

## Klarna gör grundlig genomlysning av kundupplevelsen - siktar på noll klagomål

# Nollmissionen

## 100 PROCENT NÖJDA KUNDER

Klarna har påbörjat arbetet med en grundlig genomlysning av kundupplevelsen som bolagets 60 miljoner kunder erbjuds. Ett dedikerat expertteam har tillsatts för att kartlägga eventuella brister och förbättringsområden. Samtidigt meddelar Klarna att en nollmission för klagomål antagits - med målet att nå 100 procent nöjda kunder.

**Stockholm, 6 maj 2019** - Nyligen avslutade Klarna en motsvarande genomlysning av vad som fungerar bra och vad som kan bli bättre i upplevelsen för de handlare som är anslutna till Klarna. Resultatet blev flera förbättringar som redan genererat positiv respons, bland annat bättre information om produkterna och enklare kontaktvägar till Klarna. Under förra veckan inleddes ett arbete med att kartlägga alla steg en konsument som handlar med Klarna genomgår, både före, under och efter ett köp. Detta för att Klarna ska kunna göra varje del friktionsfri, tydligare och enklare. I arbetet kommer bland annat hundratals kundklagomål från de senaste åren att djupanalyseras.

- Har man som vi 60 miljoner kunder har man också 60 miljoner anledningar att med jämna mellanrum göra en ordentlig översyn av kundupplevelsen vi erbjuder. Vi har inte ett 200-årigt historiskt arv att luta oss mot, vår eventuella framgång bygger helt och hållet på att vi levererar den bästa kundupplevelsen idag och imorgon. Även om vi dagligen utvärderar vårt arbete och lyssnar på våra kunder så är det viktigt att då och då göra rejäla djupdykningar och analyser för att öka förståelsen för hur vi kan bli ännu bättre, säger **David Fock**, produktchef på Klarna.

I samband med starten av genomlysningen har Klarna också antagit en *nollmission* för klagomål, såväl till externa myndigheter som till den egna kundservicen. Under 2018 mottog Klarna i snitt 40 klagomål per 1 miljon köp i Sverige, med frågor och synpunkter till den egna kundservicen inkluderat. Redan under 2019 siktar Klarna på att ha minskat den siffran med 10 procent, och hur utvecklingen går kommer månatligen rapporteras öppet på [Nollmissionen](#)-sajten på Klarnas hemsida. David Fock menar att även om det begränsade antalet klagomål kan låta som ett litet problem, så tar Klarna det på stort allvar.

- Vi är inte som andra banker, vi utmanar gamla strukturer och vår innovationskraft har gett oss en för branschen ovanligt hög kundnöjdhet. Vi har på några år lyckats bli ett av svenskarnas mest

uppskattade företag, och vi står verkligen på kundens sida i en digital värld - det får det aldrig råda något tvivel om. Men när man växer och utvecklar produkter i den takt vi gör så kommer det oundvikligen bli fel ibland. Vi anstränger oss till det yttersta för att rätta till dessa fel, och vår nollmission är en daglig påminnelse för alla på Klarna om vikten av att hela tiden ha våra kunders upplevelser i centrum när vi utvecklar produkter, kommunicerar och paketerar våra erbjudanden.

- Att ha miljontals kunder men noll missnöjda låter förstås som en utopi. Men att sätta enkla mål har aldrig varit vår grej. Om vi nu ska sänka antalet klagomål, låt oss då lika gärna sikta på att bli den första banken i världen med noll missnöjda kunder, säger David Fock.

En förstudie som Klarna gjort under våren resulterade i ett flertal rekommendationer som redan har eller är på väg att implementeras. Bland annat har delbetalningsprodukten "Klarna konto" bytt namn till "Klarna delbetalningskonto" för att öka tydligheten gentemot konsumenter. En annan åtgärd som just nu är under utveckling och kommer lanseras så snart som möjligt är möjligheten för kunder att lägga in automatisk betalning av fakturor för att helt ta bort risken att missa förfallodatumet.

Statistiken visar att risken att missa en betalning bara är hälften så stor bland appanvändare jämfört med icke-appanvändare, och kundupplevelsen blir därmed bättre. Sedan tidigare har Klarna lanserat dygnet runt-öppen kundservice för att öka tillgängligheten.

Under tiden genomlysningen pågår kommer Klarna löpande att rapportera på [Nollmissionen](#)-sajten om vilka insikter och slutsatser som dras.

### Statistik

Statistiken innefattar samtliga klagomål som inkommer till Klarnas kundservice, samt alla registrerade klagomål till myndigheter som Konsumentverket, Datainspektionen, Finansinspektionen och ARN.

Varje månad räknar vi ut hur många klagomål vi fått totalt, och för att sätta dem i kontext undersöker vi hur många klagomål det innebär per en miljon köp.

Under 2018 var det månatliga snittet 40 klagomål per en miljon köp.

| År   | Jan | Feb | Mar | Apr | Maj | Jun | Jul | Aug | Sep | Okt | Nov | Dec | Snitt |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| 2018 | 57  | 77  | 69  | 79  | 63  | 35  | 52  | 27  | 31  | 28  | 26  | 22  | 40    |
| 2019 | 45  | 42  | 38  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |       |

### Mer information

Vänligen besök: <https://www.klarna.com/se/om-oss/nollmissionen/>

### Kontakt

Magnus Törnblom, presschef

[press@klarna.com](mailto:press@klarna.com), [magnus.tornblom@klarna.com](mailto:magnus.tornblom@klarna.com)

+46 (0) 70 266 27 12

## **Om Klarna**

Klarna är en av Europas ledande betalningsleverantörer, och en nyligen licensierad bank, som vill revolutionera betalningar för både konsumenter och handlare. Företaget grundades i Stockholm 2005. Klarna erbjuder konsumenter möjligheten att betala nu, betala senare eller dela upp betalningen över tid, vilket ger en enkel, säker och smidig köpupplevelse. Klarna har idag 130 000 anslutna handlare. Klarna har 2 500 anställda och är verksamt i 14 länder.