

## Kundetilfredshetsmålinger i revisjonsbransjen:

# Hvor tilfreds er dine kunder?

Hva mener kundene om oss og jobben vi gjør? Og vet vi egentlig nok om deres ønsker og behov og hva de savner fra oss?

Sidene er forfattet av:



Kommunikasjonssjef  
Stephen Bråthen  
Den norske Revisorforening

Ofta tror vi at vi vet, men vi vet egentlig ikke. Hvilken trygghet har vi da for at de ikke bytter oss ut, eller at de unnlater å anbefale oss til andre? En fornøyd kunde er en lojal kunde og en god ambassadør. En investering i økt kundetilfredshet er derfor lønnsomt.

Flere små og mellomstore revisjonsselskaper har innsett dette. Høsten 2014 gjennomførte flere for første gang egne kundetilfredshetsundersøkelser. Responsen fra kundene har jevnt over vært svært positiv.

### Innarbeidet praksis i de store revisjonsselskapene

Alle de store revisjonsselskapene gjennomfører årlig kundetilfredshetsundersøkelser i de nordiske landene, med benchmarking mellom egne selskaper og mot konkurrentene. Kundenes tilbakemeldinger analyseres systematisk og brukes til å utvikle organisasjonene og tjenestene som tilbys.

### Små og mellomstore revisjonsselskaper kommer etter

Selskapene som i fjor høst gjennomførte slike undersøkelser har fått bekreftet at mye av det som gjøres er bra, men at det også er flere åpenbare forbedringspunkter. Konkrete kundeinnspill har gitt et godt

grunnlag for intern analyse og ideer til forbedringer.

### Aalund kundemonitor – et rimelig og godt verktøy

Analyseselskapet Aalund, som samarbeider med Revisorforeningen, har utviklet en egen web-basert kundeundersøkelse for små- og mellomstore revisjonsselskaper. Det er både enkelt og rimelig for et lite revisjonsselskap å gjennomføre en helproff og velprøvd undersøkelse.

### Tilbudet

I samarbeid med Aalund kan Revisorforeningen tilby medlemmene KundeMonitor standard web-basert undersøkelse for 12 900,-. Inkludert i denne prisen er oppsett av undersøkelsen med 14 faste og tre

åpne spørsmål, utsendelse pr. e-post til 100 av dine kunder, samt benchmarking mot bransjen.

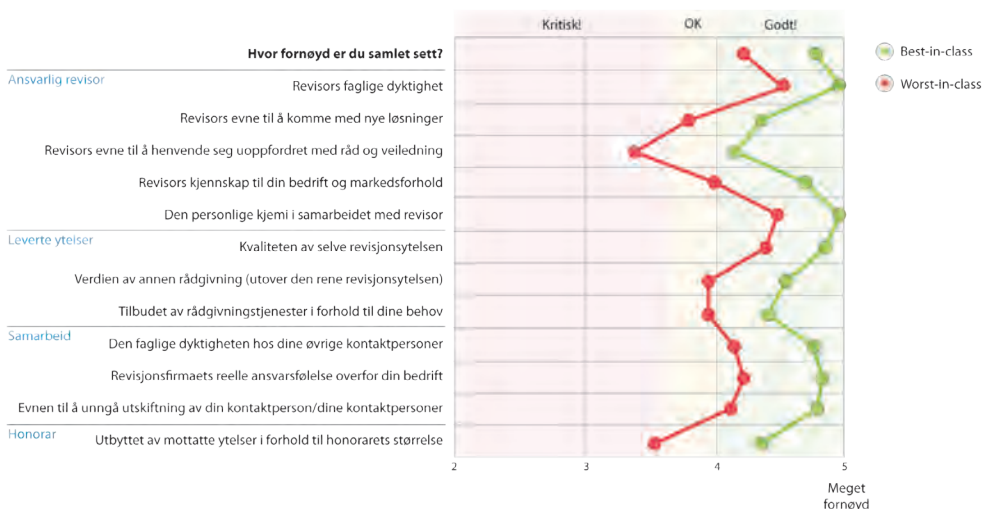
Mot et pristillegg er det mulig å utvide til flere enn 100 klienter og legge til egne spørsmål i tillegg til standardspørsmålene.

### Hvordan komme i gang?

Ønsker du å gjennomføre undersøkelsen blant dine kunder, eller bare ønsker mer informasjon, ta kontakt med Gudbrand Gråbak på [gg@aalund.com](mailto:gg@aalund.com) eller mobil 90 54 94 12.

Årets kundetilfredshetsundersøkelse for små og mellomstore revisjonsselskaper er planlagt gjennomført i november.

### Tilfredshetsprofil



## – En nyttig øvelse

**Iversen Revisjon i Egersund var blant revisjonsselskapene som i fjor gjennomførte en kundetilfredshetsundersøkelse. 100 utvalgte kunder fikk undersøkelsen.**

*Hvorfor valgte Iversen Revisjon å gjennomføre kundetilfredshetsmåling?*

– Vi ønsker å ha fornøyde kunder og være den foretrukne samarbeidspartner for næringslivet i vår region, og da må vi vite hvilke ønsker og behov de har. For oss var det viktig å få bekreftet om det vi trodde faktisk stemte. At hele 88 prosent av kundene sier de anbefaler oss til andre, er svært gledelig, sier statsautorisert revisor Kjell Henriksen Grure hos Iversen Revisjon.

Iversen Revisjon valgte å informere kundene på forhånd, før selve undersøkelsen ble sendt ut. Det ga resultater. Hele 86 prosent av kundene valgte å svare.

– Når man velger å gjennomføre en slik undersøkelse, er det også en erkjennelse av at vi ønsker å bli bedre, og man må være villig til å investere interntid både i planleggingen av undersøkelsen og i oppfølgingen av resultatene etter at den er gjennomført.

*Og hva er det kundene i første rekke etterspør?*

– Vi har fått bekreftet at faglig dyktighet, forretningsmessig forståelse og god kjennskap til kundens virksomhet og bransje er viktig. Det samme er synlighet og tilstedeværelse.

– Det er et uttalt ønske hos enkelte at vi bør være mer proaktive og kundeorienterte og ikke – som noen oppfatter – strengere enn likningskontoret. Noen synes også at vi er for forsiktige og detaljorienterte. – Det er nok litt ulik oppfatning om grensen for vesentlighet, sier Grure. Han tar likevel tilbakemeldingene til seg.

– Vi har nok som stand vært veldig forsiktige og tolket regelverket vel strengt – særlig i forhold til de små selskapene. Det er flere årsaker til det. Kanskje har pendelen likevel svingt litt vel langt?

*Hva er det viktigste dere har fått ut av undersøkelsen?*

– Selv om resultatene fra undersøkelsen i stor grad bekrefter vår oppfatning av høy kundetilfredshet, er det likevel enkelte områder som vi kan bli bedre på. For å få dette til har vi involvert alle medarbeidere og forsøkt å konkretisere forbedringer ned på oppdragsnivå. Målet er at kundene skal få økt nytte av revisjonen og måten vi jobber på, avslutter Grure.



## – Mange gode tilbakemeldinger

**RSM Hasner Kjelstrup og Wiggen er landets sjette største revisjons- og rådgivningsselskap. De gjennomførte undersøkelsen blant et utvalg av sine kunder i Oslo-området og i Hordaland – til sammen i underkant av 400 kunder.**

– Vi har fått mange gode, konkrete innspill, og vi har avdekket områder hvor vi kan forbedre oss, sier Kent Kvalvik i RSM. Innspillene går på hele spekteret, og hjelper oss ytterligere å prioritere og sikre at vi er kundeorienterte og kanskje er litt mer frempå i vårt arbeid med en unik servicekultur, sier han.

*Var svarene som dere forventet, eller fikk dere en og annen overraskelse også?*

– Mye var nok som forventet, men vi har også fått oss noen overraskelser. Vi setter uansett pris på at kundene deler med oss hva de tenker. Vi har gått inn i dette for å få bedre kunnskap om kundenes ønsker og behov, og vil følge opp med tiltak. Noe er enkelt å forandre på, andre ting tar naturligvis noe lengre tid, men vår målsetning er klart å bli bedre, sier Kvalvik.

*Hvordan følger dere opp i organisasjonen?*

– Vi har oppsummert hovedfunnene i undersøkelsen, både de gode og de mindre gode. På kontormøter diskuterer vi resultatene og mulige tiltak. Alle ansatte skal også ha med seg dette ut i møtet med våre kunder i det daglige; både engasjement, interesse og oppmerksomhet. Denne undersøkelsen brukes av mange revisjonsselskaper, og det gir oss et godt sammenligningsgrunnlag. Det gir oss nyttig informasjon om hvor vi står.

*Planlegger dere å følge opp med ny undersøkelse i år?*

– Vårt mål er å gjøre dette jevnlig, slik at vi også kan sammenligne med oss selv. Når man gjennomfører brukerundersøkelser og etterfølgende tiltak, er det viktig også å måle effektene, avslutter Kvalvik.

