



EPSI Laajakaista 2025

2025

MITEN TYYTYVÄISIÄ SUOMALAISET OVAT
PÄÄASIAALLISEEN LAAJAKAISTAOPERAATTORIINSA?

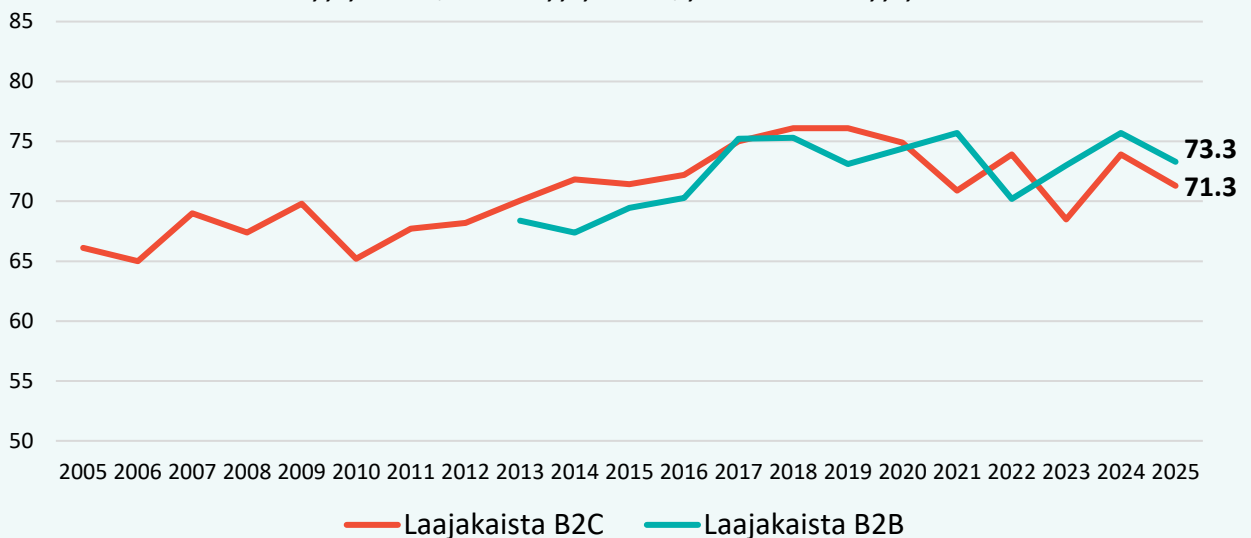
EPSI Ratingin vuoden 2025 laajakaistatutkimus kertoo, että suomalaiset asiakkaat ovat aiempaa kriittisempiä laajakaistaoperaattoreita kohtaan. Sekä kuluttaja- että yritysasiakkaiden kokonaistyytyväisyys on laskenut, vaikka verkkojen tekninen laatu ja palveluiden kattavuus pysyvät korkealla tasolla.

Asiakastyytyväisyys on viime vuosina saanut nousun ja laskun väliä. Tulokset ovat mittaushistoriallisesti edelleen kelpolla tasolla sekä kuluttajien että yritysten parissa, mutta etenkin kuluttajien keskuudessa tyytyväisyyden taso on yksittäisistä nousun vuosistaan huolimatta jämähtämässä suhteellisen kauas parhaista lukemistaan, jotka mitattiin 2018-2019 Yritysasiakkaat ovat nyt kolmatta vuotta putkeen yksityisasiakkaita tyytyväisempiä. ”Alan tyytyväisyys ei lukeudu eri alojen korkeimpiin, mutta siinä missä eroa viime vuosien parhaiden tyytyväisyyslukemien aloihin on nelisen indeksipistettä, eroa matalimpien alojen lukemiin on nelisentoista”, suhteuttaa Heidi Laitinen, EPSI Rating Finlandin maajohtaja.

Asiakastyytyväisyyden kehitys

Laajakaistaliittymäasiakkaat

Alle 60=tyytymätön, 60-75=tyytyväinen, yli 75=erittäin tyytyväinen



Tutkimus osoittaa, että **asiakkaiden odotukset ovat madaltuneet**, mikä kertoo ennen kaikkea pettymyksestä – ei siitä, että asiakkaat olisivat tyytyväisempiä. Moni ei enää odota yhtä paljon kuin aiemmin, koska ei usko saavansa parempaa.

”Odotusten lasku on aina hälytysmerkki”, kertoo Laitinen. ”Se tarkoittaa, että asiakkaat ovat menettäneet uskoa parannuksiin. Jos odotusten annetaan laskea liikaa, mennään vaarallisille vesille – silloin asiakassuhde ei enää perustu luottamukseen, vaan tottumukseen. Tällöin asiakastyytyväisyyttä sekä uskollisuuden tasoa on entistä vaikeampaa nostaa.”

Luvut kertovat selvästi, että **asiakkaiden kasvanut tyytymättömyys ei liity niinkään verkon toimivuuteen**, vaan siihen, miten palvelua koetaan ja miten asiakkaisiin suhtaudutaan. EPSI-analyysi osoittaa, että juuri **odotukset (-4,2)** ja **imago (-2,9)** ovat laskeneet jyrkimmin toimialalla, kun taas **tekninen laatu** pysyy vakaana

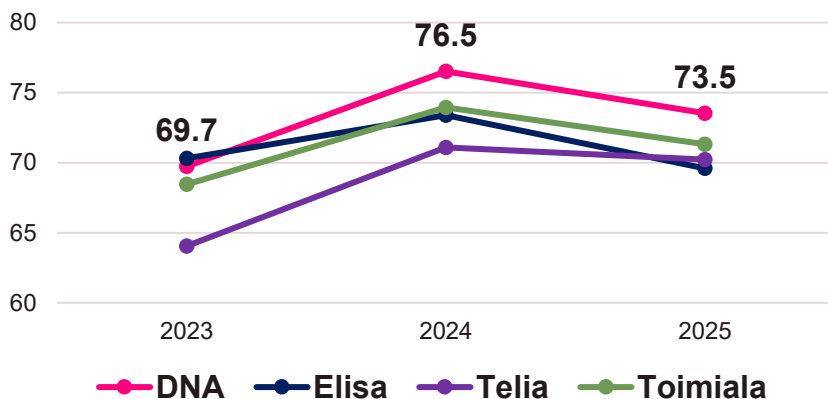
**EPSI Rating on riippumaton ja voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka analyysimalli perustuu yli kolmen vuosikymmenen tutkimustyölle. EPSI Rating Groupin omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.*

DNA säilyttää kärkisijan – mutta ero kapenee

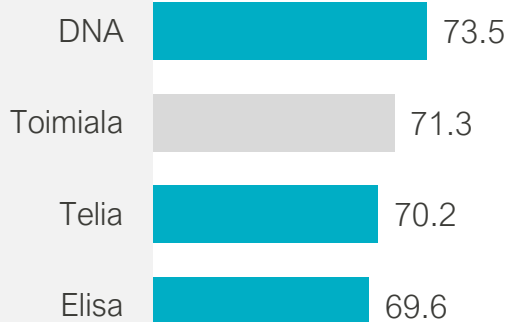
Vuoden 2025 tutkimuksessa kuluttaja-asiakkaiden kokonais-tyytyväisyys on laskenut arvoon **71,3 (-2,6)**. Kärkipaikkaa pitää edelleen **DNA (73,5 / -3,0)**, mutta sen etumatka kilpailijoihin on kaventunut. **Telia (70,2 / -0,9)** onnistuu pitämään tuloksensa vakaampina, kun taas **Elisa (69,6 / -3,8)** kokee suurimman notkahduksen.

”DNA:n vahvuus on ollut tasaisuus ja ennustettavuus, asiakas kokee olevansa hyvissä käsissä,” Laitinen toteaa.

Laajakaista B2C - Asiakastyytyväisyyden kehitys



Asiakastyytyväisyys 2025 Laajakaistaliittymät, yksityisasiakkaat



DNA saa edelleen parhaat arvostukset esimerkiksi **tuotelaadusta, luotettavuudesta** ja etenkin **rahalle saatavasta vastineesta**. Se on onnistunut luomaan kokonaisuuden, jossa peruspalvelu toimii, ja asiakas kokee saavansa sen, mitä on luvattu.

”Erot toimijoiden tuloksissa ovat sinänsä maltillisia, ja tavanneet olla telekomissa maltillisia verrattuna eroihin useimpien muiden toimialojen sisällä. DNA:n onnistuu kuitenkin pysytellä varsin selvänä ykkösenä”, Laitinen päättää.

Telia onnistuu vakauttamaan kokemusta

Telian tulos laskee vain lievästi, ja se on merkki onnistuneesta asiakaskokemuksen hallinnasta. **Tuotelaadulliset tekijät ja kilpailukykyisyys** ovat Telian keskeisimpiä vahvuuksia toimialan keksitasoon suhteutettuna, ja asiakkaat kokevat yhtiön toimivana ja luotettavana perusoperaattorina. Sen heikkous on kuitenkin **palvelulaadun tunneulottuvuudessa**. ”Teliällä on potentiaalia nousta DNA:n rinnalle, jos se pystyy viemään palvelukokemuksensa seuraavalle tasolle.”, lisää Laitinen

Elisa menettää otetta lähes kaikilla osa-alueilla

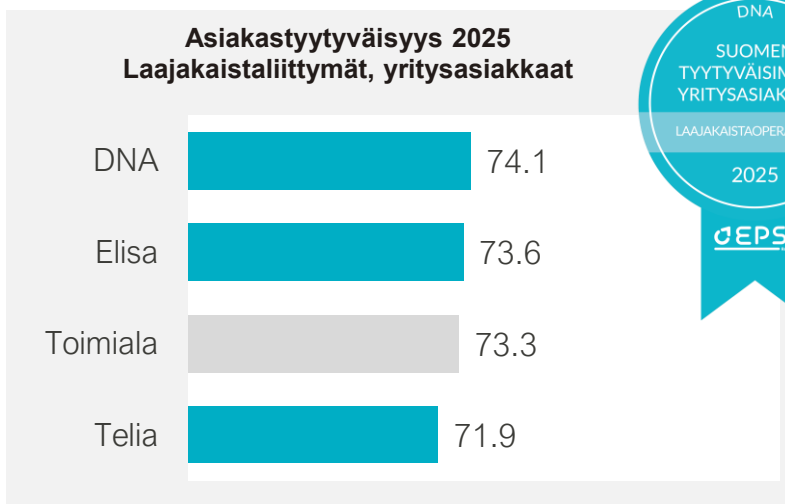
Elisan tulos laskee eniten kaikista toimijoista. Sen asiakkaat arvioivat heikoksi erityisesti **proaktiivisuuden, asiakkaan arvostamisen ja avun saannin**. Elisan haaste ei ole tekniikassa, vaan **luottamuksessa ja palveluasenteessa**. Kun asiakas ei tunne itseään tärkeäksi, tyytyväisyys ei pysy yllä, vaikka yhteys toimisi moitteettomasti. ”Elisan tulos on hyvä muistutus siitä, että hyvä teknologia ei yksin riitä. Asiakkaat kaipaavat välittämistä, eivät vain palvelun suorittamista”

Yritysassiakkaiden osalta vuoden 2025 EPSI-tutkimus kertoo maltillisesta laskusta, mutta samalla asiakassuhteen dynamiikan muutoksesta. Toimialan keskiarvo on nyt 73,3 (–2,4), ja **kärkipaikkaa pitää edelleen DNA** (74,1 / –2,4) ennen Elisaa (73,6 / –1,6) ja Teliaa (71,9 / –3,3).

Erot operaattorien välillä ovat pieniä, mutta tulosten taustalta paljastuu selkeä viesti: **yritysassiakkaat vaativat yhä enemmän kumppanuutta, eivät vain palvelua**. Odotukset palvelun kehitykselle ja yhteydenpidolle pysyvät korkeina, ja vaikka tekninen laatu on vakaata, **luotettavuuden ja avun saannin arviot ovat heikentyneet**.

DNA vahvimpana

DNA säilyttää johtopaikkansa myös yritysasiakassegmentissä. Yritykset arvioivat sen erityisen vahvaksi esimerkiksi **tuotelaadussa, asiakaspalvelun joustavuudessa ja rahalle saatavassa vastineessa**.



”Ykkössija sekä yksityis- että yritysasiakkaiden parissa tarkoittaa, että DNA:lla on kokonaisuutensaakin vertailun tyytyväisimmät asiakkaat. Asiakastyytyväisyys luo alalla kuin alalla asiakasuskollisuutta, eikä ole yllättävää, että DNA:lle mitattiin myös korkein uskollisuus”, Laitinen tähdentää.

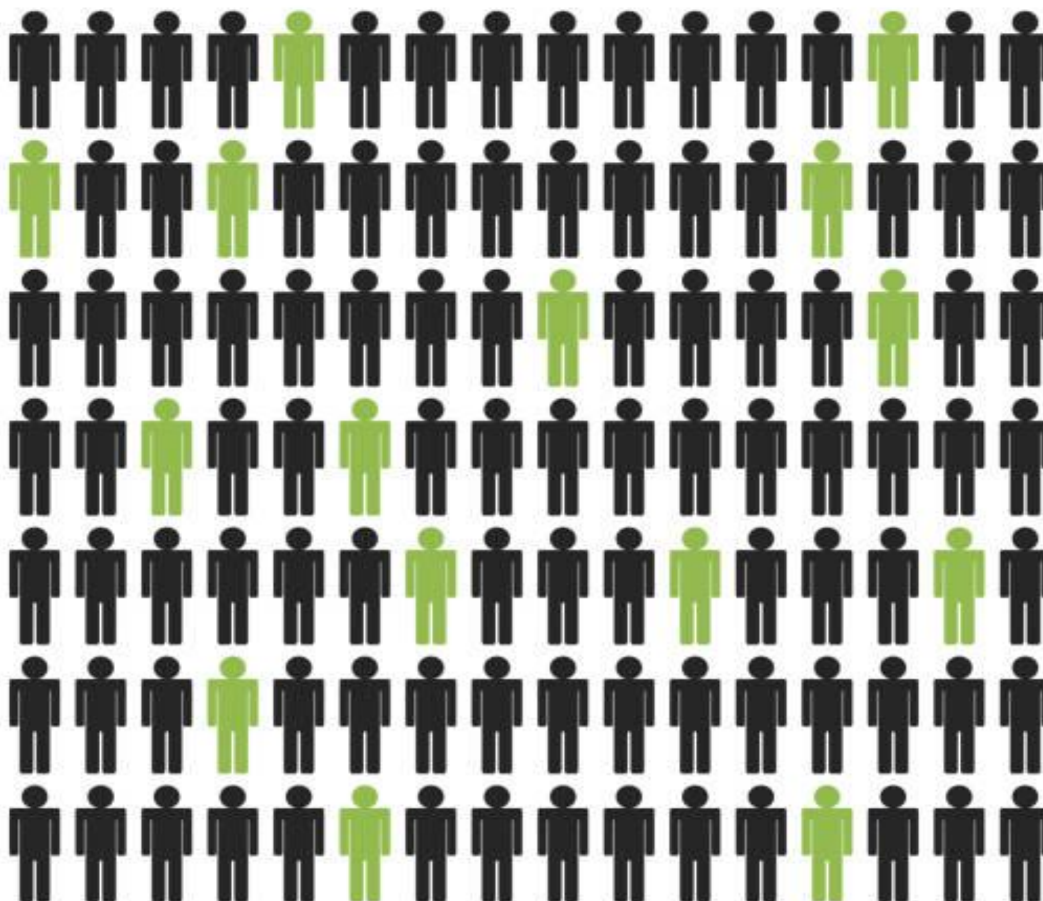
Elisa kaventaa eroa – palvelun sisältö ratkaisee

Elisa onnistuu kirimään DNA:n tulosta kiinni erityisesti **tuotelaadun ja asiakaspalvelun perusmittareissa**. Yritysassiakkaat arvostavat Elisan teknologista varmuutta ja palvelun kattavuutta, mutta toivovat parempaa **asiakasviestintää ja henkilökohtaisempaa otetta**.

Telia menettää eniten – palvelulaadun tunne heikentynyt

Telian tulos laskee yritysasiakkailla eniten (–3,3 pistettä). Vaikka esimerkiksi asiakkaana olon vaivattomuus on säilynyt asiakkaiden mukaan hyvällä tasolla, **asiakaskokemuksen tunneulottuvuus** ja myös **nykyisen tilauksen soveltuvuus on arvioitu aiempaa heikommin arvosanoin**.

■ Population ■ Sample



EPSI RATINGISTA

EPSI Rating on voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.

EPSI Rating perustettiin EU-tutkimushankkeena Tukholman kauppakorkeakoulussa vuonna 1989, ja organisaatio on toteuttanut Suomessa kansallisia laatuindeksejä mittaavia toimialatutkimuksia vuodesta 1999 asti.

Organisaation toiminta keskittyy Pohjoismaihin, mutta tutkimuksia tehdään myös esimerkiksi Iso-Britanniassa ja Hollannissa. Suomessa EPSI Rating tunnetaan erityisesti toimialatutkimuksistaan (pankki ja rahoitus, vakuutus, sähkön vähittäismyynti, kaukolämpö, sähkönsiirto, sähköautojen latauspisteet, telekommunikaatio, uudisasuntorakentaminen, henkilöliikenne) mutta yhteistyötä tehdään myös useiden muiden eri toimijoiden kanssa niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla.

Lue lisää kotisivuiltamme!

<https://www.epsi-finland.org/>

TUTKIMUKSESTA

EPSI Data Collection Services haastatteli tutkimukseen noin 1 200 yksityis- ja yritysasiakasta syyskuussa 2025. Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0–60 on tyytymätön, 60–75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Asiakastyytyväisyyden virhemarginaalit ovat yleisesti haarukassa n. +/- 2,5-3 indeksipistettä asteikolla 0-100.

Tilastollinen luottamustaso on 95%.

Lisätietoja tutkimuksesta:

Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

› Heidi.laitinen@epsi-finland.org

› +358 50 40 68 796