



KAUPAN LIITTO

Kundernas nöjdhet med tjänster i Finland 2020

Sammanfattning av huvudresultaten

Jaana Kurjenoja

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



Innehåll (hela undersökningens innehåll)

Bakgrund till utredningen: varför?	2
Bakgrund till utredningen: hur?	3
Indexens innehåll	5
Undersökta bransch och företag	6
Kundnöjdhet inom konsumenttjänster: index och effektförhållanden	8
Kundnöjdhet	10
Prisupplevelse	18
Serviceupplevelse	25
Lojalitet	34
Beredskap att rekommendera	42
Fyra delfaktorer som kan förutsäga att kunden vill byta tjänsteföretag	45
Regionala index för kundnöjdhet, pris- och kvalitetsupplevelsen samt lojalitet inom handeln	50
Regressionsanalyser om indexens påverkansförhållanden	57

Innehållet i sammanfattningen intill är kortare än i medlemsmaterielat.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).

Bakgrund till utredningen: varför?

- Privata tjänster sysselsätter ungefär hälften av de sysselsatta inom samhällsekonomin, och handeln är till exempel den största arbetsgivaren inom företagssektorn. Det är av primär vikt för den finska ekonomiska tillväxten och sysselsättningsgraden att tjänsterna klarar internationell konkurrens.
- Konsumenttjänsternas konkurrenskraft, livskraft och utveckling är viktiga för enstaka tjänsteföretag, men också för hela samhällsekonomin.
- En av de största grundläggande faktorer för livskraftiga tjänster i Finland är konsumentförståelse och således respekt mot de egna kunderna – både de nuvarande och framtida.
- Kundnöjdhetsindexet utvecklas med just det ovannämnda som utgångspunkt. Indexet ger olika branscher och företag en bild av
 - hur de står i en allmän jämförelse
 - och vilka delfaktorer är deras styrkor eller svagheter.
- Bättre kännedom om de egna styrkor och svagheter jämfört med konkurrenter eller andra branscher skapar grund för utveckling av verksamheten. Kännedom om vad konsumenterna tycker om branschen ger information också till de företag som inte är med i kundnöjdhetsindexet. Detta är viktigt framför allt viktigt för små företag som inte har resurser för att utföra breda utredningar.
- Kundnöjdhetsindexet är en del av forskningssamarbetet mellan arbetslivsprofessor Lasse Mitronen vid Aalto-universitetet och Finsk Handel.

Bakgrund till utredningen: hur?

- Databasinsamlingen för indexet utfördes av Kantar TNS.
 - Urvalet representerar befolkningen på finska fastlandet och omfattar 5 221 15–79-åriga personer från Finlands fastland. Varje person har värderat 2–3 tjänsteföretag och materialet består av 13 635 kundrecensioner.
 - Materialet samlades in i tre omgångar i Kantar TNS internetpanel Forum i januari, maj och augusti 2020.
- Kunderna har värderat 78 tjänsteföretag inom nio olika branscher (vid läkartjänsterna värderades också en separat helhet ”Allmänna hälsostationer” som egentligen inte är ett företag. Eftersom den offentliga hälsovården mest drivs med skattepengar och inte är ett företag, är ”Allmänna hälsostationer” inte med i de statistiska regressionsanalyserna).
 - Företagen är riksomfattande kedjor. Företagslistan förnyas 2021, 2018–2020 har listan varit oförändrad.
 - Företagens vikt på branschmedelvärdet har beräknats efter omsättning (vid läkartjänster användes matematiskt medelvärde).
- Kunderna har värderat företagen med hjälp av 16 frågor. Utav svaren utgjordes sex separata index: det egentliga kundnöjdhetsindexet och fem övriga index
 - Kundförväntningar, Serviceupplevelse, Prisupplevelse, Kundnöjdhet, Lojalitet, Villighet att rekommendera. Indexvärden ligger mellan 1 och 100.
 - Olika branscher har värderats genom så lika frågor som möjligt men ordformerna har anpassats efter branschen.
 - Kunderna har värderat företag på en skala 1–10.
- Blanketterna formulerades, beräkningsformlorna definierades och de undersökta branscherna och kedjeföretagen valdes av arbetslivsprofessor Lasse Mitronen och chefsekonom Jaana Kurjenoja.

Bakgrund till utredningen: hur?

- Kunderna blev frågade om upplevelserna från de senaste kundbesöken inom olika branscher:
- Upplevelser från dagligvaru- och markethandeln under den senaste månaden.
- Upplevelser under det senaste halvåret från
 - varuhus och bruksvarobutiker med brett sortiment,
 - kläd- och skobutiker,
 - restaurang- och cafékedjor.
- Upplevelser under det senaste året från
 - sport- och fritidsbutiker,
 - järnaffärer,
 - hotellkedjor i Finland,
 - fjärtrafik i Finland,
 - läkartjänster.

Indexens innehåll

Skala 1–100

1. Kundförväntningar

- Läge, tillgänglighet
- Renlighet, trivsel, framläggande av produkter
- Hur man uppfyllt personliga behov
- Hur man lyckats med service

2. Serviceupplevelse

- Läge, tillgänglighet
- Renlighet, trivsel, framläggande av produkter
- Hur man uppfyllt personliga behov
- Hur man lyckats med service

3. Prisupplevelse

- Pris-kvalitetsförhållande
- Prisets konkurrenskraft jämfört med andra aktörer i branschen

4. Kundnöjdhet

- Totalnöjdhet med företaget
- Uppfyllande av förväntningar och behov
- Ekvivalens med den bästa möjliga helheten (läge, produkt, tjänster)

5. Lojalitet

- Avsikt att använda på nytt
- Villighet att undvika företaget

6. Rekommendation

- Avsikt att rekommendera i bekantskapskretsen eller i sociala medier

Undersökta branscher och företag

Obs! På begäran kan en företagsspecifik rapport göras om de handelsföretag som fått minst 125 svar (100 svar för järnhandeln)

*Mindre än 125 svar (100 svar för järnhandeln)

Dagligvaru- och markethandel

- S-market
- Prisma
- Sale
- Alepa
- Lidl
- Citymarket
- Minimani*
- K-Supermarket
- K-Market
- R-kioski

Kedjor för vardagliga bruksvaror och varuhuskedjor

- J. Kärkkäinen
- Sokos
- Stockmann
- Tokmanni
- Hong
Kong/Rusta
- Motonet
- Clas Ohlson
- IKEA
- Biltema

Sport och fritid

- Stadium
- XXL Sports &
Outdoor
- Partioaitta
- Scandinavian
Outdoor
- Intersport
- Budget Sport

Kläder och skor

- Hennes & Mauritz
- Marimekko
- Lindex
- Dressmann
- KappAhl
- Jack & Jones*
- Vero Moda*
- Vila*
- Cubus*
- Zara*
- Bik Bok*
- Aukia*
- Halonen
- Kookenkä
- Din Sko*
- Kekäle*

Järnhandel

- Bauhaus
- Carlson järnhandel*
- K-Rauta/Rautia
- Byggmax
- Stark
- RTV
- Värtsilä

Undersökta bransch och företag

Hotellkedjor

- Sokos Hotels
- Radisson Blu
- Scandic Hotels
- Cumulus City & Resort
- Lapland Hotels
- Omena Hotels

Restaurang- och cafékedjor

- HuviRetki (vid Cumulus-hotell)
- Rax Buffet
- Burger King
- Hanko Sushi
- McDonald's
- Fazer-restauranger och caféer
- Picnic
- Subway
- Amarillo (vid Sokos-hotell)
- Rosso
- Hesburger
- Kotipizza

Fjärtrafik i Finland

- Finnair
- VR
- Onnibus
- Pohjolan Liikenne
- Koiviston Auto
- Paunu
- Savonlinja

Läkartjänster

- Mehiläinen
- Pihlajalinna/Dextra
- Terveystalo/Diacor
- Läkarcentralen Aava
- Allmänna hälsostationer

Kundnöjdhet inom konsumentsjänster: index och effektförhållanden

Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



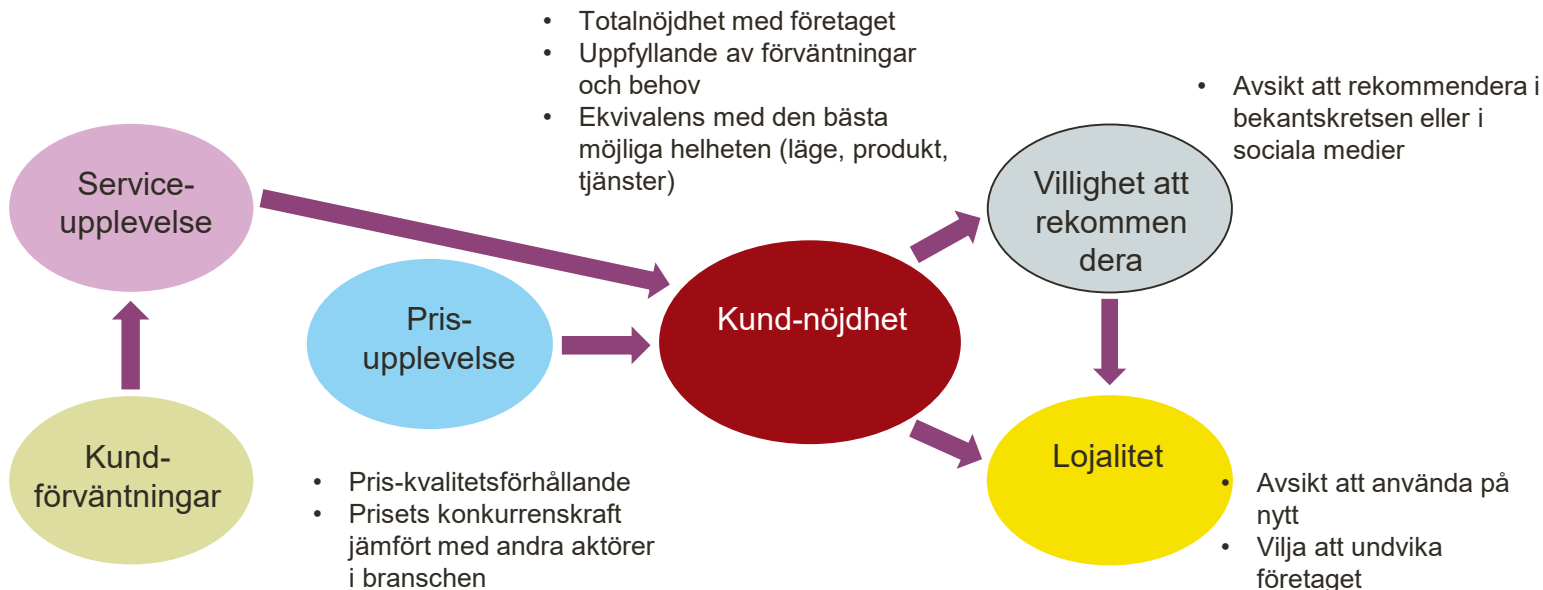
Service- och prisupplevelsen hade direkt påverkan på kundnöjdhet

Kausala förhållanden mellan delindex

På regressionsanalys baserade orsakssamband med statistisk signifikans
78 företag, 13 635 recensioner

- Läge, tillgänglighet
- Renlighet, trivsel, framläggande av produkter
- Hur man uppfyllt personliga servicebehov
- Hur man lyckats med service

- Läge, tillgänglighet
- Renlighet, trivsel, framläggande av produkter
- Hur man uppfyllt personliga servicebehov
- Hur man lyckats med service



Kundnöjdhet

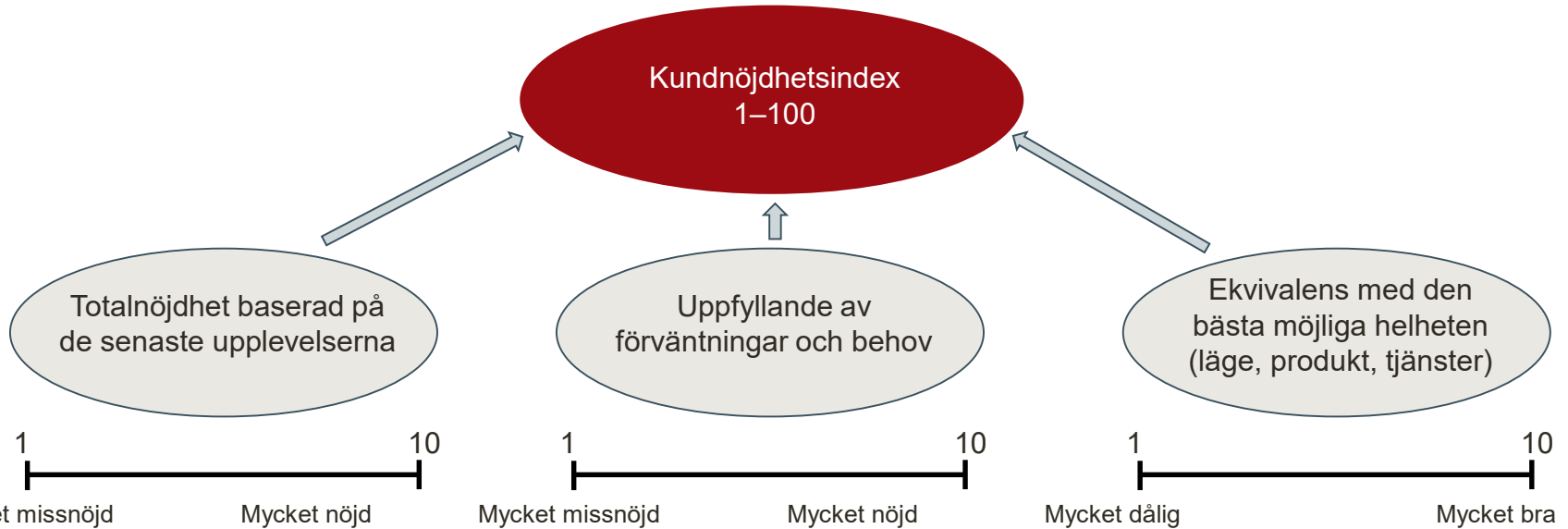
Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



Tre delfaktorer i kundnöjdhetsindexet

78 företag, 13 635 recensioner



Största förändringarna i kundnöjdhet 2018–2020

Branscher	Förändring 2018–2020 Indexpoäng
Dagligvaruhandel	+0,9
Hotellkedjor	-3,9
Företag	
Alepa	+5,9
Kotipizza	+5,3
Burger King	+4,9
Citymarket	+4,0

Under två år har kundnöjdheten inom dagligvaruhandeln ökat mest av alla branscher.

Största förändringarna i kundnöjdhet 2019–2020

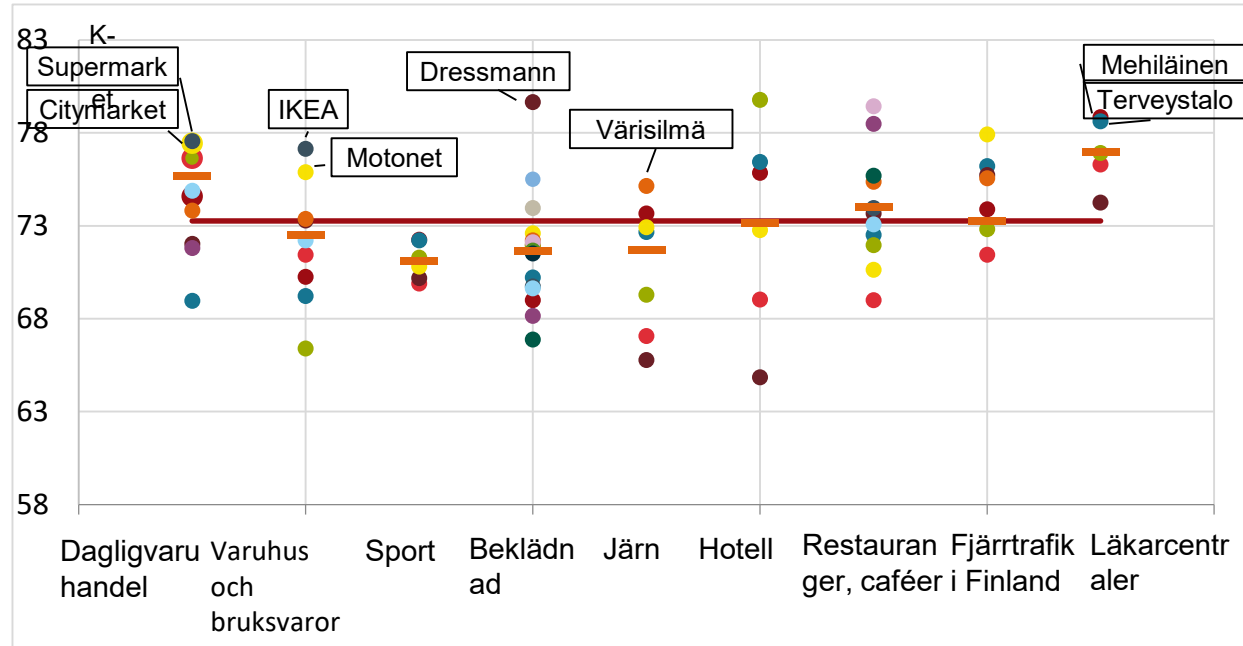
Branscher	Förändring 2019–2020 Indexpoäng
Läkarcentraler	+0,8
Hotellkedjor	-3,3
Sporthandel	-2,0
Järnhandel	-1,0
Företag	
Alepa	+5,6
Mehiläinen	+4,0
Kotipizza	+3,5
Halonen	+3,1

Coronaepidemin syns i kundnöjdheten inom flera branscher. Den stora efterfrågan på sport- och järnhandels produkter under våren syntes i bristande lager och utbud och återspeglas i nöjdheten.

Mitt i coronaepidemin rasade kundnöjdheten hos hotellen från föregående år

Kundnöjdhet

78 företag, 13 635 recensioner

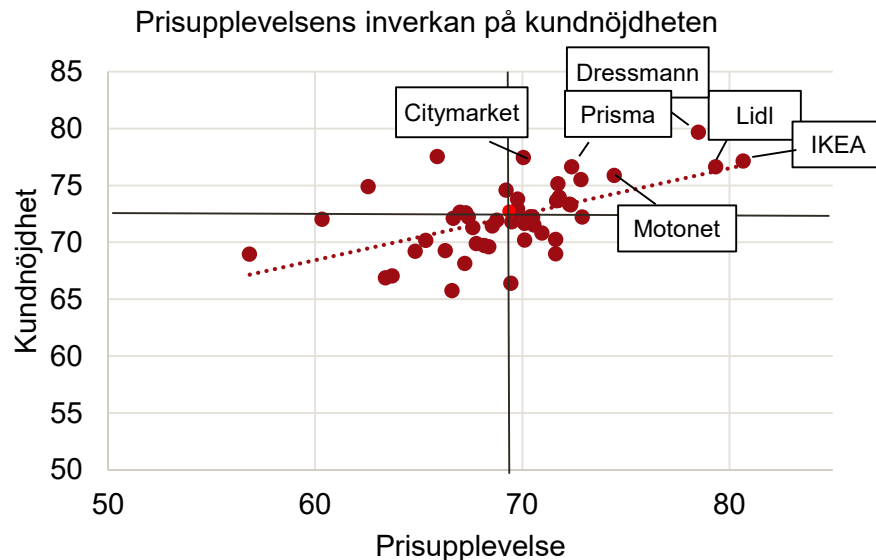
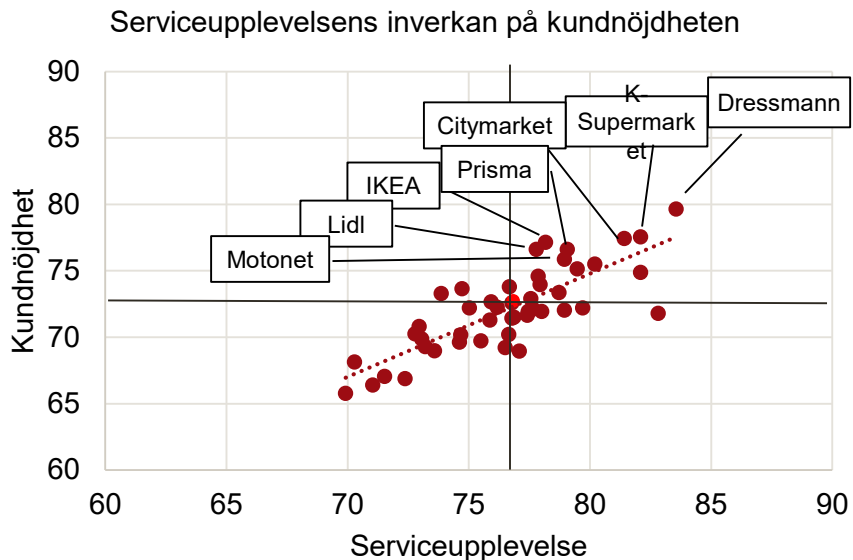


Kundnöjdheten inom företag inom handeln har ökat mest inom bl.a. Alepa och Halonen.

På kundnöjdheten inverkar både butikens service- och prisupplevelse

$$\text{Kundnöjdhet} = -1,866 + 0,696 \cdot \text{Serviceupplevelse} + 0,299 \cdot \text{Prisupplevelse}$$

48 företag inom handel, 10 105 recensioner



- Om det relativa priset som kunderna upplever är samma i två butiker, är kundnöjdheten 0,696 indexpoäng högre i den butik vars service upplevs vara en indexpoäng bättre.
- Butiker över regressionslinjen skapar bättre kundnöjdhet än butiker som producerar samma service- eller prisupplevelse i genomsnitt.

Prisupplevelse

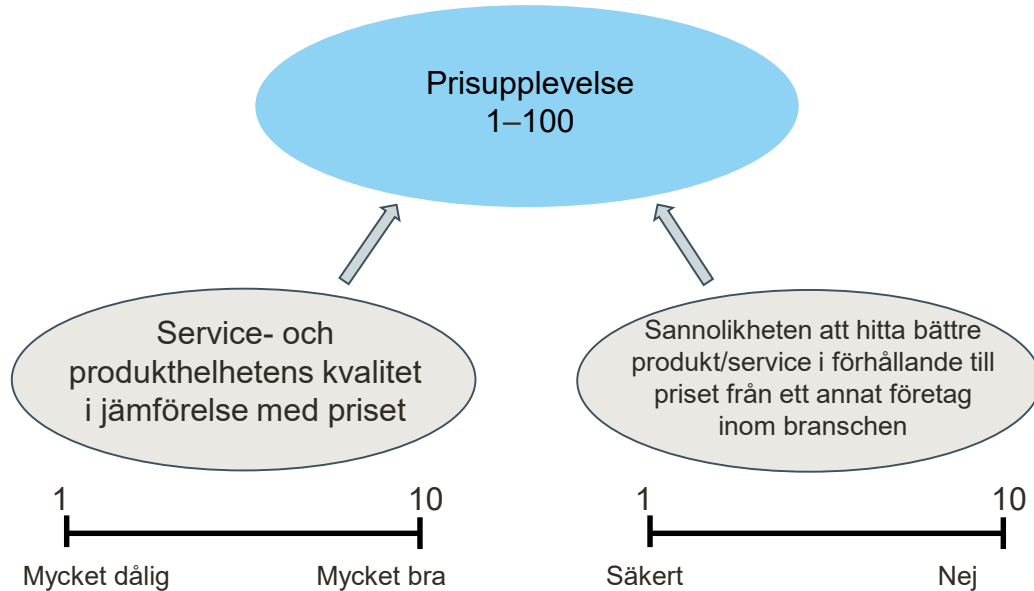
Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



Två delfaktorer i prisupplevelsen

78 företag, 13 635 recensioner



Största förändringarna i prisupplevelse 2018–2020

Branscher	Förändring 2018–2020 Indexpoäng
Kedjerestauranger	-1,0
Hotellkedjor	-3,9
Företag	
Stark	+4,7
Scandinavian Outdoor	+3,2
Budget Sport	+3,1
Kotipizza	+3,1
Burger King	+3,1

Största förändringarna i prisupplevelse 2019–2020

Företag	Förändring 2019–2020 Indexpoäng
Alepa	+3,6
Biltema	+3,6
Kookenkä	+3,5
Terveystalo	+3,2

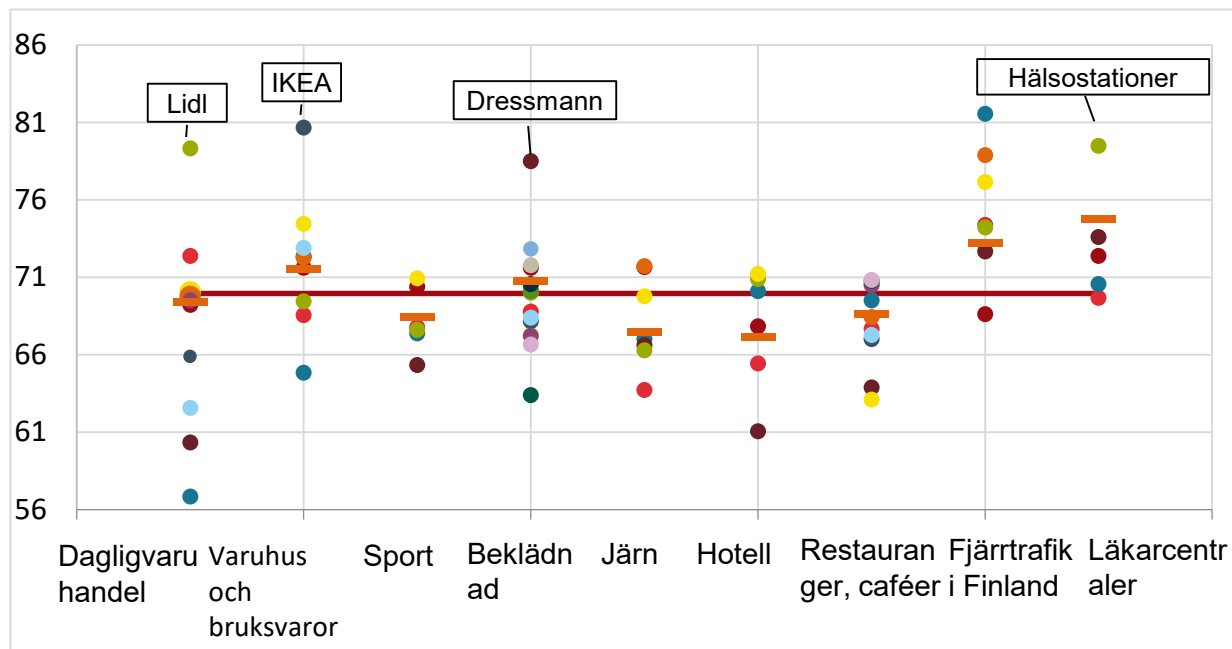
Coronaepidemin har sannolikt försämrat många fysiska butikers prisupplevelse när digitala inköp har blivit vanligare

Prisupplevelse: Pris-kvalitetsförhållande och prisets konkurrenskraft

78 företag, 13 635 recensioner

Prisupplevelsen (pris-kvalitetsförhållande och prisets konkurrenskraft) sjönk mest på hotell och ökade på läkarcentraler.

Inom handeln var den största enskilda ökningen bland annat hos Alepa, Biltema och Kookenkä



Serviceupplevelse

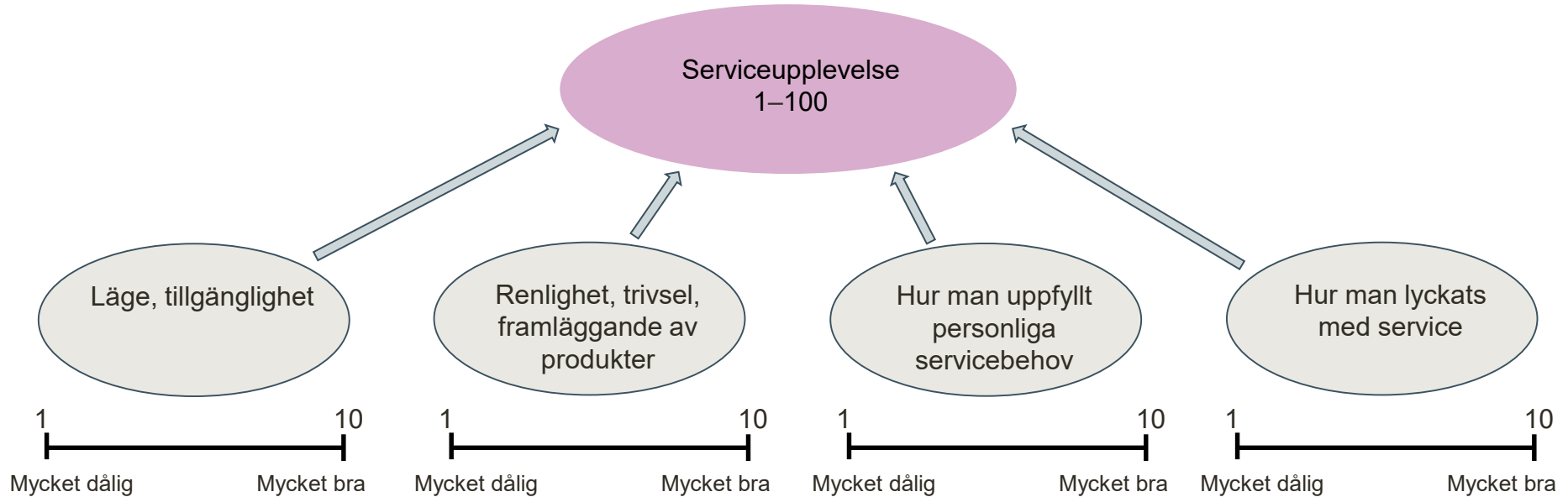
Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



Fyra delfaktorer i serviceupplevelsen

78 företag, 13 635 recensioner



Största förändringarna i serviceupplevelse 2018–2020

Branscher	Förändring 2018–2020 Indexpoäng
Dagligvaruhandel	+1,2
Hotellkedjor	-2,7
Företag	
Alepa	+6,8
RTV	+4,8
Kotipizza	+4,0
Burger King	+3,9
Citymarket	+3,4

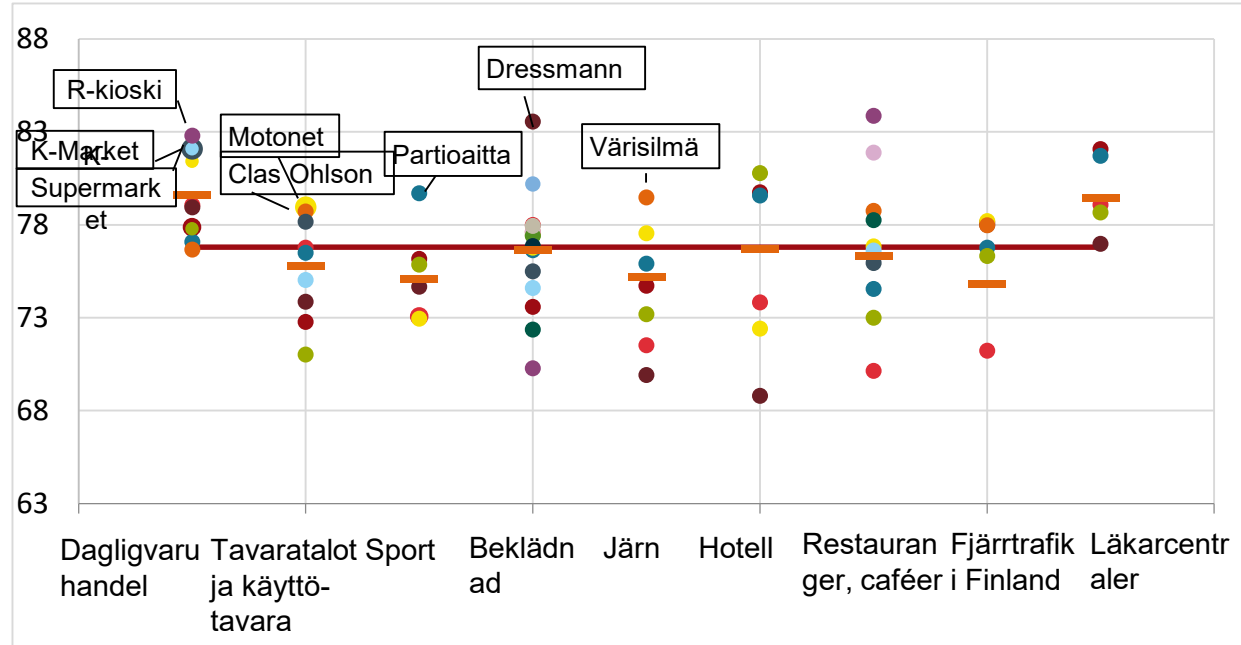
Största förändringarna i serviceupplevelse 2019–2020

Företag	Förändring 2019–2020 Indexpoäng
Alepa	+6,6
Burger King	+4,1

Dagligvaruhandelns serviceupplevelse är bäst av alla servicebranscher

Serviceupplevelse: Läge, trivsel, servicebehov och hur man lyckats med service

78 företag, 13 635 recensioner



Speciellt ett lyckat läge stödjer bra serviceupplevelse.

Från föregående år har serviceupplevelsen av företag inom handeln förbättrats mest bland annat hos Alepa, Prisma och Biltema.

Lojalitet

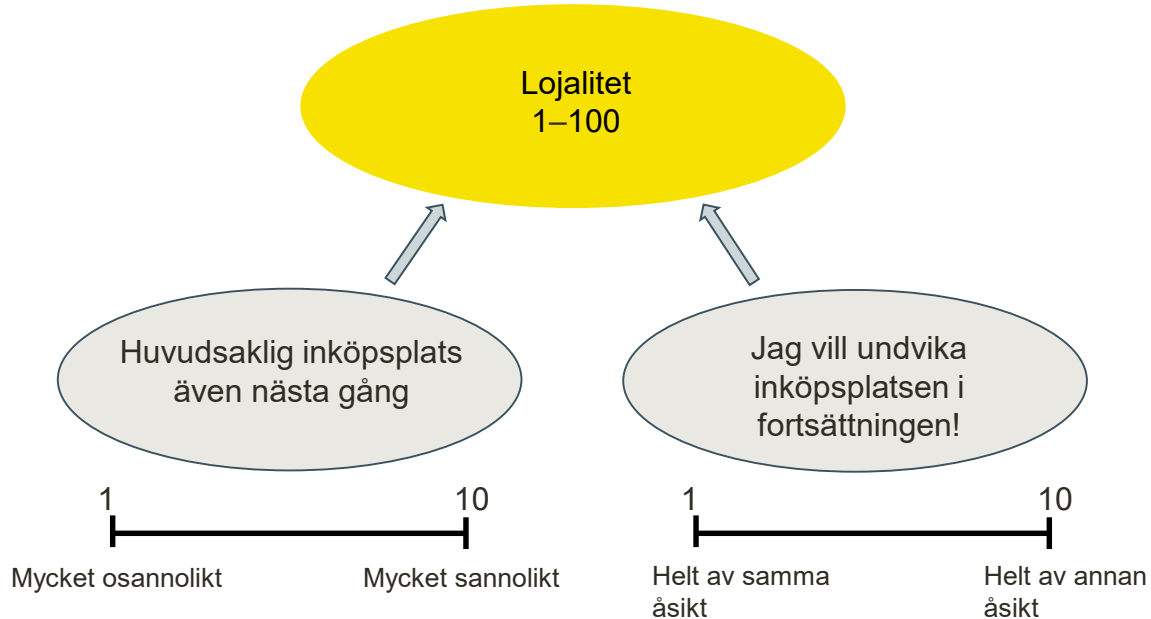
Axplock ur undersökningen.

Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



Två delfaktorer i lojaliteten

78 företag, 13 635 recensioner



Största förändringarna i lojalitet 2018–2020

Branscher	Förändring 2018–2020 Indexpoäng
Varuhus och bruksvarubutiker med brett sortiment	+1,5
Fjärrtrafik i Finland	+1,5
Hotellkedjor	-4,8
Företag	
Kotipizza	+7,3
IKEA	+4,9
Alepa	+4,7
Scandinavian Outdoor	+4,6
Sokos	+4,4
Citymarket	+4,2
VR	+3,6
Burger King	+3,5
Partioaitta	+3,3

Största förändringarna i lojalitet 2019–2020

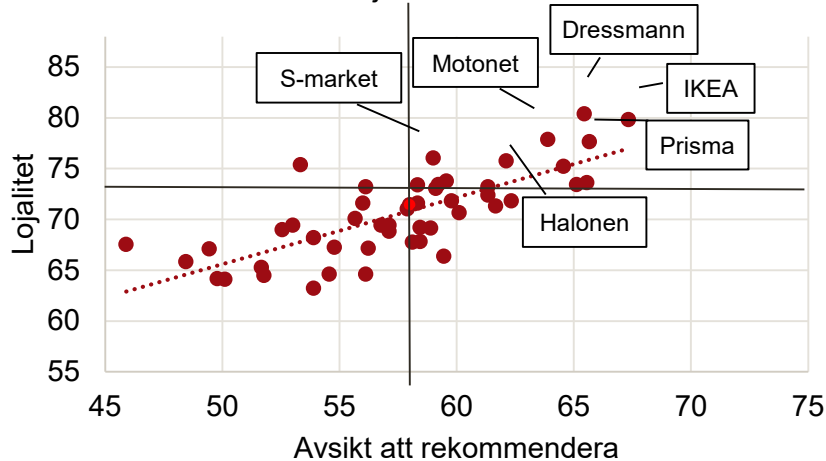
Företag	Förändring 2019–2020 Indexpoäng
Alepa	+5,7
Kotipizza	+4,7
Hesburger	+3,6
IKEA	+3,3
Citymarket	+3,2

Kundnöjdhet och avsikt att rekommendera inverkar på lojaliteten

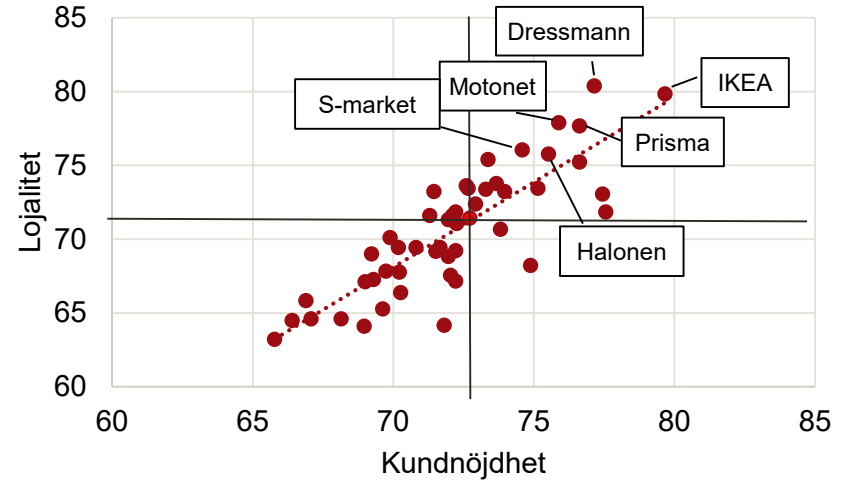
$$\text{Lojalitet} = 6,136 + 0,299 \cdot \text{Rekommendation} + 0,824 \cdot \text{Kundnöjdhet}$$

48 företag inom handel, 10 105 recensioner

Avsikten att rekommendera och dess inverkan på lojaliteten



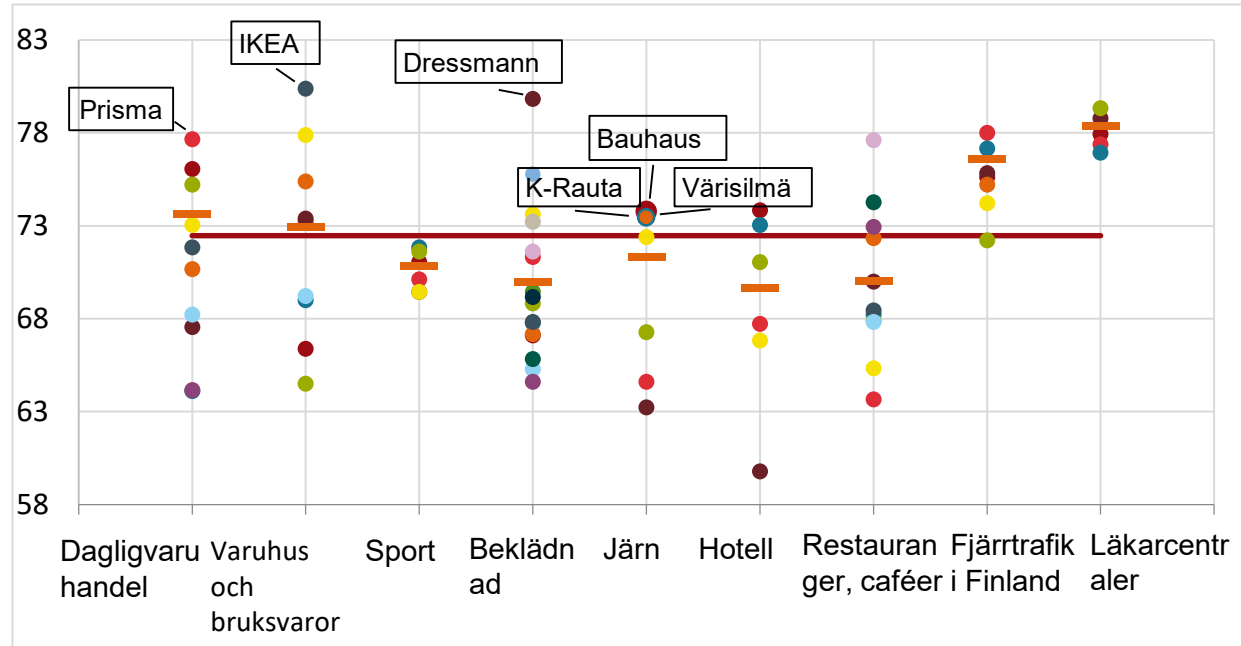
Kundnöjdhetens inverkan på lojaliteten



- Kundnöjdhetens ökning med en indexpoäng höjer lojaliteten gentemot butiken med 0,824 poäng. Butiker över regressionslinjen kan med samma kundnöjdhet skapa mer lojalitet än butiker under regressionslinjen.
- Ökad avsikt att rekommendera med en indexpoäng ökar lojaliteten med 0,299 indexpoäng. Olika stamkundsprogram som förbinder kunden kan försvaga avsikten att rekommendera eller kundnöjdhetens inverkan på lojaliteten.

Lojaliteten till hotellen har sjunkit

Lojaliteten till företag: Huvudsaklig inköpsplats följande gång, viljan att undvika företaget i fortsättningen
78 företag, 13 635 recensioner



Fastän kundnöjdhet skapar lojalitet, inverkar även t.ex. stamkundssystem, företagshälsovård inom hälso-tjänster eller fjärrtrafikens rutter.

Inom handeln har lojaliteten ökat mest hos Alepa, IKEA, Citymarket och Halonen.

Fyra delfaktorer som kan förutsäga att kunden vill byta tjänsteföretag:

Särskild granskning av detaljhandelns branscher

Axplock ur undersökningen.

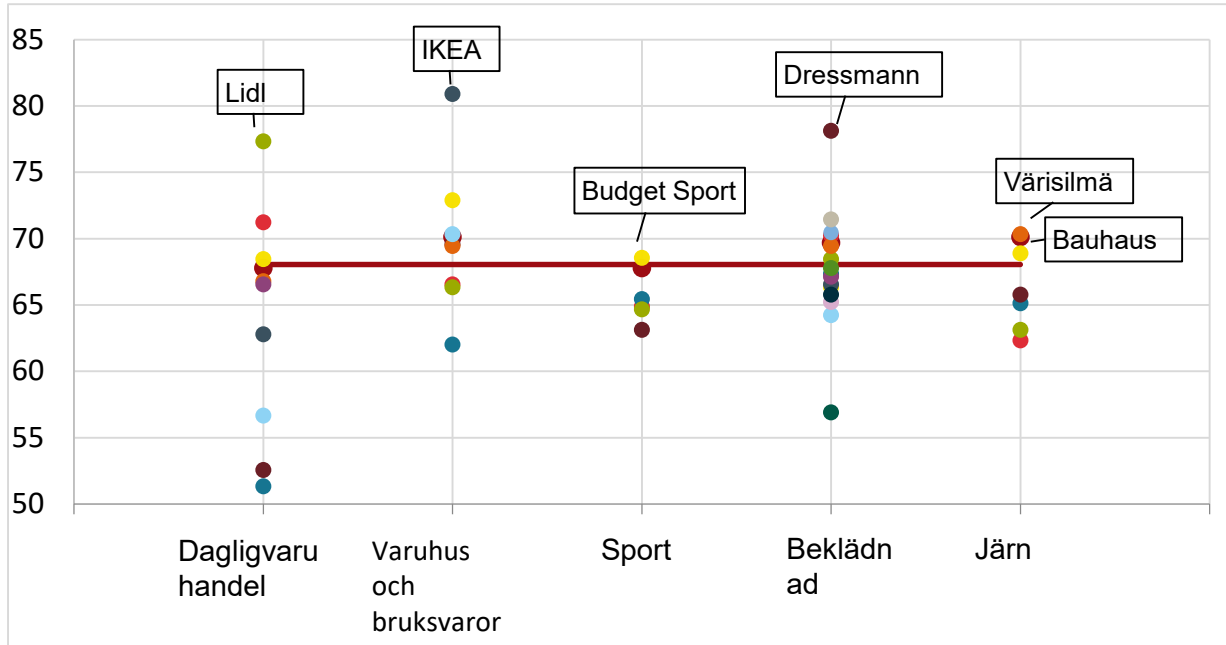
Hela undersökningen är tillgänglig på Finsk Handels webbplats för medlemmar på kauppa.fi under rubriken Tutkimukset (på finska).



Produktens eller tjänstens priskonkurrenskraft

Skulle du i förhållande till priset ha fått en bättre produkt- eller tjänstehelhet från något annat företag inom branschen?

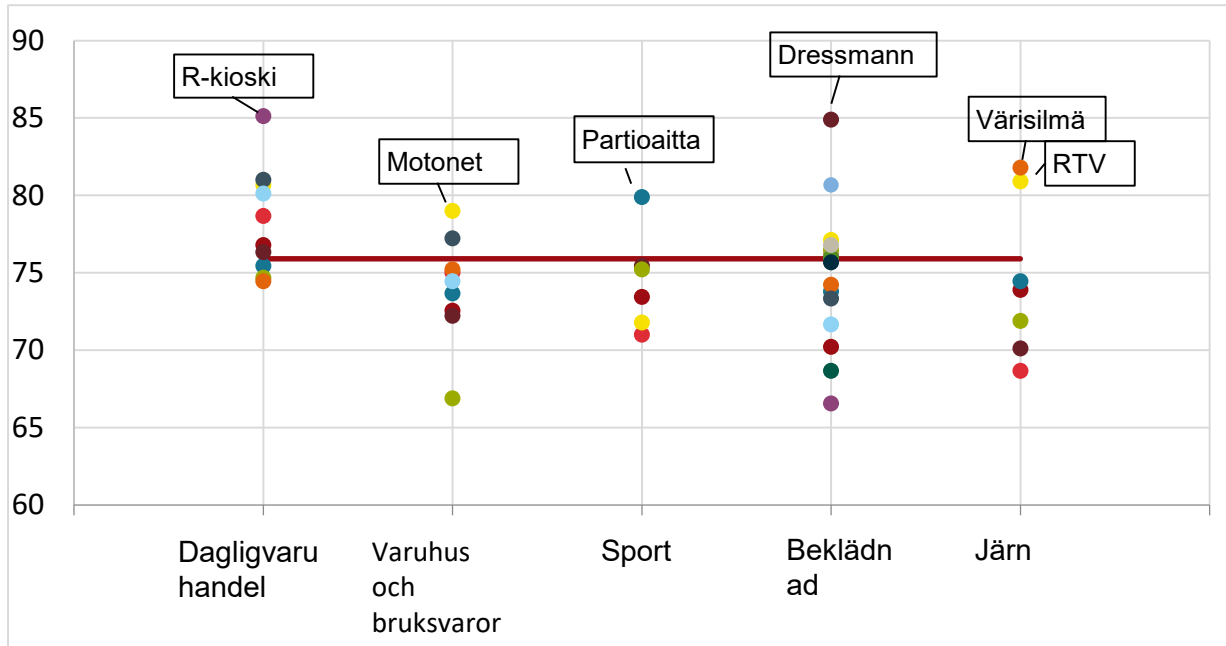
48 företag, 10 105 recensioner



Produkt- och tjänstehelhet jämfört med egna tjänstebehov

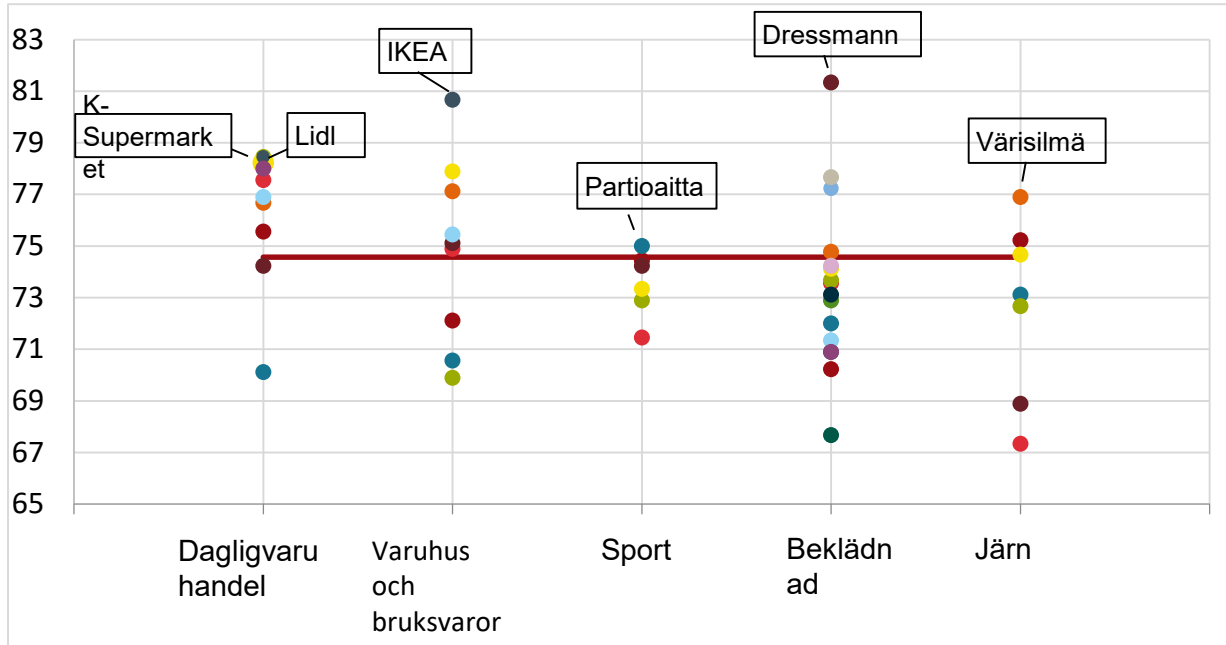
Hur motsvarade företagets produkt- eller tjänstehelhet de egna behoven?

48 företag, 10 105 recensioner



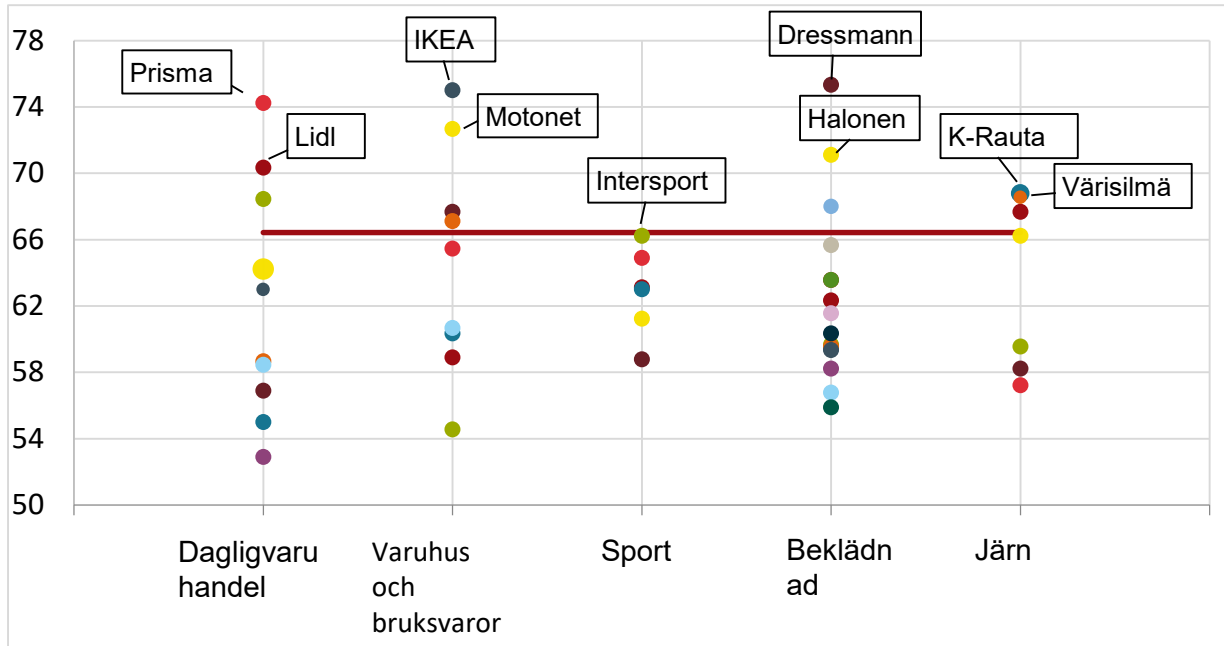
Den totala nöjdheten med de senaste servicetillfällena

Nöjdhet på skala 1–10
48 företag, 10 105 recensioner



Sannolikheten att köpa motsvarande produkter eller tjänster på nytt från samma företag

Nöjdhet på skala 1–10
48 företag, 10 105 recensioner





Mer information:

Jaana Kurjenoja

chefsekonom

Finsk Handel

jaana.kurjenoja@kauppa.fi

tfn 040 820 5378

