

Kunderne giver både ris og ros i nyeste kundetilfredshedsmåling

Kunderne er blevet mere tilfredse i Personal Banking det seneste kvartal, mens Private Banking fastholder et stabilt højt kundetilfredshedsniveau. Til gengæld dykker kundernes tilfredshed i Business Banking, der dermed bryder med et års stigende tendens. Det og meget mere viser de seneste tal fra Nordeas egen kundetilfredshedsmåling (CEI).

Mere end 6.000 af Nordeas kunder i Danmark har i den seneste kundetilfredshedsmåling (CEI) givet feedback på, hvordan de oplever at være kunde i Nordea.

De mest tilfredse kunder i Nordea findes i Private Banking, mens Personal Banking står for den største stigning i kundernes tilfredshed i Q3. Anderledes ser det ud i Business Banking i Q3, hvor det seneste års positive trend er afløst af et mindre dyk.

Personal Banking lægger større afstand til konkurrenterne

Q3 vs Q2 2023	Nordic	
Personal Banking	73 ▼ 1	72 ▲ 1
Business Banking	67 ▼ 2	65 ▼ 3
Private Banking	82 ▼ 1	80 ► 0

I Personal Banking viser kundetilfredsheden igen positive takter efter to mindre gode foregående kvartaler. Fremgangen er især drevet af boligejere og everyday banking kunder, mens premium kunderne går en anelse tilbage. Afstanden til konkurrenterne udvikler sig også positivt, for Personal Banking ligger nu over gennemsnittet for gruppen af primære konkurrenter. At hullet til konkurrenterne bliver større viste også den eksterne måling EPSI i september, hvor privatkundernes tilfredshed i Nordea også lå over sektor-gennemsnittet.



Mads Skovlund

”Det er enormt positivt, at kollegernes indsats gør, at kunderne bliver gladere for at være hos os, og at vi gør afstanden ned til konkurrenterne større. Det skal vi være stolte af. Men der er fortsat en vigtig opgave for os hver eneste dag, som handler om at være en personlig bank, der skaber gode relationer til vores kunder og styrker dem gennem proaktivitet og nærhed. Det er noget af det, vi ved, at kunderne sætter allermest pris på,” siger Mads Skovlund, ansvarlig for privatkunder i Nordea Danmark.

Stabilt niveau i Private Banking

Kundernes tilfredshed i Private Banking lander på 80, hvilket er andet kvartal i træk. Det er især Affluent-segmentet (kunder med en investerbar formue på 4-15 mio. kroner), der trækker positivt op. Derimod er der et forbedringspotentiale blandt kunderne i HNW-segmentet.

”Vi er meget taknemmelige for, at så mange af vores kunder vælger at give os feedback - både når der vanker ris og ros. Det er vigtigt, at vi tager den enkelte besvarelse til os og følger op, uagtet om besvarelsen er positiv eller negativ. Målingerne giver os et rigtig godt datagrundlag om kunderne, som vi skal bruge til at gøre deres oplevelser med os endnu bedre,” lyder det fra Sanne Fredenslund, ansvarlig for de velhavende privatkunder i Nordea Danmark.



Sanne Fredenslund

Business Banking i negativt terræn for første gang i et år

Feedback har kunderne også givet Business Banking, hvor tilfredsheden i Q3 er faldet fra 68 til 65. Det er første gang det seneste år, at pilen ikke peger opad i CEI-kundetilfredshedsmålingen for denne del af forretningen. Sammenlignet med samme kvartal sidste år ser vi dog fremgang, hvilket også blev bekræftet i sidste måneds EPSI-måling, som viste et markant løft i kundernes tilfredshed med Nordea Business Banking.

Størst er faldet inden for de helt små virksomheder (SB&E) med -4, mens de mellemstore virksomheder (midcorp) i mindre grad går tilbage. Ifølge Helene Bløcher er det kun et kort ophold i negativt terræn, for udviklingen skal tilbage i positiv retning igen:



Helene Bløcher

“Vi ved, hvad der skal til. Vi er rigtig stærke, når vi arbejder fokuseret og med god energi sikrer en proaktiv og nærværende dialog med kunderne. Det er vi gode til, hvilket de seneste mange kvartaler også har vist, men det er vigtigt, at vi hele tiden er oppe på tæerne. Det høje niveau skaber også høje forventninger hos kunderne, som vi skal leve op til. Det skal vi gøre ved at holde fast i kundedialogerne, være tilgængelige og vise, at vi er en relevant business partner for dem,” forklarer Helene Bløcher, ansvarlig for erhvervskunder i Nordea Danmark.

Næste CEI sendes ud til kunderne fra midten af november og to uger frem.

Om undersøgelsen

Bankens kundetilfredshed følges hvert kvartal gennem en dybdegående kundemåling, der omfatter svar fra mere end 20.000 kunder på tværs af Personal Banking, Business Banking og Private Banking.

Denne kundemåling går under navnet Customer Experience Survey (CES), og kundetilfredshedsresultatet er samlet i det målepunkt der hedder Customer Engagement Index (CEI).

CEI beregnes som et gennemsnit af overordnet tilfredshed som kunde i Nordea, loyalitet og villighed til at anbefale Nordea til andre.

Formålet er at indsamle feedback og læringer fra kunderne på lande-, regions- og filialniveau samt at iværksætte konkrete tiltag til forbedring af kundetilfredsheden.

Podcast: Hør vores nyeste afsnit af PengePulsen [her](#)!

**Pilen peger nedad –
grund til nervøsitet?**

PengePulsen er Nordeas podcast med gode råd og indsigter i penge og privatekonomi.

[f](#) [t](#) [in](#)

Aktierne har retning nedad og det samme har obligationerne. I september gik det skidt for både gyngerne og karrusellen, så skal investorerne være bekymrede? Få svaret i dette afsnit af PengePulsen, hvor Nordeas seniorstrateg Simon Kristiansen giver sin vurdering af tilstanden på investeringsmarkederne.

Gaveopsparing – en langtidsholdbar gave

Du kender sikkert den gode følelse af at give en gave, som modtageren bliver rigtig glad for. En Gaveopsparing er et godt bud på en gave, der kan være med til at give et barn eller et ungt menneske både glæde og økonomisk støtte i fremtiden.



Der er flere gode grunde til at give en Gaveopsparing. Måske skal du finde en gave til et lille nyt familiemedlem, en konfirmand eller en student – men modtageren har allerede alt det, man traditionelt giver som gave. Eller måske ønsker modtageren sig ikke rigtig noget, og du gerne vil undgå at købe noget, der ender bagerst i skabet. Og endelig kan en Gaveopsparing – ud over at være en pengegave – også være startskuddet til opsparingsvaner, der kan komme modtageren til gode senere i livet.

”Økonomisk ansvarlighed er ikke bare noget, man er født med”, fortæller Ida Marie Moesby, der er forbrugerøkonom i Nordea. ”Tværtimod har urmennesket i os lyst til at forbruge nu og her på bekostning af opsparing. Så gode opsparingsvaner er noget, man skal lære. Nogle gange kan det virke lidt tamt at give konfirmanden kontanter, men hvis man giver en opsparing, kan man måske være med til at lære den unge om renters-rente-effekten og værdien af at sætte penge til side. Den viden kan bogstavelig talt være guld værd senere”, understreger Ida.



Hvad er forskellen på en gaveopsparing og en børneopsparing?

Alle, der ønsker at give en opsparing i gave, kan oprette en **Gaveopsparing** – gudforældre, familiemedlemmer eller venner af familien. Bindingsperioden bestemmer du selv, og du kan binde opsparingen, helt indtil modtageren fylder 29 år. Det betyder, at du kan øremærke opsparingen til det tidspunkt i modtagerens liv, hvor du synes, den skal udbetales. En Gaveopsparing har hverken indbetalingsloft eller krav om mindsteindbetaling.

Læs mere om [Gaveopsparing](#)

En **Børneopsparing** er en opsparingskonto, du som forældre, værge, bedsteforældre eller oldeforældre kan oprette til et barn. På den måde kan du være med til at give barnet en god økonomisk start på voksenlivet.

Barnet skal være mellem 0-14 år, når kontoen oprettes, og der kan kun oprettes en børneopsparing pr. barn. Derudover er bindingsperioden på en børneopsparing minimum syv år.

Læs mere om [Børneopsparing](#)

En fleksibel opsparingsform

Alle, der ønsker at give en opsparing i gave, kan oprette en Gaveopsparing – gudforældre, familiemedlemmer eller venner af familien. Bindingsperioden bestemmer du selv, og du kan binde opsparingen, helt indtil modtageren fylder 29 år. Det betyder, at du kan øremærke opsparingen til det tidspunkt i modtagerens liv, hvor du synes, den skal udbetales. Formålet kan for eksempel være hjælp til kørekort, udenlandsrejse, indskud til bolig, køb af møbler eller lignende behov, der opstår, når den unge skal flytte hjemmefra.

En Gaveopsparing har hverken indbetalingsloft eller krav om mindsteindbetaling. Du kan altså kan give pengegaver i alle størrelser og til alle lejligheder – både et større beløb til konfirmation og de årlige fødselsdagspenge.

Få opsparingen til at vokse

Penge mister værdi med tiden som følge af inflation. I perioder med høj inflation sker værditabet hurtigere, end når inflationen er på de 2 pct., som er Nationalbankens målsætning. Derfor er det en fordel at få forrentet sine penge, så de ikke bare står og bliver mindre værd. En Gaveopsparing kan investeres og dermed vokse i løbet af de år, den er bundet.

”Vi ser generelt, at mange unge har fået øjnene op for opsparing og investering” fortæller Ida. ”De unge er interesserede i investering, og det er rigtig positivt, at de er opmærksomme på fordelene ved at sætte penge til side og se dem vokse. Hvis man kan øge den interesse ved at give en opsparing, så har man på mange måder hjulpet den unge modtager,” afslutter Ida.

Få opsparingen til at vokse

Penge mister værdi med tiden som følge af inflation. I perioder med høj inflation sker værditabet hurtigere, end når inflationen er på de 2 pct., som er Nationalbankens målsætning. Derfor er det en fordel at få forrentet sine penge, så de ikke bare står og bliver mindre værd. En Gaveopsparing kan investeres og dermed vokse i løbet af de år, den er bundet.

”Vi ser generelt, at mange unge har fået øjnene op for opsparing og investering” fortæller Ida. ”De unge er interesserede i investering, og det er rigtig positivt, at de er opmærksomme på fordelene ved at sætte penge til side og se dem vokse. Hvis man kan øge den interesse ved at give en opsparing, så har man på mange måder hjulpet den unge modtager,” afslutter Ida.

Læs mere om vores Gaveopsparing [her](#)!

06.10.2023 12:16 | Indhold er for: Danmark

Vi øger mødetilgængeligheden for vores kunder

Vores kunder skal opleve os som personlige, empatiske og ansvarlige. Og takket være den dedikerede indsats, som vi hver dag yder i mødet med kunderne, er vi nået rigtig langt.

Vi ønsker, at vores kunder får den bedst mulige oplevelse, hver gang de er i dialog med Nordea. Vi skal tage vores kundeløfte alvorligt og arbejde sammen for at opfylde det.

Desværre er vi ikke nemme at have med at gøre i dag, når det kommer til at kunne booke et møde med rådgiveren, fordi rådgiverens kalender – udover kundemøder – ofte er fyldt op af mange andre indsatsstyper.

Vores seneste initiativ handler om at gøre vores kalendere mere tilgængelige for vores kunder. For selvom den tætte og tryghedsskabende rådgiverrelation er afgørende for kundens oplevelse og samlede tilfredshed, er vores digitale løsninger også medvirkende til en øget kundetilfredshed. Derfor er det vigtigt, at vores kunder kan benytte de digitale løsninger til at booke møde med deres rådgiver.

Vi har i en periode på 16 måneder arbejdet på fælles spilleregler om, hvordan vi kan forøge vores mødetilgængelighed. De filialer, som har deltaget i denne periode, har været rigtig gode til at afprøve tiltag og give konstruktive feedback til, hvad der fungerer, og hvad der opleves som en udfordring. Sammen er vi nået frem til en model, som kan fungere i hverdagen for rådgiveren, og som tilgodeser vores kunders behov for en større mødetilgængelighed.

For at forbedre mødetilgængeligheden er regionerne i Personal Banking Danmark i gang med at implementere den nye måde at arbejde i CMS-kalenderen, som gør det nemmere for kunderne at booke møder med deres rådgiver via Net- og Mobilbanken.

Ændringen i de nye retningslinjer for anvendelse af CMS-kalenderen består i, at mødekalenderen primært forbeholdes kundemøder, og at daglige opgaver fremover lægges i opgavekalenderen. En tilgængelig kalender spiller en afgørende rolle, både når det gælder om at øge kundetilfredsheden og styrke samarbejde med kollegaerne i filialen og i 24/7.

Med den nye måde at arbejde på følger også muligheden for at kunne reservere mødekalenderen i op til 90 minutter, hvis et kundemøde medfører en kreditbevilling, som kræver ekstraordinær fokus og koncentration fra bankrådgiveren. Selvom en blokering af mødekalenderen begrænser vores mødetilgængelighed, giver det os mulighed for at kunne fordybe os og lave grundige kreditindstillinger af høj kvalitet, som vi for tiden også er i gang med at træne i ”Credit Uplift”-projektet.

Vi glæder os til at kunderne i fremtiden vil opleve at det er nemt at booke et møde med sin rådgiver også når man benytter vores digitale løsninger.

Customer Pulse



"Otte timers kredit kan lyde tørt, men det var det slet ikke"

I løbet af efteråret skal vi alle på kredit-træningsdag. Første levende billede var Region København & Bornholm, som i denne uge har været samlet på kryds og tværs af filialer for at træne i fællesskab og få nogle konkrete redskaber til at arbejde med kredit i praksis.

"Jeg kan huske, at jeg som ung filialdirektør var misundelig på Roskilde Bank, fordi de kunne give alle de lån, som jeg ikke kunne. Men så kom finanskrisen - og så var både jeg og kunderne glade for, at der var nogen i Nordea, der var klogere end mig," sagde regionsdirektør Torben Nøhr med et glimt i øjet, da han i onsdags bød 47 kolleger velkommen på Comwell i København.

Det blev startskuddet til en hyggelig og lærerig dag, hvor et af de helt store læringsmål var, at en god kundedialog er grundstenen for at kunne vurdere og dokumentere korrekt.

"Otte timers kredit kan lyde tørt, men det var det slet ikke. Undervisningen var praktisk og nede på jorden, og jeg fik konkrete tips til at arbejde med fx rådighedsbeløb og 12 måneders oversigt i hverdagen," fortæller Kathrine Maria Thorsen, der er rådgiver i Rønne på Bornholm og havde taget turen til hovedstaden med fem kolleger fra filialen.

Kathrine beretter også om en øget forståelse for, hvorfor kredit er så stort et fokusområde i år:

"Det var rart at blive taget ud af en travl hverdag. Her har man mere tid og gode omgivelser til at forstå den kredit-rejse, vi er på. Man fik virkelig ind under huden, at vi gør det her for kundens skyld - ikke bare fordi, vi skal leve op til nogle regler hos Tilsynet."

Godt & blandet

På hver træningsdag er forskellige jobprofiler fra forskellige filialer (men fra samme region) samlet. I starten og slutningen af dagen mødes alle kolleger i plenum, men i løbet af dagen er man inddelt i mindre hold og små arbejdsgrupper, hvor man træner og får praktisk undervisning.

Det setup fungerede rigtig godt for Emma Weise Langkilde, der er BRU på Østerbro.

"Jeg havde frygtet, at vi bare skulle sidde ned og lytte - så det var meget positivt, at vi blev inkluderet aktivt i undervisningen. Vi var få deltagere samlet med to undervisere, så de kunne tage godt hånd om alle vores spørgsmål."

"Det var virkelig dejligt, at vi var blandet i regionen. Det giver gode kontakter, som man kan række ud til. Mange i min gruppe var mere erfarne, end jeg selv er, og de delte en masse god viden, som jeg helt sikkert kan tage med mig," siger Emma.

"Jeg føler mig meget bedre rustet"

De fælles træningsdage fortsætter frem til udgangen af november. På den anden side af efterårsferien er det Region Fyn, Jylland Syd & Vests tur - og hvis man spørger Kathrine fra Rønne, så kan man godt forvente at være en bedre kredit-rådgiver, når man træder ud af skydedørene på Comwell:

"Jeg føler mig meget bedre rustet til at navigere hurtigt i 12 måneders oversigten, til at udfylde CMP og til kundedialogen! Det handler om at få spurgt ind til de rigtige ting i første omgang, så man kan spare noget tid."

Customer Pulse

Fokus på kredit

En rapport fra Finanstilsynet kritiserede i slutningen af 2022 Nordea for mangelfuld dokumentation, når vi giver lån til boliger. I 2023 har vi derfor sat skarpt fokus på kredit og kreditdokumentationen, som er vores primære fundament for at drive bank.

På denne side kan du følge med i alle de forskellige implementeringer, få et overblik over rejsen og komme med kredit-ønsker :-)



Vi skal ikke være eksperter i ESG, men vi skal inspirere og understøtte virksomhederne i deres grønne udvikling

Bæredygtighed og forretningsudvikling bliver mere og mere til ét. Samtidig er ESG-arbejdet nyt og ukendt farvand for mange mindre virksomheder. Begge dele stod klart, da knap 40 mellemstore virksomheder i sidste uge var samlet til faglige oplæg om ESG hos Business Banking i Nordea Danmark. Som business partner fylder bæredygtighed også mere i Nordeas dialoger med erhvervskunderne.

De små og mindre virksomheder udgør langt størstedelen af dansk erhvervsliv. De har typisk rigtig godt styr på at skabe kommerciel forretning og vækst. Til gengæld er ESG-målsætninger nyt land for rigtig mange af de mindre virksomheder. Men faktisk kan de to ting godt kombineres: Der er nemlig kommercielle forretningsmuligheder i den grønne omstilling, hvis man griber det rigtigt an.

Men allerførst kræver det, at man forstår, hvad ESG er for en størrelse, hvordan man griber det an, og hvilke faldgruber man som virksomhed skal navigere uden om.

Det var derfor temaerne, da Nordea Business Banking en formiddag i september inviterede knap 40 virksomheder i midcorp-segmentet indenfor på Metro til netværk og inspirationsoplæg.

“Der er helt tydeligt et større fokus på ESG i virksomhederne i dag end for blot få år tilbage. Mange mærker stigende forventninger, især fra kunder og medarbejdere, til hvordan selskaberne bidrager til det samfund, de er en del af. Nogle er meget langt, mens det for andre handler om hjælp til at se de kommercielle fordele og komme i gang med at inkludere ESG i den måde, virksomheden opererer på,” siger Simon Fisker, der er ESG Lead i Business Banking, Nordea Danmark.



Simon Fisker holder oplæg

Han understreger, at Nordea er finansiel partner for virksomhederne, og derfor skal rådgiverne tale med kunderne om ESG fra et finansielt og kommercielt perspektiv:

“Vi skal ikke være eksperter i ESG. Men fordi der er kommercielle muligheder i den grønne omstilling, er det helt naturligt, at vi som business partner spørger ind til kundens ESG-arbejde, og hvordan det er indarbejdet i virksomhedens strategi og forretningsmodel. ESG og forretningsstrategi bliver mere og mere til ét. Derfor er det vores opgave som bank at forstå, hvordan transitionen påvirker forretningsmodellen og hvordan vi kan understøtte deres målsætninger med finansiell rådgivning og produkter. ESG bliver helt naturligt en større del af vores dialoger med kunderne”.

Udviklingen går stærkt

En af de virksomheder, der var mødt op for at suge inspiration til sig, var JRV Ventilation i Greve med lidt over 20 ansatte:

“Jeg fik øjnene op for det hurtige tempo, som det her område udvikler sig i. Det flytter sig hele tiden, og derfor er det vigtigt at suge ny viden til sig. Vi er måske ikke first movers, men vi skal være med. Og så må vi asfaltere, mens vi kører. Det er også tydeligt for mig, at ESG er noget, der påvirker hele værdikæden, og ingen går fri. Samtidigt er det også vigtigt, at man ikke går for hurtigt frem, for det skal gøres ordentligt. Her har banken også en opgave i at forstå kunden og hjælpe virksomheden i den ønskede retning,” fortæller Daniel Rasmussen, der er administrerende direktør i JRV Ventilation.

Customer Pulse

Hvad er ESG?

ESG står for "environmental, social and governance", dvs. miljø-, sociale og ledelsesmæssige forhold. Det omtales også ofte som bæredygtighed. I en forretningsmæssig sammenhæng handler bæredygtighed om virksomhedens forretningsmodel, dvs. hvordan produkter og serviceydelser bidrager til en bæredygtig udvikling. Det handler også om virksomhedens risikostyring, dvs. hvordan den styrer sin drift for at reducere sin negative indvirkning på fx miljø og samfund.

Netop bankens rolle var også på agendaen, da Simon Fisker holdt et indledende inspirationsoplæg

om Nordeas egne ESG-målsætninger, og hvordan banken gennem finansiering – eksempelvis grønne lån og sustainability-linked loans – understøtter virksomhedernes grønne målsætninger.

Herefter tog konsulenthuset KissCSR over og gav konkrete eksempler på virksomheder, der arbejder ambitiøst med ESG og ser det som en forretningsmulighed til at åbne for nye kundegrupper eller nye produkter.

Slutteligt gik Nikolaj Juhl Hansen, partner i advokathuset Dreist Storgaard, på scenen og fortalte, hvad man skal være opmærksom på for at undgå risiko for greenwashing i markedsføring. Det handler blandt andet om at passe på med at bruge ordet 'bæredygtig', 'klimavenlig' og 'miljörigtig', hvis man ikke kan dokumentere det.



Fra højre Simon Fisker, Jan Ottesen og Bente Larsen sammen med de tre eksterne eksperter



Bente Larsen og Jan Ottesen er initiativtagerne bag arrangementet

Efter tre timers oplæg, Q&A og netværk sluttede arrangementet, og de knap 40 virksomheder tog tilbage til hverdagen igen - forhåbentlig med ny inspiration til at få endnu bedre greb om ESG-arbejdet. Teamet bag arrangementet har sidenhen fået god feedback fra deltagerne.

Oplæggene blev optaget, så hvis du er nysgerrig efter at lære mere om ESG, kan du finde videoerne [her](#).

Hvad gør vi for at kunne tale med kunderne om ESG?

ESG er et emne, som får stigende indflydelse på kundernes hverdag og bundlinje. Derfor sørger vi løbende for, at vores erhvervsrådgivere trænes i at tale om ESG ud fra et finansielt perspektiv. Tidligere i år startede 25 erhvervsrådgivere et nyt uddannelsesforløb om ESG i Kolding.

Derudover har vi konkrete værktøjer at tilbyde kunderne:

- Nordea har lavet en bæredygtighedsguide til erhvervskunder, der ønsker at komme i gang med ESG-arbejdet: <https://www.nordea.dk/erhverv/din-virksomhed/drive-virksomhed/hvad-er-en-baeredygtig-virksomhed.html>
- Nordea har indgået samarbejde med Normative, der er et digitalt værktøj til at udregne klimaaftryk i virksomheder