svært fornøyde kunder
★ ★ ★ ☆ ☆	70–75 poeng – Fornøyde kunder
★ ★ ☆ ☆ ☆	60–70 poeng – Likegyldige kunder/misfornøyde kunder
★ ☆ ☆ ☆ ☆	Under 60 poeng – Svært misfornøyde kunder

Utfordringer for reiselivsnæringen

Bransje	Bedrift	Tilfredshet 2020	Endring tilfredshet	Lojalitet 2020	Endring lojalitet
Persontransport	Flytoget	80,7	-2,2	81,3	-8,0
Persontransport	SAS	71,8	1,0	85,4	-2,6
Persontransport	Norwegian	70,7	-1,2	84	-2,9
Fergecruise	Hurtigruta	79,5	0,6	77,6	-4,6
Turoperatør	Ving	77,6	1,8	76,7	-0,5
Turoperatør	TUI	71,5	-5,2	69,2	-7,6

Vy - navnebytte og forsinkelser

Rangering 2020	Bedrift	Tilfredshet 2020	Endring tilfredshet	Lojalitet 2020	Endring lojalitet
145	Vy (Buss)	64,2	-9,8	76	-11,3
149	Vy (tog)	63,3	-3,8	84,4	-2,2

Passasjerene slakter Vy etter høstens togtrøbbel

En sommer med buss for tog og en høst med store togforsinkelser er ikke glemt av de reisende. Nå opplever Vy kraftig nedgang i togkundernes tilfredshet.

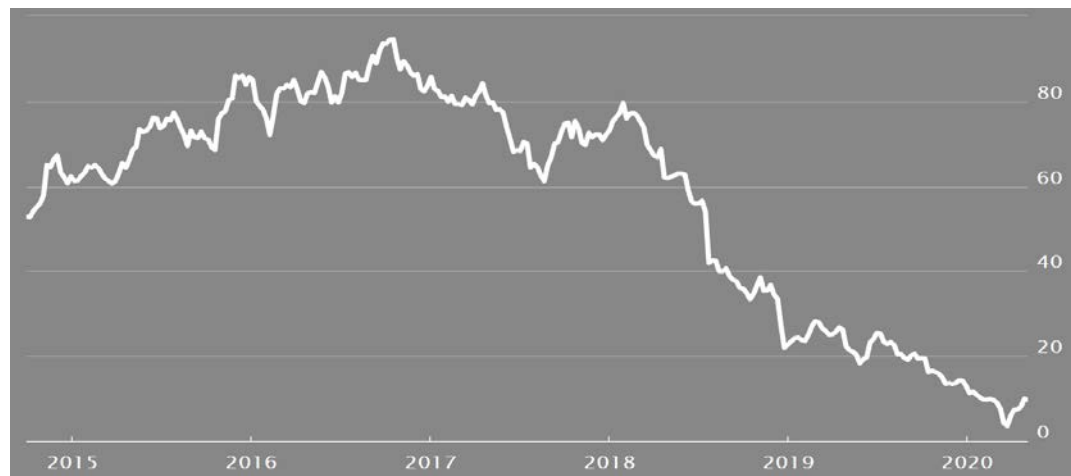
Get

Bransje	Rangering 20	Bedrift	Tilfredshet 20	Endring tilfredshet	Lojalitet 20	Endring lojalitet
Bredbånd	69	Altibox	73,1	-6,5	79,5	-8,9
Bredbånd	147	Telenor	64,1	-3,2	71	-6,1
Bredbånd	150	NextGentel	63	0,7	62,7	-8,8
Bredbånd	155	Get	60,5	2,4	73,5	2
		Bredbånd	65,2	-1,7	71,7	-5,5
TV-distribusjon	80	Altibox	72,2	-2,5	80	-4,9
TV-distribusjon	114	Viasat	68,3	5,0	71,7	5,9
TV-distribusjon	116	Canal Digital via parabol	68,2	2,9	70,7	-0,7
TV-distribusjon	120	RiksTV	68	0,6	74,7	-3,8
TV-distribusjon	151	Telenor	62,8	-7,2	69,9	-11,4
TV-distribusjon	156	Get	59,8	-3,5	74,6	4,0
		TV-distribusjon	66,6	-0,8	73,6	-1,8



XXL - fra suksess til ?

- Børsnotert oktober 2014. Omtalt i mediene som en «kjempeaksje» og ble raskt en «folkeaksje»



XXL	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tilfredshet	68	73	72	76	76	72	71	72	69
Lojalitet	83	82	83	90	85	84	86	85	80

Obs BYGG i en egen klasse!

Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
29	Obs BYGG	77	91,9
79	Byggmakker	72,4	79,2
86	Montér	71,7	81,8
93	Maxbo	70,9	78,8
106	XL-Bygg	69,5	75,4
107	Bygger'n	69,3	76,9
131	Byggmax	66,4	77,7
	Byggevarer	71,0	80,2

Oppsummering

- Nedadgående tendens på kundetilfredshet og lojalitet
- Utfordringer for flere bransjer
 - Reiseliv
 - Tradisjonell varehandel
- Coronakrisen vil medføre store endringer i kundebehov, kjøpekraft og kjøpsadferd
 - Vi vil kunne se endringer i driverbildet (hva som påvirker tilfredshet og lojalitet)
 - Endrede prioriteringer på hva vi kommer til å bruke penger på
 - Økt «illojalitet» (mellom bedrifter og økt netthandel)
- Vi ser også tegn til adferdsendring av bærekrafthensyn
- Sørg for å innhente god innsikt fra markedet for å møte endringene på best mulig måte!

Hovedlisten 2020



Norsk Kundebarmeter 2020

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
1	Vinmonopolet	85,0	
2	OneCall	83,6	87,0
3	Finn.no	83,2	90,2
4	Toyota	82,6	80,8
5	Sbanken	82,0	89,5
6	BMW	81,2	75,6
7	Interoptik	80,9	85,4
8	Flytoget	80,7	81,3
9	Gjensidige (Skadeforsikring)	80,4	83,8
10	Volvo	80,0	76,9
10	Synsam	80,0	81,1
12	Skoda	79,9	79,3
13	Eie Eiendomsmegling	79,6	67,3
14	Hurtigruta	79,5	77,6
14	Komplett.no	79,5	86,6

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
16	Tesla	79,4	81,2
16	Audi	79,4	76,2
16	Zalando	79,4	81,4
19	Talkmore	78,7	84,9
20	SpareBank 1	78,3	81,7
20	Sporveien T-Bane	78,3	93,7
22	Handelsbanken	78,1	81,4
23	Specsavers	77,8	84,1
24	Ving	77,6	76,7
25	Apotek 1	77,2	87,1
26	Vitus	77,1	84,9
27	Obs BYGG	77,0	91,9
27	Gudbrandsdal Energi	77,0	78,3
29	Fremtind (SpareBank 1/Dnb)	76,9	85,8
29	LOS	76,9	82,2

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
31	If	76,7	79,7
32	Eika	76,5	85,0
32	Verisure	76,5	79,4
34	Krogsveen	76,4	70,1
35	Hyundai	76,1	64,7
36	Ark	76,0	86,9
36	Brilleland	76,0	79,3
38	Norli	75,9	84,3
39	Tanum	75,8	86,5
39	Sector Alarm	75,8	79,9
39	Ice (mobil)	75,8	77,3
42	Meny	75,7	89,2
43	NAF	75,6	80,2
44	Avinor	75,5	76,4
45	Nissan	75,4	62,0



Norsk Kundebarmeter 2020

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
45	Aktiv Eiendomsmegling	75,4	67,4
47	Color Line	75,2	85,8
48	VW	75,0	68,8
48	Thon Hotels	75,0	83,0
50	Møbelringen	74,9	72,4
51	Tryg (Skadeforsikring)	74,8	75,8
52	Kiwi	74,6	88,3
52	Nord-Trøndelag Elektrisitetsverk (NTE)	74,6	83,8
54	Choice	74,5	83,1
55	CircleK	74,4	87,1
56	Kitch'n	74,1	82,7
56	Bademiljø	74,1	73,9
58	Obs	74,0	89,6
59	Telia (mobil)	73,8	79,7
60	Jernia	73,4	83,6

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
60	Norway Bussekspress	73,4	84,4
62	Danske bank	73,3	76,6
62	Jula	73,3	84,7
64	Radisson Blu	73,2	74,7
64	IKEA	73,2	93,0
66	Mitsubishi	73,1	69,3
66	Altibox (bredbånd)	73,1	79,5
66	Sport1	73,1	85,4
66	Normal	73,1	78,3
70	Clas Ohlson	73,0	86,6
71	DnB Eiendom	72,8	60,8
72	REMA 1000	72,7	90,6
72	Scandic	72,7	83,4
72	Sporveien Trikken	72,7	90,5
75	Comfort	72,5	74,9

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
76	Byggmakker	72,4	79,2
77	Altibox (TV)	72,2	80,0
78	ESSO	72,1	81,9
78	Princess	72,1	80,7
80	Boots	72,0	79,7
81	OBOS	71,8	86,2
81	SAS	71,8	85,4
83	Montér	71,7	81,8
83	NetOnNet	71,7	74,8
85	Dressmann	71,6	85,6
86	TUI	71,5	69,2
86	Biltema	71,5	85,9
88	Telenor (mobil)	71,4	82,3
89	SATS	71,2	80,0
90	Maxbo	70,9	78,8



Norsk Kundebarometer 2020

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
91	Extra	70,8	88,1
92	Elkjøp	70,7	82,5
92	Norwegian	70,7	84,0
94	Spar	70,6	82,2
94	Fortum	70,6	73,3
96	Nordea	70,3	76,3
97	Coop Mega	70,2	80,7
97	Lyse	70,2	79,6
99	Eidsiva	69,9	78,9
100	Narvesen	69,8	84,6
101	Deli De Luca	69,7	81,8
102	XL-Bygg	69,5	75,4
103	Bygger'n	69,3	76,9
104	Kid	69,3	80,2
105	MIX	69,2	79,3

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
105	XXL	69,2	79,8
107	Intersport	69,1	74,3
108	Shell	68,8	83,2
109	Norsk Tipping	68,5	85,2
110	Widerøe	68,3	85,8
110	Viasat (TV)	68,3	71,7
112	Canal Digital	68,2	70,7
113	DnB kapitalforvaltning	68,1	77,8
113	Eika Kapitalforvaltning	68,1	83,8
113	Posten	68,1	86,1
116	Hennes & Mauritz	68,0	84,1
116	RiksTV	68,0	74,7
118	Fjordkraft	67,9	69,3
119	Cubus	66,9	80,9
119	Skeidar	66,9	72,6

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
119	Fjord1	66,9	89,0
122	ODIN Forvaltning	66,8	79,6
122	Ruter	66,8	88,8
124	DNB	66,7	68,2
125	Bus (grønne regionbusser)	66,6	85,7
126	NorgesEnergi	66,5	67,0
127	Byggmax	66,4	77,7
127	Netflix	66,4	78,3
129	Hafslund Strøm	66,2	71,5
129	Nille	66,2	81,0
131	Power	66,1	72,2
132	Bohus	65,9	72,1
133	7-eleven	65,6	79,3
134	Jysk	65,4	72,8
135	Buss (røde bybusser)	65,2	90,7



Norsk Kundebarometer 2020

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
135	Europris	65,2	81,1
137	SKAGEN Fondene	65,0	75,3
138	Lindex	64,9	79,5
139	TV2 Sumo	64,4	68,7
140	Coop Prix	64,3	79,5
141	Vy (Buss)	64,2	76,0
142	Plantasjen	64,2	78,3
143	Telenor (bredbånd)	64,1	71,0
144	Viaplay	63,6	71,4
145	Vy (tog)	63,3	84,4
146	NextGentel	63,0	62,7
147	Telenor (TV)	62,8	69,9
148	HBO Nordic	62,1	72,1
149	Dplay	61,2	71,6

2020		2020	2020
Plassering	Bedrift	Tilfredshet	Lojalitet
150	Bunnpris	60,9	77,3
151	Get (bredbånd)	60,5	73,5
152	Get (TV)	59,8	74,6
153	Joker	58,8	79,2



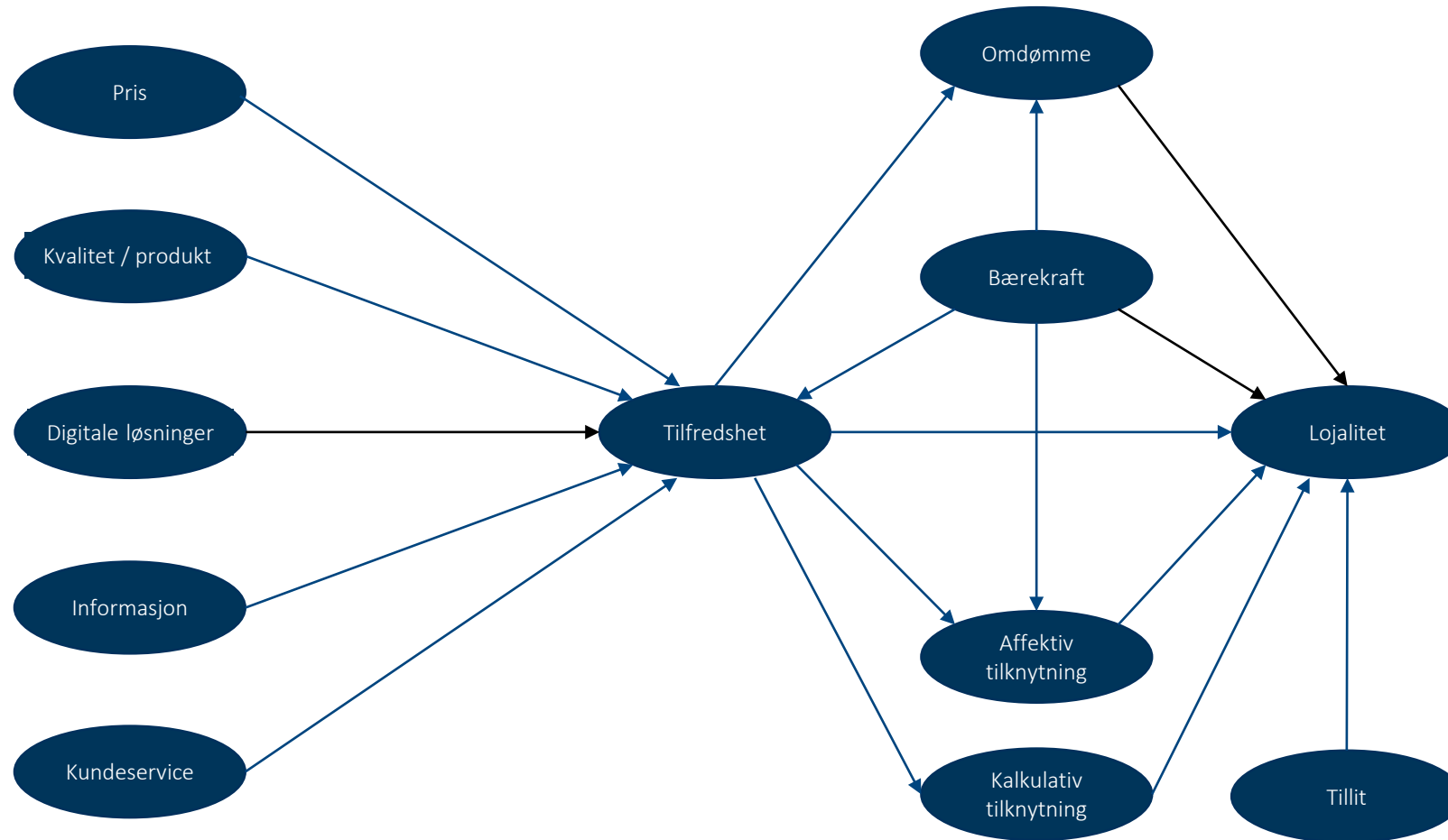
Konsekvenser av koronakrisen og behovet for ny innsikt



Kunderelasjoner før og etter Korona

- Perioden vi er inne i nå kan karakteriseres som disruptiv for samfunn og næringsliv, med påfølgende konsekvenser for kunder og hvilke behov de har fremover. Dette vil kunne gi utslag på fremtidig kundeadferd og det er viktig å fange opp disse endringene så raskt som mulig for å kunne tilpasse seg den nye hverdagen når den etter hvert kommer. Spesielt er det viktig å fange opp eventuelle endringer i driverbildet - hva er det som er viktig for dine kunder i dagens situasjon?
- Behovsendringer i markedet vil sannsynligvis også bety at mange kunder vil vurdere å bytte leverandører og kutte forbruk (regjeringen anslår 8,5% lavere forbruk i 2020). Hva kan din bedrift gjøre for å hindre kundefrafall, og hvordan kan dere kapre andre bedrifters kunder som vurderer å bytte leverandør? For å få svar på dette trenger vi innsikt, og spesielt i disse dager er innsikt ferskvare!
- Vi planlegger derfor å gjennomføre fullmodellsundersøkelser basert på NKBs konseptuelle modell så snart samfunnet er litt mer tilbake til normalen (juni). Kombinert med en generell markedsundersøkelse (post Coronautbruddet) vil dette gi essensiell informasjon om hvordan dere best kan posisjonere dere i et endret marked.

Norsk Kundebarometers relasjonsmodell



- Modellen består av ca 50 konkrete spørsmål
- I tillegg til drivermodellen måles også områder som:
 - Misnøye
 - Proaktivitet
 - Breddesalg
 - Etc
- Viktigheten (påvirkning) fra de ulike driverne estimeres ved hjelp av regresjonsteknikker
- Funnene vil bidra til å stille god diagnose, identifisere strategiske forbedringsområder og tiltak

Drivere av tilfredshet

- Dette er konkrete områder kundene evaluerer bedriften på i kjøps- og brukssituasjon.
- Hva som er en god score vil variere avhengig av hvilken strategi/posisjonering bedriften ønsker å ta. Her er det også viktig å vite hvordan konkurrentene til bedriften scorer. Gjennom 25 år med analyser i flere bransjer har vi gode forutsetninger til å tolke resultatene.
- Hvilke områder som har høyest viktighet for kundene varierer mellom bransjer, bedrifter, segmenter, samt over tid. Det derfor viktig å gjennomføre driveranalyser regelmessig (f.eks årlig).
 - Uten å vite hvilke områder kundene opplever som viktig blir det vanskelig å treffe riktige tiltak som gir positiv effekt på kundetilfredshet og lojalitet

Drivere av lojalitet

- Affektiv tilknytning
 - Affektiv tilknytning kan ses på som emosjonell lojalitet. Kundene opprettholder kundeforholdet på grunn av at de liker bedriften
 - Dette er limet i kundeforholdet og er den sterkeste formen for lojalitet. Kunder som scorer høyt her blir mindre prissensitive og vil i mindre grad vurdere å bytte til en konkurrent.
 - Affektiv tilknytning kan også ses på som et mål på hvor god merkevarebyggingen til bedriften er: Høy affektiv tilknytning indikerer at kundene identifiserer seg med bedriften og det den står for.
- Kalkulativ Tilknytning
 - Kalkulativ tilknytning er et uttrykk for grad av rasjonell årsak til å være lojal.
 - Typiske eksempler på kalkulativ tilknytning er pris, beliggenhet, mangel på alternativer o.l.
 - Scorer på dette området forteller oss noe om konkurransen er god i bransjen: Lav score indikerer høy konkurranse og mange alternativer. Høy score indikerer lav konkurranse og få alternativer.

Drivere av lojalitet

- Omdømme

- Omdømme er en faktor som relativt sjelden viser seg å påvirke lojalitet hos eksisterende kunder, men som er viktigere for å rekruttere nye kunder
- Det er en antagelse om at i bransjer hvor man leverer kompliserte produkter eller tjenester som er vanskelig for kundene å evaluere, vil bedriftens omdømme kunne påvirke lojaliteten: «Jeg er ikke sikker på om jeg har fått et godt produkt, men bedriften ser ut til å nyte et godt omdømme så derfor velger jeg å forbli kunde».

- Tillit

- Tillit er område som kan påvirke lojalitet direkte. Dette gjelder spesielt innenfor bransjer hvor man leverer tillitsbaserte produkter.
- Spørsmålet er hvorvidt kundene opplever at de kan stole på sine leverandører og på at de ikke vil lure kundene for egen profitt.
- Tillit tar lang tid å bygge opp, men kan rives ned raskt.

Bærekraft

- Bærekraft har fått økt «viktighet» på kunderelasjonene de siste 3-4 årene
 - Vi observerer forskjeller i effekt i ulike bransjer
- Kundene har ulik oppfatning om bedrifters satsning på bærekraft skaper positive eller negative konsekvenser for produktene/tjenestene de kjøper
- Bærekraft påvirker omdømme og affektiv tilknytning direkte (positivt)
 - Spesielt viktig er påvirkningen på «identifisering med selskapet» som i sin tur påvirker adferd (lojalitet).
- Det er komplisert for kunder å danne seg et godt inntrykk av hva bedriftene gjør på bærekraft og hvor bærekraftige de er
 - Bedriftene bør bli flinkere til å forklare (på en enkel måte):
 - Hva de gjør på bærekraft
 - Hvordan dette påvirker produktene/tjenesten vi kjøper på en positiv måte. Først da vil dere øke kundenes opplevde nytteverdi som igjen medfører økt tilfredshet og lojalitet

Norsk Bærekraftbarometer

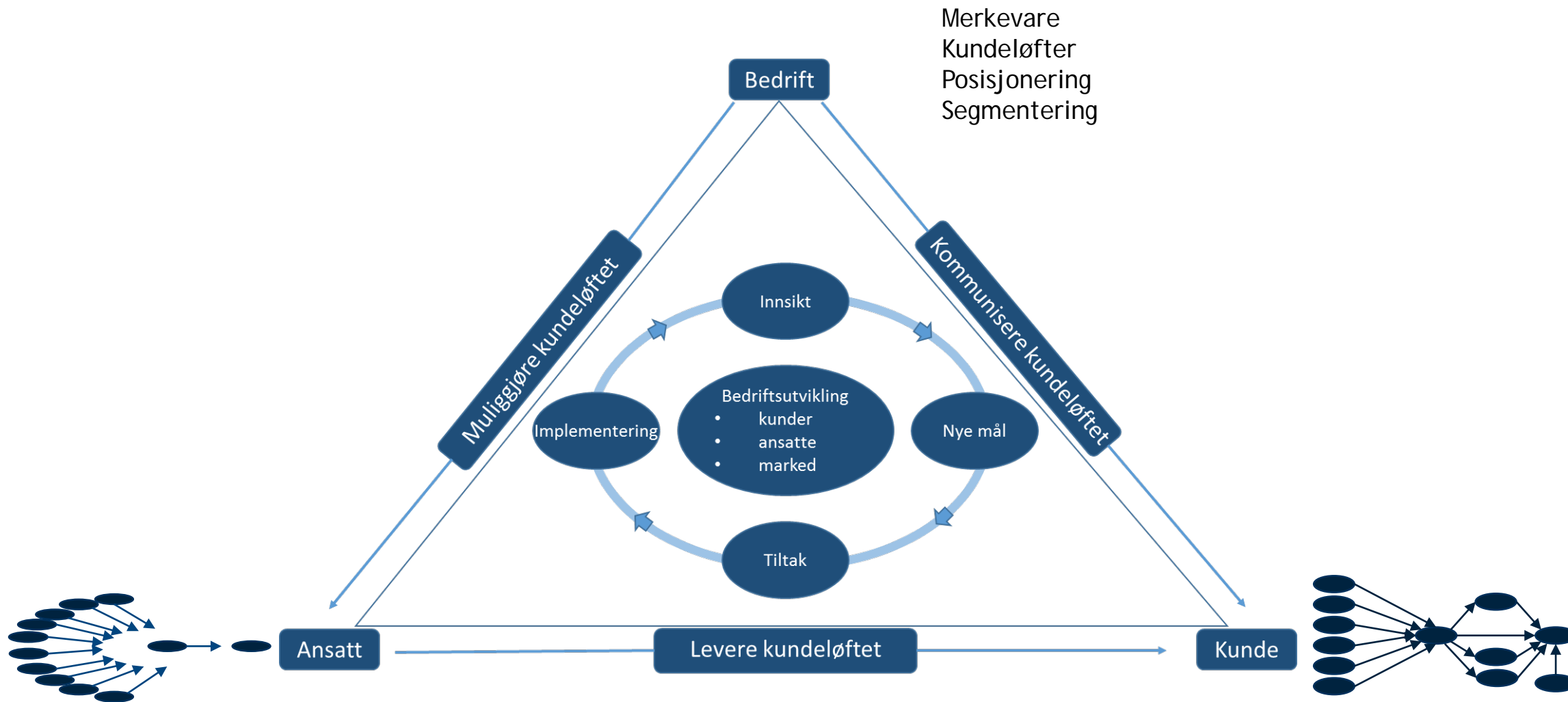
- Den 27 mai lanserer Handelshøyskolen BI og Barcode Intelligence Norges mest omfattende bærekraftsmåling.
- 149 norske bedrifter er målt og blir rangert på bærekraft
 - 4 spørsmål som måler de tre hoveddimensjonene av Bærekraft:
 - Den økonomiske dimensjon
 - Den miljømessige dimensjon
 - Den sosial dimensjon
- Følgende rapporter vil kunne bestilles:
 - Generell rapport
 - Bedriftsspesifikk rapport
 - Bransjerapporter inkl nedbrytning på enkeltbedrifter



Norsk Bærekraftbarometer - Rapportinnhold og analyser

- Generell rapport
 - Hvilke bedrifter og bransjer kommer beste ut - og hvilke har klare forbedringspotensial?
 - Hvordan påvirker bærekraft områder som kundetilfredshet, lojalitet (adferd), omdømme og affektiv tilknytning (holdning)?
 - Hvilke grep bør bedriftene ta for å større effekt av sine bærekraftstiltak?
 - Er det slik at forbrukerne endrer sin adferd i en mer bærekraftig retning? Og hvilke konsekvenser kan det i så fall føre til for bedriftene?
- Bransjerapport og bedriftsspesifikke rapporter
 - Inneholder detaljerte analyser og vurderinger på bransje-/bedriftsnivå
 - Resultater på enkeltspørsmålene, missing, varians/frekvenstabeller, korrelasjoner og regresjoner (mot tilfredshet og lojalitet)
 - Konkrete råd og tips til bedriften

Tenk helhetlig - kundeorientering i praksis



Barcode Intelligence AS

- 20-års erfaring med innsiktsundersøkelser for over 100 forskjellige bedrifter i et stort antall bransjer, B2C, B2B, offentlig sektor.
- Involvert i Norsk Kundebarometer (NKB) ved Handelshøyskolen BI (www.bi.no/kundebarometer) siden starten i 1996. Ledet NKB siden 2000.
- Er ansvarlig for NKBs kommersielle aktivitet.
- Eksempler på temaer Barcode belyser: kundetilfredshet og –lojalitet, informasjon/kommunikasjon, kanalbruk, kanalpreferanser, medarbeidertilfredshet, kundeservice, produktkvalitet, tjenestekvalitet, prisoppfatning, omdømme, merkestyrke, rasjonell og emosjonell lojalitet osv.
- Barcodes tilnærming er skreddersøm med utgangspunkt i problemstilling og anvendelse av relevant teori og metodikk.
- Barcode tilbyr innsiktsundersøkelser, rådgivning, workshops, foredrag, kurs, etc.
- Pål og Bengt er også ansatt på Handelshøyskolen BI ved Institutt for Markedføring som Høyskolelektorer med ansvar for NKB, undervisning og veiledning på bachelor- og executive-nivå.
- Daglig leder Hans Peter Wøien er tidligere administrerende direktør og en av grunnleggerne av Norstat



Partner Pål Silseth
46 17 17 48
pal.r.silseth@barcode.as



Daglig leder Hans Peter Wøien
91 79 99 84
hpw@barcode.as



Partner Bengt G. Lorentzen
46 17 17 58
bengt.lorentzen@barcode.as