



Omvendt kundeloyalitet

Når det kommer til teleudbydere skifter danskerne abonnement, som vinden blæser.

Det der kan virke som et godt tilbud, er dog ikke altafgørende for danskerne, hvor også kundeservice og gennemsigtighed har høj betydning. En tendens, som tvinger teleselskaberne til at gentænke begrebet kundeloyalitet.

44 procent af danskerne har skiftet teleudbyder indenfor de seneste 3 år. Det er virkeligheden for danske teleselskaber, baseret på en nylig gennemført undersøgelse fra Analyse Danmark for teleselskabet 3. Samtidig tilkendegiver 61 procent af danskerne, at de finder udbuddet af teleselskabernes tilbud i nogen eller høj grad uoverskueligt.

Disse faktorer er blevet omdrejningspunktet for 3 i jagten på at skabe kundeloyalitet. Her har man taget en direkte konsekvens af udviklingen, og valgt at fokusere på gennemsigtighed og god kundeservice ved at tilbyde løbende abonnementstjek. Også selv om det nogle gange måtte påvirke 3's indtjening på den korte bane.

David Elsass, direktør for privatkundemarkedet hos 3, uddyber:

”Tallene viser, at vi befinder os i et marked præget af høj konkurrence og kompleksitet. Vi erkender derfor, at vi bliver nødt til at se indad og tilbyde kunderne noget, som reelt skaber merværdi. Ved at analysere kundernes forbrug med deres tilladelse, sikrer vi tryghed for, at de ikke betaler for noget, de ikke bruger, eller omvendt, er nødsaget til løbende at købe ekstra data.”

Gennemsigtighed vægter højt

3's netop gennemførte analyse blandt danskerne understøtter, at der skal mere til end blot billig pris for at fastholde kunderne. Adspurgte, hvad der er vigtigst i forhold til valg af teleselskab, svarer næsten halvdelen et gennemskueligt abonnement, mens 31 procent svarer god kundeservice.

”Ved at tilbyde abonnementstjek, skaber vi fuldstændig gennemsigtighed for vores kunder. Omkring 25 procent af de kunder, som tilbydes abonnementstjek, vælger at følge anbefalingen. Kunder, der har modtaget abonnementstjek pr. mail, er 26 procent mere tilfredse end kunder, som ikke modtager det. I sidste ende kan det bedre betale sig for os og for vores kunder. Man kan kalde det en form for omvendt kundeloyalitet”, supplerer David Elsass.

Med Abonnementstjek får kunder hos 3 en vurdering af, om det kan betale sig for dem at ændre deres abonnement – fx til et abonnement med mere data inkluderet eller et mindre abonnement, hvis kunden ikke bruger den inkluderede data. Har kunden givet samtykke til markedsføring, sendes anbefalingen fra Abonnementstjek automatisk pr. mail hver tredje måned.

Fakta:

- Undersøgelsen af tilfredsheden blandt kunderne hos 3 er gennemført internt hos 3 i 3. kvartal af 2016.
- Undersøgelsen af danskernes holdninger til de danske teleselskaber er udført af Analyse Danmark for 3 i oktober 2016. Undersøgelsen indbefatter 1011 respondenter, som har en smartphone, og rejser til udlandet.

Hvor ofte har du skiftet teleudbyder inden for de seneste 3 år?	Total
Har ikke skiftet teleudbyder	56%
1 gang	29%
2 gange	10%
3 gange	3%
4 eller flere gange	2%
Jeg har ikke mobiltelefon	1%

Hvilke af nedenstående er vigtigst i forhold til dit valg af teleselskab?	Total
Godt netværk/god dækning	68%
Lav pris	59%
Gennemskueligt abonnement	46%
God kundeservice	31%
Fri/gratis roaming i udlandet	15%
Automatisk tilpasning af mit abonnement til forbrugsmønster	12%

I hvilken grad finder du udbuddet af teleselskabers tilbud uoverskueligt?	Total
Slet ikke	10%
I mindre grad	22%
I nogen grad	37%
I høj grad	24%
Ved ikke	7%

Om Abonnementstjek

- Med Abonnementstjek får kunder hos 3 en vurdering af, om det kan betale sig for dem at ændre deres abonnement. Dermed betaler de ikke for mere, end de har brug for.
- Har kunden givet samtykke til markedsføring, sendes anbefalingen automatisk pr. mail hver tredje måned
- Kunder med og uden samtykke til markedsføring kan få et abonnementstjek via selvbetjeningen ”Mit 3” på 3.dk/Mit3, 3’s kundeservice eller i 3’s butikker
- Anbefalingen baseres på de seneste tre måneders forbrug
- Abonnementstjek gælder både til mobil- og bredbåndsabonnementer
- Det er gratis er at få op- og nedjusteret sit abonnement
- Læs mere her: <https://www.3.dk/abonnementer/fordele/abonnementstjek/>

Eksempel på abonnementstjek

En kunde har i dag et 5 GB Fri Tale-abonnement til 180 kr. pr. måned. Kunden bruger dog slet ikke sine data. Han bruger måske kun 2 GB pr. måned. Denne kunde anbefales at skifte til et Fri Tale 3 GB til 130 kr. pr. måned og vil herved opnå en besparelse på 50 kr. pr. måned.

For yderligere information til medierne:

Kontakt Rikke Juul, Head of PR & Communications, 3 Danmark, e-mail: rikke.juul@3.dk, mobil: 31 200 400.

Du kan altid kontakte den vagthavende kommunikationskonsulent i 3’s kommunikationsafdeling på mobil 31 200 202.

Om 3:

3 tilbyder mobiltelefoni og dataforbindelser via 3G, 4G og 4G+ mobilnetværk. 3’s kunder er flittige brugere af data på mobilen og har i en årrække haft det største dataforbrug i Danmark. Med et tilbud om fri roaming i 40 lande via konceptet 3LikeHome ønsker 3 at være det foretrukne teleselskab for rejselystne danskere. 3 i Danmark er en del af 3 Group, som er repræsenteret i Italien, Østrig, England, Irland, Hong Kong, Indonesien og Sverige. 3 ejes af kinesiske CK-Hutchison (60%) og svenske Investor (40%). Læs mere om 3 Group på www.three.com og om 3 på www.3.dk.