

# Nyttig å måle kundetilfredsheten

– Jeg tenker at det viktigste vi gjør er å spørre kundene, det er dem vi lever av og for. Vi har en god formening om hva de ønsker, men ved å spørre får vi en bekreftelse på hva de er opptatt av og en mulighet til å bedre egne prestasjoner, sier Hans Ragnar Berg, som er managing partner i RSM Norge.

## Fakta om Aalund KundeMonitor

- Enkel analyse av kundetilfredshet og kundelojalitet én gang i året (november)
- Inntil 100 respondenter inkludert i standardpakken. Dere leverer én kundeliste med kontaktpersoner og e-post adresser
- Forventet svarprosent 40–60 %
- I alt 18 spørsmål i undersøkelsen (basispakken)
- Besvarelser er i utgangspunktet anonyme, men dine kunder kan gis mulighet til å oppgi anonymiteten.
- Du får rapport med egne resultater med benchmarking mot bransjen generelt, mot topp/bunnscore og egne resultater fra tidligere år (fra år to)
- Enkel og tidsbesparende rapportering i Aalunds online-portal – enkelt å forstå og enkelt å jobbe med resultatene
- Egne resultater er kun synlige for virksomheten selv
- Du kan bestille ekstra spørsmål/temaer, definere egne segmenteringer og legge flere kunder inn i undersøkelsen
- Aalund har mer enn 15 års erfaring med kundeanalyser i blant annet revisjonsbransjen



Kommunikasjonssjef  
**Stephen Bråthen**  
Den norske Revisorforening

– Ofte er tilbakemeldingene en bekreftelse på hva vi vet. Samtidig minner det oss om nødvendigheten av å være proaktiv og oppdatert, om hele tiden å være relevante for kundene våre. For oss er det viktig å bidra på en måte som oppfattes som meningsfull, og at kundene opplever at vi forstår både virksomheten og bransjen de er i. Tilbakemeldingene fra kundene våre hjelper oss å bli bedre, sier Berg.

### Hvordan måle kundetilfredshet?

RSM bruker Aalund Kundemonitor, som er et skreddersydd spørre- og analyseverktøy tilpasset behovene i revisjonsbransjen. Aalund Kundemonitor er et verktøy som gjør det enkelt å gjennomføre en slik kundeundersøkelse. Med dette verktøyet kan du raskt og rimelig måle tilfredshet og lojalitet hos dine kunder og du kan identifisere områder som kan utvikles og forbedres. Gjennomfører du undersøkelsen årlig, kan du sammenligne med tidligere års resultater. Du kan også sammenligne dine resultater med andre i bransjen.

### Tydelige tilbakemeldinger fra kundene

Et titalls små og mellomstore revisjonsselskaper gjennomførte i fjor en kundetilfredshetsundersøkelse, og noen områder går igjen i tilbakemeldingene. Kundene savner blant annet at revisor uoppfordret henvender seg til dem med råd og veiledning, og de stiller spørsmål ved om verdien av det de får fra

revisor står i stil med kostnaden. Disse spørsmålene henger nok til en viss grad sammen. Scorer man bedre på proaktiv oppfølging, vil også oppfattet verdi av det man får igjen øke. Nedenfor ser du en plansje som viser tilbakemeldingene på noen av de viktigste spørsmålene som er standard i undersøkelsen. Den viser beste og dårligste score, samt gjennomsnittsscore for selskapene.

### Kundetilfredshetsmåling har vært svært nyttig for RSM

RSM Norge er det sjette største revisjonsselskapet i Norge med kontorer i Oslo, Bergen og på Voss.

RSM har valgt å legge til noen ekstra spørsmål ut over standard. – De var i hovedsak innrettet for å få mer kunnskap om kundenes behov for tilleggstenester ut over revisjon, sier Hans Ragnar Berg.

*Dere sender ut varsel pr. e-post til kundene for selve undersøkelsen. Har dette hatt noen effekt, for eksempel i økt andel som svarer?*

– De to siste årene har vi varslet kundene i forkant gjennom en e-post. Det gjør vi både fordi de skal vite at undersøkelsen kommer og at de skal forstå hvorfor vi gjør dette. Det er viktig at de forstår at de kan være ærlige. Vi tror dette gjør at flere svarer og at vi får mer oppriktige svar, sier Berg.

– Svarprosenten er i overkant av 50. Det er vi rimelig fornøyd med. Vi sender til mange og nokså bredt, og får derfor også god representativitet i svarene.

*Hvordan legger dere opp selve undersøkelsen?*

– Vi har kontorer flere steder i landet. Det er grunn til å anta at både utfordringer og behov kan variere fra kontor til kontor, og for oss var det naturlig å segmentere etter kontorsted. Ellers har vi i utvalget av kunder sikret at alle partnerne er representert med et representativt antall oppdrag.

*Dere har gitt kundene anledning til å oppgi anonymitet. Hvor mange benyttet seg av muligheten?*

– Hele 54 prosent av de som svarte valgte å oppgi sin anonymitet, og det har gitt mange gode, svært konkrete tilbakemeldinger som ansvarlig partner og teamet kan ta tak i. Det gir oss en unik mulighet til å forsterke det kunden er fornøyd med og gjøre noe med de tingene hvor kunden mener vi kan bli bedre.

*Hvordan jobber dere internt med undersøkelsen og tilbakemeldingene dere får?*

– Vi følger dette systematisk opp internt. Oppsummeringen presenteres overfor alle partnerne, som igjen tar det videre i sine team og i planlegging og oppfølging av de enkelte oppdragene. I tillegg går vi gjen-



Daglig leder Hans Ragnar Berg i RSM Norge anbefaler alle å gjennomføre kundetilfredhetsmålinger.

nom resultatene i detalj i kontormøter. Alle i organisasjonen skal være kjent med essensen i tilbakemeldingene.

*Hvordan mottas dette av de ansatte? Opplever de dette som viktig?*

– Jeg opplever at vi alle er opptatt av å få tilbakemeldinger på det vi gjør. Vi har et stort engasjement blant de ansatte for dette.

*Kan dere ut fra tilbakemeldingene konstatere at kundetilfredsheten faktisk øker?*



**Ønsker du å få beskjed når foretak i ditt område blir revisjonspliktige?**

Bisnode SmartCheck:

## Aldri har det vært lettere å oppdatere seg på markedet

SmartCheck er verktøyet som lar deg prospektere, kredittsjekke og overvåke dine kunder. Bisnode har skreddersydd SmartCheck for Revisorforeningens medlemmer.

**Nytt for deg som er medlem av Revisorforeningen. Du får:**

1. Bransjeanalyse av klientenes regnskap.
2. Varsling når klienter får betalingsanmerkninger, og når foretak i området blir revisjonspliktige.
3. Revisoranmerkninger med kommentarer fra årsregnskapet.
4. Norges mest brukte kredittsjekk.

**Alt i en og samme løsning**

Kontakt Øyvind Øksnes for en uforpliktende gjennomgang av SmartCheck. Ring 936 26 718. Eller send e-post til [oyvind.oksnes@bisnode.com](mailto:oyvind.oksnes@bisnode.com)

**Bisnode**  
Make a smart decision

– Vi ser klart at vi i de tre årene vi har målt kundetilfredshet, har hevet oss, og det er svært motiverende for alle som jobber her. Viktigste av alt er at kundene gjennom dette får en god mulighet til å gi oss oppriktige tilbakemeldinger om hva som er viktig, samt en konstruktiv tilbakemelding på hvordan vi kan bli en bedre leverandør til dem som kunde.

*Vil dette forbli noe dere gjennomfører årlig også i årene som kommer?*

– Jeg mener det er av stor betydning å få direkte tilbakemeldinger. Vi vil løpende vurdere hvordan og i hvilken form, men vil definitivt fortsette å spørre kundene årlig. Det tror jeg er viktig både for oss og for kundene våre.

*De fleste små og mellomstore revisjonsselskaper foretar ikke kundetilfredshetsmåling. Ofte er argumentet at de kjenner kundene og vet hva de mener og hvilke behov de har? Hva tenker du om det?*

– Vi kjenner kundene våre godt. Jeg er likevel ikke i tvil om at vi ved å spørre kundene regelmessig får mange viktige innspill. Vi blir ikke tilfeldig gode. Det er viktig å være seg bevisst på hva som virker og ikke virker. Da er det ikke noe alternativ utelukkende å stole på løpende dialog og magefølelse. Begge deler er selvfølgelig viktig, men vi må også ha noe mer.

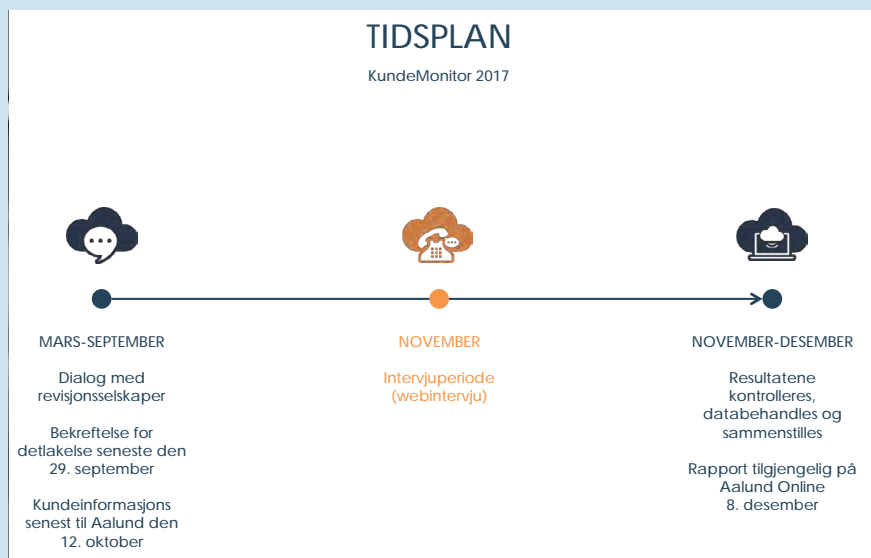
*Hvilken anbefaling vil du gi til de som sitter på gjerdet og lurer på om kundetilfredshetsmåling er noe for dem?*

– Jeg vil anbefale alle å gjennomføre kundetilfredshetsmålinger. I hvilken form og i hvilket omfang, må vurderes av den

enkelte. Kundetilfredshetsmålinger gir deg mange typer tilbakemeldinger, både de mer generelle og de helt konkrete. Har du et åpent sinn og bruker resultatene aktivt, er jeg overbevist om at dette vil bidra til å gjøre firmaet ditt mer konkurransedyktig, sier Hans Ragnar Berg.

## Årets kundeundersøkelse starter til høsten

Tids- og fremdriftsplan for årets kundeundersøkelser er vist nedenfor. Mer informasjon om Aalunds kundeundersøkelse og avtalen med Revisorforeningen finner du på [revisorforeningen.no](http://revisorforeningen.no), under Medlemsfordeler firma – «Forretningsutvikling og drift av egen virksomhet» og «Elektroniske oppslagsverk og verktøy».



## Tilfredshet

Profil

