

# VIKING LINE

## Undersökning: Viking Line toppar kundnöjdheten på alla sina rutter

**Viking Line har den bästa kundnöjdheten och lojaliteten bland passagerarrederier, enligt EPSI Ratings Laivaliikenne 2025-undersökning (Sjöfart 2025). Viking Lines kunder upplever även att de får mest valuta för pengarna.**

Viking Line har återigen det högsta kundnöjdhetsbetyget bland rederierna på alla sina rutter, då även resenärerna på Helsingfors–Tallinn-linjen gav rederiet de bästa betygen i EPSI Ratings Sjöfart 2025-undersökning. På rutterna mellan Finland och Sverige steg Viking Lines kundnöjdhetsindex till 77,6, medan branschens genomsnitt är 75,9. På Estlandsrutten är rederiets index 76,4. Färjeresenärer har också de högsta förväntningarna på Viking Line.

"Toppresultaten visar att vi gjort rätt saker. Alla, från medarbetarna till högsta ledningen, är engagerade i kundupplevelsen. Även våra egna kundnöjdhetsmätningar, till exempel NPS, har under det senaste året visat att våra resenärer är mer nöjda än någonsin", berättar **Mikael Paulinow**, Manager Customer Insight & CRM.

"På den ständigt växande Estlandsrutten har de goda resultaten definitivt påverkats av de förbättringar vi genomfört på Viking XPRS, enligt resenärernas önskemål. Vi uppdaterade bland annat sjöbutiken och även övriga interiörer ombord, baserat på den kundfeedback vi fått."

### **Viking Line ger mest valuta för pengarna**

Enligt EPSI Ratings Sjöfart 2025-undersökning upplever kunderna att de får mest valuta för pengarna hos Viking Line: rederiets index är 80,0 och branschens medelvärde är 78,3. Viking Line ökade sin kundlojalitet både på rutten mellan Finland och Sverige samt på rutten mellan Finland och Estland, och företaget intog samtidigt förstaplatsen i kundlojalitetsindex.

"För oss har det alltid varit viktigt att vara ett alternativ för hela folket, och vi vill att så många finländare som möjligt ska få uppleva oförglömliga reseupplevelser till sjöss med oss. Inom många branscher har trenden varit att kundlojaliteten minskar när konsumenterna tvingas hålla hårdare i plånboken – med det i åtanke är det fantastiskt att se att våra kundrelationer blivit ännu starkare."

### **Appens popularitet ökade**

Betydelsen av digitala tjänster som en del av reseupplevelsen växer hela tiden. Enligt Sjöfart 2025-undersökningen har 78 procent av resenärerna använt Viking Lines app – en siffra som ökat med 9 procentenheter på ett år. På två år har antalet användare ökat avsevärt och upp till åtta av tio är mycket nöjda med appen.

"Inom många branscher har den snabba digitaliseringen av tjänster lett till minskad kundnöjdhet, men våra resenärer har tagit emot de digitala tjänsterna väl. Vår app används också i en högre grad än våra konkurrenters motsvarande tjänster. Vi erbjuder digitala tjänster som bland annat underlättar servicen både innan och under resan. Till exempel Incheckningen kan numera göras smidigt via appen", säger Mikael Paulinow.

### **Resenärerna deltar i utvecklingsarbetet**

Viking Line begär in feedback från sina resenärer efter varje resa, och åsikter samlas in från tusentals kunder varje månad. Kundresponserna behandlas på varje fartyg under ledning av

intendenter och befäl: man sätter upp mål och följer upp att de genomförs.

" Vi ser den höga svarsfrekvensen som mycket positiv, då resenärernas återkoppling utgör en viktig grund för att identifiera och prioritera områden för fortsatt utveckling. Som exempel kan nämnas att vi till stor del uppdaterar och utvecklar underhållningen, maten och butikssortimentet ombord på våra fartyg baserat på den respons vi får. I framtiden kommer vi dessutom att involvera våra kunder på nya sätt i utvecklingen av produkter och tjänster", säger Mikael Paulinow.

*\*EPSI Data Collection Services intervjuade för Sjöfart 2025-undersökningen cirka 1 100 privatkunder över 18 år som rest med fartyg från eller till Finland under de senaste 12 månaderna. Indexet produceras på en skala från 0 till 100, där 0–60 betyder missnöjd, 60–75 betyder nöjd och över 75 mycket nöjd.*

### **Tilläggsinformation:**

Mikael Paulinow, Manager Customer Insight & CRM

mikael.paulinow@vikingline.com, tel. +358 40 500 3130

Johanna Boijer-Svahnström, informationsdirektör

johanna.boijer@vikingline.com, tel. +358 18 27 000

Christa Grönlund, informationschef

christa.gronlund@vikingline.com, tel. +358 9 123 51