

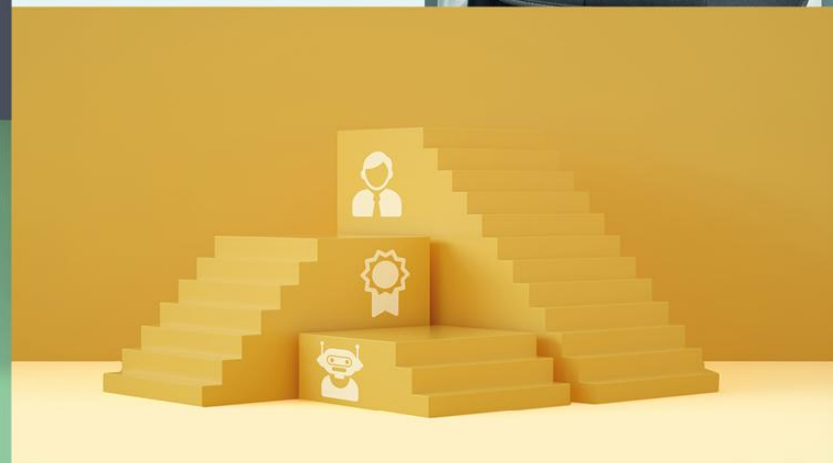
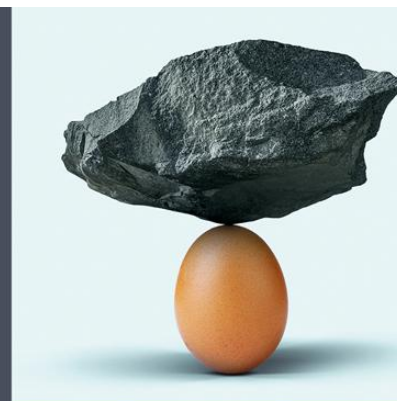


Jacob Hallencreutz

Om framtidens kundkrav och förtroendet för spelbranschen

Vi ska prata om...

- 01/** Omvärlden
- 02/** Kunderna
- 03/** Medarbetarna
- 04/** Spelbranschen
- 05/** Viktigt framåt



Omvärlden

Oroligt – Oförutsägbart – Osäkert



Oroligt – Oförutsägbart – Osäkert

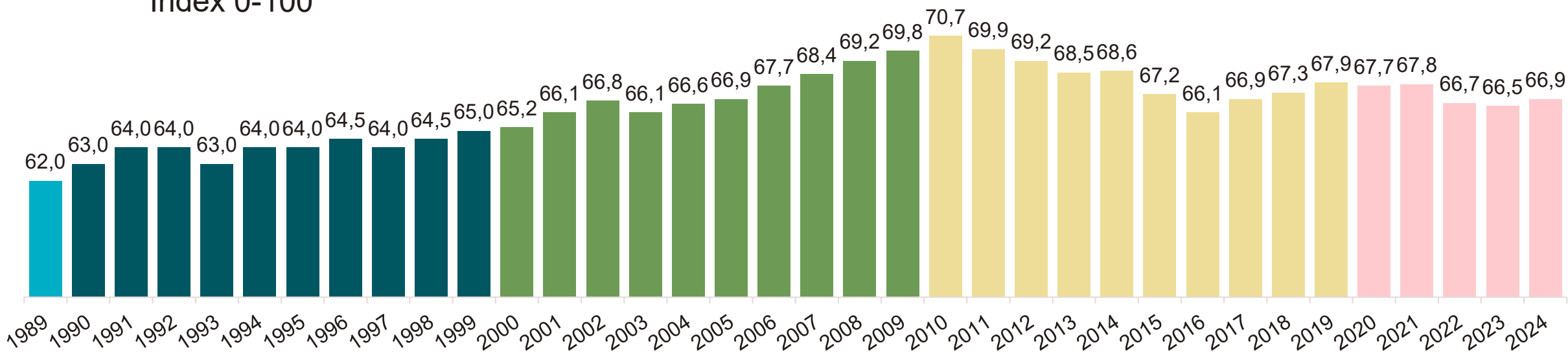
Perspektiv	"Det gamla"	"Det nya"
Tillväxt	Linjär, kontrollerad	Organisk, kaotisk
Kunskap	Individuell	Kollektiv
Fokus	En sak i taget	Flera saker samtidigt
Förändring	Sakta framväxande	Allt som finns
Ledarskap	Expert och specialist	Katalysator och möjliggörare

Kunderna



Kundnöjdheten i Sverige

Index 0-100



1990-TALET

Produkter, paketering och
valmöjligheter

2000-TALET

Digitalisering och "do-it-yourself"

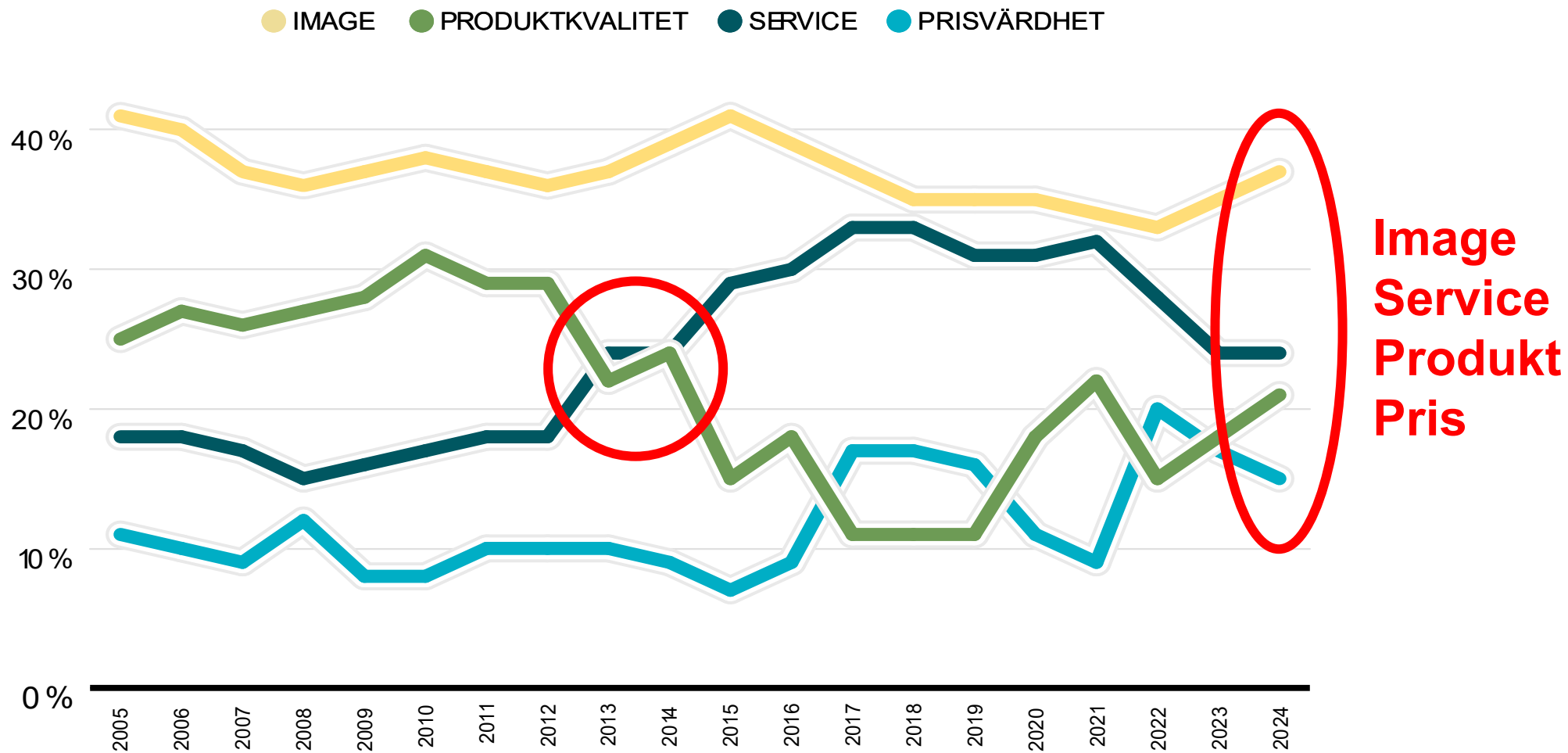
2010-TALET

Image och service

2020-TALET

"Allt" är viktigt

Bakomliggande drivkrafter



*Baseras på SKI:s branschstudier, totalt ca 600 000 intervjuer
(Halléncreutz & Parmler 2021, Halléncreutz et al 2024)

Fem generella kundbehov

DIGITALT

"ULTRABEKVÄMLIGHET"
"FÖRST DIGITALT"

ENKELT

"FRIKTIONSFRIA
KUNDRESOR"

PERSONLIGT

"PROAKTIV KONTAKT"
"NÄRHET"

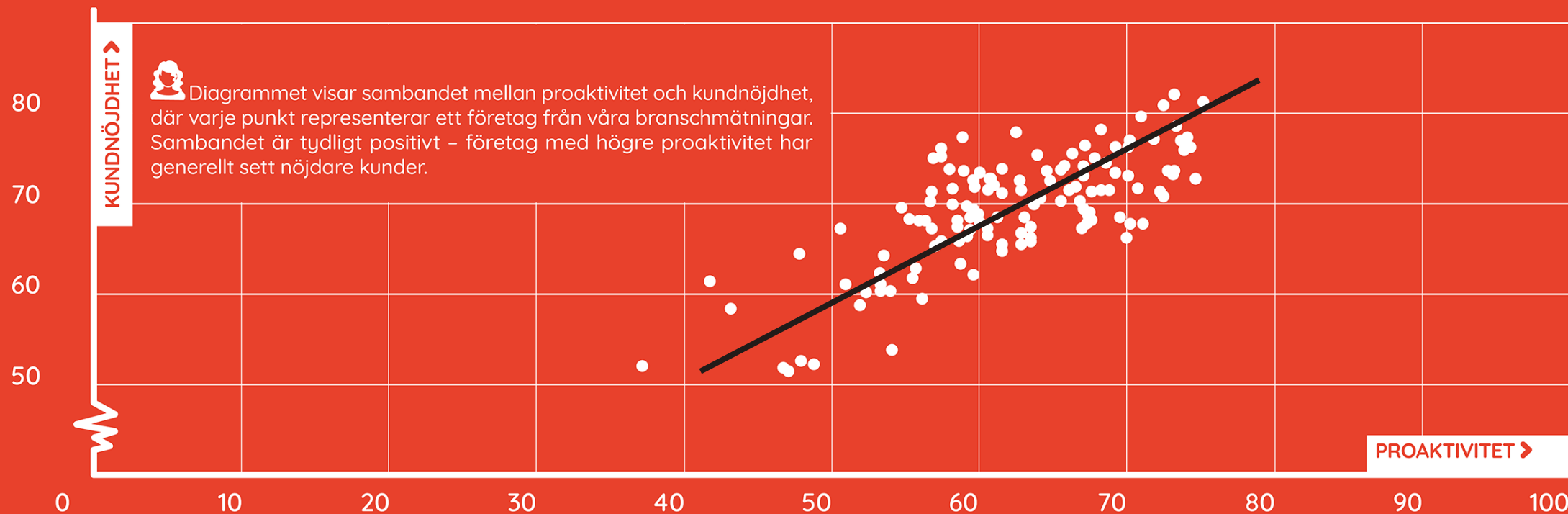
HÅLLBART

"TROVÄRDIGHET"
"TRANSPARENS"

PRISVÄRT

"UPPLEVT VÄRDE"

Proaktiv kontakt driver nöjdhet



Hållbarhet viktigt, men...

70% anser att hållbarhet är viktigt

27% har flera gånger valt
hållbarhet före pris

58% vill ha information om
företags hållbarhetsarbete

14% har tagit del
av hållbarhets-
information

Fyra kundprofiler

PRODUKTKUNDEN

Storlek: 27% Nöjdhet: 68,9

Om: Är noggrann, nöjd, men håller samtidigt utkik efter andra alternativ.



IMAGE OCH HÅLLBARHETSKUNDEN

Storlek: 23% Nöjdhet: 76,1

Om: Attraheras av starka varumärken som inger förtroende.



SERVICEKUNDEN

Storlek: 24% Nöjdhet: 54,1

Om: Efterfrågar relevant information och proaktivitet men har ännu inte fått det.



GENOMSNIITTSKUNDEN

Storlek: 26% Nöjdhet 67,9

Om: Imagefrågor är oftast viktigast, men även produkter och service är avgörande.



Vad av allt detta ska man tänka på?

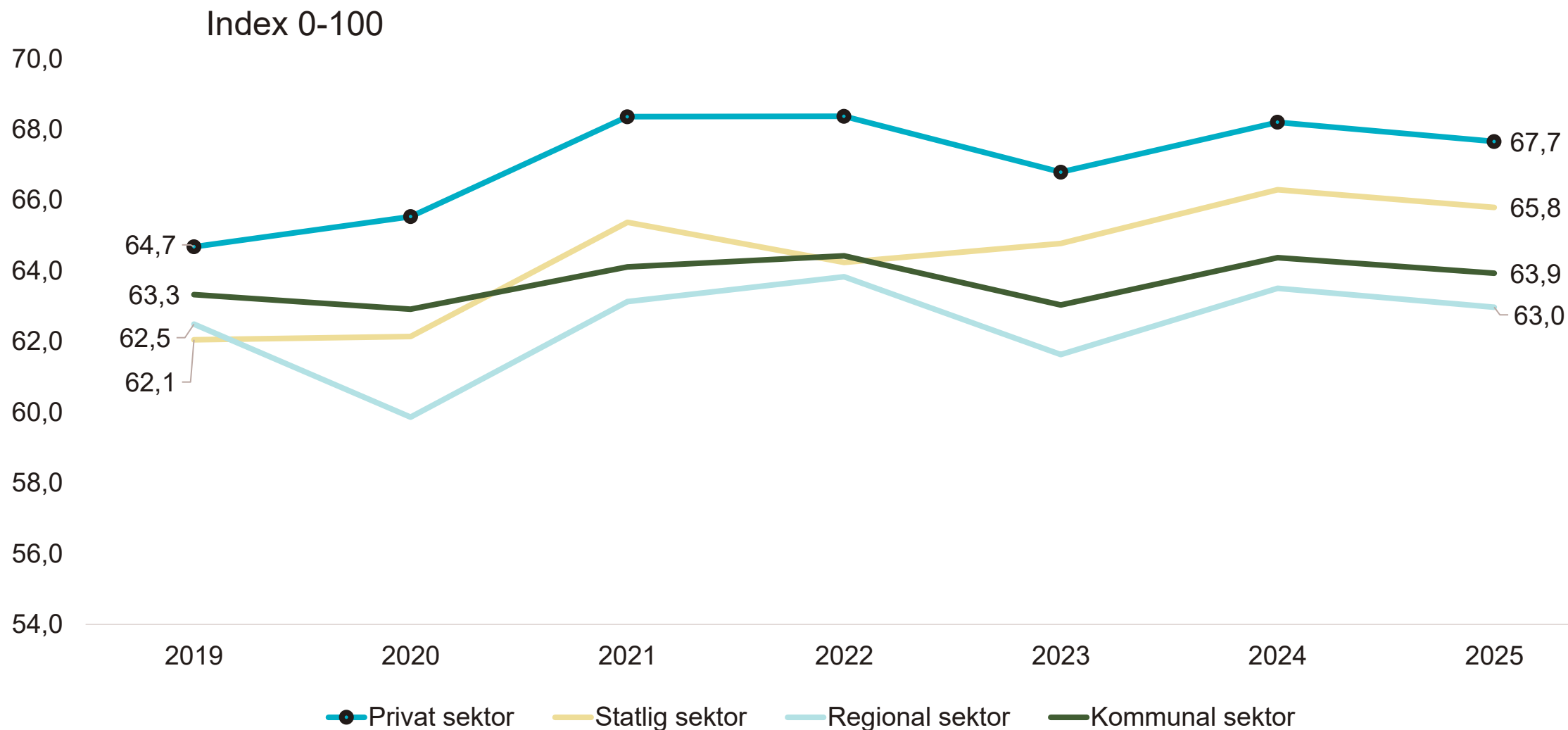
- 01/ Allt spelar roll...
- 02/ Kunder är lika och olika
– *förstå era segment!*
- 03/ Utveckla *med* kunder
- 04/ Samverka, förenkla, engagera



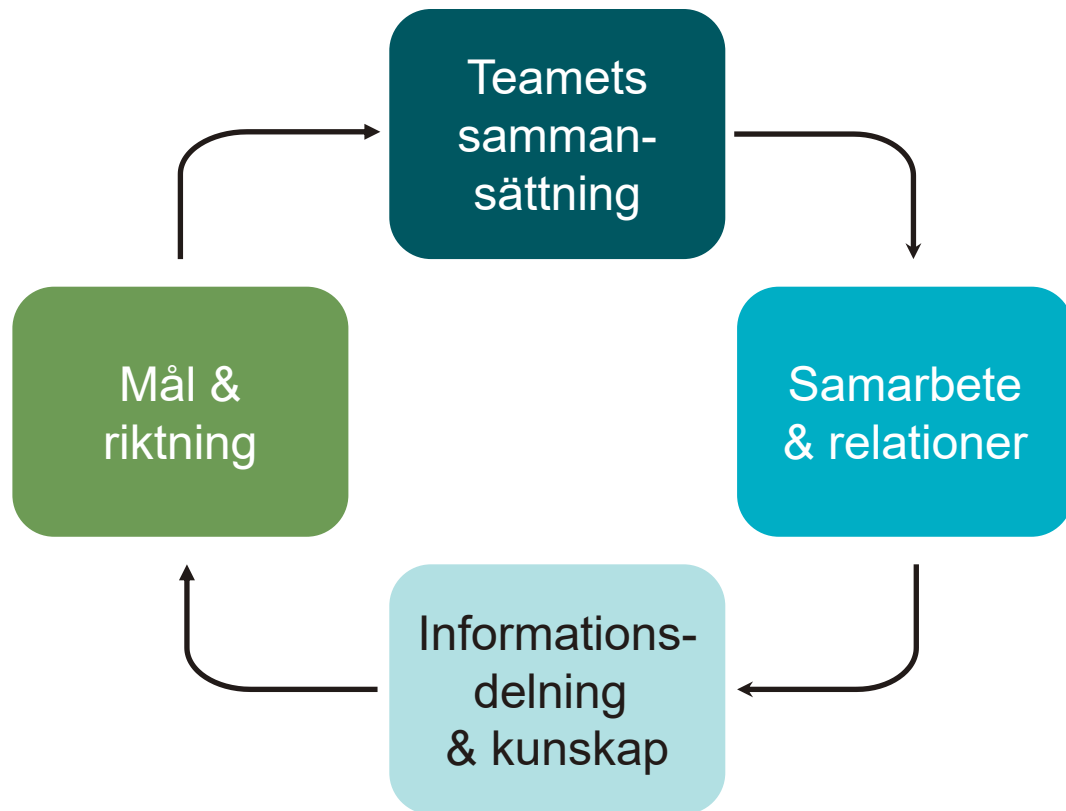
Medarbetarna



Hur nöjda är vi på jobbet?



Vi kan lära av elitidrotten



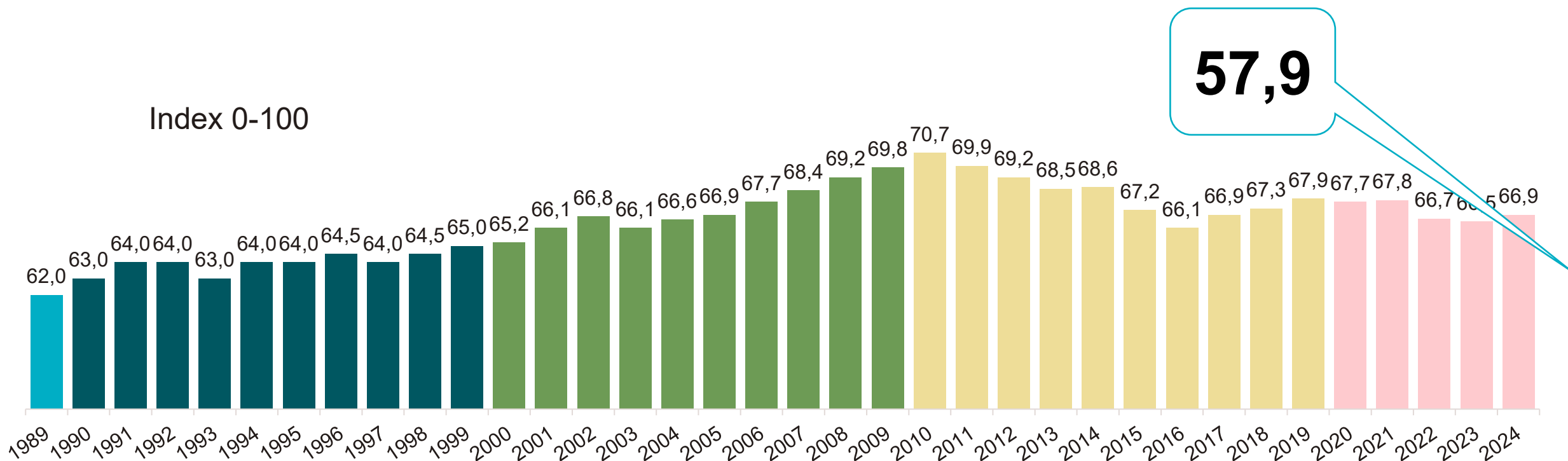


Är spelbranschens kunder nöjda?

SKI Spel, 1 500 respondenter (1 000 spelare, 500 icke-spelare), slumpvis nationellt urval, insamling september 2025

Kundnöjdheten i Sverige

Index 0-100



1990-TALET

Produkter, paketering och valmöjligheter

2000-TALET

Digitalisering och "do-it-yourself"

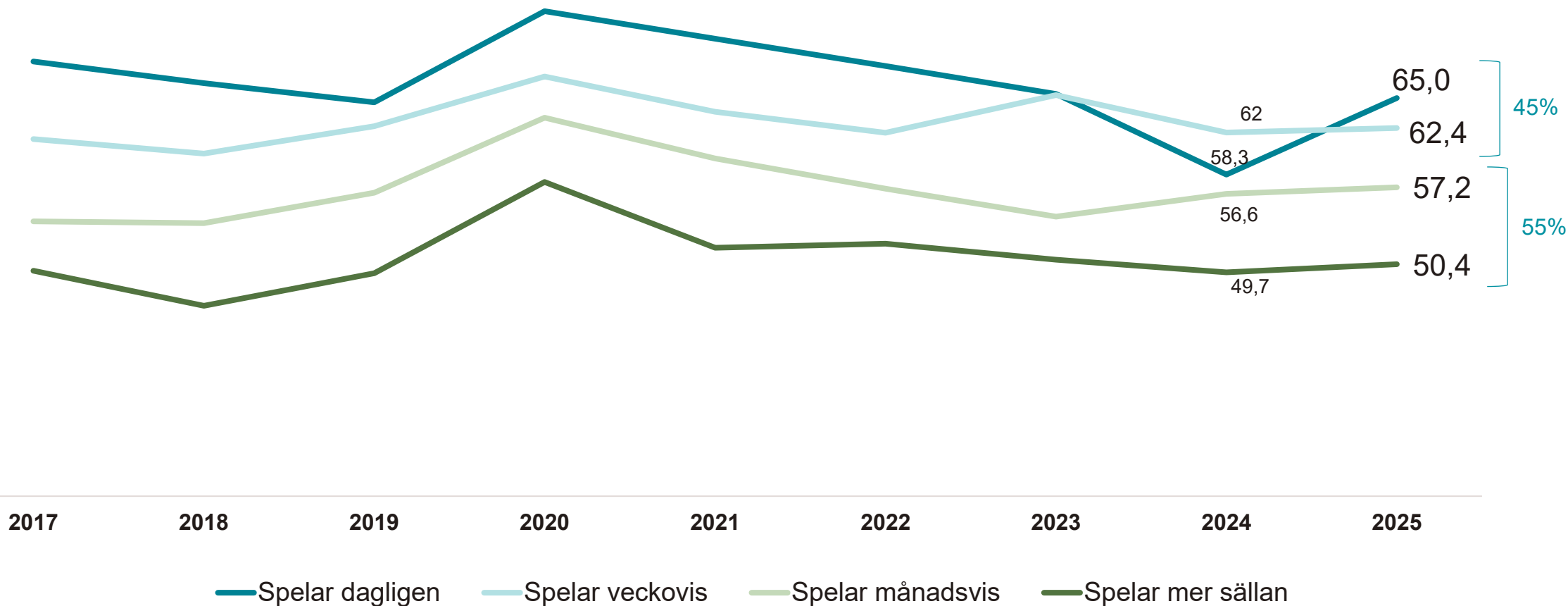
2010-TALET

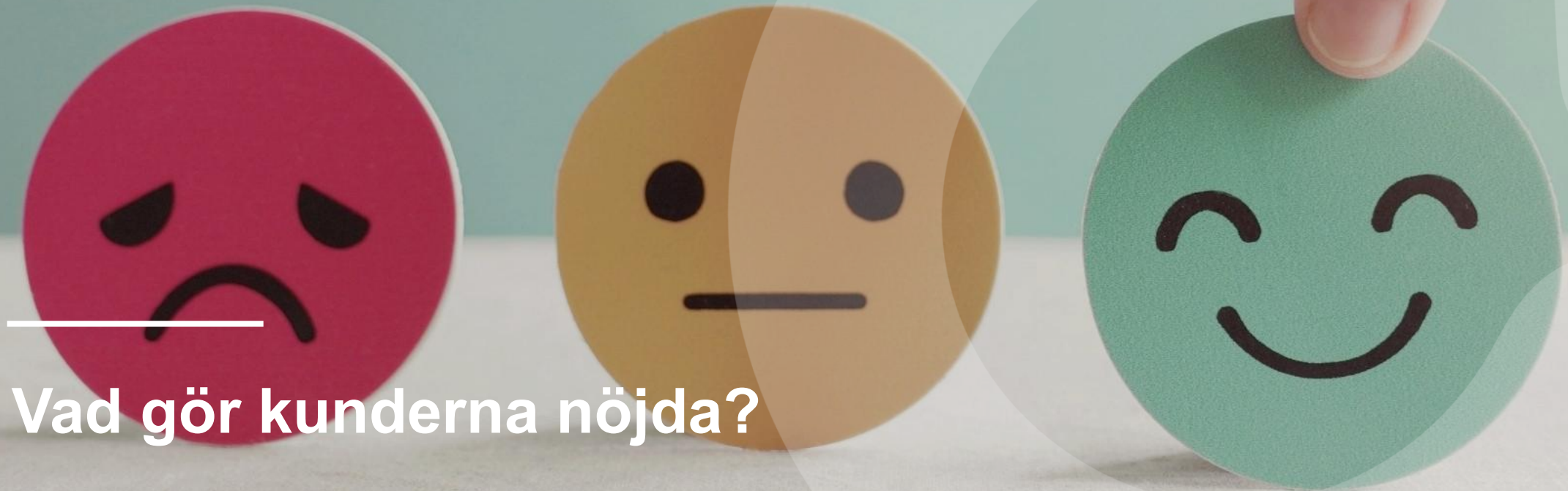
Image och service

2020-TALET

"Allt" är viktigt

Nöjdhet och spelfrekvens





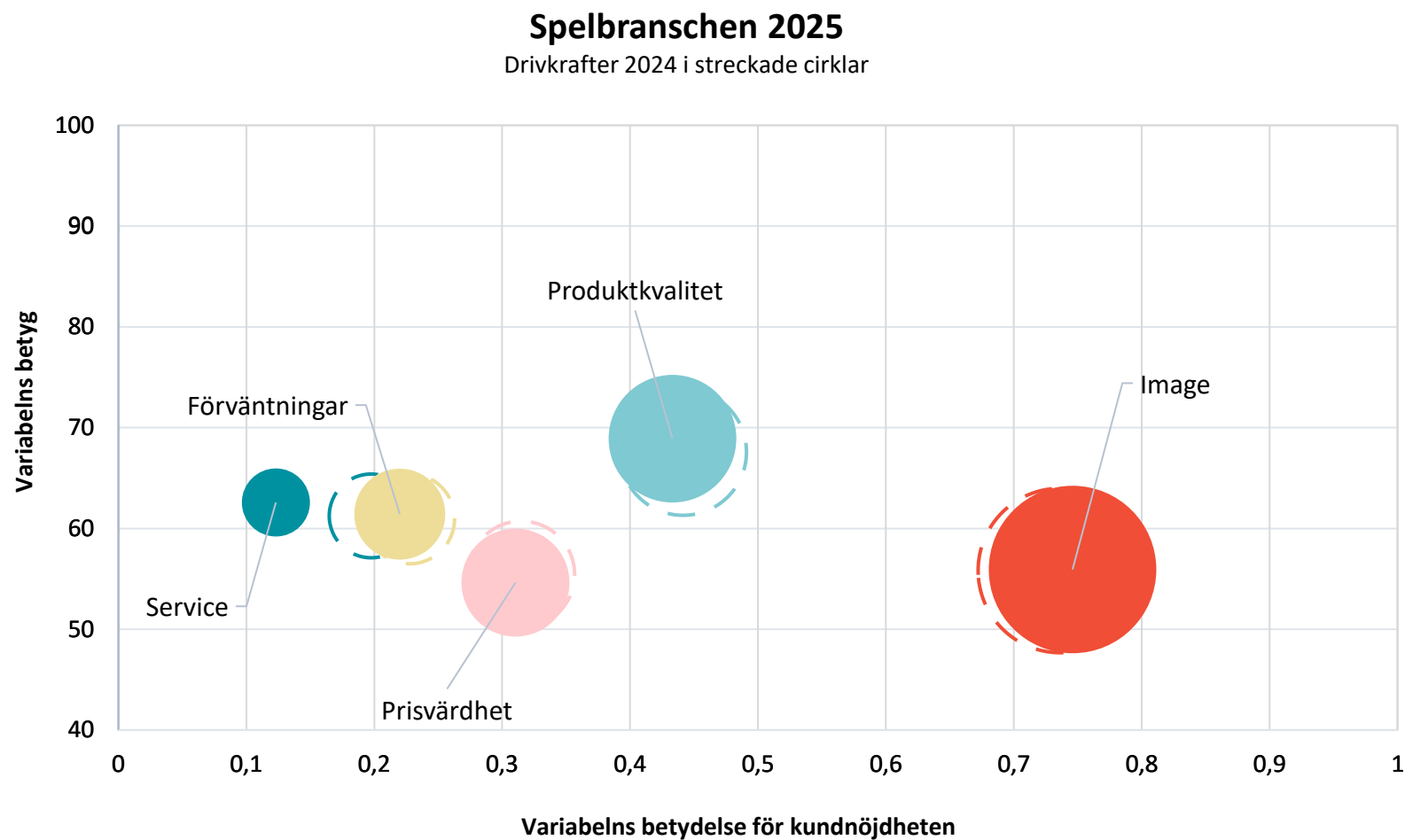
Vad gör kunderna nöjda?

Det handlar om
image, förtroende
och produktkvalitet

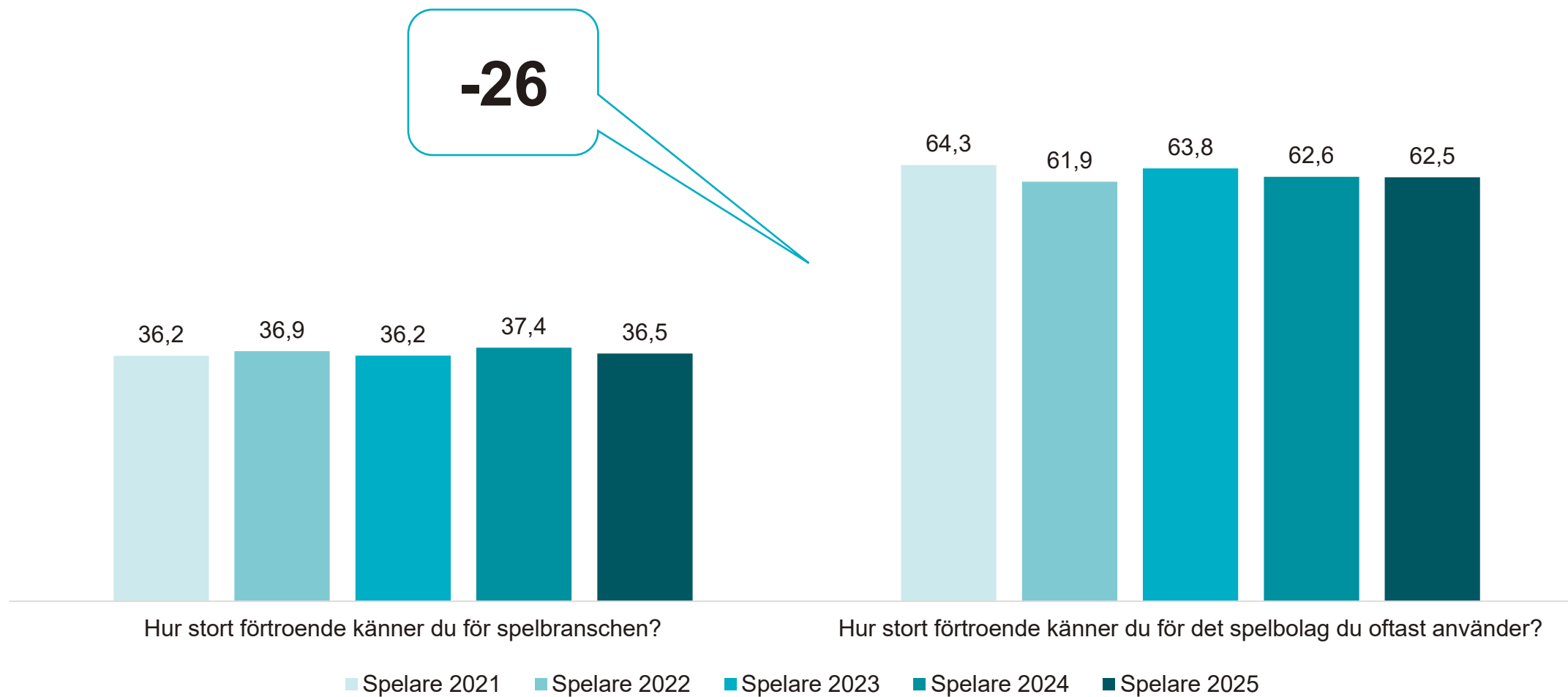


Drivkrafter i spelbranschen

Vad påverkar nöjdhet och lojalitet mest?

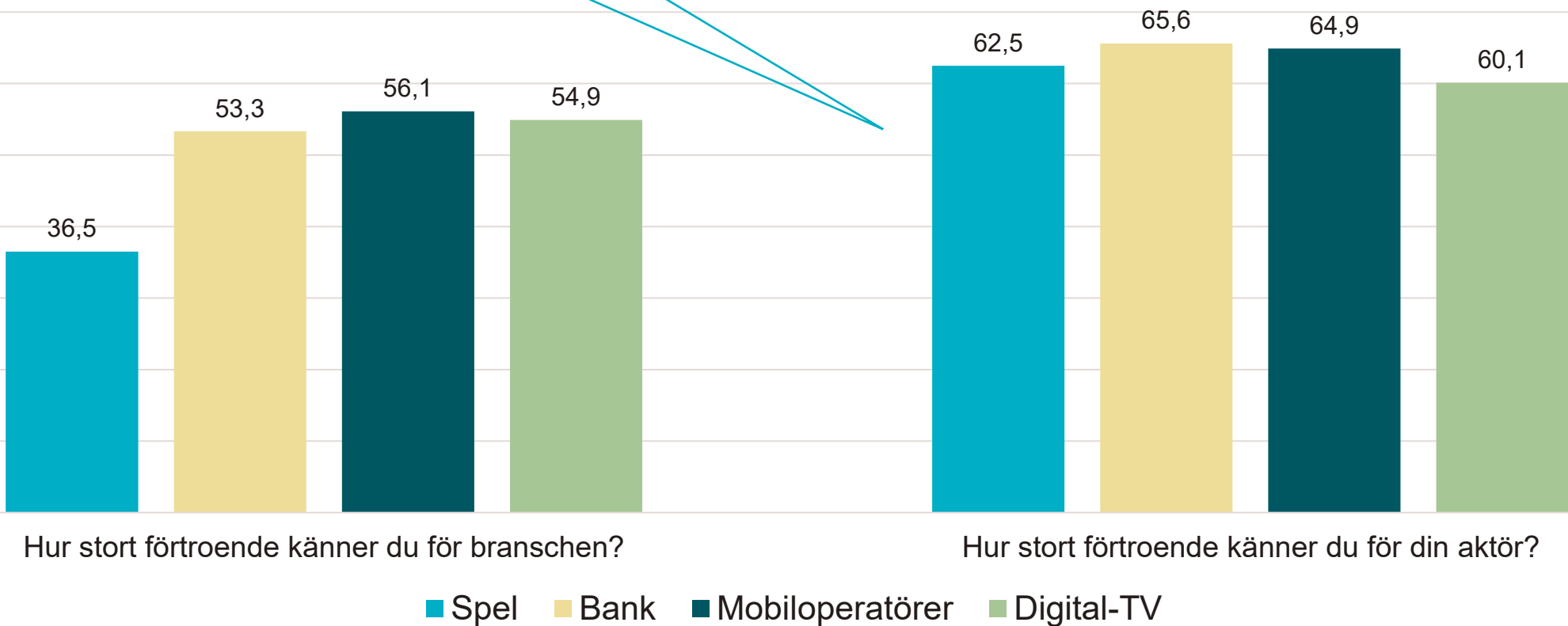


Utmaning – *förtroendegapet*

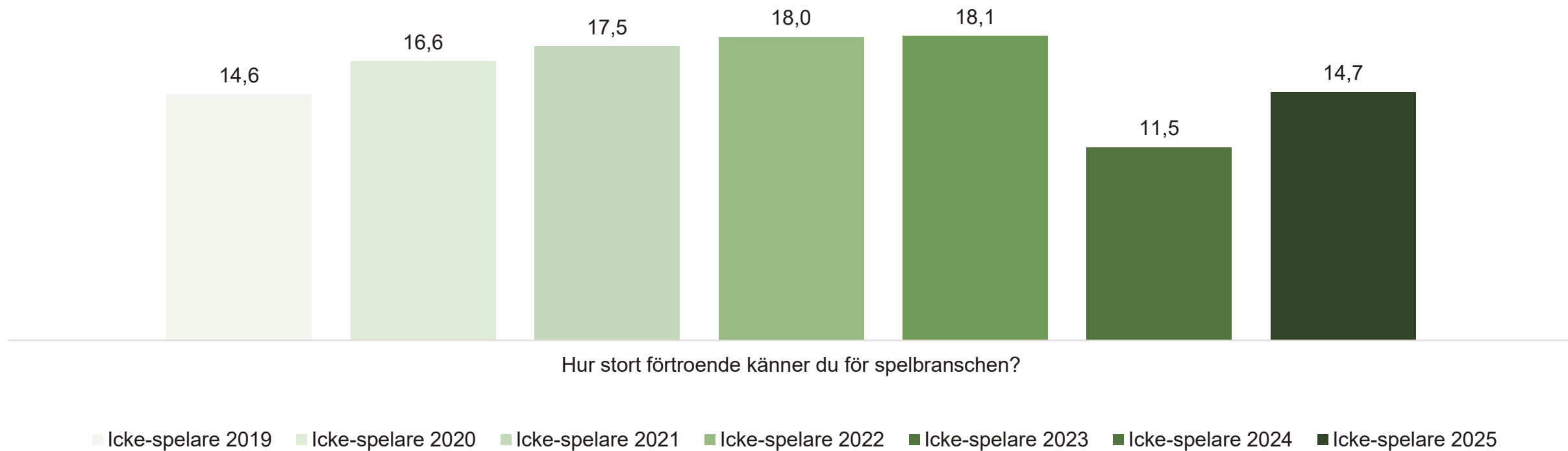


Förtroendegapet *jämfört med andra*

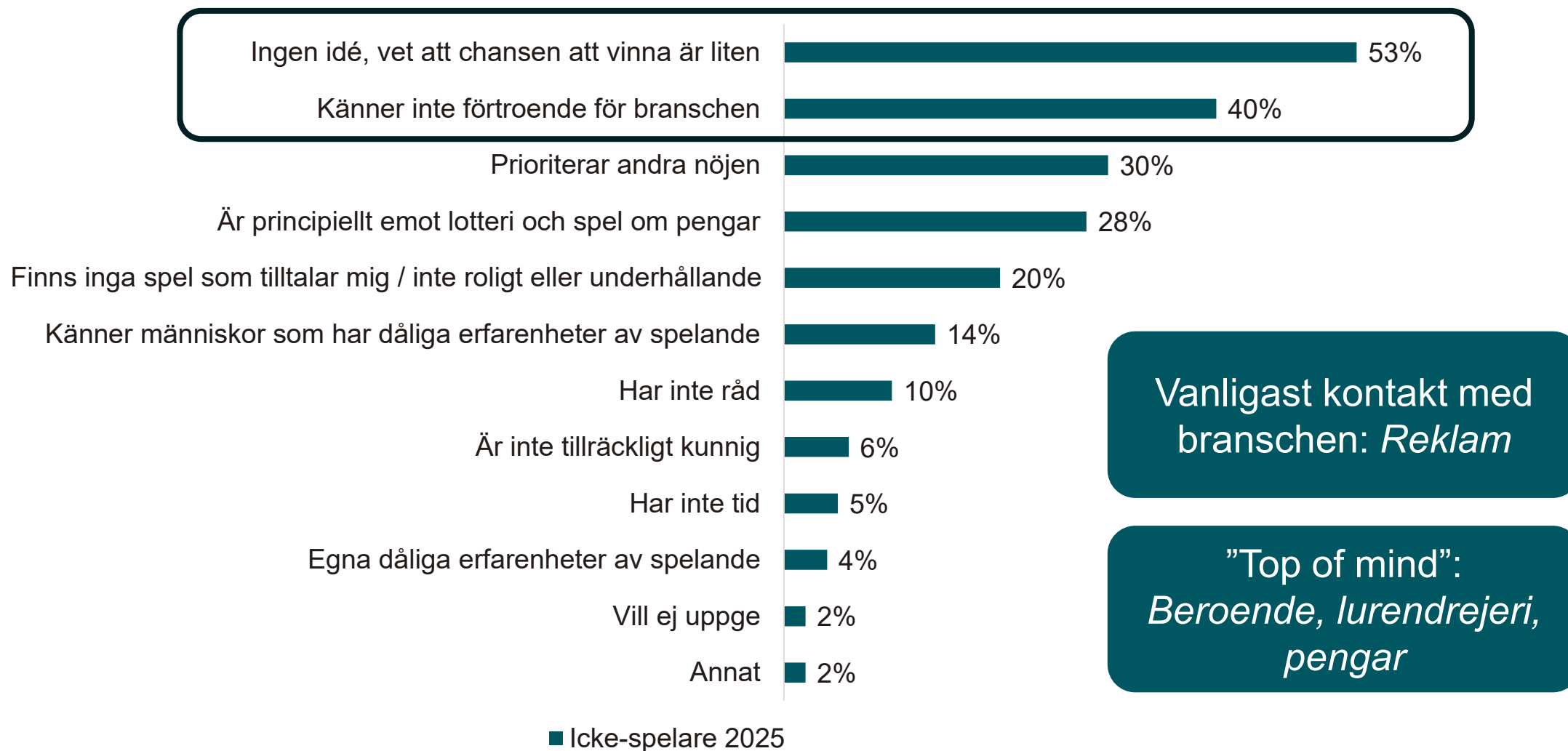
Spel: -26
Övriga: -9



Förtroende – icke-spelare



"Varför väljer du att inte spela?"



Förtroende – sammanvägt*

år	
2022	38,9
2023	39,4
2024	37,1

2025
37,9

*Spelare och icke-spelare

Viktigt framåt



Allmänheten om vad spelbranschen bör göra för att stärka sitt anseende*

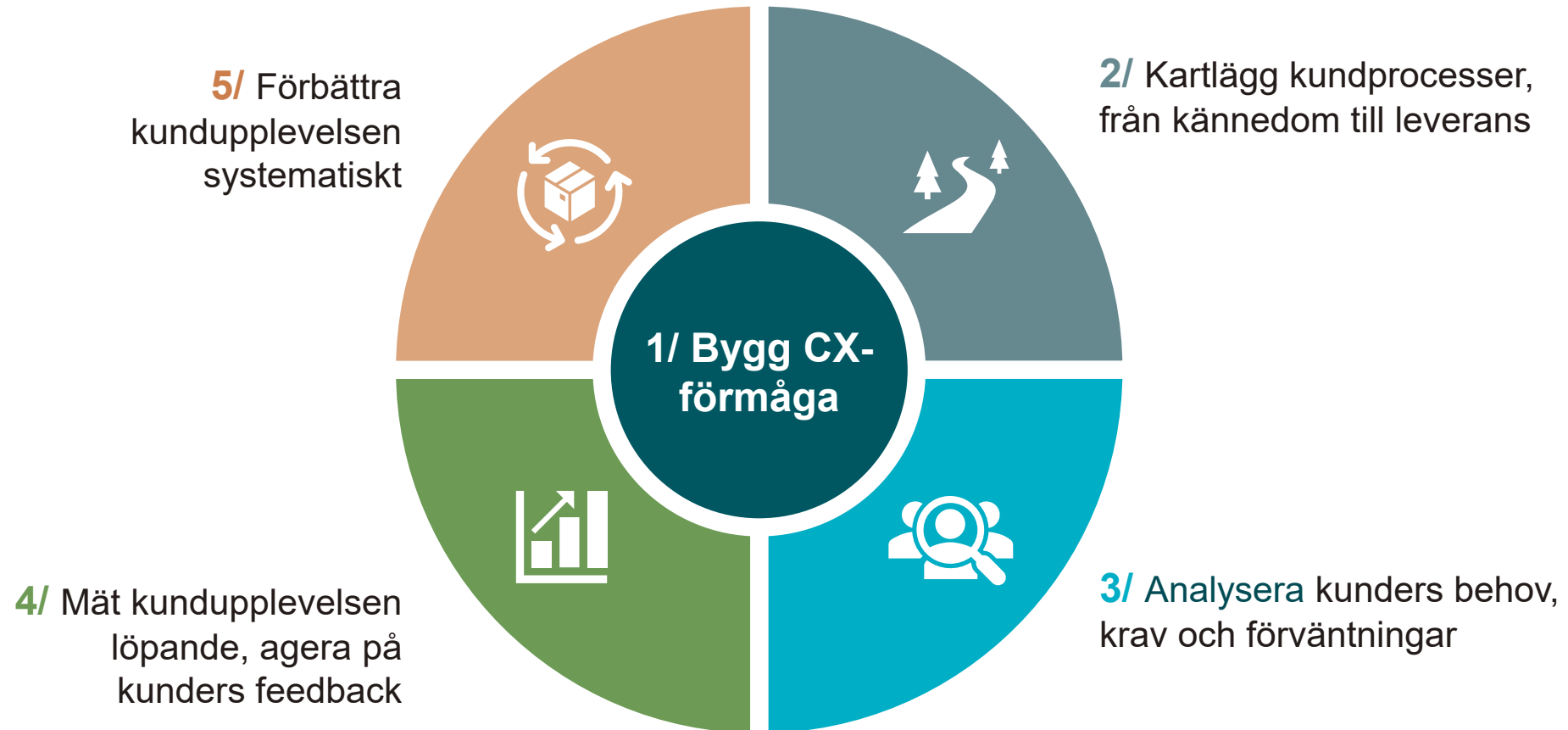


**Ökad
transparens**

**Tydligare
ansvarstagande**

**Trovärdigare
marknadsföring**

Fokus på “CX Management”*



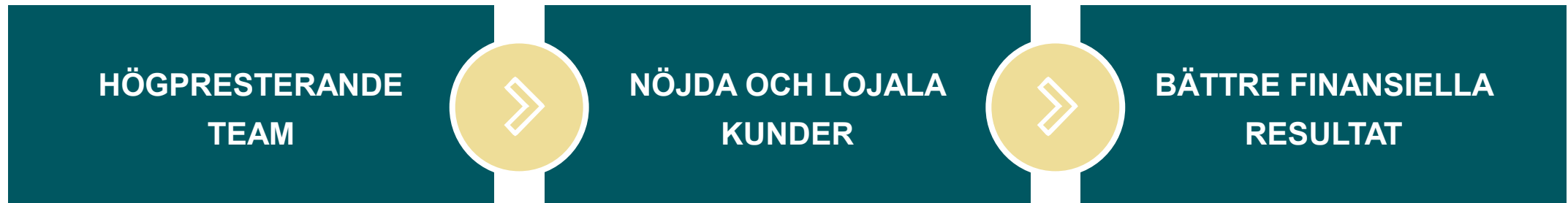
*CX = Customer experience

Viktiga CX-förmågor

- 01/** Förmågan att *samverka*
- 02/** Förmågan att *förenkla*
- 03/** Förmågan att *engagera*



Medarbetare, kund och affär – det hänger ihop



Harter, J. K., Schmidt, F. L., Agrawal, S., & Plowman, S. K. (2020). The relationship between engagement at work and organizational outcomes 2016 Q12® meta-analysis: Ninth edition. Gallup, Inc.

Schneider, B., Hanges, P. J., Smith, D. B., & Salvaggio, A. N. (2003). Which comes first: Employee attitudes or organizational financial and market performance? Journal of Applied Psychology, 88(5), 836–851.

Salanova, M., Agut, S., & Peiró, J. M. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: The mediation of service climate. Journal of Applied Psychology, 90(6), 1217–1227.

Tack för idag!



För mer information:

jacob.hallencreutz@epsi-rating.com

melinda.asplund@kvalitetsindex.se