



Ishøj Kommune

Kundeservice i fællesantenneforening

Camilla Kann Fjeldsøe

23. august

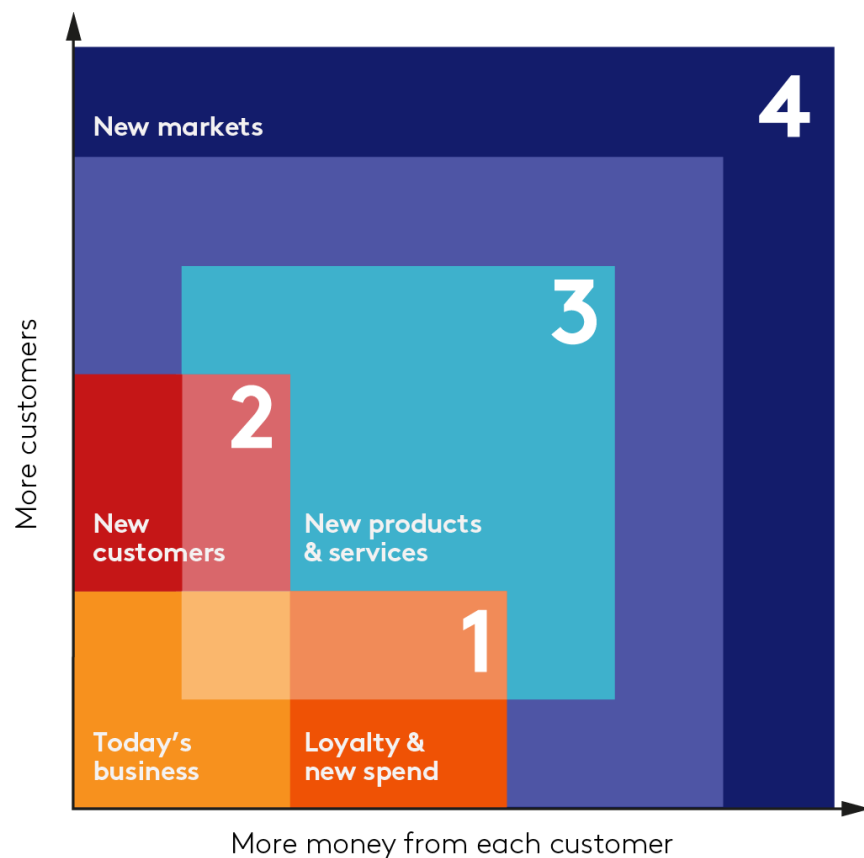
Contents

1	Baggrund og formål	3
2	Metodiske overvejelser	7

1

Baggrund og formål

Baggrund og formål

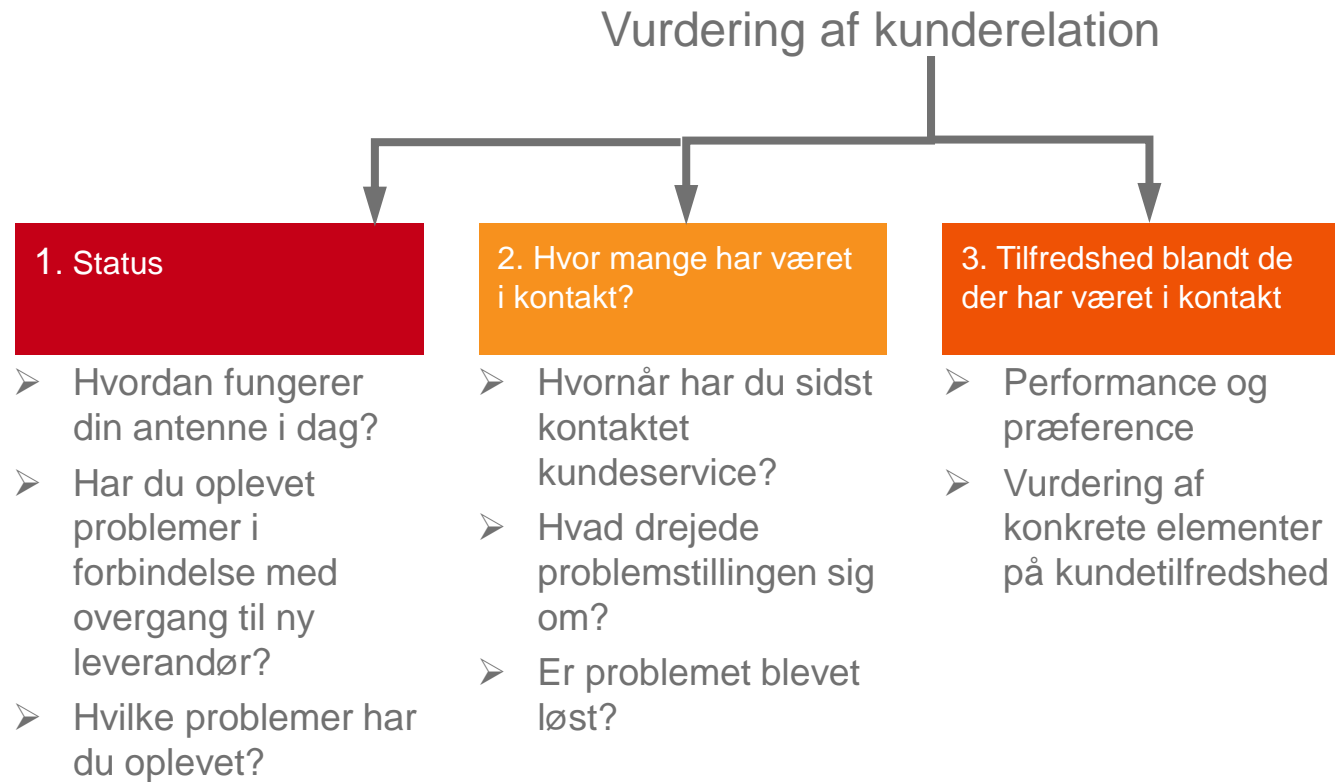


Ishøj Kommune ejer en fællesantenneforening for ca. 80pct af byens husstande i Ishøj. Der er behov for at få vurderet, hvordan kundeservice fungerer i antenneforeningen. Efter et udbud har en ny konditionshaver overtaget foreningen i foråret 2017.

Den nye konditionshaver har haft en række opstartsproblemer, dels af teknisk karakter og dels har der været en udfordring med kundeservice. Det ser 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 har oplevet kundetilfredsheden – for dermed at få input til, hvordan kundeforholdet til den nye konditionshaver kan forbedres / optimeres fremadrettet.

Problemstilling



Med udgangspunkt i de opstillede problemstillinger, udarbejdes et spørgeskema der giver svar på ovenstående

Implikationer

Det skal sikres, at vi kommer helt ned og spørger til en konkret kundeserviceoplevelse – og ikke deres generelle syn på den oplevelser andre har oplevet.

Det skal sikres, at stikprøven bliver repræsentativ for kunder i fællesantenneforeningen, dvs. at vi har de forskellige boligområder med i målingen.

Det er vigtigt, at stikprøven bliver så stor, at vi med nogenlunde sikkerhed kan udtale os om kundetilfredsheden hhv. i Vildtbanegård og i det øvrige område.

Selvom det er kundeservice, der er i fokus i denne analyse, er det væsentligt kort at berøre de tekniske- og øvrige forhold, så folk føler sig hørt.

2

Metodiske overvejelser

Metodiske overvejelser

Målgruppe, stikprøve og dataindsamlingsmetode

KANTAR Gallup får udleveret en kundedatabase fra Ishøj Kommune, hvor der er oplysninger om kundernes navn og telefonnummer og oplysning om hvilket kvarter borgeren bor i samt diverse kundeoplysninger f.eks. hvilken pakke de har købt, om de har været i kontakt med kundeservice og/eller andre oplysninger af relevans for kundetilfredsheden.

På Baggrund af disse oplysninger om alle kunder, kan Gallup lave en analyse af, hvordan populationen sammensætter sig og vil på denne baggrund udarbejde en stratificering, der anvendes til at udtrække stikprøven repræsentativt samt evt. anvende samme matrice til vejning.

Stikprøve eller invitation til alle kunder? Der er fordele og ulemper ved begge løsninger. Fordelen ved at invitere alle kunder til at deltage i interviews er, at alle borgere dermed føler sig hørt. Ulempen ved den model er, at erfaringen viser, at det mest er de virkelig sure, der så får svaret på undersøgelsen. Fordelen ved at tage en stikprøve er, at vi dermed kan sikre, at vi får den rette sammensætning af borgere på forskellige bebyggelser – og det bliver lettere at sikre, at vi får en korrekt fordeling mellem de glade og de sure. KANTAR Gallup anbefaler stikprøven, da den erfaringsmæssigt bliver mere repræsentativ.

Når det gælder stikprøvestørrelse, så er det Gallups anbefaling at vi interviewer 400 personer i alt fordelt med ca. 100 personer i Vildtbanegård bebyggelsen og ca 300 personer i det øvrige Ishøj. Dermed sikrer vi, at vi har tilstrækkeligt med interviews i Vildtbanegård bebyggelsen til, at vi også kan udtale os om dette område.

Spørgeskema struktur

Del		Indhold
1	Screening	Sikrer det er rette person, kunde hos Kabelplus (ca. ½ min)
2	Tilfredshed med implementering	Hvordan har forløbet med udskiftning af tv-, internet- og telefonileverandør været. Hvad har været godt – hvad har været mindre godt, evt. spørgsmål vedrørende tidligere leverandør (ca. 1½ min)
3	Relationsstyrke (tilfredshed med kundeforhold – nu)	TRI*M spørgsmål (ca. 1 min)
4	Driver analyse	Kabelplus vurderet på en række mere konkrete udsagn (op til 10 eller op til 40) (ca. 2 min eller 5 min). Se næste side for eksempler.
5	Kundespecifikke spørgsmål	Antal kontakter, kontakt hvor (telefon, butik, pop-up events, teknikerbesøg eller andet), evt. produkt (TV-pakke/Internetløsning) hvis informationen ikke er på kundelisten. (ca. 2 min)

Driveranalyse – udkast til indhold (kort/lang udgave)

Kort variant

Hvordan vil du vurdere Kabelplus i forhold til...

...deres teknikere

...deres kundeservice (kundeserviceafdelingen som man kan ringe eller skrive til, møde i butik eller til popup events i boligafdelingen)

...deres evne til at kommunikere (informationer på hjemmesider, facebook, vejledninger og generel information)

...stabiliteten og kvaliteten af deres TV- og Radiosignal

...stabiliteten og kvaliteten af internet

...deres prisniveau

...deres udbud af TV-kanaler

...deres udbud af internetforbindelser

Lang variant

Hvordan vil du vurdere Kabelplus **teknikere** i forhold til...

...teknikerens evne til at forstå problemet

...teknikerens evne til at løse problemet

...teknikerens evne til at holde aftaler

...at være let at komme i kontakt med

...teknikerens generelle hjælpsomhed

Hvordan vil du vurdere Kabelplus **kundeservice** i forhold til...

...at være lette at komme i kontakt med på telefon

...at være lette at komme i kontakt med via e-mail

...kvaliteten af den hjælp du får

...deres forståelse for dit problem

...deres evne til at få løst din sag

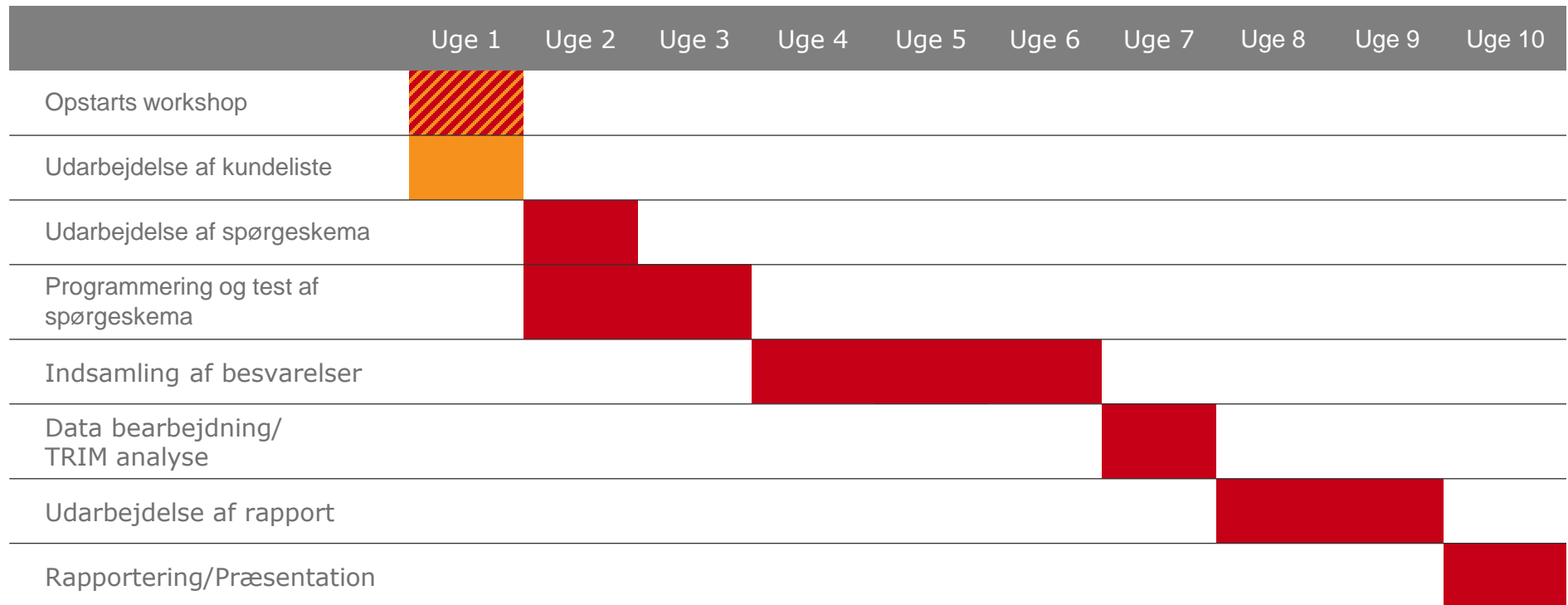
Osv. i forhold til de øvrige forhold...

...

...

Gallup anbefaler den lange variant

Timing



Ugenumre indikativ for gennemførelse.
Nærmere tidsplan aftales i fællesskab

█ Kantar Gallup

█ Ishøj kommune

Gallup vil gerne indgå dialog om, hvordan vi kan forkorte tidsperioden så den kommer ned på ca. 8 uger

Forudsætninger for prisestimat



Målgruppe og antal interview:

Ishøj Kommune udarbejder en liste med kunder og deres tilhørende kontaktoplysninger (telefonnummer).

Der tages 100 telefoninterviews i Vildbanegård og 300 interviews i det øvrige Ishøj.



Metode:

Borgerne ringes op på telefon og interviewes (CATI). Udgangspunktet for prisen er at spørgeskemaet har en gennemsnitlig svartid vurderet til maksimalt 10 minutter.



Rapportering

Der vil ved projektets afslutning blive leveret en overordnet rapport i Powerpoint med undersøgelsen resultater. Personlig præsentation i hovedstadsområdet er ligeledes inkluderet. Yderligere rapporter, præsentationer eller workshops kan tilkøbes..

Leverancer

Kantar Gallup leverer

- Projektledelse
- Endelig udformning af spørgeskema
- Opstarts workshop (2-3 timer)
- Programmering af spørgeskema
- Telefoninterviews
- Udarbejdelse af rapport
- Præstation af undersøgelsens resultater

Ishøj Kommune leverer

- Input til spørgeskema på opstarts workshop
- Evt. udsende motiverende e-mail til kunderne, der fortæller hvorfor undersøgelsen gennemføres og det varetages af Kantar Gallup.
- Godkendelse af spørgeskema
- Levering af rensset ensformig kundeliste minimum indeholdende kundenavn, distriktsoplysning og telefonnummer – men gerne med flere oplysninger f.eks. Pakkestørrelse mv.

Prisoverslag

Specifikation	Budget
Strategisk TRIM kundetilfredshedsundersøgelse:	
Opstarts workshop i Ishøj	
Spørgeskemaudarbejdelse/Programmering (maks. 10 min. skema)	DKK 144.800
Udsendelse og håndtering af undersøgelse	
Gennemførelse af op til 400 interview	
Rapport	
Præsentation i Ishøj	
<hr/>	
<i>Tillægsoptioner:</i>	
<hr/>	
Evt. ½ dags workshop med fokus på implementering af undersøgelsens resultater	DKK 15.000
<hr/>	
Pris pr. separat rapport (eksempelvis målrettet udvalgte distrikter)	DKK 7.200
<hr/>	
Pris for en ekstra personlige præsentation (en præsentation inklusive)	DKK 5.000
<hr/>	

Alle priser er excl. moms