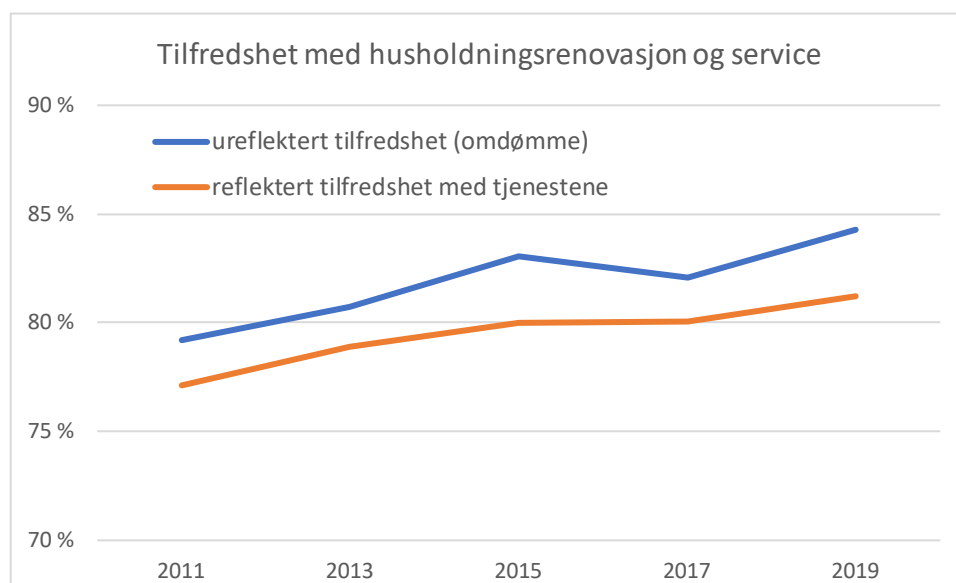


## Husholdningsrenovasjon: Kundetilfredsheten er høy og økende

Av Erland Staal Eggen, EDC AS

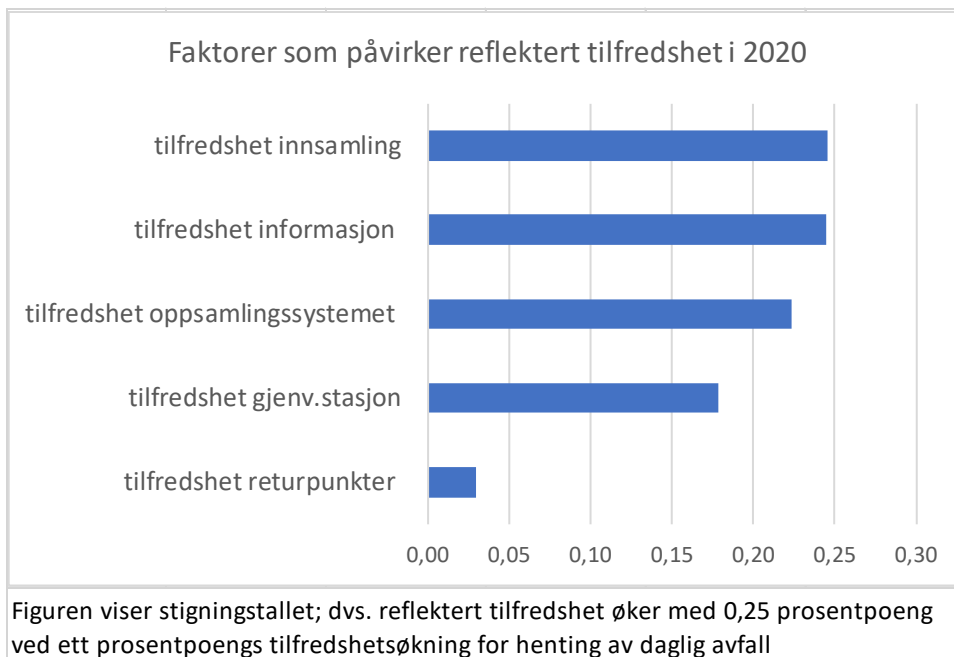
**Renovasjonsbenchmarking ble i år gjennomført for niende gang og resultater for 30 aktører ble analysert og sammenliknet. Kundemålingen omfattet over 10.000 intervjuer, og resultatene for perioden 2011-2019 som viser fortsatt økning i brukernes tilfredshet.**

Utviklingen i reflektert og ureflektert tilfredshet med renovasjonstjenester og service er vist i figuren under. Tilfredshetsnivået har vært høyt i hele perioden, men har vist jevn stigning unntatt i 2017. Målingen omfatter virksomheter som betjener ca halvparten av Norges befolkning.



### Hva er viktig for at brukerne skal bli tilfredse.

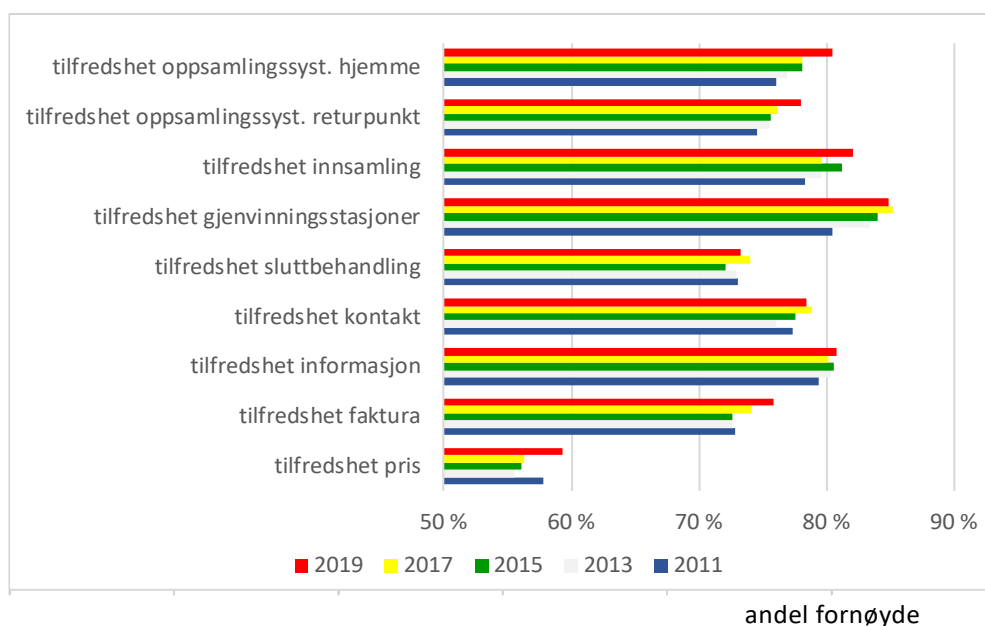
Vi har tidligere påpekt at prisen på renovasjonstjenestene ikke har noen målbar langsiktig påvirkning på tilfredshetsnivået. De forhold som har en påvirkning er vist i figur 2 under. Hentingen av det daglige avfallet, oppsamlingssystemet og informasjon har vært viktig i hele perioden fra 2011. I tråd med utviklingen av innsamlingsordningene har derimot returpunktene fått redusert - og gjenvinningsstasjonene økende betydning.



*Av de 9 målpunktene som ble benyttet i undersøkelsen var det 4 som ikke hadde noen målbar innvirkning på graden av reflektert tilfredshet. Dette var pris, faktura, kontakt og opplegget for sluttbehandling av avfallet.*

### **Forbedringer på de viktigste punktene**

*Den neste figuren viser kundeundersøkelsen målepunkter og at det er innsamling, oppsamlingssystem og gjenvinningsstasjoner som har oppnådd forbedret tilfredshet siden 2011.*



*Tilfredsheten med pris og sluttbehandlingen av avfallet har vært vedvarende lav, men dette betyr lite for samlet tilfredshet. Undersøkelsen kartlegger også årsaker til misnøye. Ting som blir nevnt er for sjelden innsamling, for korte åpningstider på gjenv.stasjonen og dårlig respons på avviksmeldinger.*

### ***Brukernes preferanser er i endring***

*Husholdningsrenovasjon er fortsatt et samarbeid mellom renovasjonsvirksomheten og brukerne. Bare hvis aktørene forstår brukernes synspunkter og ønsker er det mulig å motivere dem til å gjøre sin del av jobben; dvs. sette av plass til beholdere og bidra med sortering og transport til hentested og gjenvinningsstasjon. Brukernes preferanser er imidlertid i endring. Da renovasjonsløsningen var enklere var det en tydelig sammenheng mellom tilfredshet og tjenestestandard. I 2018 var det tegn til at brukerne var blitt mer opptatt av miljøstandard og i 2020 er det bare aktørenes omdømme som samvarierer med kundetilfredsheten. En mulig forklaring er at tjenestene nå har en så høy standard at mindre variasjoner ikke påvirker tilfredsheten, og at det dermed blir brukernes inntrykk av virksomheten som blir det viktigste.*

### ***Hvordan skapes forståelse og tillit?***

*Dette betyr at informasjonsarbeidet blir dermed stadig viktigere for å overbevise brukerne om at virksomheten gjør sin del av renovasjonsjobben på en miljøvennlig måte med god margin til avtalte vedtekter og samfunnets lover og regler. Aktører med godt omdømme bygger opp grunnleggende forståelse og tillit gjennom opplæringstilbud til skoleelever og innflyttere og ved å legge til rette for aktiv dialog med kunden der kontakt oppstår ved utførelse av tjenestene. De vet at det tar lang tid å bygge opp tillit, men kort tid å rive ned og har derfor et usvikelig fokus på å opptre i henhold til sitt verdigrunnlag og levere minst den standard kundene forventer. Dette betyr blant annet at mulige konsekvenser av viktige endringer vurderes ved hjelp av både simulering, fokusgrupper, kundeundersøkelser og juridisk.*

*Kundemålingene har blitt utført av Norfakta AS. For mer informasjon om analysen og resultatene, se [www.renovasjonsledelse.no](http://www.renovasjonsledelse.no).*