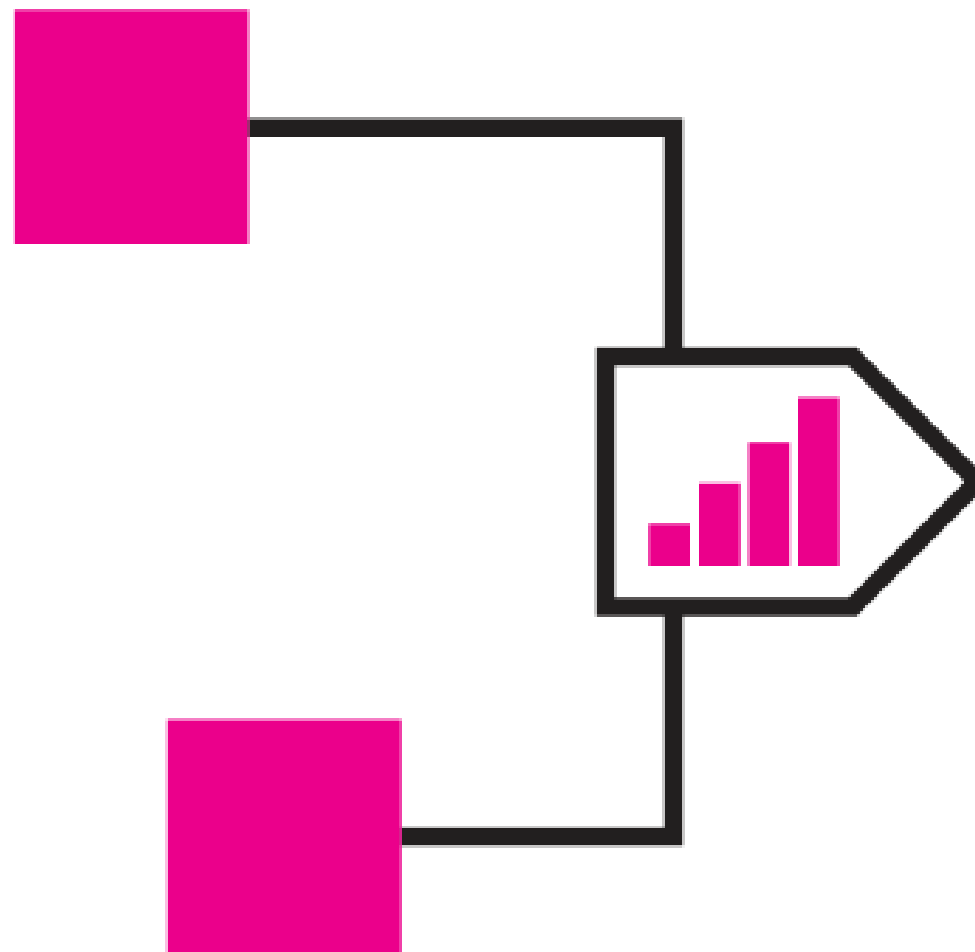


Ishøj Kommune

Fællesantenne

Tilfredshedsundersøgelse Kabelplus

30-11-2017



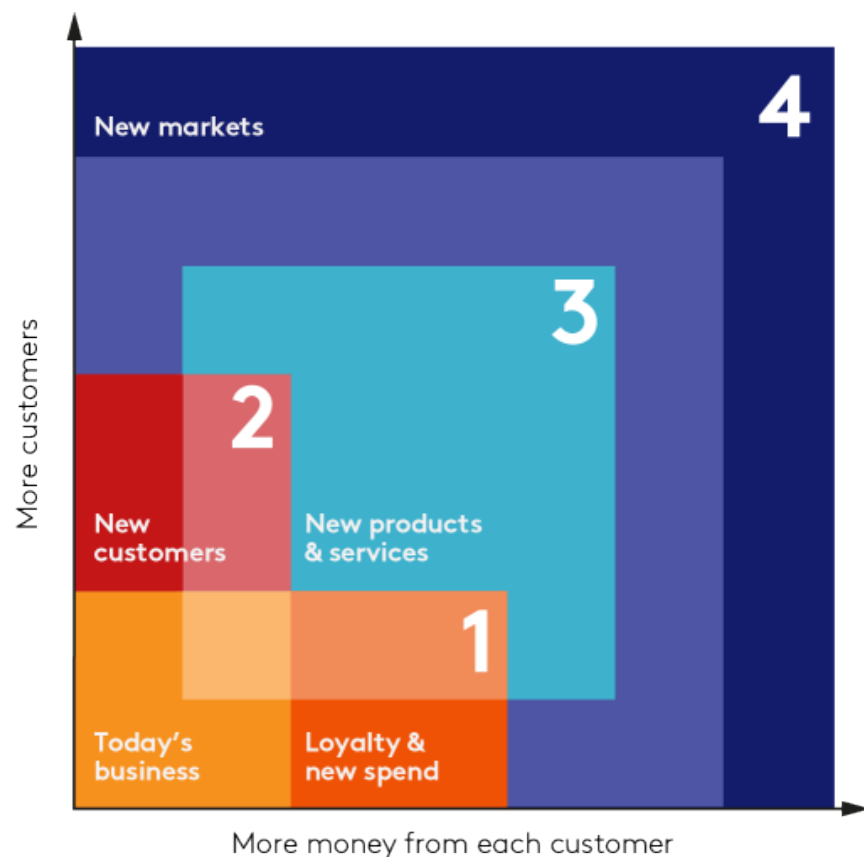
Indhold

1	Baggrund og formål	3	13	Detaljerede vurderinger – Besøg i boligforeningen	42
2	Om undersøgelsen	6			
3	Konklusioner og anbefalinger	8	14	Detaljerede vurderinger – Løbende kommunikation	45
4	Analyse modellen - forklaring af TRI*M	10			
5	Oplevelse af problemer	15	15	Detaljerede vurderinger – TV-Produkt	48
6	Styrken af kunderelationen	19	16	Detaljerede vurderinger – Internet-produkt	51
7	Kontaktpunkter	26	17	Detaljerede vurderinger - Opsamling	54
8	Detaljerede vurderinger	28	18	Kundernes egne ord	58
9	Detaljerede vurderinger – Butik i bycenter	30			
10	Detaljerede vurderinger – Kundeservice via telefon	33			
11	Detaljerede vurderinger – Kundeservice via mail	36			
12	Detaljerede vurderinger - Teknikere	39			

1

Baggrund og formål

Baggrund og formål

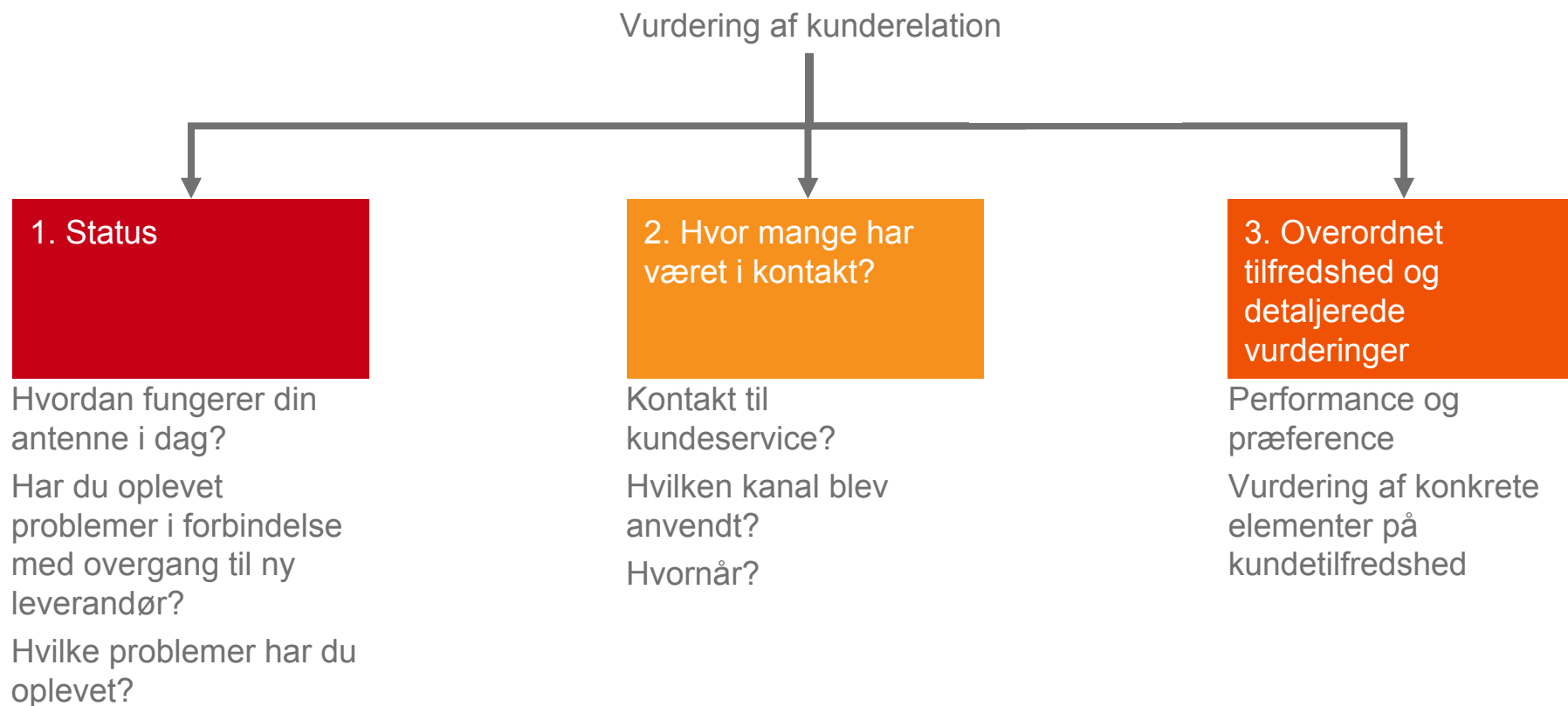


Ishøj Kommune ejer en fællesantenneforening for ca. 80% af byens husstande i Ishøj. Der er behov for at få vurderet, hvordan kundeservicen fungerer i antenneforeningen. Efter et udbud har en ny konditionshaver (Kabelplus) overtaget foreningen i foråret 2017.

Den nye konditionshaver har haft en række opstartsproblemer, dels af teknisk karakter og dels har der været en udfordring med kundeservice. Det ser på forhånd ud til, at de fleste tekniske udfordringer nu har fundet en løsning.

Ishøj Kommune ønsker at få indsigt i, hvor mange husstande der nu har en løsning der fungerer. Ligesom de ønsker at få kortlagt, hvordan kunderne oplever den nye udbyder – for dermed at få input til, hvordan kundeforholdet til den nye konditionshaver kan forbedres / optimeres fremadrettet.

Problemstilling



2

Om undersøgelsen

Om undersøgelsen



Metode: Undersøgelsen er gennemført via telefoninterview med borgere i Ishøj som har enten TV, Internet eller begge dele hos Kabelplus. Kunderne af udtrukket fra Kabelplus kundedatabase. Svarpersonen har som minimum ligeligt ansvar for betalingen af husstandens køb af internet eller TV hos Kabelplus.



Antal interview: Der er gennemført 375 interview i målgruppen (ud af de 7313 kundeemner på listen) . Alle interviews er gennemført i ugerne 41-43 2017. Den gennemsnitlige interview tid har været 13-14 minutter.



Boligområder: Kundelisten var oprindeligt inddelt i 24 boligområder, men Ishøj Kommune har lagt områder sammen, hvor det har givet mening, så det var muligt at gennemføre interviewes på tværs af områderne, da nogle af de oprindelige 24 områder var meget små. Vi endte således på 12 områder, som i interviewarbejdet er blevet repræsenteret forholdsmæssigt.

Distrikt	Antal gennemførte interview	Gennemførte interviews (%)	Kundeliste (fordeling af distrikter %)
Landet + Torslunde + Ishøj Landby + Store industriområde + landet – dyreparken + Tranegilde	30	8%	7%
Ørnevær og Vibeholms Vænge + Pilegårds Vænge + Landlyst og Bredekærs Vænge + Tranebakken	40	11%	10%
Bycenter & Kirkegrund + Fasanparken + Kærbo og Gadekæret	15	4%	3%
Strandområdet + strandparken og Ældrebolig Vejledalen	30	8%	8%
Vildtbaneparken + Gildbroterrasserne og Åparken	29	8%	8%
Strandgårdsparken	24	6%	7%
Vildtbanegård 2	25	7%	7%
Vildtbanegård 1	34	9%	10%
Vejleåparken	84	22%	23%
Vejlebrovej og Østergården	35	9%	10%
Vildtbanegård 3	17	5%	5%
Vejledalen	12	3%	3%



Databehandling: De gennemførte interview er herefter vejet, således at undersøgelsen resultater er repræsentative for Kabelplus kunderne i Ishøj fordelt på distrikter og boligtype.

3

Konklusioner og anbefalinger

Opsamling

Indsigter

85% af kunderne har oplevet problemer i forbindelse med overgangen til Kabelplus, hvor 73% af kunderne beskriver problemerne som enten store eller meget store. 49% tilkendegiver at deres TV og/eller Internet fortsat ikke virker som det skal på interviewtidspunktet.

Den overordnede relation til kunderne er kritisk dårlig (kundetilfredsheden er meget lav).

Problemerne går grundlæggende igen både på tværs af boligområder og boligtype. Om end der er mindre forskelle fra gruppe til gruppe - er der ikke boligområder eller -typer der ikke er kritiske.

Opstartsvanskelighederne i forhold til overgangen til Kabelplus sætter sit tydelige præg på kundernes forhold til Kabelplus. De kunder der selv har oplevet at have haft problemer i forbindelse med Kabelplus overtog (85%) har en væsentlig dårligere oplevelse af Kabelplus end dem der ikke har oplevet problemer (15%).

I forhold til kundernes kontaktpunkter med Kabelplus er det teknikerne der vurderes bedst, derimod opleves særligt kundeservice via telefon og mail meget kritisk. Det er tilgængeligheden og evnen til at få sagen løst der er særlig kritisk.

De relative styrker (vigtige forhold som scorer relativt godt) Kabelplus har at bygge på er forhold omkring selve TV-produktet (udvalg af kanaler, programpakker og billedkvalitet), den løbende kommunikation og så opleves prisen på internet ok.

Indsatsområderne vedrører både oplevede tekniske problemer med leverancen, selve produktet (Internet stabilitet og hastighed samt manglende mulighed for at medbringe tv-signalet via web-tv) og kundeservicen.



Anbefalinger

De oplevede tekniske problemer med leverancen af selve produktet er fortsat et så stort og omfattende problem, at det er afgørende at gøre en koordineret indsats på dette punkt som første skridt.

Analysen af de tekniske udfordringer og hvad der skal til for at løse det skal være på plads. Herefter kan der iværksættes en implementeringsperiode med proaktiv kommunikation og grundig information fra kommunen og Kabelplus, der vil kunne give Kabelplus som leverandør en frisk start.

Selve produktet vurderes at kunne bære en sund kunderelation på længere sigt, forudsat at oplevelsen af internet stabiliteten og hastigheden løser sig ved den tekniske indsats. Om muligt kan der dog med fordel udvikles løsninger for TV-kunderne i forhold til tilkøbs mulighed for optagelse af Tv-programmer og web-TV.

Kundeservice vurderes kritisk og ikke gearret til håndtering af de problemer der har været i forbindelse med overgangen. Push-meddelelser i forhold til den løbende driftinformation og et generel løft af leverancen vil give kundeservice mulighed for at leve op til forventningerne. Den grundlæggende udfordring er at kundeservice skal sættes i stand sende kundens sag videre i systemet så problemet løses i sidste ende.

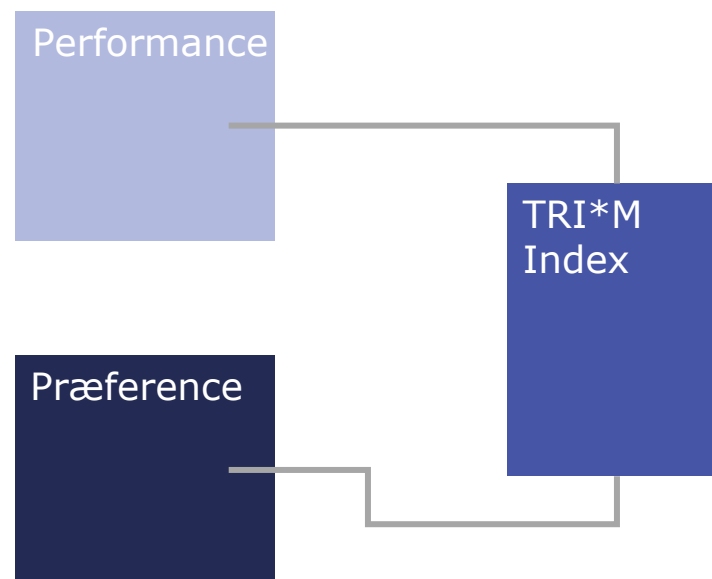
4

Analyse modellen - forklaring af TRI*M

TRI*M Indexet kombinerer performance (overordnet vurdering) og præference for at måle styrken af en kunderelation

For at afdække hvor stærk relationen er til kunderne, måler vi kombinationen af Performance og Præference.

- Performance – den overordnede vurdering af et selskab. Baseres på historiske kundeoplevelser man har med selskabet.
- Præference – kundernes præference for organisationen. Alt vurderes op mod alternativer – derfor er det afgørende at opnå præference.



Performance er en nødvendighed men er ikke tilstrækkeligt. En kunde kan være tilfreds med et selskab, men have en neutral følelse af deres oplevelser med et selskab. Med andre ord så er oplevelsen god, men den forventes måske at være tilsvarende god andre steder. Hvis der ikke skabes præference til ens nuværende selskab, vil dette føre til skift af selskab over tid. For at gøre en forskel og skabe præference, skal kundeoplevelserne gøres mindeværdige – også på det mere emotionelle aspekt.

Spørgsmålene bag Index'et

Performance	
Perf.	Alt taget i betragtning, hvordan vil du vurdere Kabelplus?
	Fremragende
	Meget gode
	Gode
	Rimelige
	Dårlige
	Ved ikke

Præference	
Pref.	Hvor stærk er din præference/hvor meget foretrækker du Kabelplus i forhold til andre udbydere af TV og internet?
	Særdeles stærk præference
	Meget stærk præference
	Stærk præference
	Kun lille præference
	Ingen præference
	Ved ikke

*TRI*M benytter en skala der går fra -50 til +150
Den samme skala anvendes på det individuelle TRI*M spørgsmål (Perf. / Præference)*

TRI*M Impact Analysis - Læsevejledning

Identificerer tilvækst eller potentielt tab i relationsstyrke på baggrund af detaljerede tilbagemeldinger om selskabets performance på forskellige parametre.

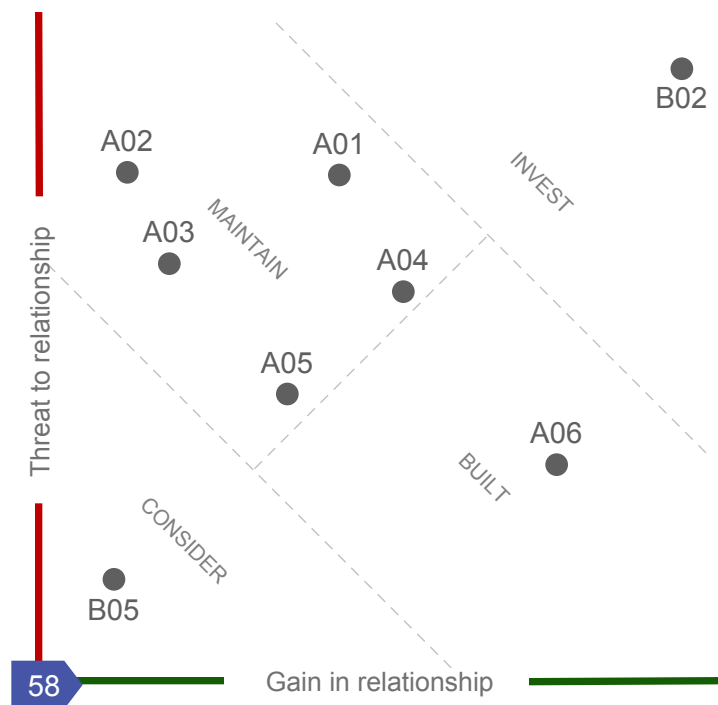
Performance Attributes

- ▲ Langt over gennemsnit
- △ Over gennemsnit
- Gennemsnitlig
- ▽ Under gennemsnit
- ▼ Langt under gennemsnit

Attributterne plottes relativt til det overordnede performance niveau

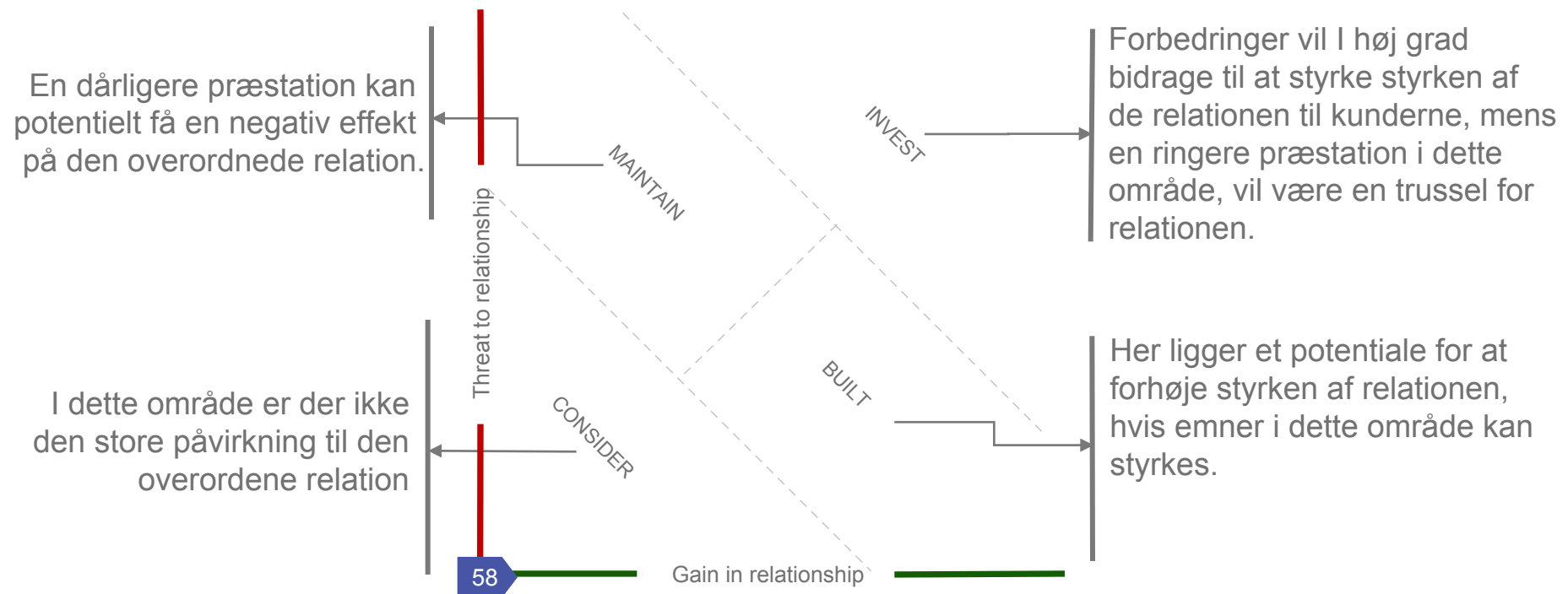
Potentielle trusler for relationens styrke. En dårligere præstation vil svække den overordnede relation

Forbedret præstation vil styrke relationen.



TRI*M Impact Analysis - Læsevejledning

De fire TRI *M områder nedenfor har stor betydning for på bedst mulig vis at styre prioritering af fremtidig indsats

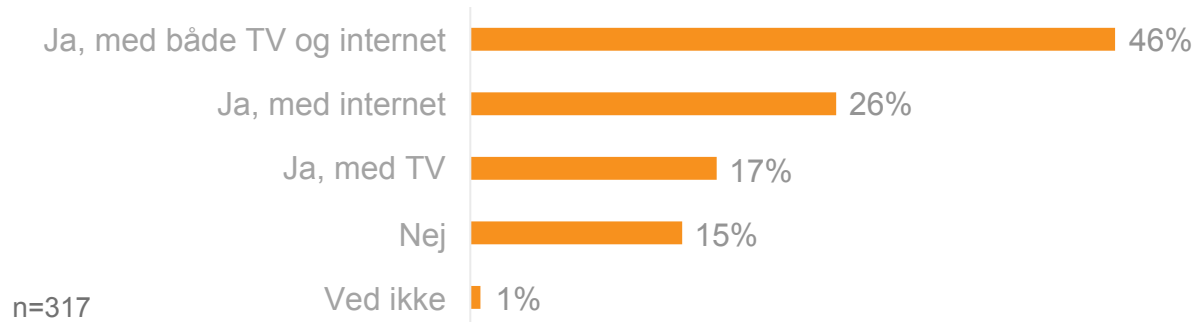


5

Oplevelse af problemer

Langt hovedparten (85%) af kunderne hos Kabelplus har oplevet problemer i forbindelse med overgangen. 73% af kunderne med oplevede problemer beskriver problemerne som enten store eller meget store, ligesom varigheden beskrives som langvarig (måneder). I dag svarer 49% at deres TV og/eller internet fortsat ikke virker som det skal.

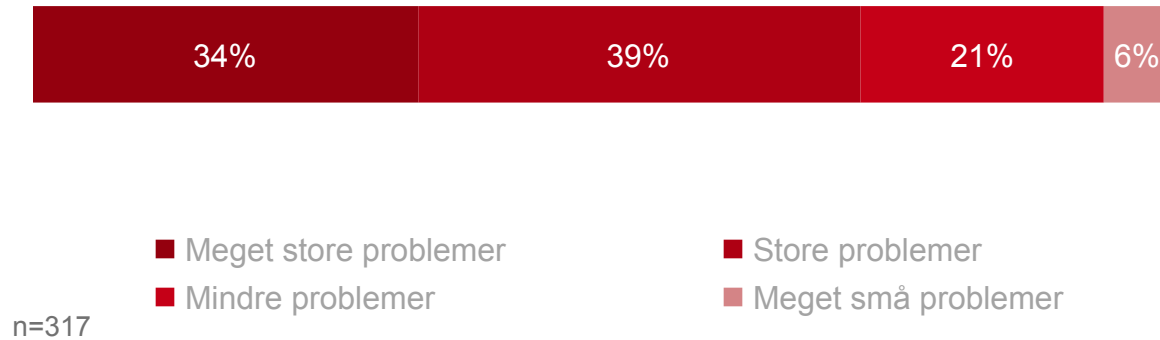
Problemer siden Kabelplus overtog



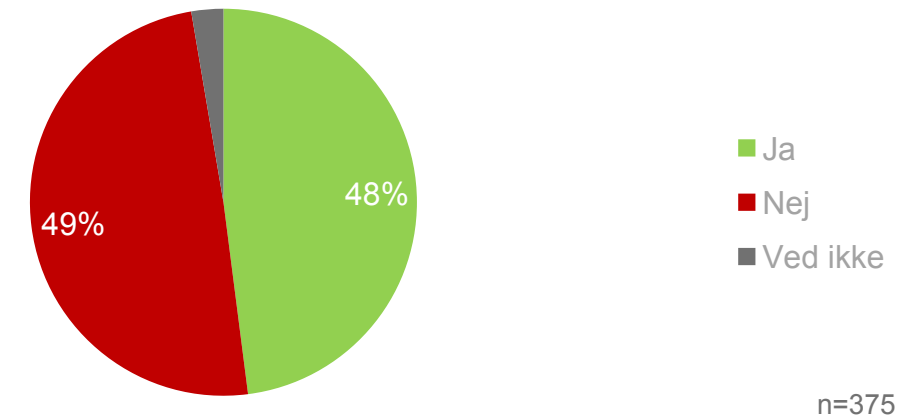
Problemets varighed



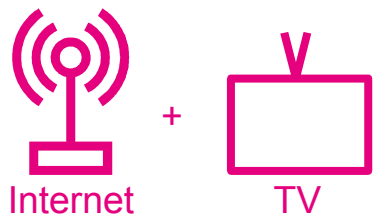
Problembeskrivelse



Virker TV og internet som det skal i dag?



Det er stærk sammenhæng mellem om man har oplevet problemer i forbindelse med overtagelsen til om TV/Internet virker som det skal i dag. Særligt udfordringerne omkring Internet leveringen ser ud til at være længerevarende.



af dem der har haft problemer ved overgangen til Kabel-
plus med både internet og TV, virker det fortsat **ikke** for

58%



af dem der har haft problemer ved overgangen til Kabel-
plus alene med TV, virker det fortsat **ikke** for

37%

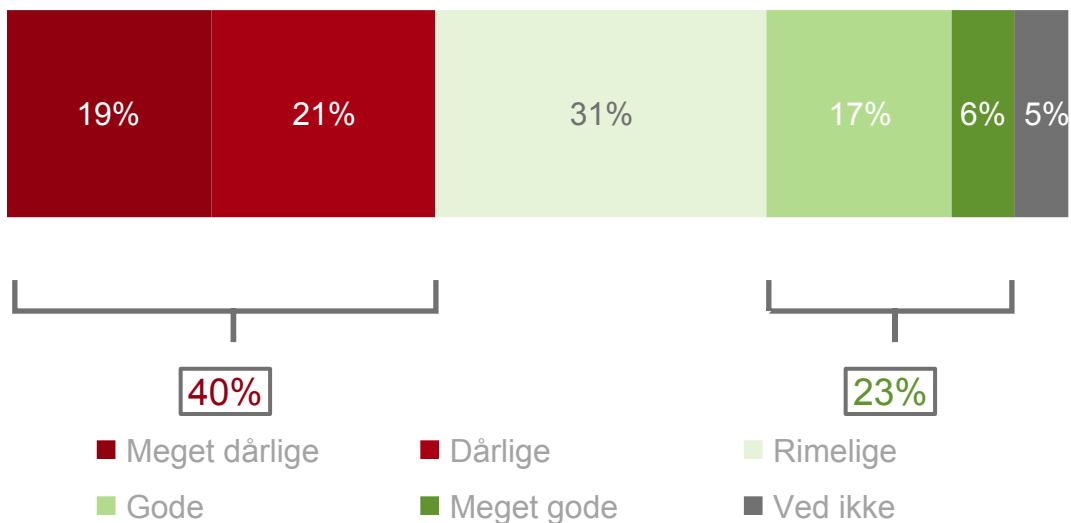


af dem der har haft problemer ved overgangen til Kabel-
plus alene med internet, virker det fortsat **ikke** for

66%

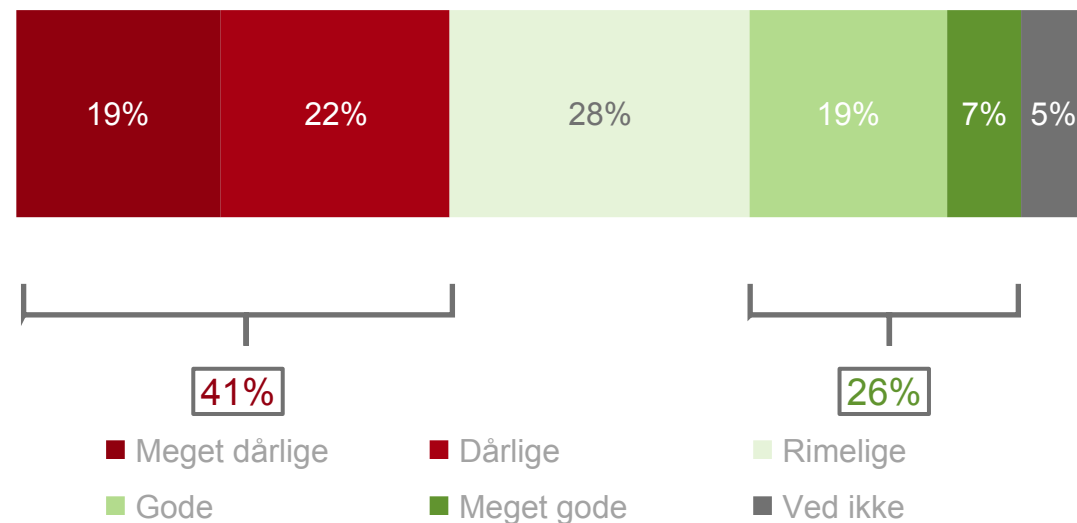
Informationerne fra kommune og Kabelplus i forbindelse opleves meget ensartet kunderne (og kan måske ikke adskilles). Ca. 4 ud af 10 oplever enten informationen meget dårligt eller dårligt i modsætning til ca. 25% har oplevet informationen godt eller meget godt.

Kvalitet af informationer fra kommunen



Q8a) Hvordan har du alt i alt oplevet de informationer du har modtaget SPECIFIKT FRA KOMMUNEN fra maj og juni måned i forbindelse med skiftet af udbyder for Ishøj Fællesantenne (e-boks, annoncering i lokalavis m.m.)

Kvalitet af informationer fra Kabelplus



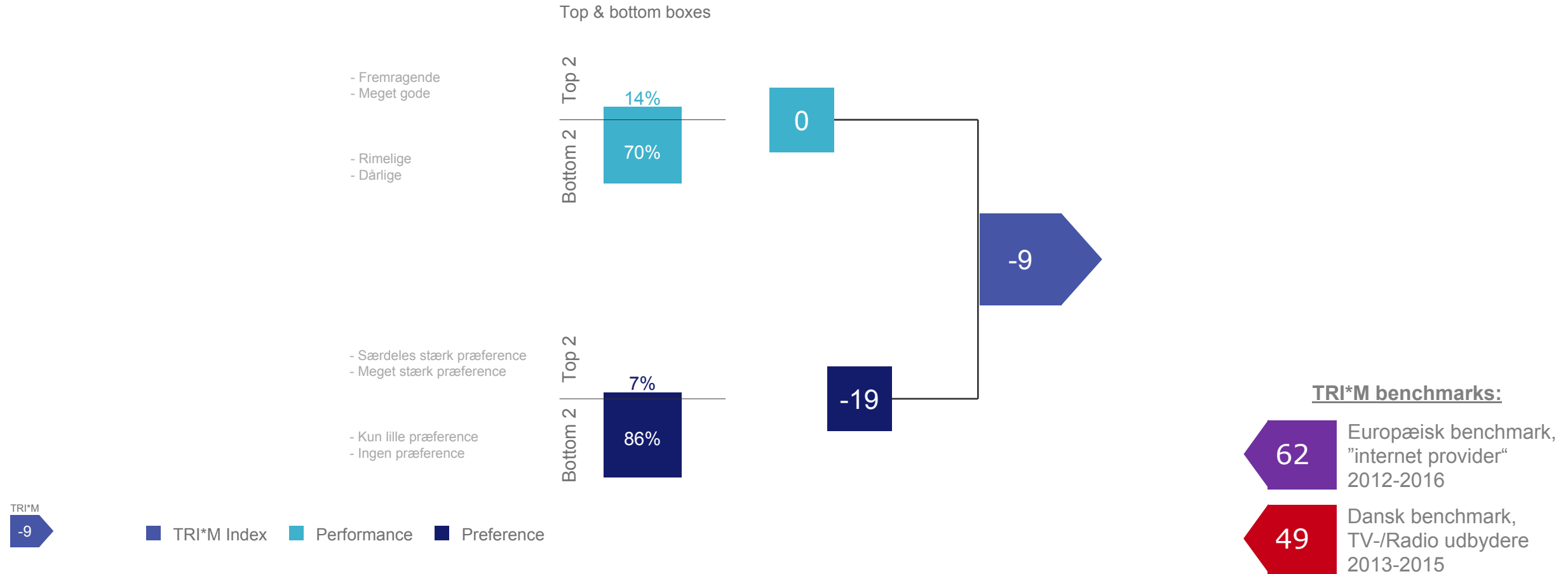
Q8b) Hvordan har du alt i alt oplevet de informationer du har modtaget SPECIFIKT FRA KABELPLUS fra maj og juni måned i forbindelse med skiftet af udbyder for Ishøj Fællesantenne (husstandsomdelte breve, Kabelplus' hjemmeside, mail m.m.)

n=375

6

Styrken af kunderelationen

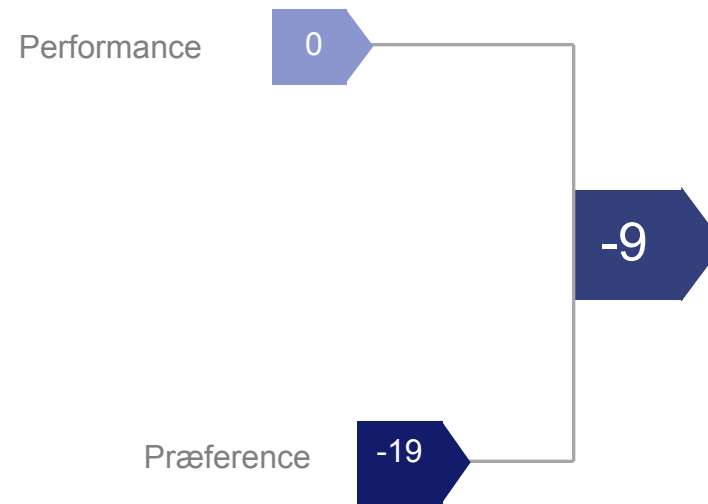
Med en TRI*M score på -9, er kunderelationen til Kabelplus på et kritisk lavt niveau.



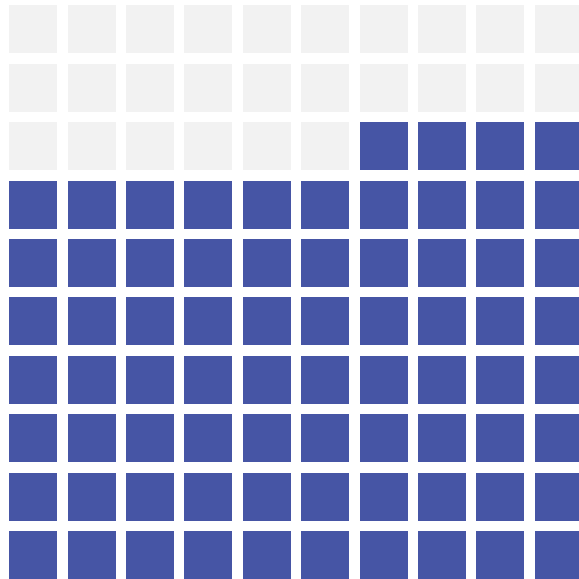
TRI*M
-9

TRI*M Index Performance Preference

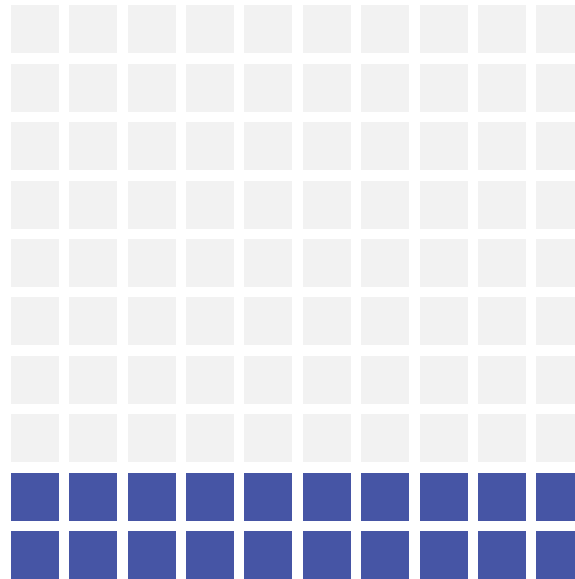
Med en TRI*M score på -9, er kunderelationen til Kabelplus på et kritisk lavt niveau.



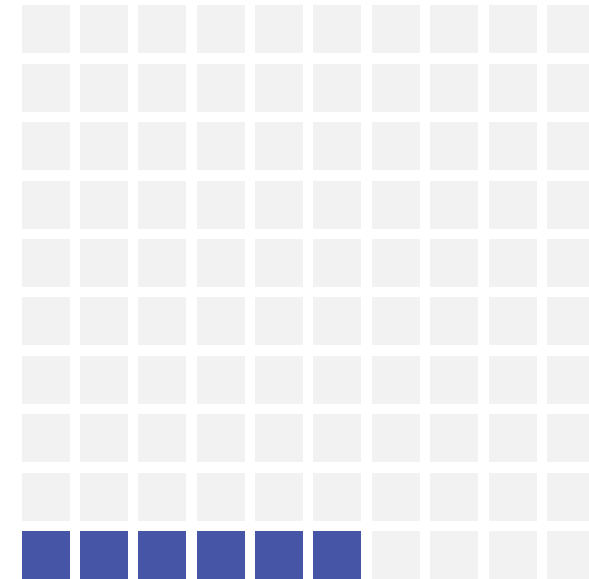
Ca. 3 ud af 4 kunder klassificeres til at have en svag relation til Kabelplus



74%
Svag relation

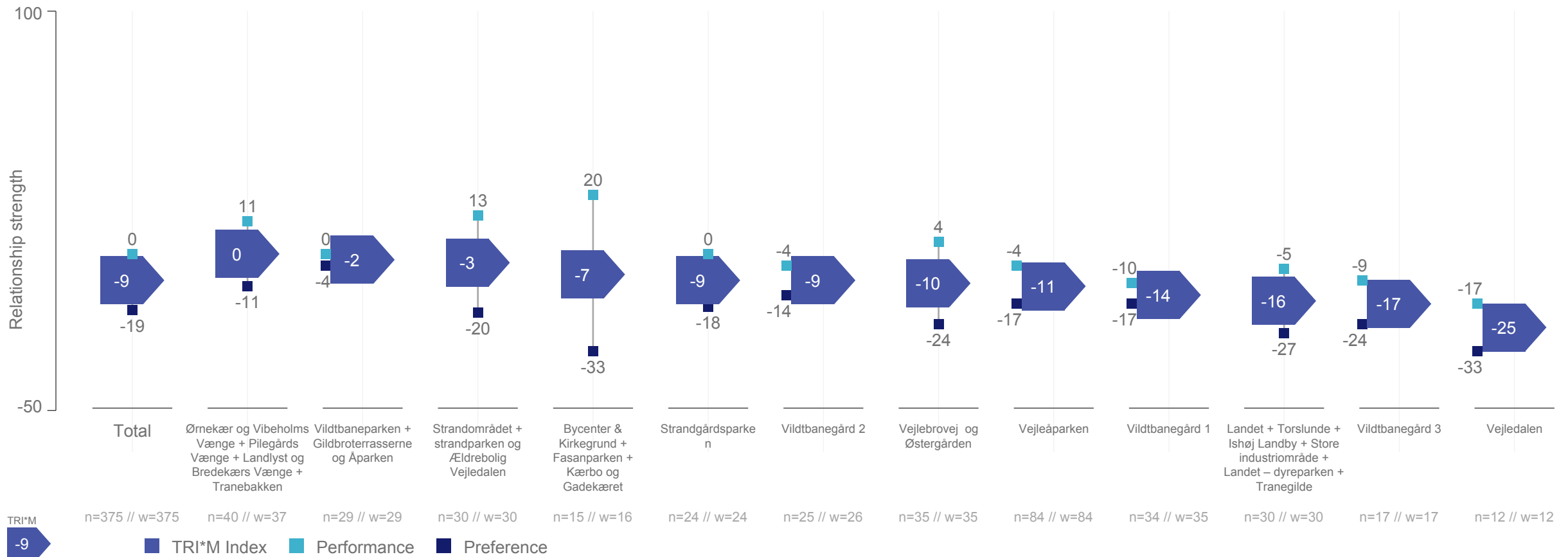


20%
Moderat relation

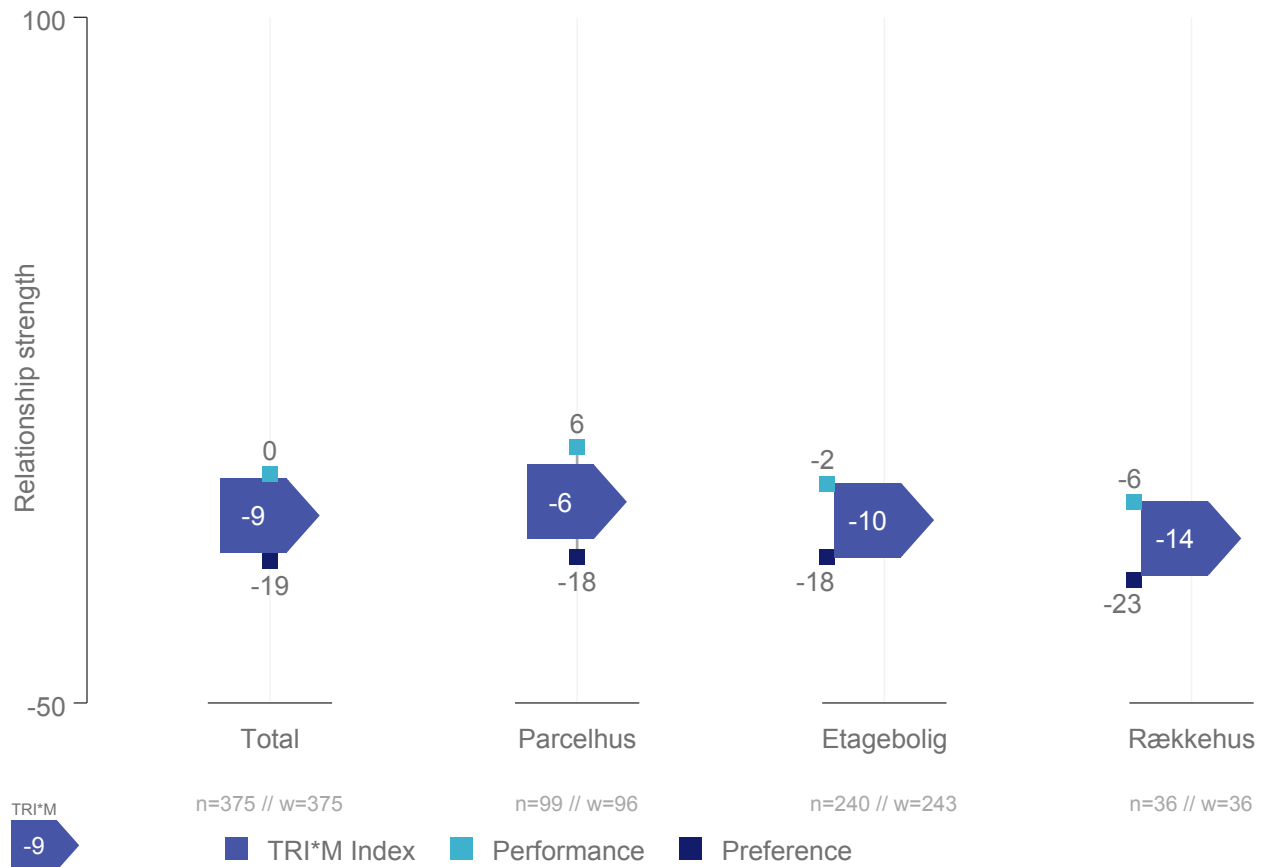


6%
Stærk relation

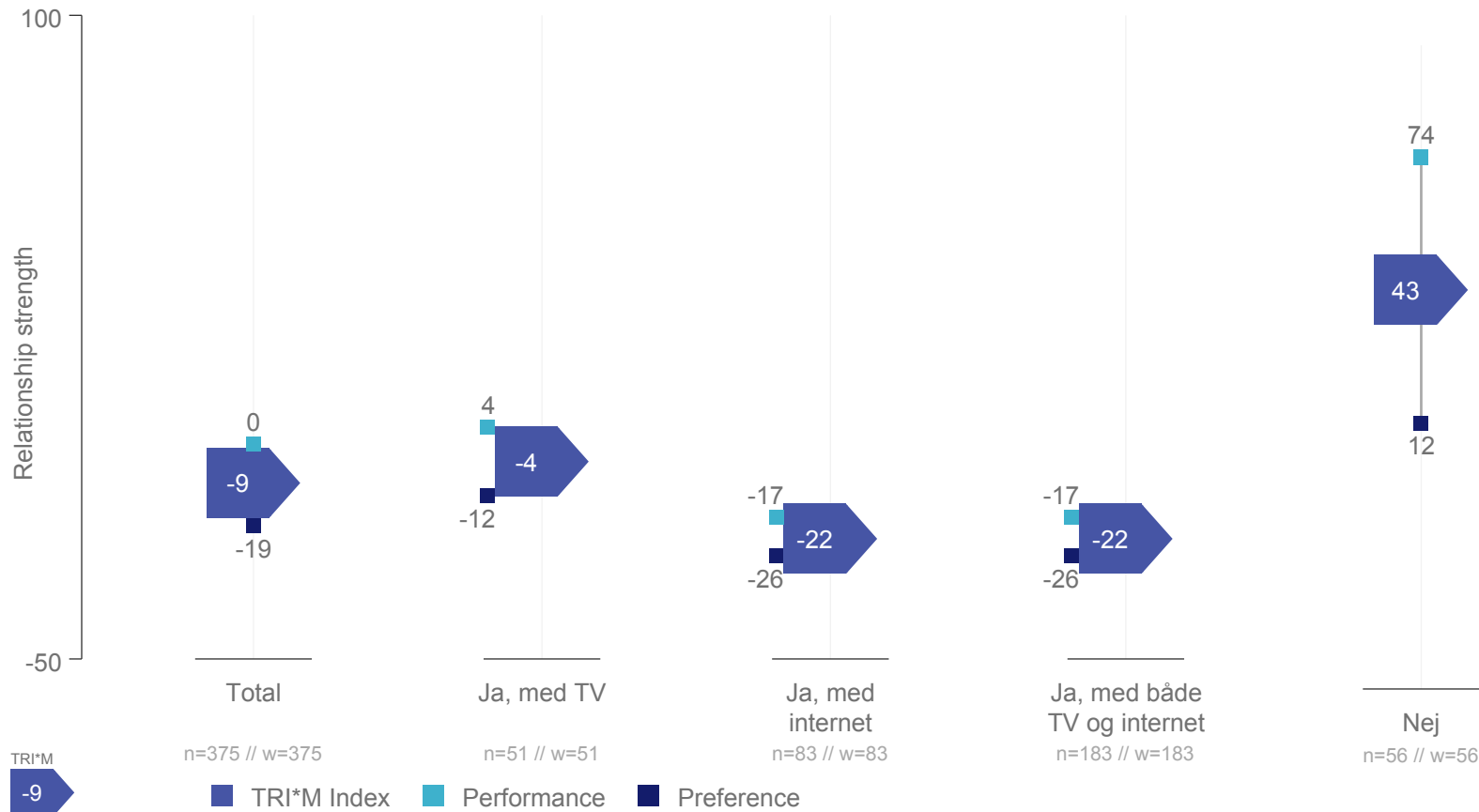
Når relationens styrke til Kabelplus vurderes på tværs af boligområder, så må det konstateres at spredningen er relativ lille og der derfor må siges at være udfordringer i alle områder.



Tilsvarende boligområder, så er der ligeledes udfordringer i forhold til Kabelplus uanset om kunderne bor i parcel-, rækkehus eller etagebolig.



Opstarts vanskelighederne sætter sit tydelige præg på opfattelsen af Kabelplus. De kunder der ikke har haft problemer i forbindelse med overgangen, har en signifikant bedre relation til Kabelplus. Der viser sig samtidig en tendens mod, at de kunder der har haft problemer med internetforbindelsen er mere kritiske end dem, der alene har haft problemer med TV.



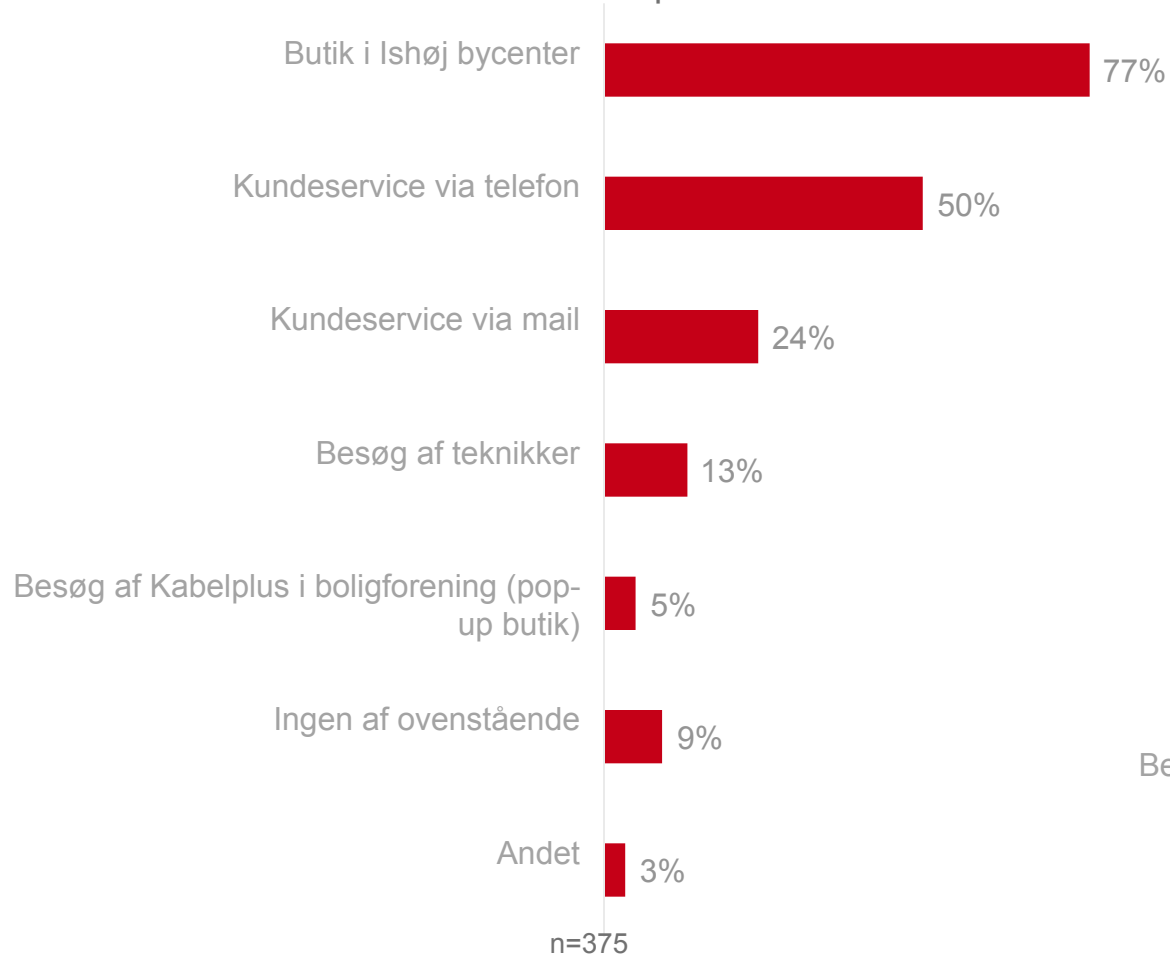
Q4) Har du haft problemer i forbindelse med Kabelplus overtog?

7

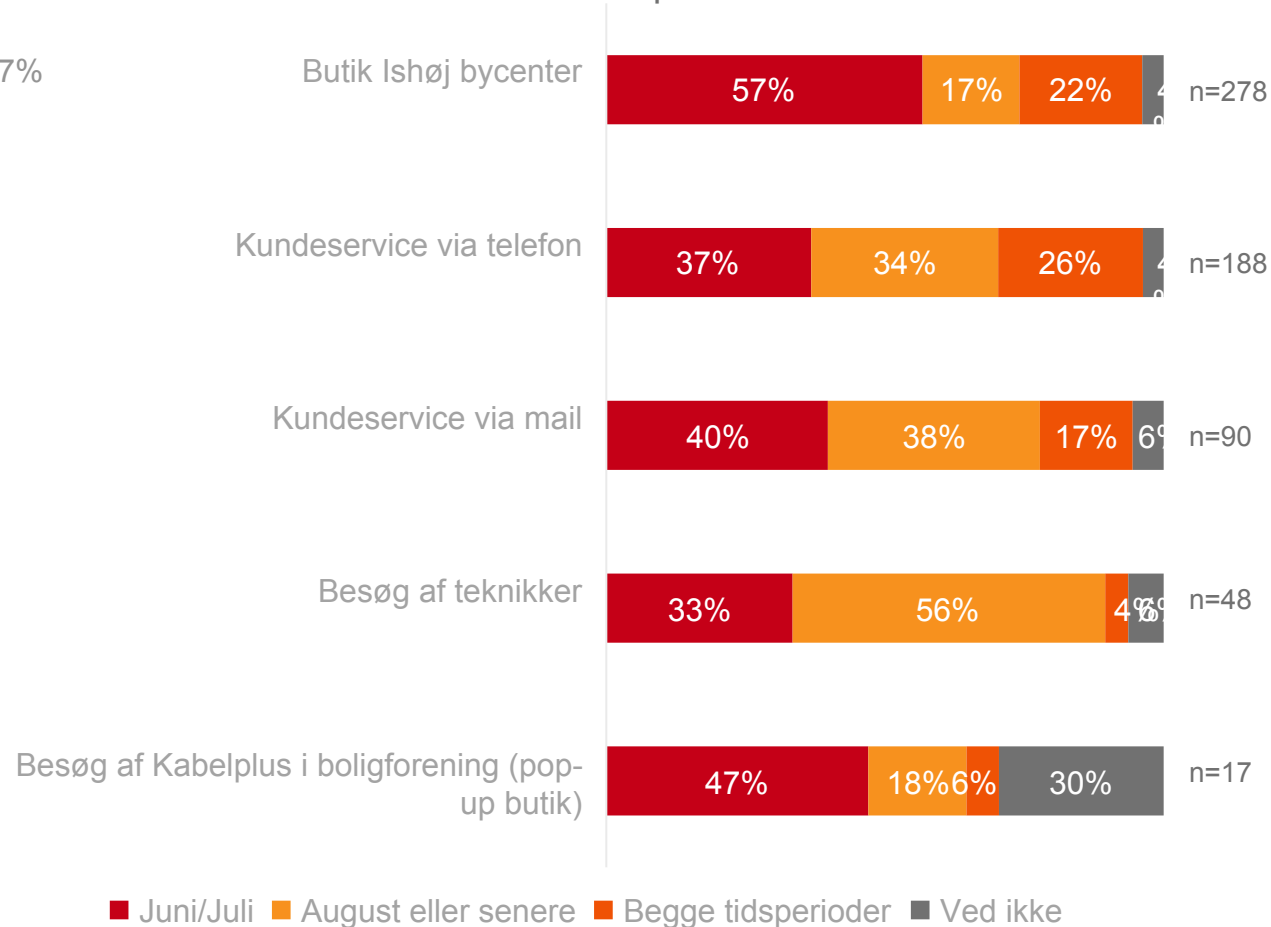
Kontaktpunkter

77% har været i kontakt med Kabelplus i Butikken i Ishøj Bycenter. Dette er helt naturligt da man ved oprettelse skulle hente sit modem i butikken. Dernæst følger kundeservice via telefon (50%) og mail (24%). Butiksbesøgene er i højere grad i den tidlige del af sommeren, hvor teknikerbesøgene i højere grad ligger i august eller senere.

Kontaktpunkt



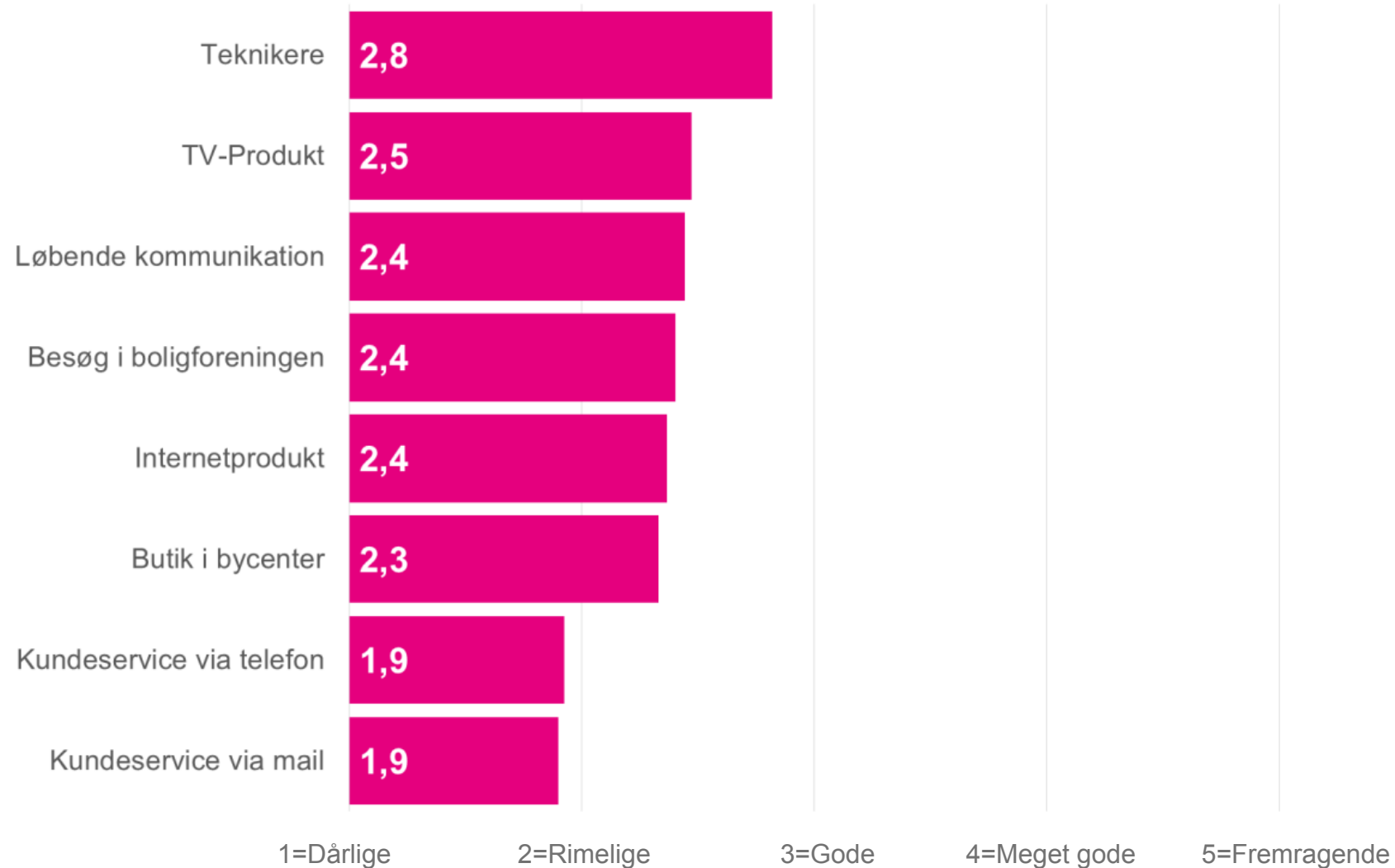
Tidspunkt for kontakt



8

Detaljerede vurderinger

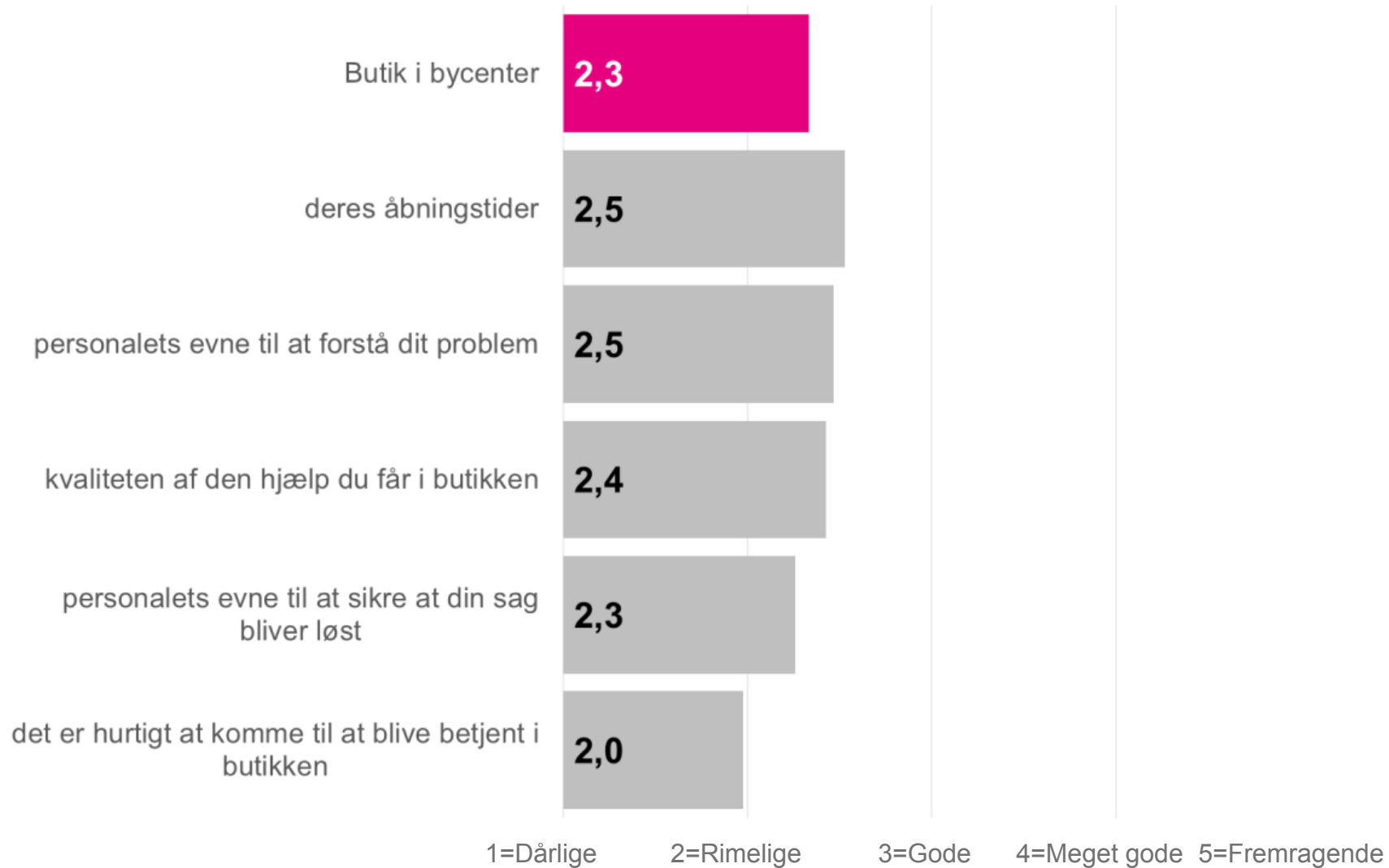
På overordnet niveau med aggregerede resultater for alle relevante vurderinger omkring et kontaktpunkt, opnår teknikerne den bedste score (på en skala fra 1-5). Kundeservice via både telefon og mail vurderes signifikant lavest.



9

Detaljerede vurderinger – Butik i bycenter

Åbningstider og evnen til at forstå borgerens problem vurderes bedst. Ventetiden er kritisk.

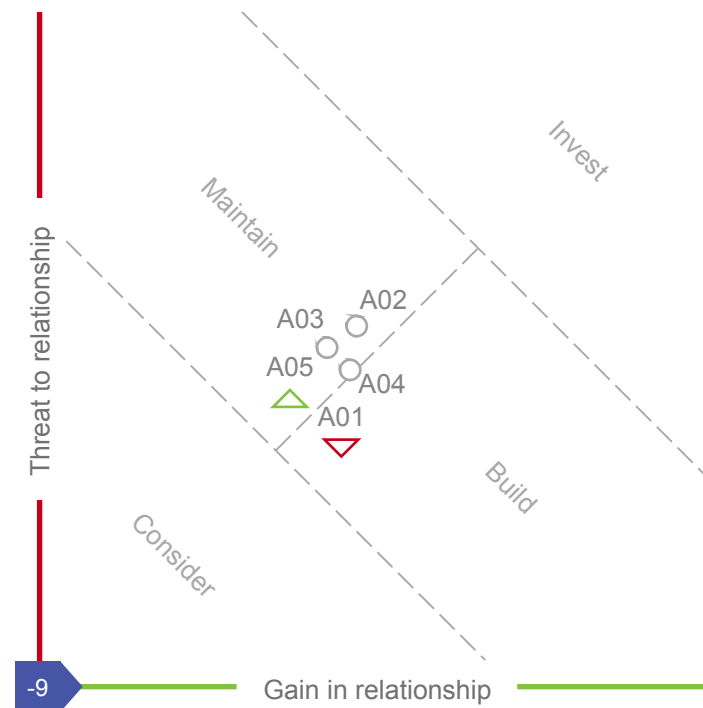


Generelt har butikken i Ishøj bycenter middel betydning for kundernes relation til Kabelplus. Af forholdene omkring butikken, bør nedbringelse af ventetiden prioriteres.

Kabelplus // TRI*M Impact analysis

Butik i Ishøj bycenter

- ▼ A01 det er hurtigt at komme til at blive betjent i butikken
- A02 kvaliteten af den hjælp du får i butikken
- A03 personalets evne til at forstå dit problem
- A04 personalets evne til at sikre at din sag bliver løst
- ▲ A05 deres åbningstider



TRI*M
-9

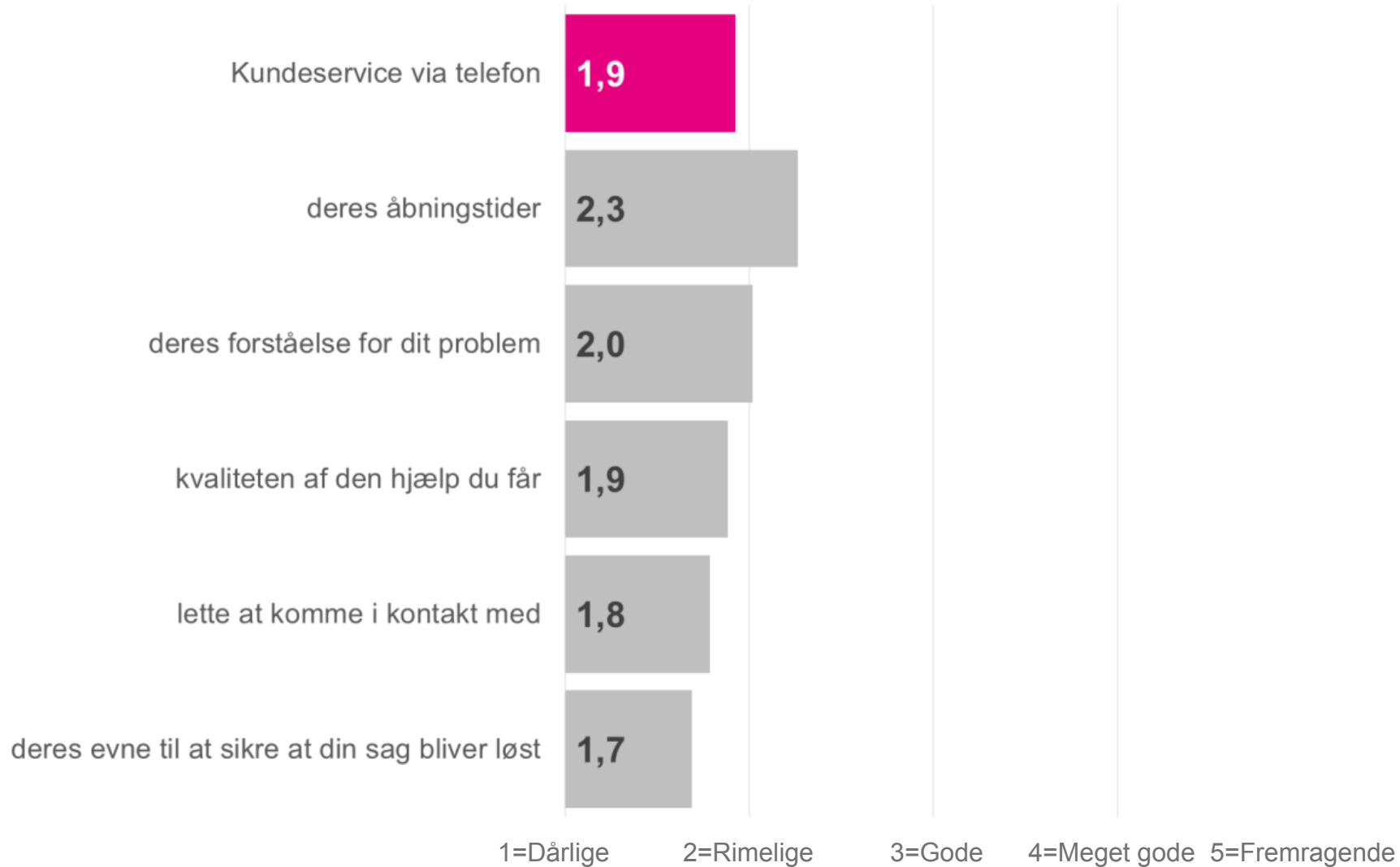
▼ Far below average ▼ Below average ○ Average ▲ Above average ▲ Far above average

n=287

10

Detaljerede vurderinger – Kundeservice via telefon

Det oplevede niveau for kundeservice via telefon er kritisk. Dette gælder særligt hvor let det er at få kontakt, samt den oplevede evne til at løse borgerens problem.

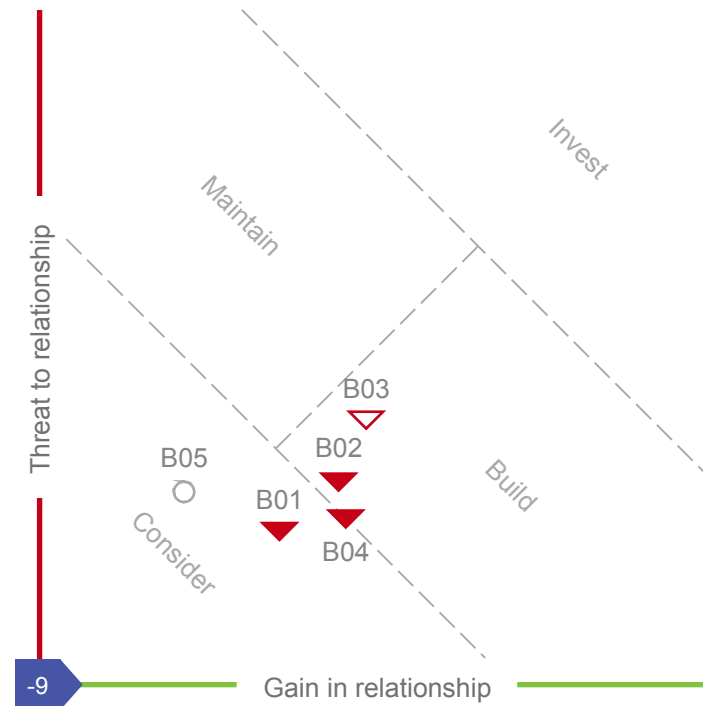


Kundeservice via telefon kan isoleret set ikke rette op på den dårlige oplevelse af Kabelplus. Dette kontaktpunkt er ”kun” middel vigtigt i forhold til den overordnede opfattelse af Kabelplus.

Kabelplus // TRI*M Impact analysis

Kundeservice via TELEFON

- ▼ B01 lette at komme i kontakt med
- ▼ B02 kvaliteten af den hjælp du får
- ▽ B03 deres forståelse for dit problem
- ▼ B04 deres evne til at sikre at din sag bliver løst
- B05 deres åbningstider



TRI*M

-9

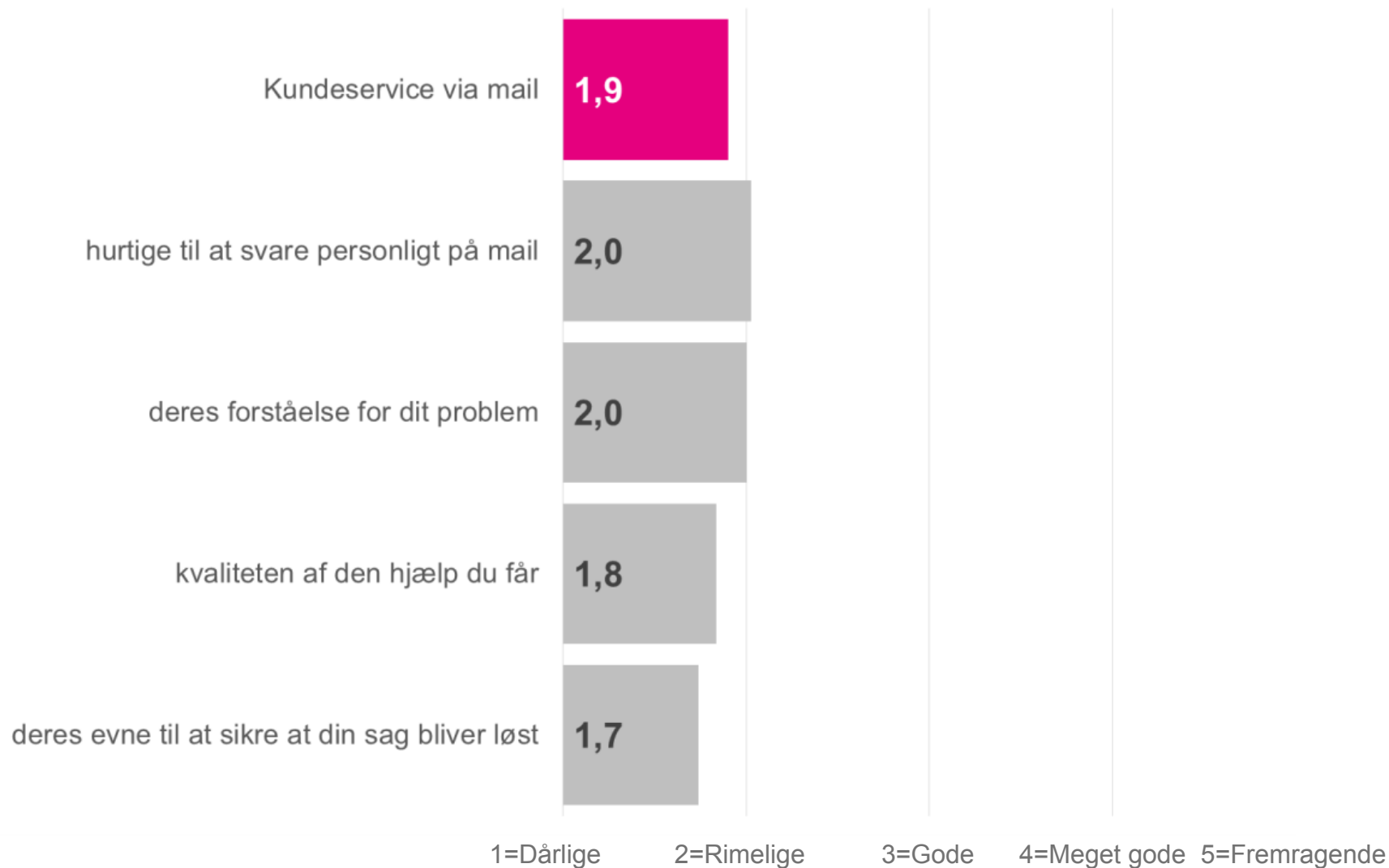
▼ Far below average ▽ Below average ○ Average ▲ Above average ▲ Far above average

n=188

11

Detaljerede vurderinger – Kundeservice via mail

Det oplevede niveau for kundeservice via mail er ligeledes kritisk. Tilsvarende kundeservice via telefon, gælder det særligt den oplevede evne til at løse borgerens problem.

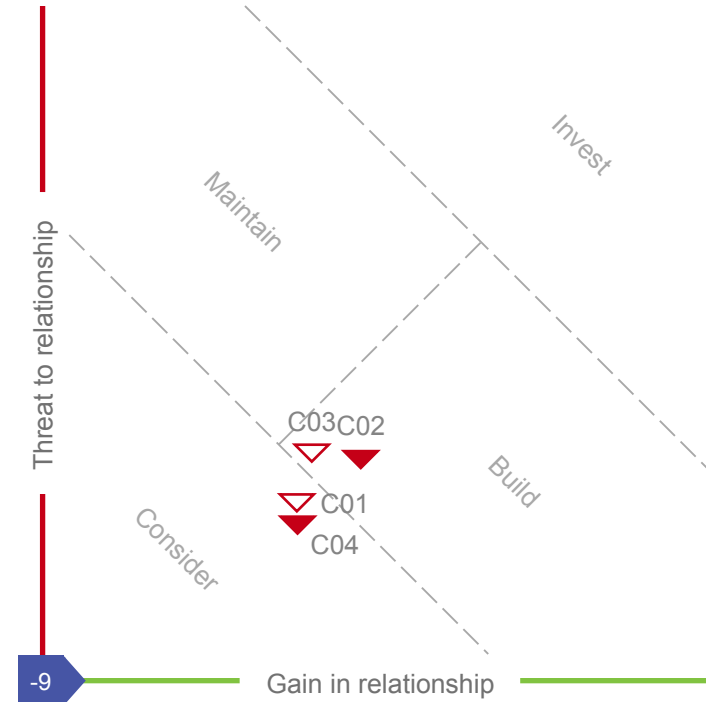


Kundeservice via mail er som kundeservice via telefon "kun" middel vigtigt i forhold til den overordnede opfattelse af Kabelplus.

Kabelplus // TRI*M Impact analysis

Kundeservice via MAIL

- ▼ C01 hurtige til at svare personligt på mail
- ▼ C02 kvaliteten af den hjælp du får
- ▼ C03 deres forståelse for dit problem
- ▼ C04 deres evne til at sikre at din sag bliver løst



TRI*M

-9

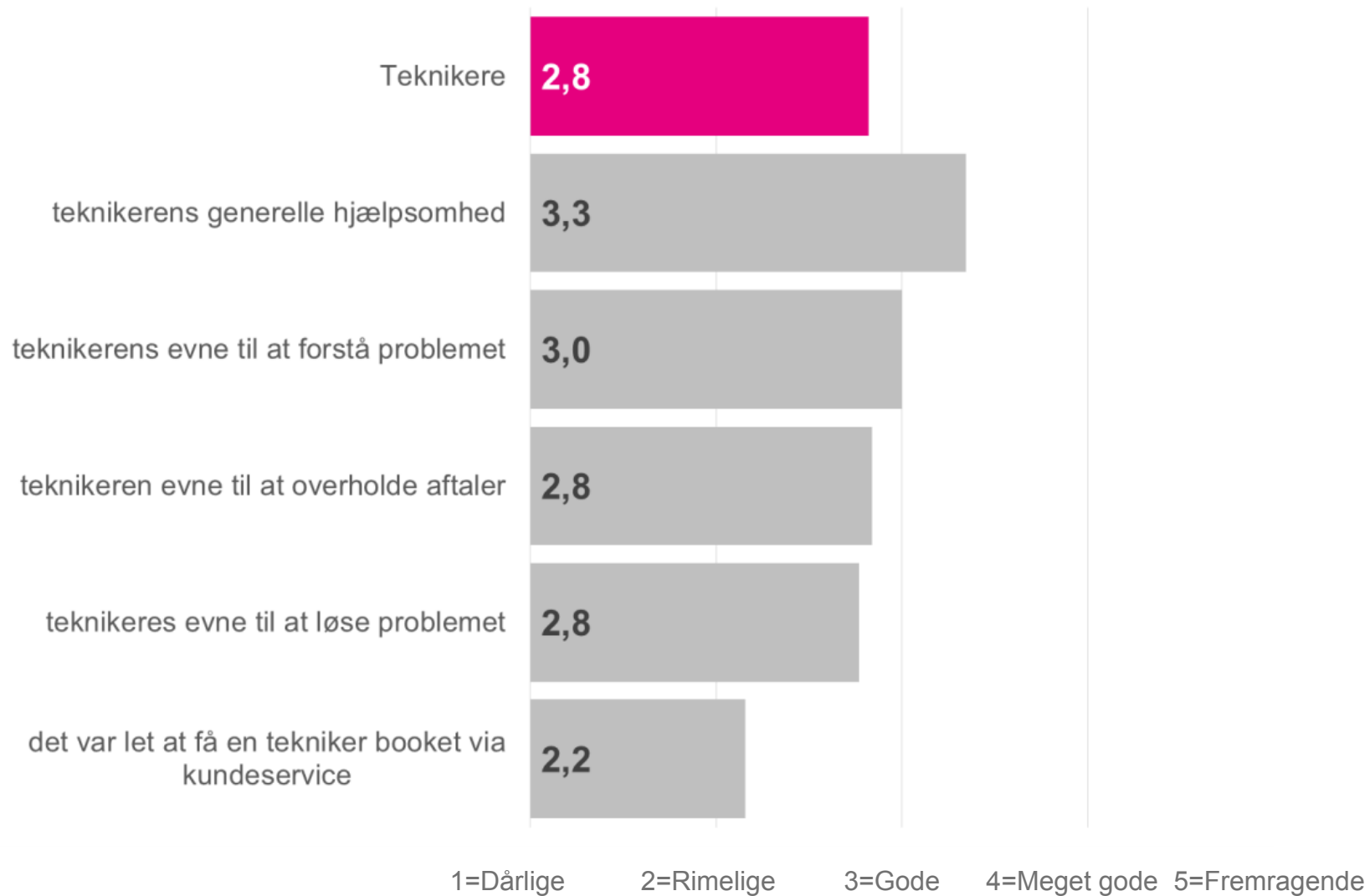
▼ Far below average ▼ Below average ○ Average ▲ Above average ▲ Far above average

n=90

12

Detaljerede vurderinger - Teknikere

Teknikernes indsats vurderes højest af alle kontaktpunkter. Hjælpesomhed og forståelse er i top. Det opleves til gengæld vanskeligt at få booket teknikeren i første omgang.

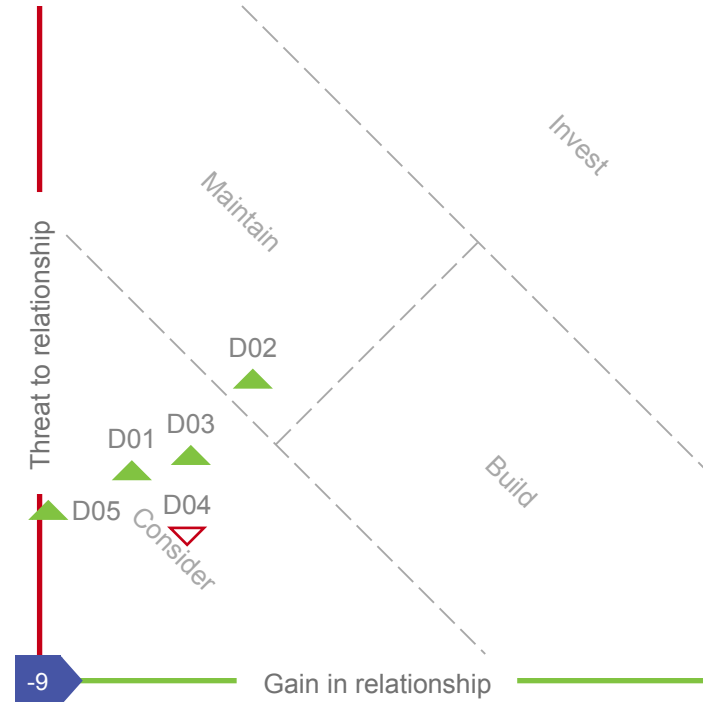


Teknikeren er i den større sammenhæng dog mindre vigtig i forhold til den overordnede relation til Kabelplus. Teknikeren kan altså ikke redde den kritiske relation alene.

Kabelplus // TRI*M Impact analysis

TEKNIKERE

- ▲ D01 teknikerens evne til at forstå problemet
- ▲ D02 teknikeres evne til at løse problemet
- ▲ D03 teknikeren evne til at overholde aftaler
- ▼ D04 det var let at få en tekniker booket via kundeservice
- ▲ D05 teknikerens generelle hjælpsomhed



TRI*M

-9

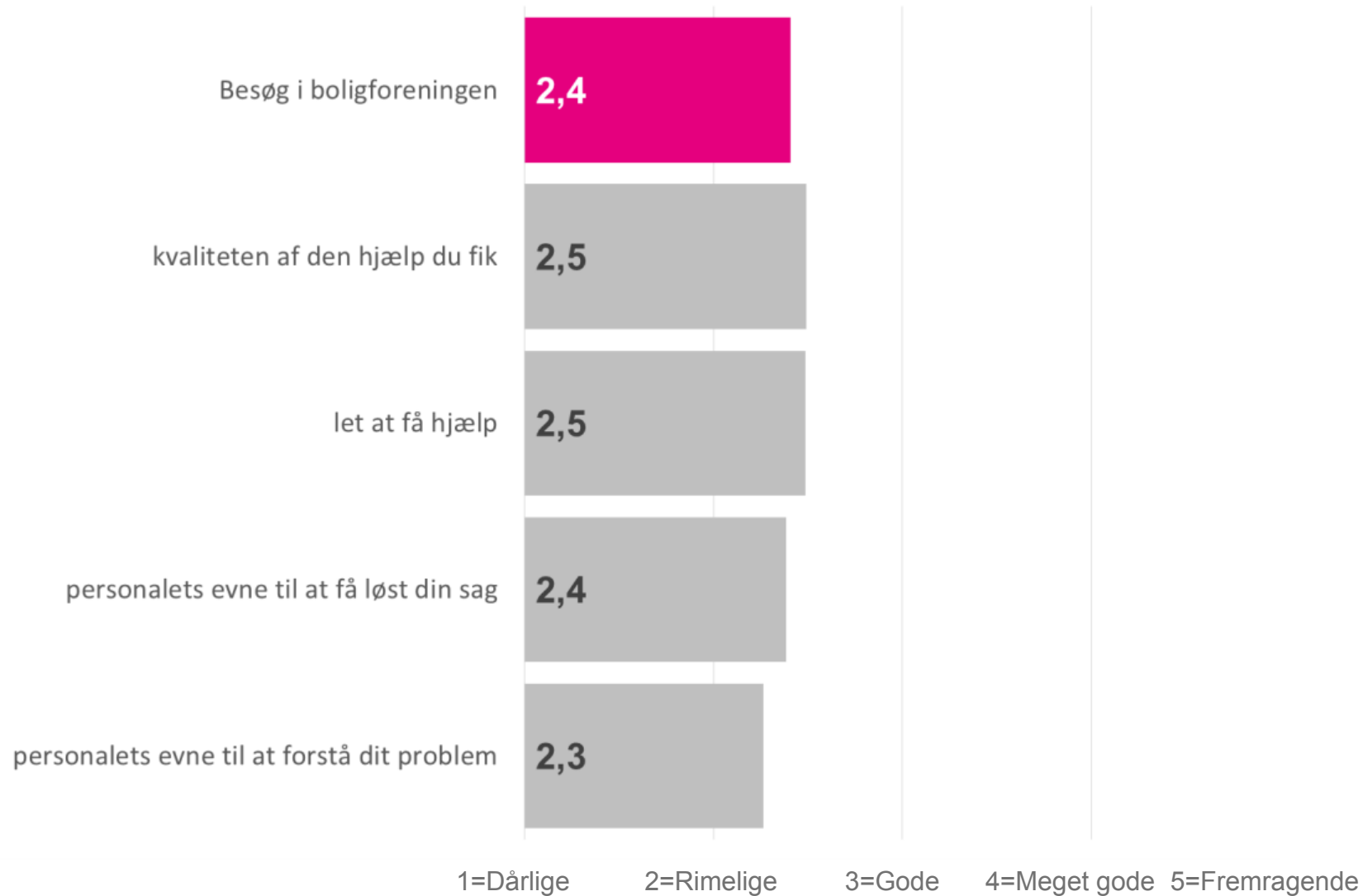
- ▼ Far below average
- ▽ Below average
- Average
- △ Above average
- ▲ Far above average

n=48

13

Detaljerede vurderinger – Besøg i boligforeningen

De detaljerede spørgsmål omkring besøg i boligforeningen, vurderes relativt ensartet, blandt de 5% der har gjort brug af/haft mulighed for at gøre brug af tilbuddet.

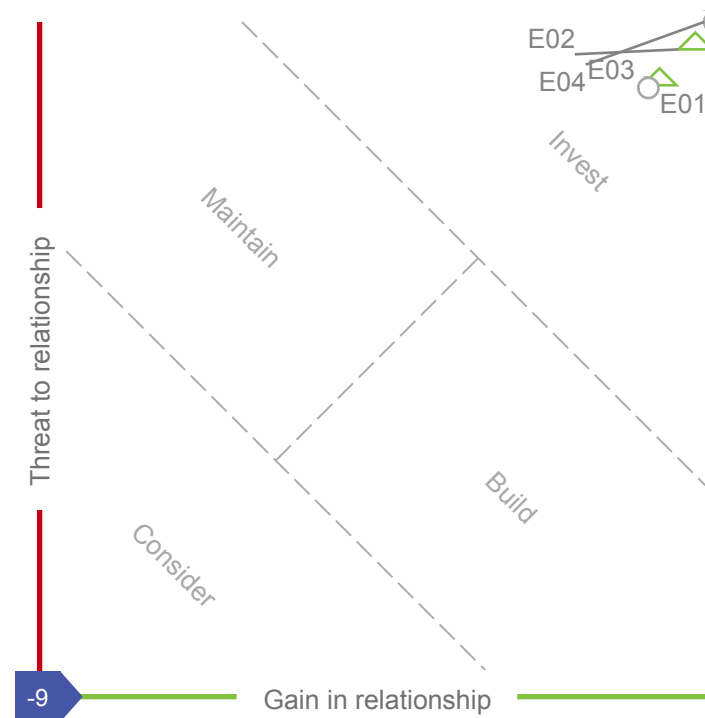


Besøg i boligforeningen har i den store sammenhæng kun været for de få. Men kontaktpunktet påvirker den overordnede relation. Dem der har haft en god oplevelse af pop-up butikken, har en bedre opfattelse af Kabelplus end dem der har haft en mindre god oplevelse af pop-up butikken.

Kabelplus // TRI*M Impact analysis

Besøg i boligforeningen

- ▲ E01 let at få hjælp**
- ▲ E02 kvaliteten af den hjælp du fik**
- E03 personalets evne til at forstå dit problem**
- E04 personalets evne til at få løst din sag**



TRI*M

-9

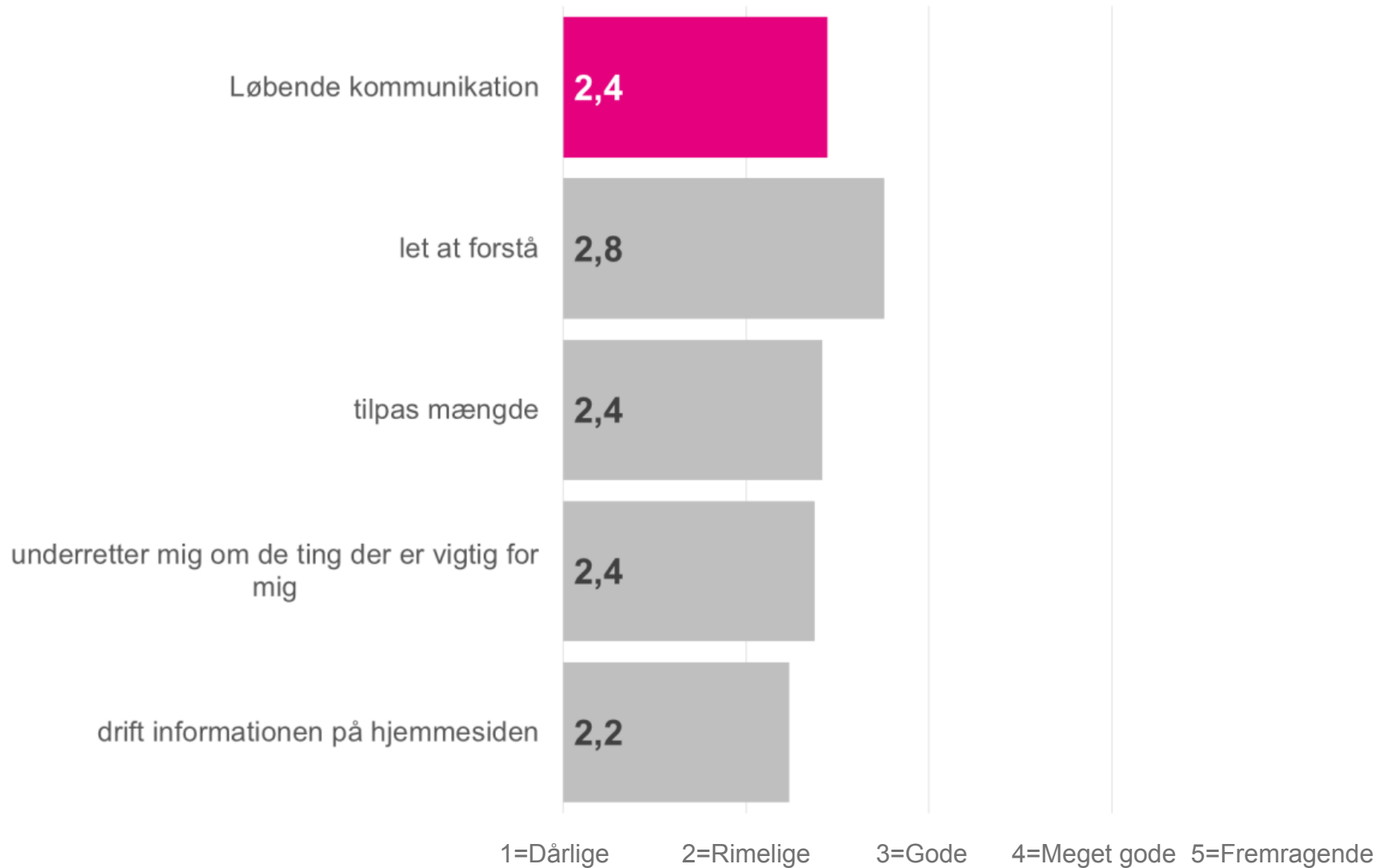
- ▼ Far below average
- ▽ Below average
- Average
- ▲ Above average
- ▲ Far above average

n=17

14

Detaljerede vurderinger – Løbende kommunikation

Den løbende kommunikation vurderes overordnet let at forstå, men drift informationen på hjemmesiden vurderes meget lavt.

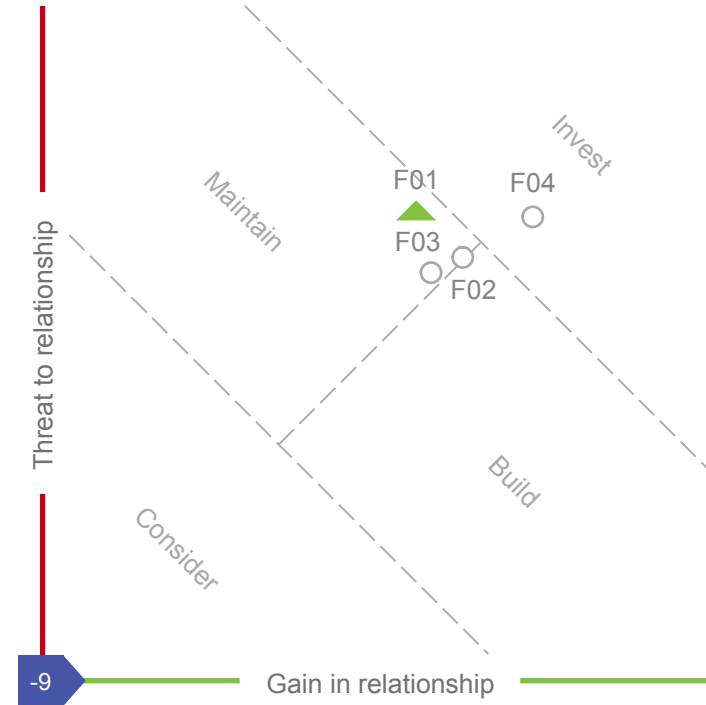


Den løbende kommunikation er i stand til at flytte den overordnede opfattelse af Kabelplus. I jo højere grad den løbende kommunikation bliver let til gængelig og når ud til borgeren med aktuell relevant information, i højere vil man være i stand til at flytte relationen til Kabelplus i den rigtige retning.

Kabelplus // TRI*M Impact analysis

Løbende kommunikation

- ▲ F01 let at forstå
- F02 tilpas mængde
- F03 underretter mig om de ting der er vigtig for mig
- F04 drift informationen på hjemmesiden



TRI*M

-9

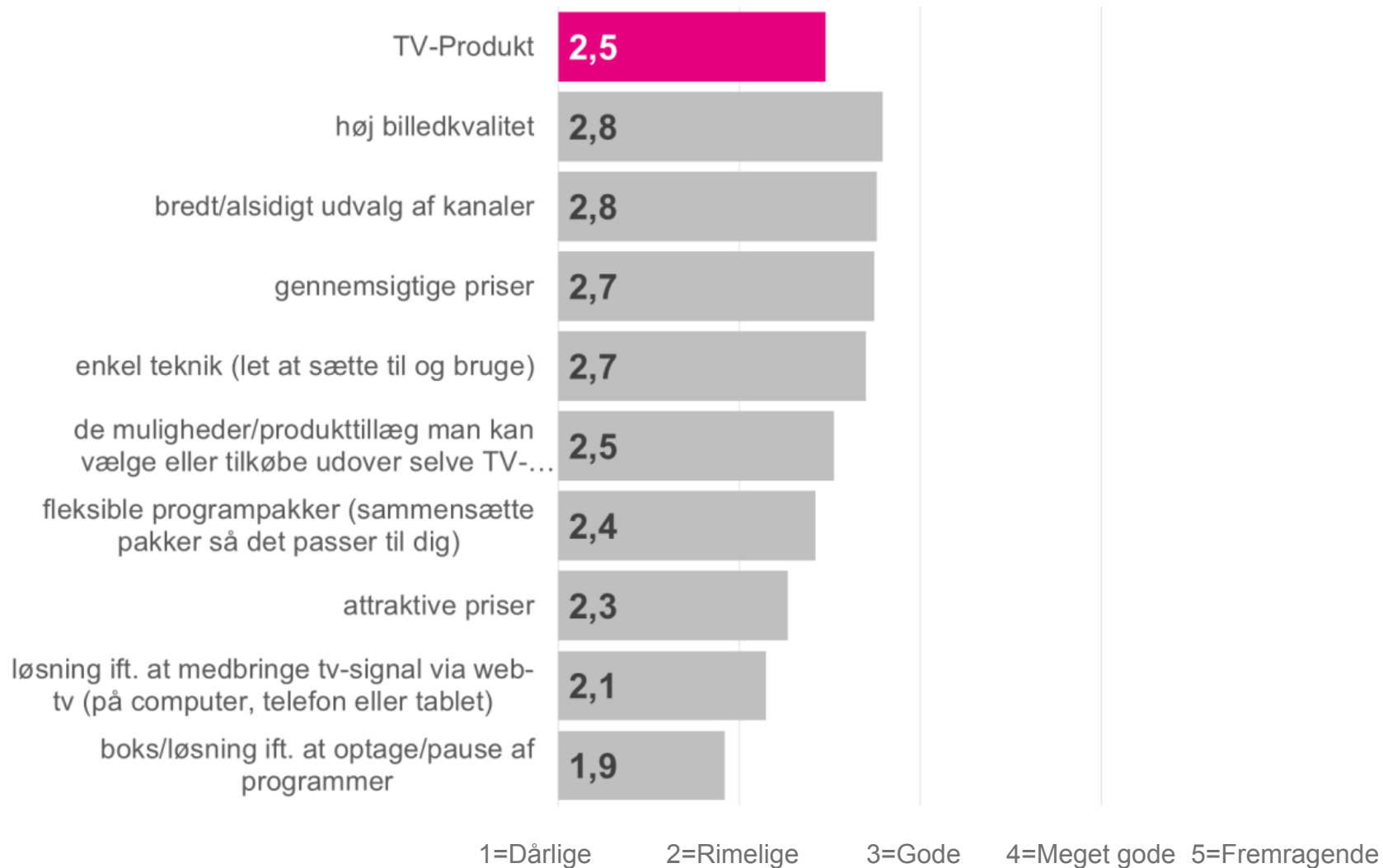
- ▼ Far below average
- ▽ Below average
- Average
- △ Above average
- ▲ Far above average

n=375

15

Detaljerede vurderinger – TV-Produkt

Der er en stor spredning i vurderingerne af de detaljerede spørgsmål omkring selve TV-produktet. De parametre der skiller sig ud i negativ retninger prisen samt løsninger til optagelse og medbringelse af tv-programmerne.

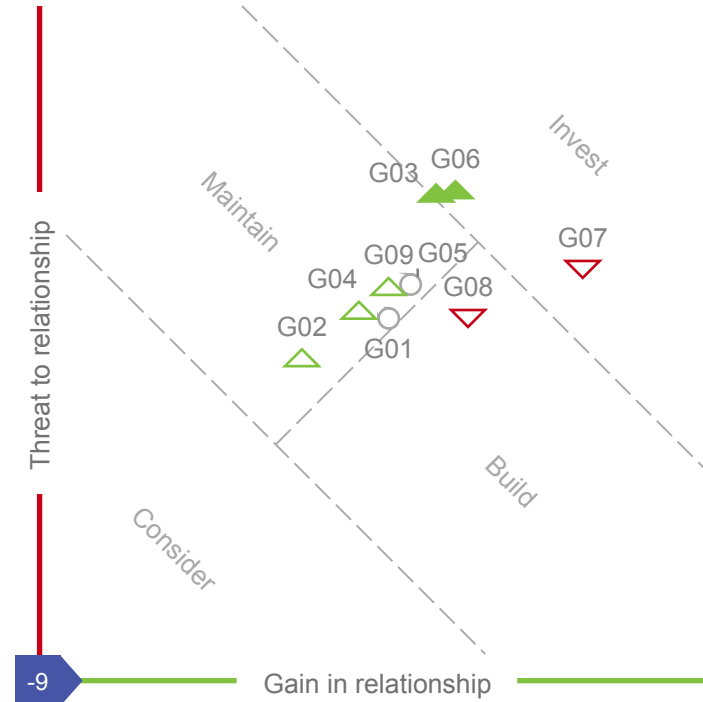


Mulighed for optagelse og medbringelse af tv-programmerne er afgørende for at løfte forholdet til Kabelplus.

Kabelplus // TRI*M Impact analysis

TV-produktet

- G01 attraktive priser
- G02 gennemsigtige priser
- G03 høj billedkvalitet
- G04 enkel teknik (let at sætte til og bruge)
- G05 fleksible programpakker (sammensætte pakker så det passer til dig)
- G06 bredt/alsidigt udvalg af kanaler
- G07 boks/løsning ift. at optage/pause af programmer
- G08 løsning ift. at medbringe tv-signal via web-tv (på computer, telefon eller tablet)
- G09 de muligheder/produkttillæg man kan vælge eller tilkøbe udover selve TV-signalet/TV-pakkerne



TRI*M

-9

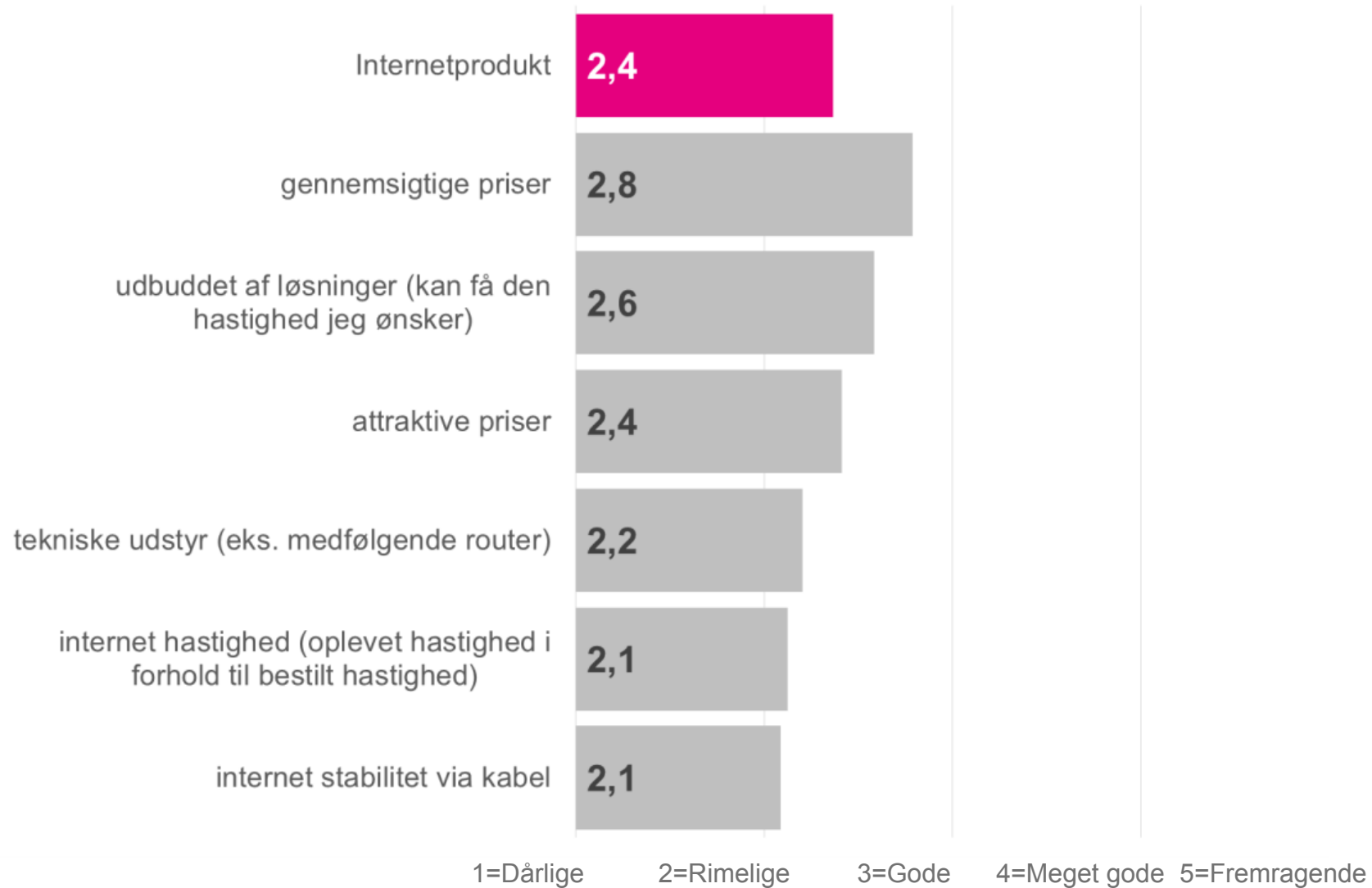
- Far below average
- Below average
- Average
- Above average
- Far above average

n=375

16

Detaljerede vurderinger – Internet-produkt

For selve internet produktet er scoren for stabilitet og oplevet hastighed kritisk.

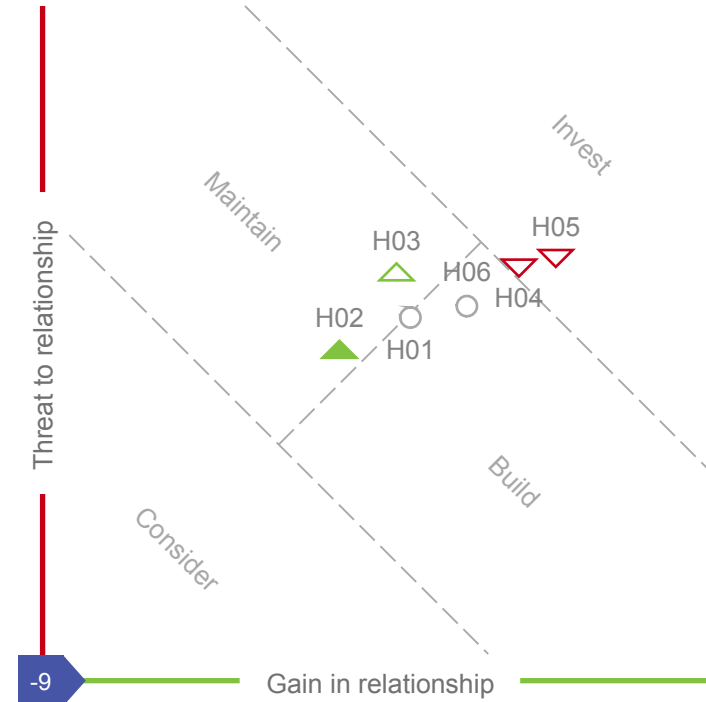


Stabilitet og oplevet hastighed er meget afgørende at få løst for at forbedre borgernes relation til Kabelplus.

Kabelplus // TRI*M Impact analysis

Internet-produktet

- H01 attraktive priser
- ▲ H02 gennemsigtige priser
- △ H03 udbuddet af løsninger (kan få den hastighed jeg ønsker)
- ▼ H04 internet hastighed (oplevet hastighed i forhold til bestilt hastighed)
- ▼ H05 internet stabilitet via kabel
- H06 tekniske udstyr (eks. medfølgende router)



TRI*M

-9

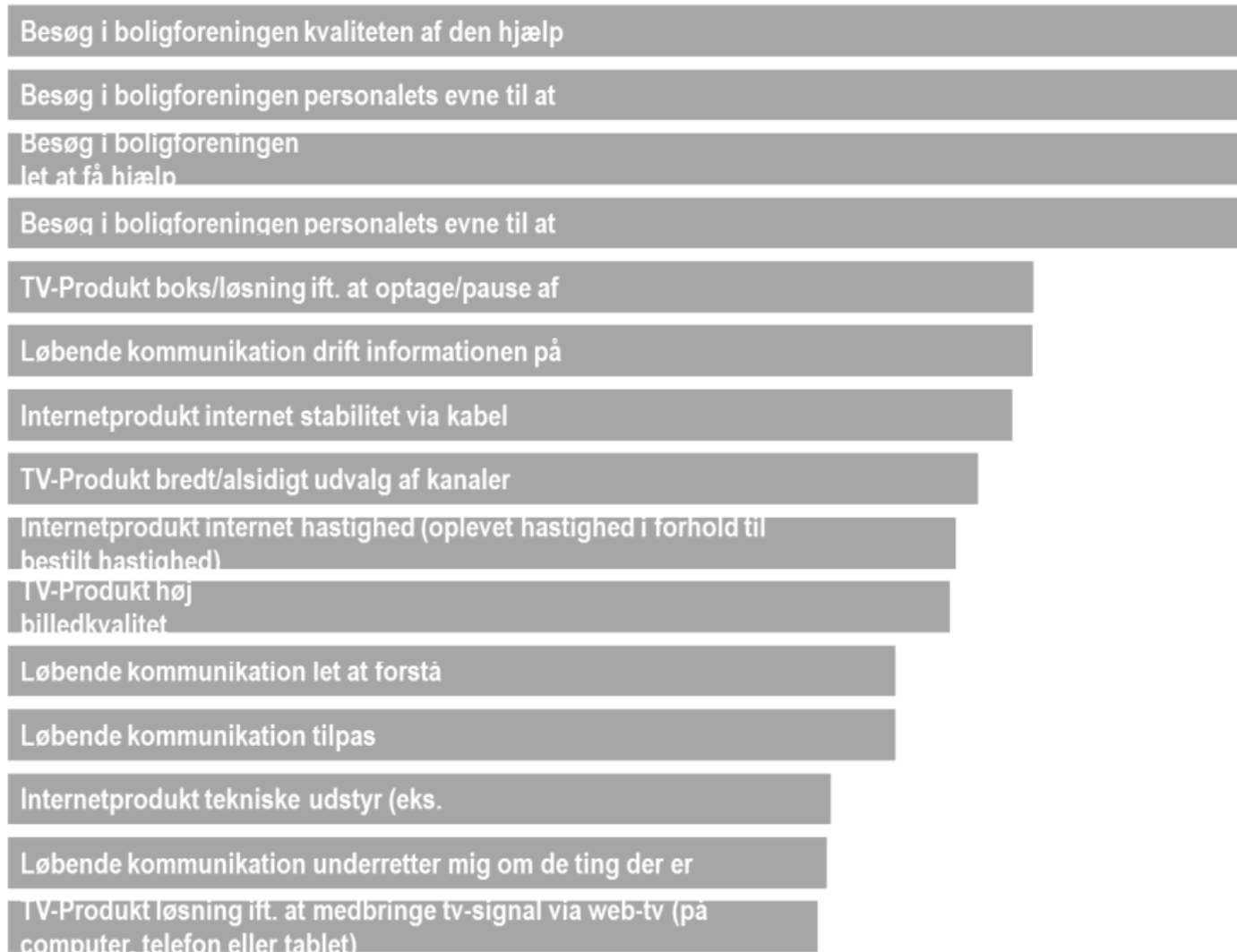
▼ Far below average ▼ Below average ○ Average △ Above average ▲ Far above average

n=375

17

Detaljerede vurderinger - Opsamling

Her ses de 15 kriterier der har størst betydning for hvordan borgerne overordnet set opfatter Kabelplus



Opsamling - Relative styrker

Kabelplus // TRI*M Impact summary

Further invest - top priority

- | | | | | | |
|---|-----|---|---|-----|---|
| △ | E01 | let at få hjælp (Besøg i boligforeningen) | ▲ | G03 | høj billedkvalitet (TV-produktet) |
| △ | E02 | kvaliteten af den hjælp du fik (Besøg i boligforeningen) | ▲ | G06 | bredt/alsidigt udvalg af kanaler (TV-produktet) |
| ○ | E04 | personalets evne til at få løst din sag (Besøg i boligforeningen) | | | |

Further build - high priority

- | | | | | | |
|---|-----|------------------------------|--|--|--|
| ○ | H01 | attraktive priser (Internet) | | | |
|---|-----|------------------------------|--|--|--|

Maintain - high priority

- | | | | | | |
|---|-----|--|---|-----|---|
| ○ | A02 | kvaliteten af den hjælp du får i butikken (Butik i Ishøj bycenter) | △ | G04 | enkel teknik (let at sætte til og bruge), (TV-produktet) |
| ▲ | F01 | let at forstå (Løbende kommunikation) | ○ | G05 | fleksible programpakker (sammensætte pakker så det passer til dig), (TV-produktet) |
| ○ | F02 | tilpas mængde (Løbende kommunikation) | △ | G09 | de muligheder/produkttillæg man kan vælge eller tilkøbe udover selve TV-signalet/TV-pakkerne (TV-produktet) |
| ○ | F03 | underretter mig om de ting der er vigtig for mig (Løbende kommunikation) | △ | H03 | udbuddet af løsninger (kan få den hastighed jeg ønsker), (Internet) |

TRI*M

-9

▼ Far below average ▽ Below average ○ Average △ Above average ▲ Far above average

Opsamling - indsatsområder

Kabelplus // TRI*M Impact summary

Invest - top priority

- E03 personalets evne til at forstå dit problem (besøg i boligforeningen)
- F04 drift informationen på hjemmesiden (**Løbende kommunikation**)
- ▼ G07 boks/løsning ift. at optage/pause af programmer (TV-produktet)

Build - high priority

- ▼ G08 løsning ift. at medbringe tv-signal via web-tv (på computer, telefon eller tablet) (TV-produktet)
- H06 tekniske udstyr (eks. medfølgende router) (**Internet**)

Maintain - high priority

- G01 attraktive priser (TV-produktet)

TRI*M

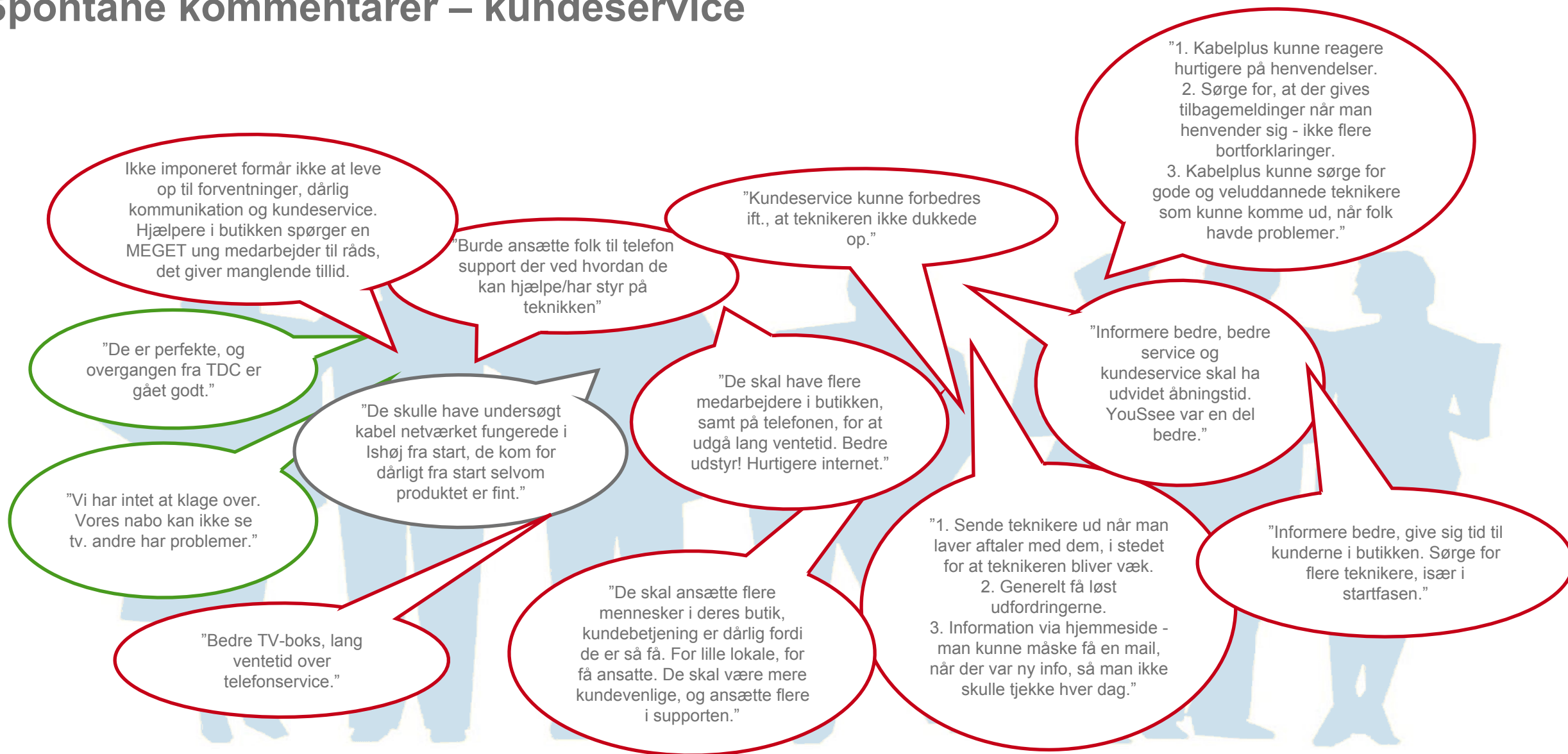
-9

▼ Far below average ▼ Below average ○ Average ▲ Above average ▲ Far above average

18

Kundernes egne ord

Spontane kommentarer – kundeservice



Spontane kommentarer – TV-/ og Internetprodukt

