

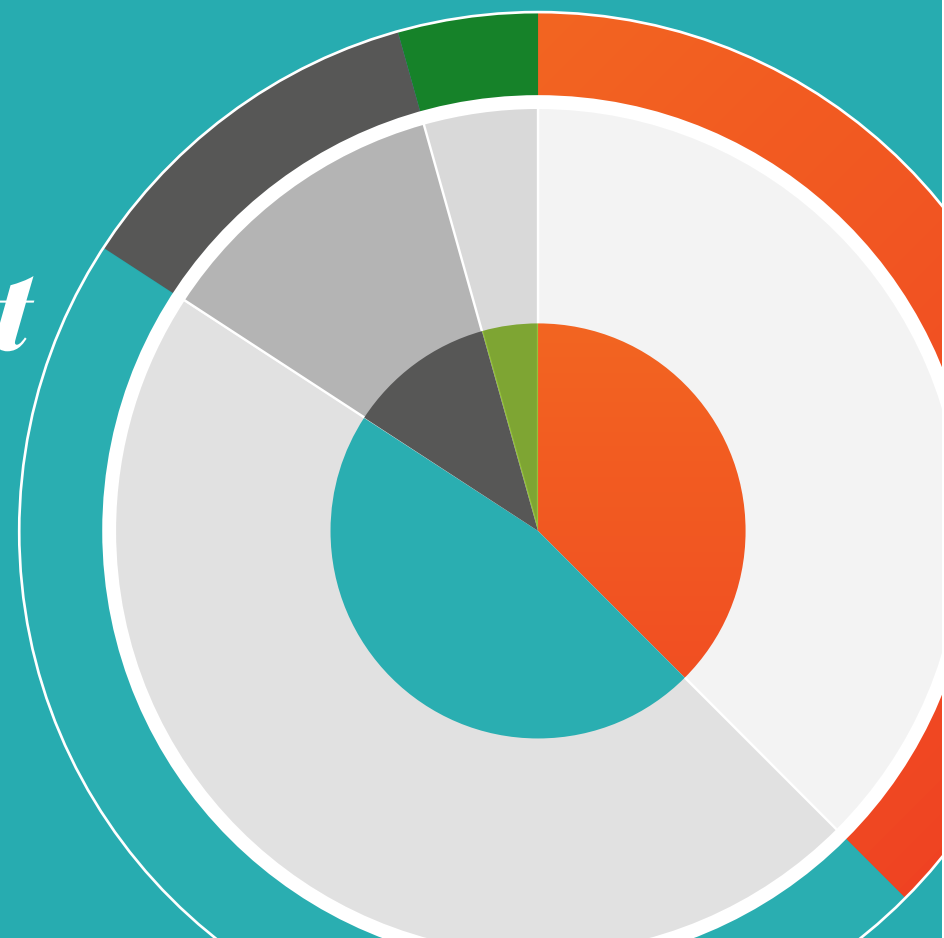
# *Göteborgs stad* *Upphandlingsbolaget*

## *Kundundersökning*

Oktober 2016

---

Genomförd av Enkätfabriken





# *Innehållsförteckning*

Sammanfattande reflektioner.....	3
Bakgrund.....	4
Sammanfattande NKI.....	7
Förklaring åtgärdsmatris.....	12
Information och kontakt.....	13
Ramavtal och tjänster.....	20
Hållbarhetsmål.....	25
Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar.....	27
Avtalsgrupper.....	36
E-handelssystemet Winst.....	40
Fritext.....	47



# Sammanfattande reflektioner

Generellt kan man konstatera att nöjdheten bland kunderna tydligt har ökat sedan föregående mätning. Detta både gällande generell nöjdhet (NKI) men även flertalet frågeområden. Gällande några frågor har det skett en väldigt tydlig positiv utveckling från föregående mätning. Avseende frågan om Winst underlättar i beställarrollen samt frågan om ramavtalsleverantörernas förmåga att leverera har det skett en förbättring med hela 0,7 punkter. Väldigt tydlig positiv utveckling (förbättring med 0,5-0,6 punkter) har även skett avseende frågorna:

- Informationsmötet i samband med avtalsstart gav mig kunskaper som jag har nytta av i beställarrollen
- Upphandlade ramavtal är tydliga och lätta att förstå sig på
- Från Upphandlingsbolaget kan jag få hjälp om jag behöver när det gäller inköp och upphandling
- Upphandlingsbolagets ramavtal underlättar mitt arbete

På totalnivå finns det inga frågor som gått i negativ riktning när man jämför med resultatet från år 2014. Det finns två frågor som är på samma nivå. Den ena är frågan huruvida det är lätt att hitta rätt ramavtal. Vad gäller denna fråga är även kunderna generellt mindre nöjda. Den andra frågan som är på exakt samma nivå som föregående mätning är om kunderna i kontakt med Upphandlingsbolaget möttes med trevligt och korrekt bemötande. Vad gäller denna fråga är dock nöjdheten bland kunderna redan hög.

Vid en analys av åtgärdsmatriserna så framkommer det att det finns vissa

frågor där nöjdheten är lägre och där effekten på NKI är hög. Dessa frågor bör prioriteras att förbättra för att öka kundnöjdheten ännu mer.

## **Prioritera att förbättra:**

- Upphandlingsbolaget förstår min verksamhets behov
- Upphandlingsbolagets ramavtal är fördelaktiga för min verksamhet
- Upphandlingsbolagets ramavtal underlättar mitt arbete
- Upphandlade ramavtal är tydliga och lätta att förstå sig på
- Det är lätt att hitta avtal/produkter i Winst (viktigt att prioritera om man vill öka nöjdheten med Winst generellt sett)

Frågor som är på en god nivå och som visar en hög effekt på NMI är bra att prioritera för att de ska bevaras på en god nivå, alternativt prioriterar man att förbättra de aspekterna ytterligare.

## **Prioritera att bevara (alternativt förbättra ytterligare):**

- Från Upphandlingsbolaget kan jag få hjälp om jag behöver när det gäller inköp och upphandling
- Jag hade nytta av den hjälp jag/vi fick från Upphandlingsbolaget
- Den hjälp jag/vi fick från Upphandlingsbolaget motsvarade mina förväntningar

Frågorna som hamnar i eller nära de grå fältet i åtgärdsmatriserna ska inte förbises i utvecklingsarbetet, men de har inte högst prioritet i utvecklingsarbetet.



# Bakgrund

## Syfte

Upphandlingsbolaget har sedan en lång tid tillbaka arbetat med att mäta kundnöjdhet. Enkätfabriken har i år för Upphandlingsbolagets räkning genomfört en uppföljande kundundersökning. Syftet med undersökningen är att skapa en bild av hur kunderna ser på de tjänster som Upphandlingsbolaget tillhandahåller och kartlägga vilka faktorer som påverkar synen i positiv eller negativ riktning samt för att mäta utvecklingen över tid. Frågorna i undersökningen har utformats av Upphandlingsbolaget och Enkätfabriken med avsikten att fånga in de aspekter som är mest relevanta att mäta.

### **Kontaktperson hos Upphandlingsbolaget har varit:**

Annelie Gärdmark  
annelie.gardmark@uhb.goteborg.se

### **Projektledare för undersökningen har varit:**

Cecilia Helander  
cecilia.helander@enkätfabriken.se

### **Analys och bearbetning av data har genomförts av:**

Gustav Leander  
gustav.leander@enkätfabriken.se

## Genomförande

Undersökningen genomfördes under september - oktober 2016. Svaren samlades in via en webbenkät och inbjudan att delta sändes per e-post till kunderna. Två påminnelseutskick genomfördes till de som vid tidpunkten för de aktuella utskicken inte hade svarat färdigt på undersökningen.

	tidpunkt
inbjudan	2016-09-28
1:a påminnelse	2016-10-05
2:a påminnelse	2016-10-11
undersökning stängd	2016-10-19



# Bakgrund

## Kundsegmentering

Respondenterna segmenteras på två olika nivåer; dels efter målgrupp och dels efter organisationstillhörighet. Målgrupperna kategoriserades enligt följande:

**A-kund:** Inköpare och upphandlare i staden och kranskommunerna. Den grupp som kan mest om inköp/upphandling. Den viktigaste kontakten.

**B-kund:** Stadsdelschefer, förvaltningschefer och VD:ar.

**Ledare:** Stadens ledare. Har personal- och budgetansvar. Dessa är viktiga nyckelpersoner.

**Beställare:** Registrerade med användarnamn i Winst.

**Övriga:** Vid sidan av övriga grupper. Varit med i avtalsgrupper, byråsekreterare/administratörer, ofta de som utför beställningarna, deltagit på utbildningar mm.

För kunder som ingick i fler än en målgrupp tillämpades följande prioriteringsordning: B-kund, A-kund, Ledare, Beställare, Övriga.

Segmentering gjordes även utifrån organisationstillhörighet: **stadsdelsförvaltning, fackförvaltning, bolag** och **samverkan**.

## Urval och svarsfrekvens

Sammanlagt har 1446 av 6610 svarat på hela undersökningen, vilket ger en svarsfrekvens om 22 procent. Bland A-kunder är svarsfrekvensen klart högre än i övriga grupper.

	Urval	Svar	Svarsfrekvens
A-kund	230	97	42%
B-kund	59	13	22%
Beställare	2832	755	27%
Ledare	1477	288	19%
Övrigt	2012	293	15%
Totalt	6610	1446	22%

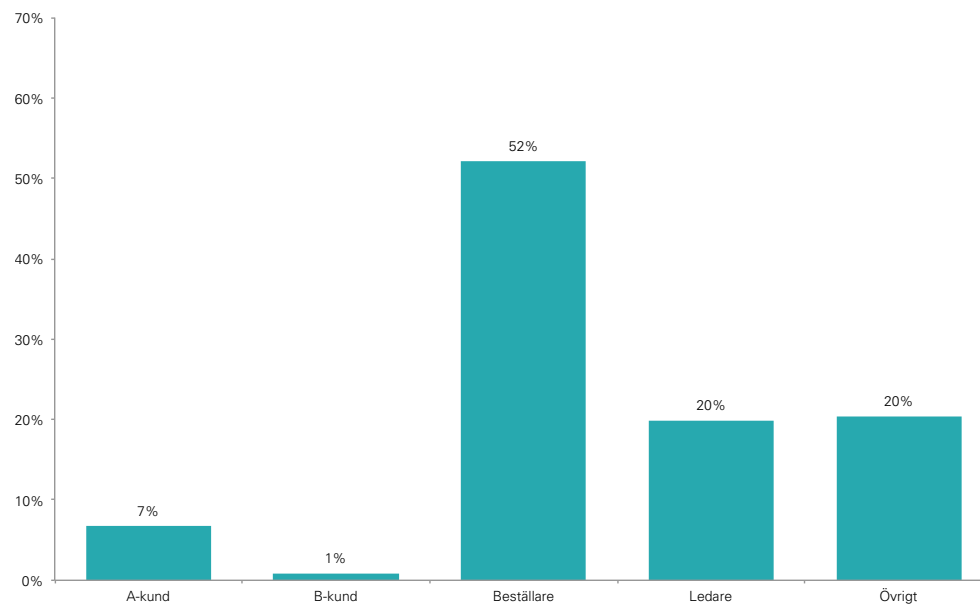
	Urval	Svar	Svarsfrekvens
Bolag	849	193	23%
Fackförvaltning	1679	435	26%
Samverkan	148	37	25%
Stadsdelsförvaltning	3934	781	20%
Totalt	6610	1446	22%



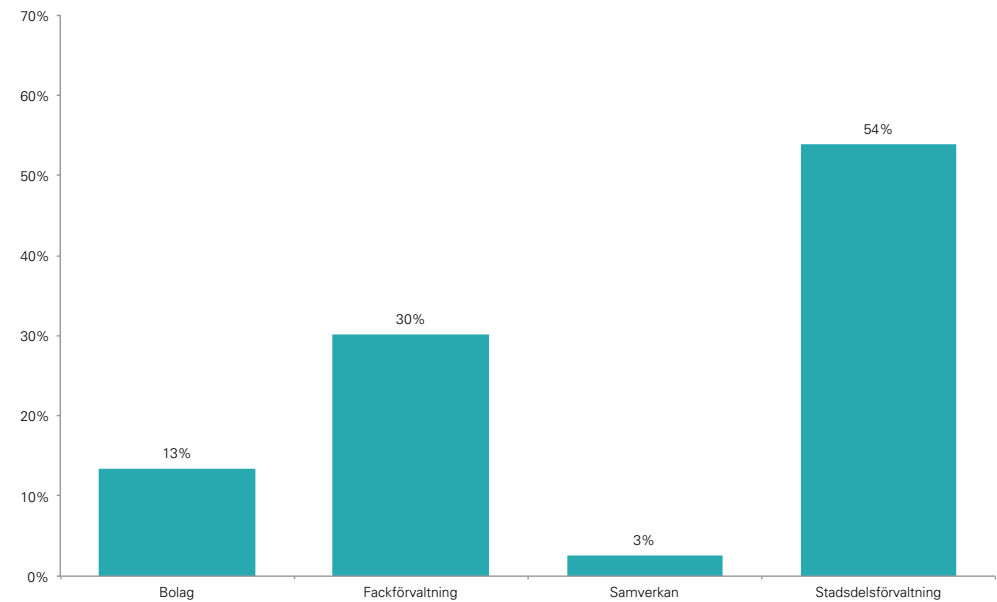
# Bakgrund

I diagrammen nedan redovisas svarsfördelningen per målgrupp och organisationstillhörighet. Flest svarande finns bland beställare inom målgrupperna samt stadsdelsförvaltningarna inom organisationstillhörighet.

## Målgrupp



## Organisationstillhörighet





# Sammanfattande NKI

## Resultat NKI

I figuren nedan redovisas medelvärden för de olika frågeområden som kundundersökningen delades upp i. Värdena är angivna på skala 1-5, där 5 är det högsta värdet.

**NKI 2016  
ÄR 3.4**

FRÅGEOMRÅDEN	2016
NKI	3.4
Information och kontakt	3.7
Ramavtal och tjänster	3.1
Hållbarhetsmål	3.6
Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar	3.9
Avtalsgrupper	3.8
E-handelssystemet Winst	3.3

	A-kund	B-kund	Beställare	Ledare	Övriga	Bolag	Fackförvaltning	Samverkan	Stadsdelsförvaltning
NKI	3.5	3.6	3.4	3.2	3.4	3.2	3.3	3.5	3.4
Information och kontakt	3.7	3.9	3.7	3.6	3.7	3.6	3.6	3.7	3.7
Ramavtal och tjänster	3.2	3.2	3.2	3.0	3.1	2.9	3.0	3.8	3.2
Hållbarhetsmål	3.7	3.9	3.6	3.6	3.5	3.5	3.5	4.0	3.6
Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar	4.0	3.9	4.0	3.7	3.9	3.9	4.0	3.4	3.9
Avtalsgrupper	3.6	3.9	3.8	3.7	3.8	3.7	3.6	4.1	3.9
E-handelssystemet Winst	3.3	3.5	3.3	3.4	3.2	3.0	3.3	3.1	3.4

## NKI-frågor

För att ge ett sammanfattande mått på kundernas nöjdhet med Upphandlingsbolaget generellt sett, ställdes i undersökningen tre så kallade nöjd-kund-index-frågor. Resultaten för dessa tre frågor redovisas i figuren nedan. Medelvärdet för de tre frågorna är bolagets generella NKI-värde. Detta värde är i årets undersökning 3.4. Värden från mätningen år 2014 redovisas också, dock ställdes enbart en NKI-fråga år 2014. Sett till frågan avseende hur nöjda kunderna är totalt sett under det senaste året framgår att nöjdheten har ökat sedan 2014.

	2016	2014
Hur nöjd är du totalt sett med Upphandlingsbolaget utifrån dina erfarenheter under det senaste året, om du väger in alla relevanta aspekter?	3.4	3.2
Hur motsvarar Upphandlingsbolagets tjänster dina förväntningar?	3.3	-
Jag kan rekommendera Upphandlingsbolagets tjänster till andra	3.3	-



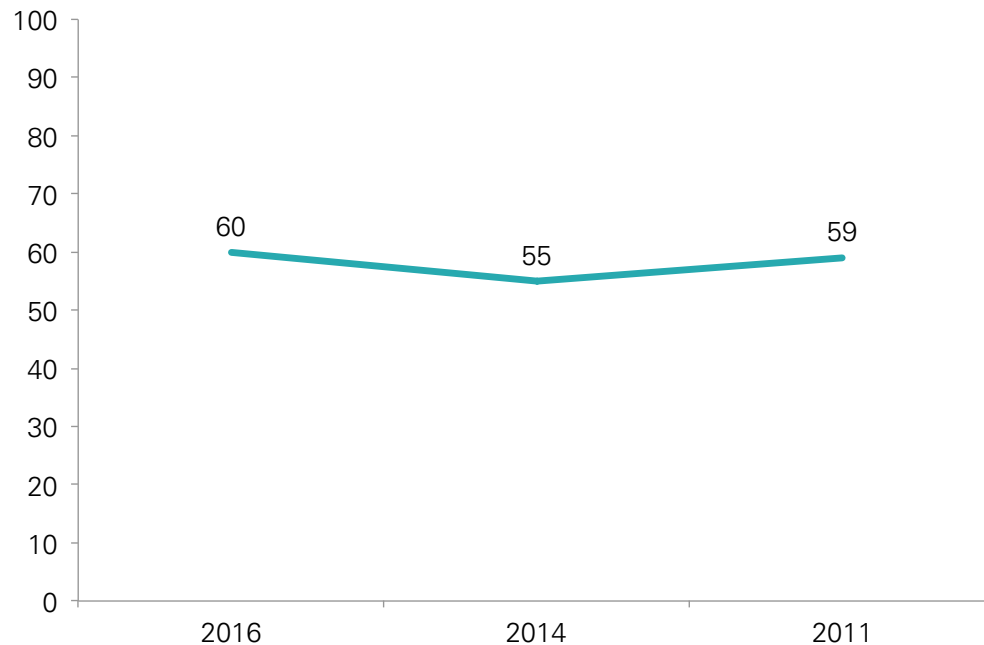
# Sammanfattande NKI enligt SCB:s indexskala

Nedan i diagrammet redovisas den NKI-fråga som är jämförbar över tid enligt SCB:s indexskala för NKI, som är ett medelvärde på en skala från 0-100. Enligt SCB klassas ett betygsindex under 40 som "inte godkänt" medan gränsen för "nöjd" går vid 55 och ett betygsindex på 75 eller högre indikerar "mycket nöjd". SCB ställer NKI-frågorna på 10-gradig skala medan man i Upphandlingsbolagets mätningar (2011, 2014 och 2016) har ställt NKI-

frågan enligt en 5-gradig skala. Indexskalan har därmed räknats ut från en 5-gradig skala.

I tabellen nedan redovisas NKI för 2016 enligt indexskalan för alla NKI-frågorna som ställdes i årets undersökning (första raden). Detta värde är 59 enligt SCB:s indexskala. Värdena för respektive NKI-fråga redovisas också.

**Hur nöjd är du totalt sett med Upphandlingsbolaget utifrån dina erfarenheter under det senaste året, om du väger in alla relevanta aspekter?**



	2016	2014	2011
NKI	59	-	-
Hur nöjd är du totalt sett med Upphandlingsbolaget utifrån dina erfarenheter under det senaste året, om du väger in alla relevanta aspekter?	60	55	59
Hur motsvarar Upphandlingsbolagets tjänster dina förväntningar?	58	-	-
Jag kan rekommendera Upphandlingsbolagets tjänster till andra	58	-	-





# Sammanfattande NKI enligt SCB:s indexskala

FRÅGEOMRÅDEN	2016 Medelvärde skala 1-5	2016 Medelvärde enligt SCB:s indexskala
NKI	3.4	59
Information och kontakt	3.7	67
Ramavtal och tjänster	3.1	53
Hållbarhetsmål	3.6	64
Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar	3.9	72
Avtalsgrupper	3.8	69
E-handelssystemet Winst	3.3	56

	A-kund	B-kund	Beställare	Ledare	Övriga	Bolag	Fackförvaltning	Samverkan	Stadsdelsförvaltning
NKI	63	64	59	55	59	56	58	63	59
Information och kontakt	68	74	67	65	66	64	66	67	68
Ramavtal och tjänster	55	55	55	50	51	48	50	70	56
Hållbarhetsmål	68	73	64	64	63	61	62	74	66
Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar	74	73	75	68	73	72	74	60	73
Avtalsgrupper	65	73	69	69	70	67	66	76	72
E-handelssystemet Winst	56	54	57	55	53	50	54	49	58

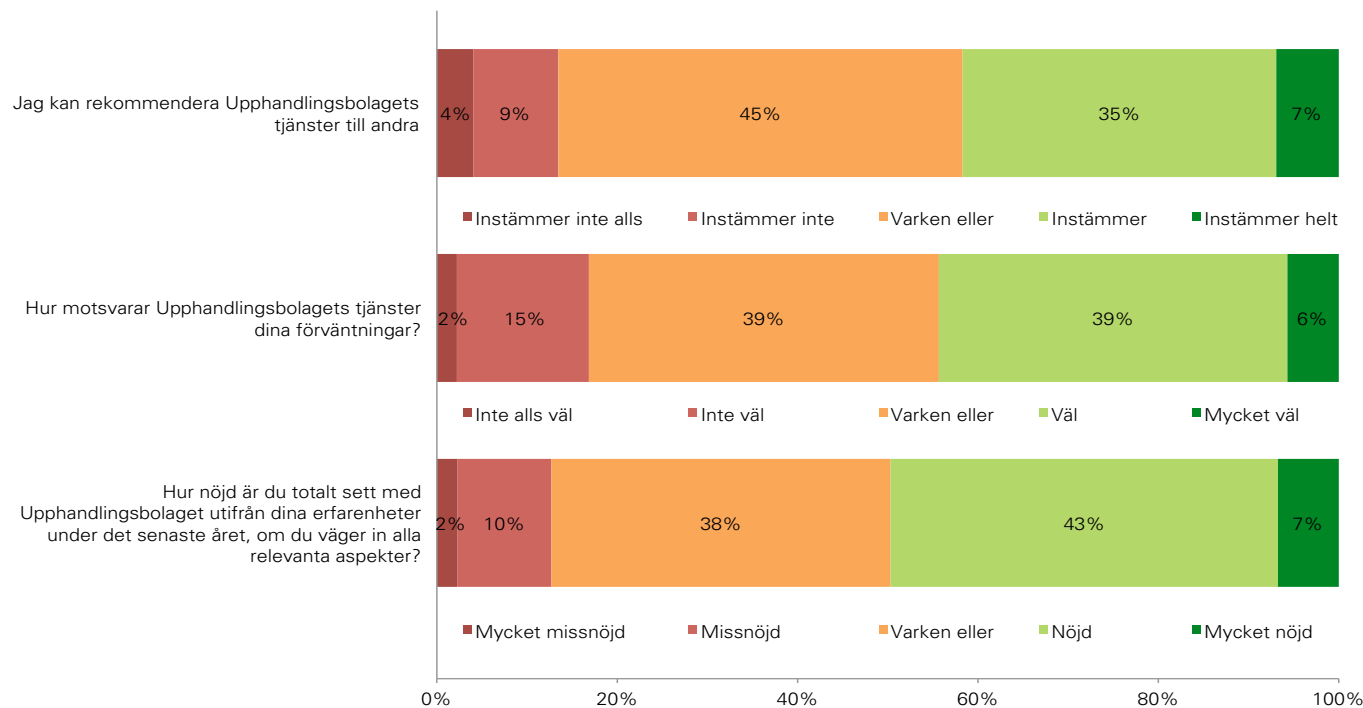


# Sammanfattande NKI

I diagrammet nedan redovisas instämmandegraden vad gäller de tre NKI-frågorna. Generellt kan konstateras att en relativt låg andel är mycket nöjda (endast 6-7 % har angett det bästa betyget, en 5:a, på alla tre frågor) samt att en ganska stor andel, runt 40 %, anger att de varken är nöjda eller missnöjda.

är nöjdare än övriga kundgrupper. Uppdelat per organisationstillhörighet framgår att de kunder som tillhör samverkan är nöjdast generellt sett.

I uppdelningen på nästa sida redovisas medelvärden för frågorna på skala 1-5, där 5 är det högsta värdet. Det framgår att A och B-kunder generellt





# Sammanfattande NKI

## Medelvärde över tid

	2016	2014
Hur nöjd är du totalt sett med Upphandlingsbolaget utifrån dina erfarenheter under det senaste året, om du väger in alla relevanta aspekter?	3.4	3.2
Hur motsvarar Upphandlingsbolagets tjänster dina förväntningar?	3.3	-
Jag kan rekommendera Upphandlingsbolagets tjänster till andra	3.3	-

## Medelvärde över tid, målgrupp

	A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Hur nöjd är du totalt sett med Upphandlingsbolaget utifrån dina erfarenheter under det senaste året, om du väger in alla relevanta aspekter?	3.6	3.3	3.7	3.0	3.4	3.5	3.3	3.5	3.4	3.6
Hur motsvarar Upphandlingsbolagets tjänster dina förväntningar?	3.4	-	3.5	-	3.4	-	3.2	-	3.3	-
Jag kan rekommendera Upphandlingsbolagets tjänster till andra	3.5	-	3.5	-	3.3	-	3.2	-	3.4	-

## Medelvärde över tid, organisationstillhörighet

	Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Hur nöjd är du totalt sett med Upphandlingsbolaget utifrån dina erfarenheter under det senaste året, om du väger in alla relevanta aspekter?	3.3	3.3	3.4	3.4	3.6	3.1	3.4	3.5
Hur motsvarar Upphandlingsbolagets tjänster dina förväntningar?	3.2	-	3.3	-	3.4	-	3.3	-
Jag kan rekommendera Upphandlingsbolagets tjänster till andra	3.2	-	3.3	-	3.6	-	3.3	-

Medelvärdena redovisas på en skala 1-5 där 5 är det högsta värdet.

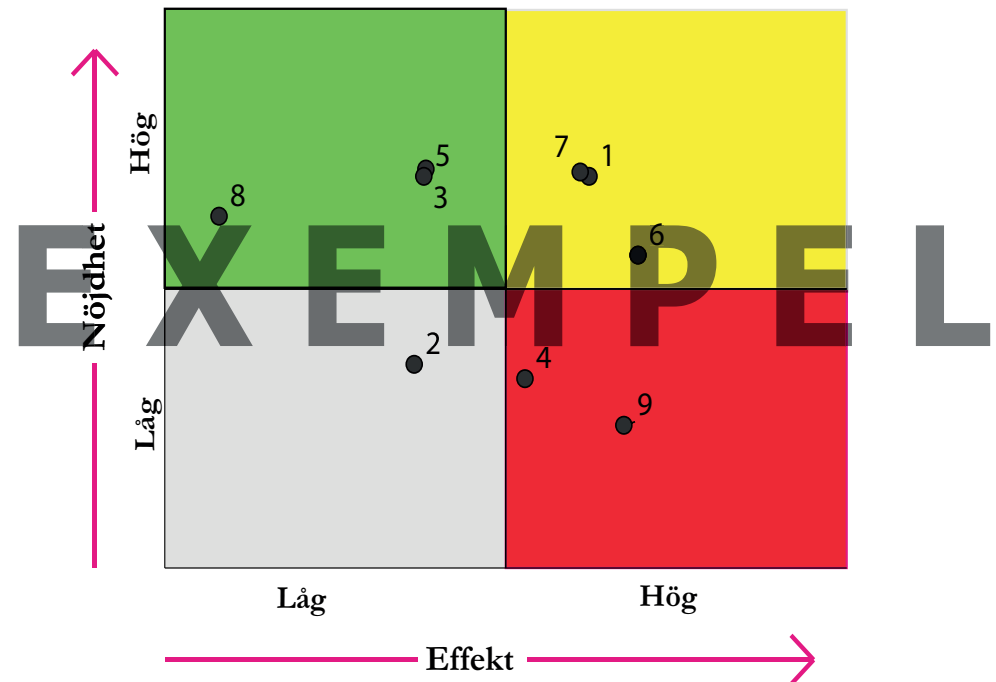


# Förklaring åtgärdsmatris

Enkätfabrikens åtgärdsmatriser syftar till att ge kunskap om både hur pass nöjda kunderna är med olika frågor och vad som har störst påverkan på deras generella nöjdhet. Genom att mäta sambandet mellan olika frågor i undersökningen och det sammantagna NKI-värdet skapas en bild av vad som har störst effekt på kundernas generella nöjdhet och vad som därför är viktigast att prioritera i ett förändringsarbete.

Matrisen är indelad i fyra olika fält. I det gröna fältet finns de parametrar med hög nöjdhet men låg påverkan på den generella nöjdheten. Dessa bör man sträva efter att bevara på en god nivå, men de är inte högst prioriterade. Det grå fältet inrymmer de parametrar som har låg nöjdhet men liten påverkan på den generella nöjdheten. Dessa bör man sträva efter att förbättra, men de är inte högst prioriterade.

Det gula fältet är värden med hög nöjdhet och hög påverkan på den generella nöjdheten. Dessa värden bör man prioritera att bevara på en god nivå alternativt utveckla för att höja nöjdheten ytterligare. Det röda fältet inrymmer parametrar med låg nöjdhet och stor påverkan på den generella nöjdheten. Det är dessa som bör ges högst prioritet i kommande förändringsarbete.





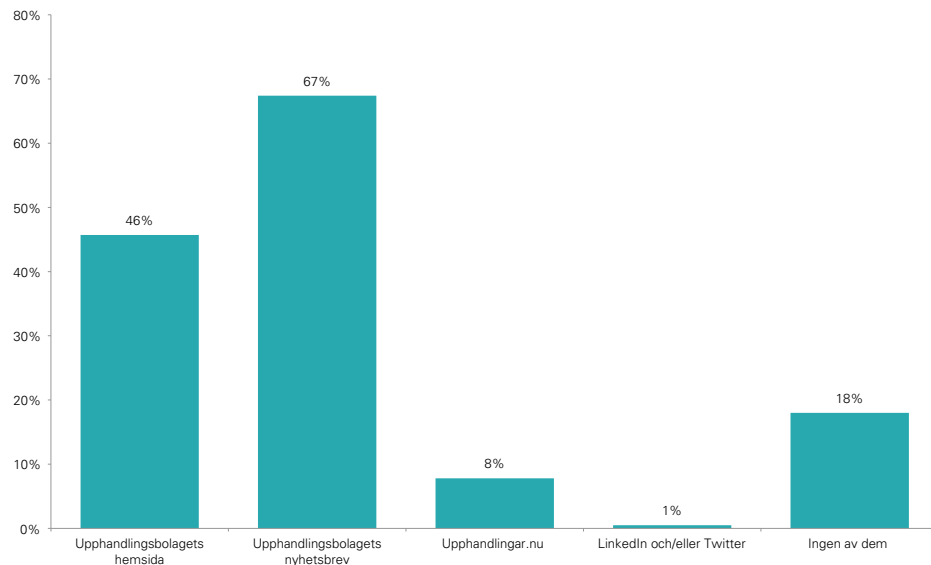
# Information och kontakt

Inledningsvis fick kunderna svara på några frågor om informationen och kontakten med Upphandlingsbolaget.

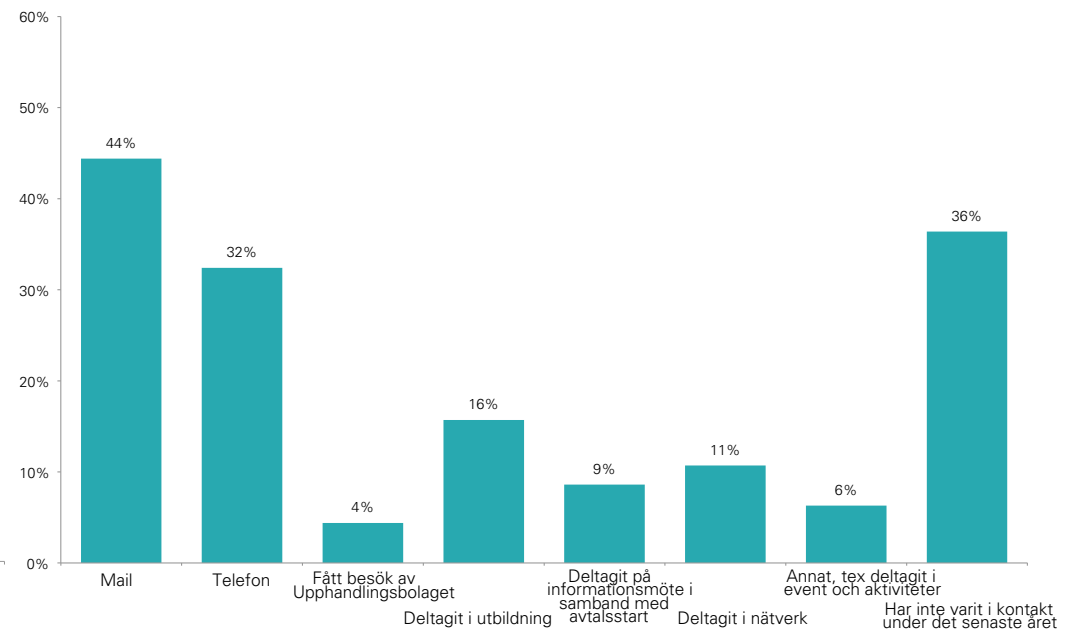
67 % av kunderna tar del av Upphandlingsbolagets nyhetsbrev och 46 % använder sig av Upphandlingsbolagets hemsida. A-kunder har använt hemsidan i högre utsträckning än övriga målgrupper, se tabellen på följande sida.

Vad gäller på vilka sätt kunderna haft kontakt med Upphandlingsbolaget det senaste året svarar störst andel, 44 %, att de haft kontakt via mail. 32 % har haft kontakt via telefon. 36 % av kunderna svarar att de inte har haft kontakt med Upphandlingsbolaget under det senaste året.

## Vilken/vilka av följande informationskanaler tar du del av/använder du dig av?



## På vilket/vilka sätt har du under det senaste året haft kontakt med Upphandlingsbolaget?





# Information och kontakt

*Vilken/vilka av följande informationskanaler tar du del av/använder du dig av?*

	A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Upphandlingsbolagets hemsida	83%	71%	39%	33%	39%	33%	45%	38%	53%	38%	53%	53%	47%	36%	73%	83%	42%	33%
Upphandlingsbolagets nyhetsbrev	86%	81%	77%	67%	67%	32%	66%	71%	65%	62%	65%	56%	69%	43%	68%	63%	67%	35%
Upphandlingar.nu	25%	41%	39%	33%	5%	5%	10%	8%	6%	5%	15%	24%	11%	10%	27%	43%	3%	3%
LinkedIn och/eller Twitter	4%		0%		0%		0%		0%		1%		1%		5%		0%	
Ingen av dem	6%	6%	23%	8%	19%	46%	20%	19%	17%	24%	15%	21%	18%	39%	19%	7%	19%	44%

*På vilket/vilka sätt har du under det senaste året haft kontakt med Upphandlingsbolaget?*

	A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Mail	89%	72%	62%	50%	39%	25%	44%	35%	43%	37%	42%	43%	49%	32%	87%	70%	40%	24%
Telefon	74%	65%	62%	42%	28%	26%	31%	27%	31%	31%	34%	45%	38%	31%	68%	47%	27%	24%
Fått besök av Upphandlingsbolaget	17%	14%	39%	25%	2%	3%	6%	4%	4%	6%	10%	12%	7%	6%	5%	7%	1%	2%
Deltagit i utbildning	30%	29%	8%	0%	16%	13%	10%	9%	17%	6%	15%	15%	21%	16%	8%	10%	13%	10%
Deltagit på informationsmöte i samband med avtalsstart	12%	23%	8%	0%	8%	7%	9%	11%	9%	8%	14%	12%	9%	10%	5%	17%	8%	7%
Deltagit i nätverk	53%	-	31%	-	6%	-	11%	-	8%	-	12%	-	13%	-	35%	-	8%	-
Annat, tex deltagit i forum	25%	26%	15%	50%	3%	7%	7%	12%	8%	12%	10%	11%	9%	13%	16%	13%	4%	6%
Har inte varit i kontakt under det senaste året	4%	14%	15%	8%	39%	51%	40%	49%	37%	40%	35%	35%	33%	45%	5%	23%	40%	53%



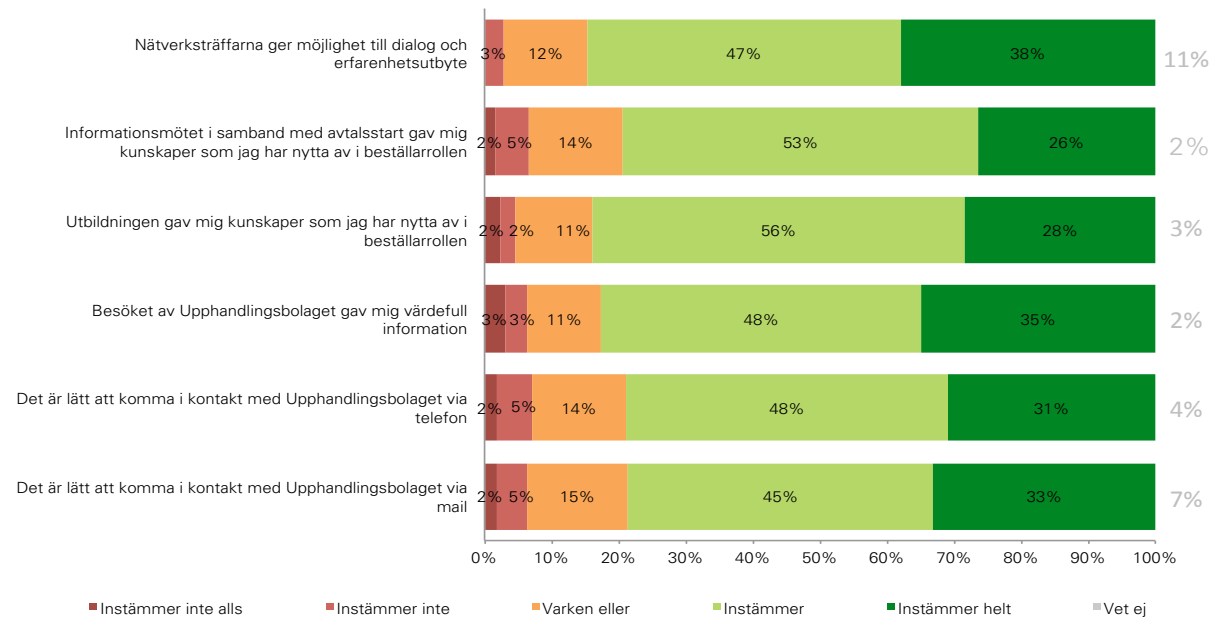
# Information och kontakt

I denna del fick kunderna ta ställning till ett antal påståenden om kontakten med Upphandlingsbolaget.

Endast de kunder som haft kontakt med Upphandlingsbolaget genom de aktuella informationskanalerna fick svara på följdfrågorna nedan. Exempelvis svarade endast de kunder som haft kontakt via mail på frågan om de tycker det är lätt att komma i kontakt med Upphandlingsbolaget via mail.

Generellt är instämmandegraden relativt hög och mellan 4-7 % anger att de inte instämmer i påståendena.

I tabellen på sida 17 framgår det att nöjdheten är på en liknande nivå som år 2014. Vad gäller utbildningen och informationsmötet i samband med avtalsstart har dock en tydlig positiv utveckling skett jämfört med föregående mätning.





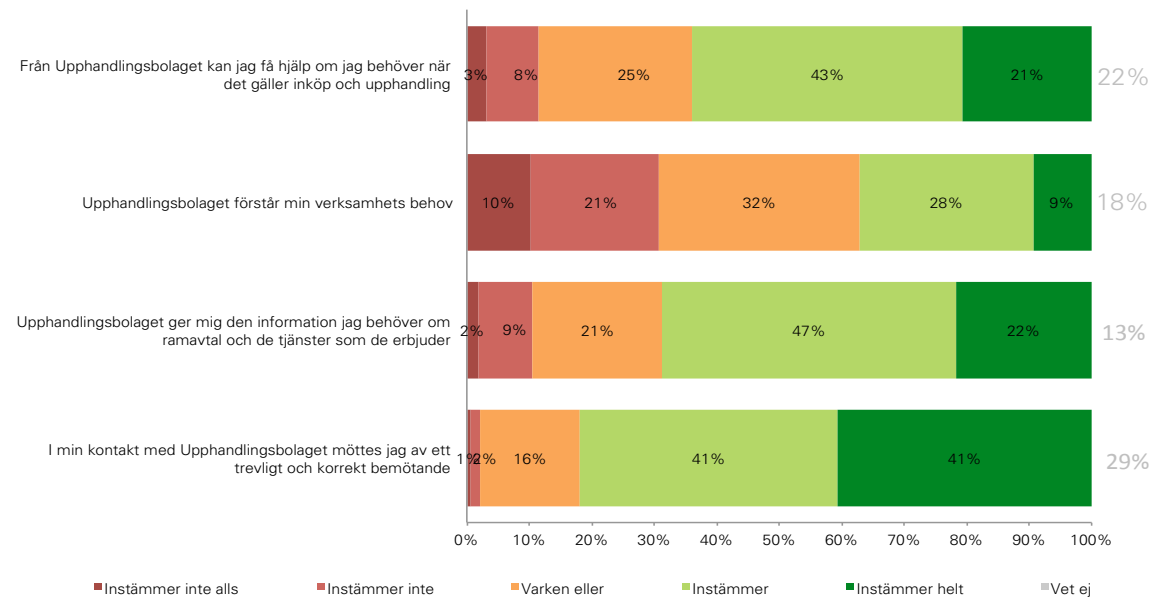
# Information och kontakt

Kunderna fick även ta ställning till några påståenden om information och bemötande från Upphandlingsbolaget. Instämmandegraden varierar i ganska stor utsträckning.

Vad gäller frågan om Upphandlingsbolaget förstår verksamhetens behov finns det en relativt stor andel kunder som uttrycker missnöje. Det finns även ett mindre missnöje vad gäller frågan om kunderna får hjälp när de behöver det samt vad gäller frågan om de får nödvändig information om ramavtal och tjänster.

Kunderna är däremot klart nöjdare med Upphandlingsbolagets bemötande. Utifrån nedrytningen på nästa sida går det bland annat att utläsa en tydlig positiv utveckling avseende frågan "Från Upphandlingsbolaget kan jag få hjälp om jag behöver när det gäller inköp och upphandling". Medelvärdet har ökat från 3,2 år 2014 till 3,7 år 2016.

Som det framgår i åtgärdsmatrisen på sida 18 har flera frågor en tydlig effekt på kundernas generella nöjdhet. Frågan om Upphandlingsbolaget förstår verksamhetens behov har hamnat i det röda fältet i åtgärdsmatrisen och kan därför vara viktig att prioritera i det kommande utvecklingsarbetet.







# Information och kontakt

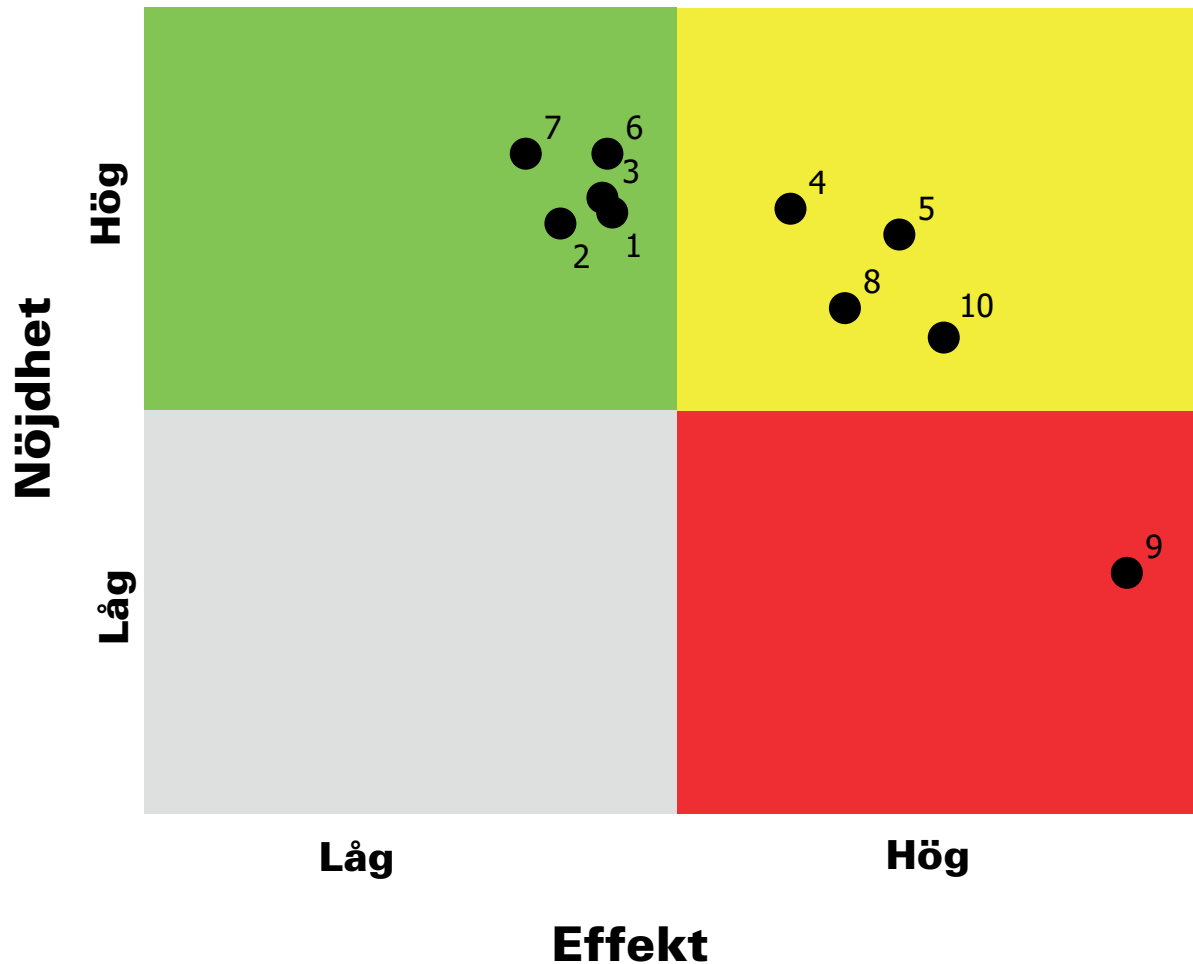
	Totalt		A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Det är lätt att komma i kontakt med Upphandlingsbolaget via mail	4.0	3.9	3.8	3.7	4.5	3.7	4.1	4.0	4.0	3.8	4.0	4.1
Det är lätt att komma i kontakt med Upphandlingsbolaget via telefon	4.0	3.9	3.8	3.7	3.7	3.5	4.1	3.9	4.0	3.9	4.1	3.9
Besöket av Upphandlingsbolaget gav mig värdefull information	4.1	3.9	4.0	3.9	4.2	3.7	3.9	3.8	4.3	3.8	4.0	4.5
Utbildningen gav mig kunskaper som jag har nytta av i beställarrollen	4.1	3.7	4.0	3.7	-	-	4.1	3.7	3.7	3.9	4.1	3.6
Informationsmötet i samband med avtalsstart gav mig kunskaper som jag har nytta av i beställarrollen	4.0	3.4	4.4	3.6	-	-	3.9	3.3	3.7	3.7	4.1	3.7
Nätverksträffarna ger möjlighet till dialog och erfarenhetsutbyte	4.2	-	4.2	-	-	-	4.2	-	4.2	-	4.1	-
I min kontakt med Upphandlingsbolaget möttes jag av ett trevligt och korrekt bemötande	4.2	4.2	4.3	4.1	4.5	3.9	4.2	4.2	4.2	4.0	4.2	4.3
Upphandlingsbolaget ger mig den information jag behöver om ramavtal och de tjänster som de erbjuder	3.8	3.5	3.5	3.3	3.7	3.0	3.9	3.5	3.7	3.5	3.7	3.6
Upphandlingsbolaget förstår min verksamhets behov	3.1	2.9	3.0	2.8	3.4	2.4	3.1	2.9	2.9	2.7	3.1	2.9
Från Upphandlingsbolaget kan jag få hjälp om jag behöver när det gäller inköp och upphandling	3.7	3.2	3.5	3.1	3.5	2.2	3.8	3.3	3.5	3.1	3.7	3.3

	Totalt		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Det är lätt att komma i kontakt med Upphandlingsbolaget via mail	4.0	3.9	3.8	3.7	4.1	3.9	3.7	3.2	4.1	4.1
Det är lätt att komma i kontakt med Upphandlingsbolaget via telefon	4.0	3.9	3.8	3.7	4.0	3.8	3.8	3.5	4.1	4.0
Besöket av Upphandlingsbolaget gav mig värdefull information	4.1	3.9	4.2	3.9	4.1	3.9	-	3.5	3.8	3.9
Utbildningen gav mig kunskaper som jag har nytta av i beställarrollen	4.1	3.7	4.0	3.8	4.0	3.8	-	3.7	4.1	3.6
Informationsmötet i samband med avtalsstart gav mig kunskaper som jag har nytta av i beställarrollen	4.0	3.4	3.8	3.2	4.0	3.5	-	2.8	4.0	3.4
Nätverksträffarna ger möjlighet till dialog och erfarenhetsutbyte	4.2	-	4.0	-	4.1	-	4.3	-	4.3	-
I min kontakt med Upphandlingsbolaget möttes jag av ett trevligt och korrekt bemötande	4.2	4.2	4.1	4.1	4.3	4.1	4.3	3.8	4.2	4.2
Upphandlingsbolaget ger mig den information jag behöver om ramavtal och de tjänster som de erbjuder	3.8	3.5	3.6	3.3	3.7	3.4	3.6	3.1	3.9	3.5
Upphandlingsbolaget förstår min verksamhets behov	3.1	2.9	2.9	2.7	2.9	2.8	3.1	2.5	3.2	3.0
Från Upphandlingsbolaget kan jag få hjälp om jag behöver när det gäller inköp och upphandling	3.7	3.2	3.6	3.1	3.7	3.2	3.4	2.9	3.8	3.3

Medelvärdena redovisas på en skala 1-5 där 5 är det högsta värdet.



# Information och kontakt: åtgärdsmatris



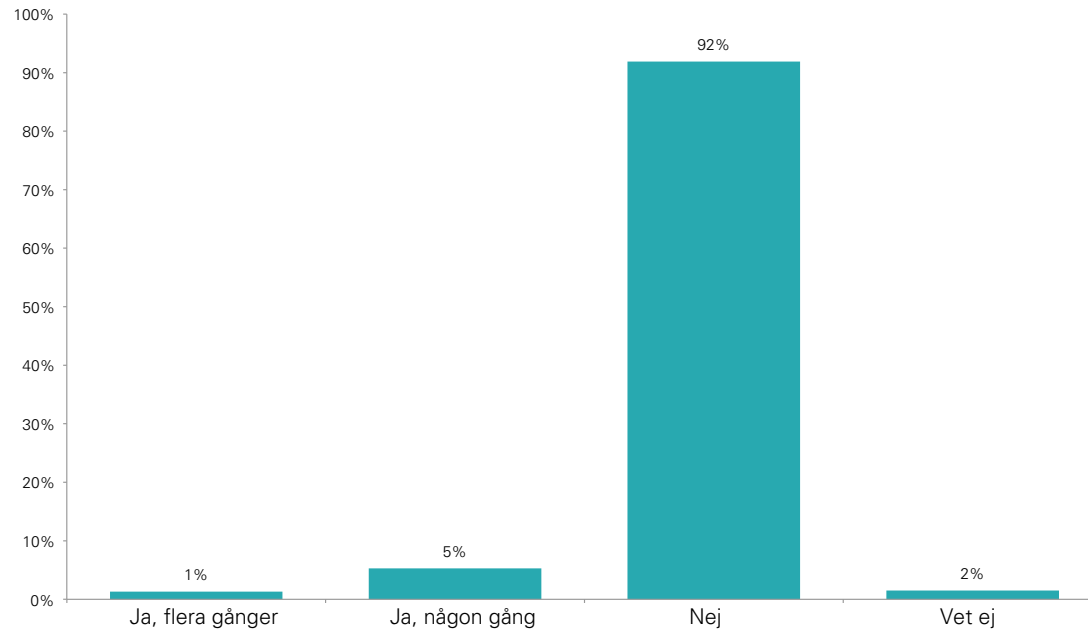
1. Det är lätt att komma i kontakt med Upphandlingsbolaget via mail
2. Det är lätt att komma i kontakt med Upphandlingsbolaget via telefon
3. Besöket av Upphandlingsbolaget gav mig värdefull information
4. Utbildningen gav mig kunskaper som jag har nytta av i beställarrollen
5. Informationsmötet i samband med avtalsstart gav mig kunskaper som jag har nytta av i beställarrollen
6. Nätverksträffarna ger möjlighet till dialog och erfarenhetsutbyte
7. I min kontakt med Upphandlingsbolaget möttes jag av ett trevligt och korrekt bemötande
8. Upphandlingsbolaget ger mig den information jag behöver om ramavtal och de tjänster som de erbjuder
9. Upphandlingsbolaget förstår min verksamhets behov
10. Från Upphandlingsbolaget kan jag få hjälp om jag behöver när det gäller inköp och upphandling



# Information och kontakt

Kunderna fick även svara på en fråga om de har lyssnat på Upphandlingsbolagets podcast. Totalt har 6 % svarat att de lyssnat på den en eller flera gånger.

## Har du lyssnat på Upphandlingsbolagets podd?



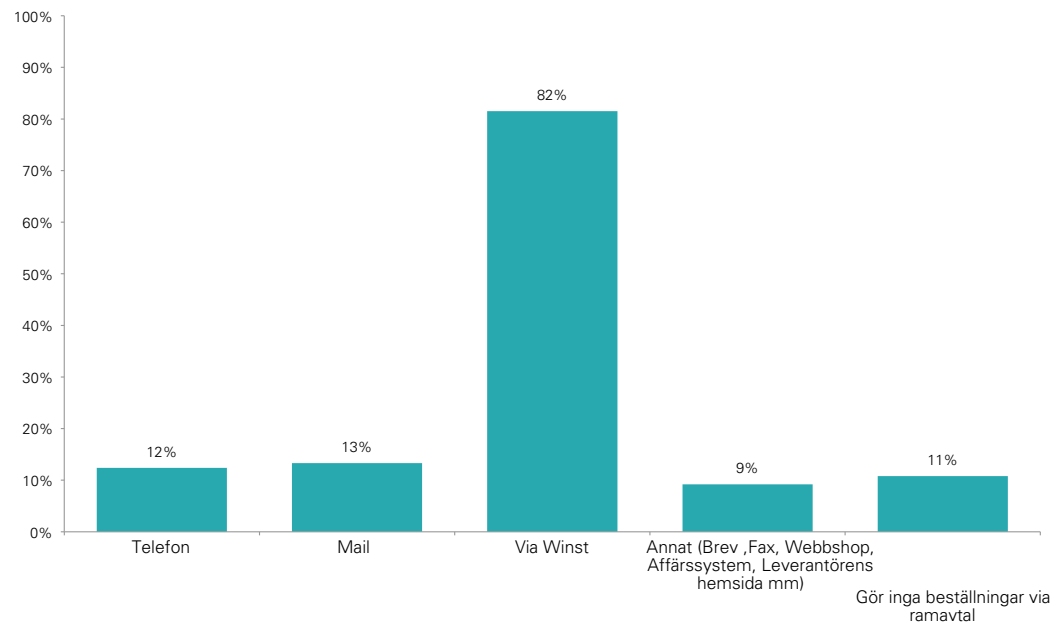


# Ramavtal och tjänster

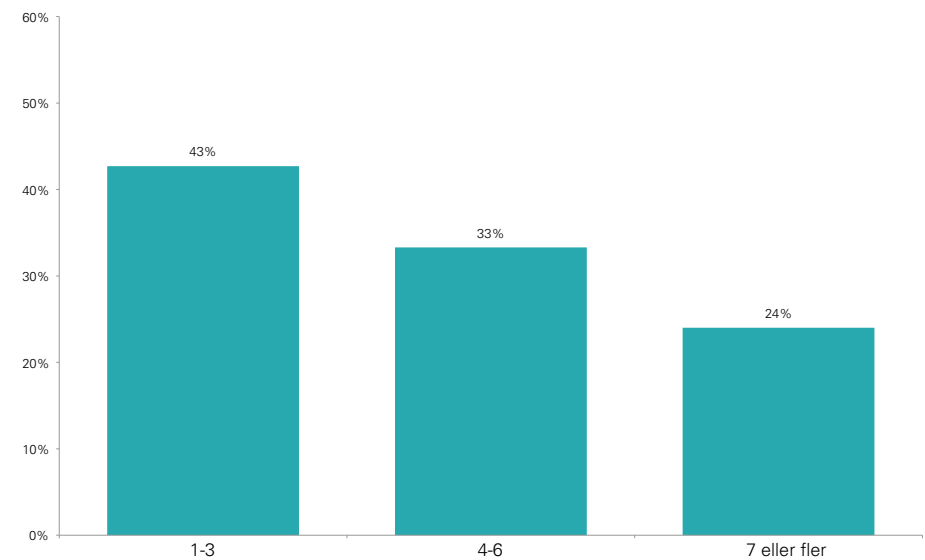
Majoriteten av kunderna, 82 %, gör beställningar från ramavtal via Winst. 12-13 % gör beställningar via telefon eller mail.

I enkäten ställdes även en fråga gällande hur många ramavtal kunden regelbundet gör beställningar ifrån. 43 % beställer ifrån 1-3 ramavtal. En ganska stor andel, 24 %, gör beställningar från 7 eller fler ramavtal. A-kunderna gör beställningar från fler ramavtal jämfört med övriga målgrupper.

## Hur gör du idag beställningar från ramavtal?



## Hur många ramavtal gör du regelbundet beställningar ifrån?





# Ramavtal och tjänster

## Hur gör du idag beställningar från ramavtal?

	A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Telefon	14%	21%	0%	0%	12%	19%	11%	19%	14%	21%	17%	22%	12%	22%	16%	30%	12%	19%
Mail	21%	25%	8%	17%	10%	19%	13%	20%	19%	17%	25%	32%	17%	24%	27%	40%	8%	11%
Via Winst	62%	52%	54%	33%	96%	55%	77%	44%	57%	66%	64%	52%	80%	55%	24%	33%	90%	72%
Annat (Brev ,Fax, Webbshop, Affärssystem, Leverantörens hemsida mm)	21%	30%	8%	17%	6%	12%	8%	13%	14%	10%	20%	26%	11%	14%	24%	33%	5%	8%
Gör inga beställningar via ramavtal	24%	21%	39%	42%	2%	31%	16%	33%	23%	21%	11%	16%	13%	28%	51%	30%	8%	20%

## Hur många ramavtal gör du regelbundet beställningar ifrån?

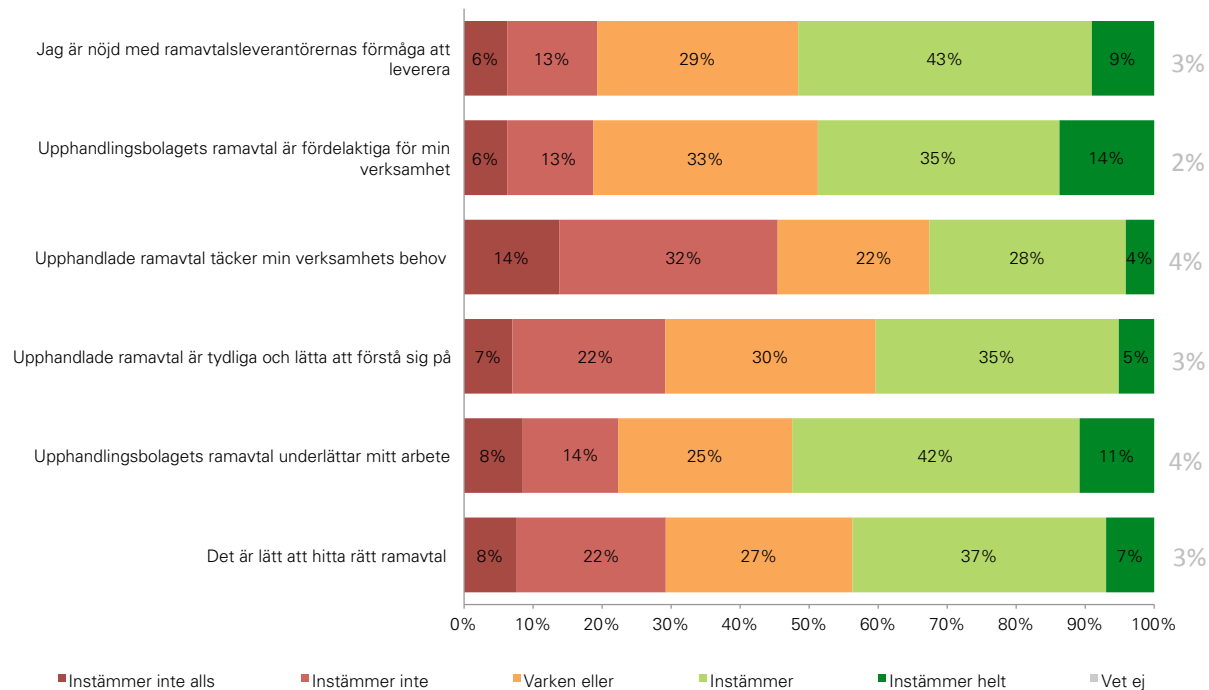
	A-kund	B-kund	Beställare	Ledare	Övriga	Bolag	Fackförvaltning	Samverkan	Stadsdelsförvaltning
1-3	45%	50%	41%	46%	45%	46%	45%	22%	41%
4-6	20%	25%	36%	31%	30%	27%	28%	28%	38%
7 eller fler	35%	25%	23%	23%	24%	28%	27%	50%	21%



# Ramavtal och tjänster

I denna del fick kunderna ta ställning till några påståenden om ramavtalen. Andelen som svarar att de inte eller inte alls instämmer är relativt stor. Störst missnöje finns kring huruvida ramavtalen täcker deras verksamhets behov, där hela 46 % av kunderna svarar att de inte instämmer. Denna fråga har inte en väldigt tydlig effekt på kundernas generella nöjdhet, se åtgärdsmatrisen på sida 24.

Frågorna om ramavtalen är fördelaktiga för verksamheten samt huruvida ramavtalen underlättar deras arbete har däremot en tydlig effekt på NKI. Att prioritera frågorna kan således komma att bli viktigt. Notera att endast A och B-kunder svarade på frågan om ramavtalen är fördelaktiga för verksamheten. Vad som även bör noteras är att det i alla frågor gällande ramavtalen skett en positiv utveckling från föregående mätning. Exempelvis anser klart fler i år att ramavtalen är tydliga och lätta att förstå.





# Ramavtal och tjänster

	Totalt		A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Det är lätt att hitta rätt ramavtal	3.1	3.1	3.1	3.1	2.9	3.1	3.2	3.0	3.0	3.1	3.1	3.1
Upphandlingsbolagets ramavtal underlättar mitt arbete	3.3	2.8	3.7	3.1	3.8	2.5	3.4	2.8	3.2	2.7	3.2	2.8
Upphandlade ramavtal är tydliga och lätta att förstå sig på	3.1	2.5	3.0	2.6	3.8	2.5	3.2	2.4	3.0	2.5	3.0	2.5
Upphandlade ramavtal täcker min verksamhets behov	2.8	-	2.8	-	2.5	-	2.8	-	2.6	-	2.8	-
Upphandlingsbolagets ramavtal är fördelaktiga för min verksamhet*	3.4	-	3.4	-	3.1	-	-	-	-	-	-	-
Jag är nöjd med ramavtalsleverantörernas förmåga att leverera	3.4	2.7	3.3	2.7	3.1	3.0	3.4	2.7	3.3	2.5	3.3	2.7

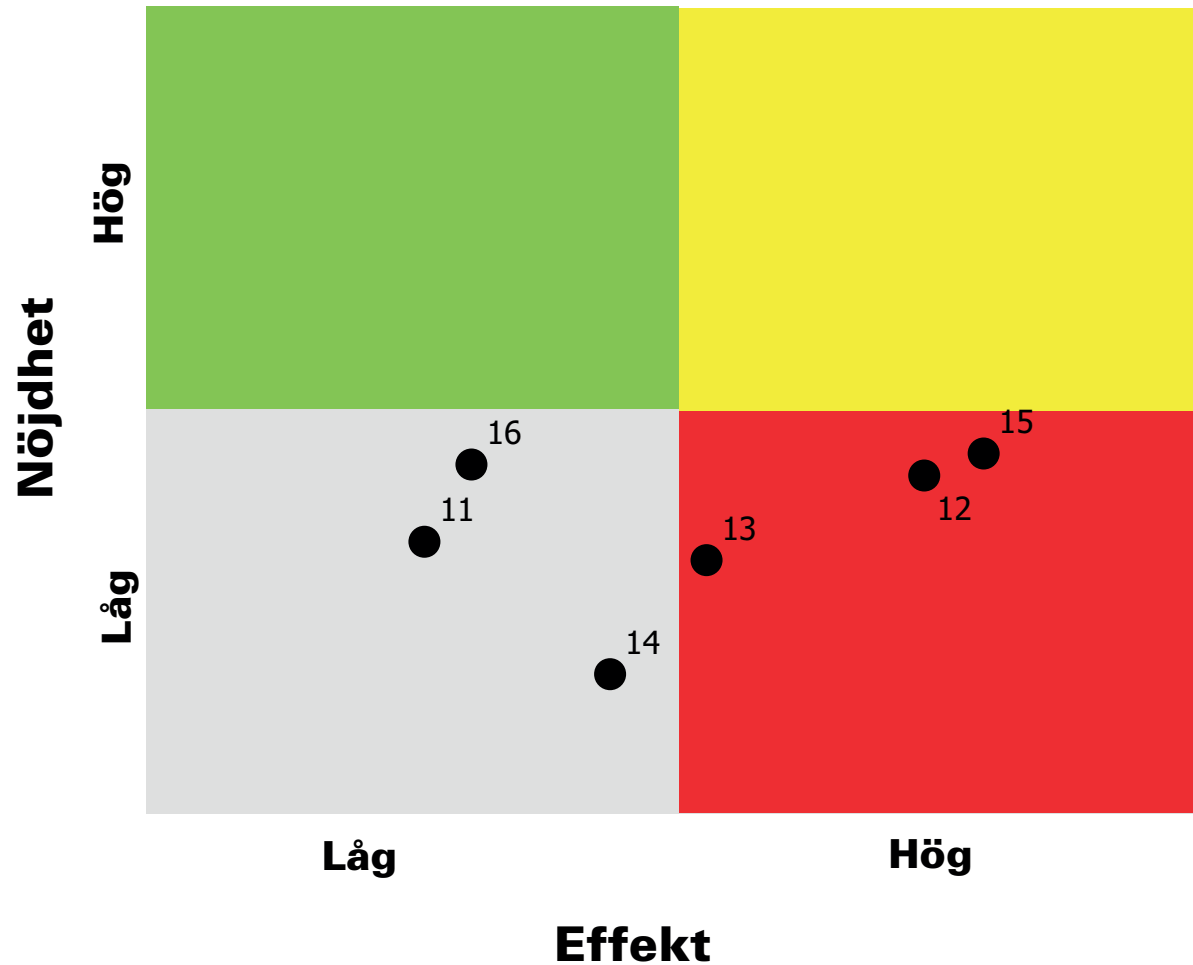
	Totalt		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Det är lätt att hitta rätt ramavtal	3.1	3.1	2.9	3.1	3.0	3.0	3.7	3.2	3.2	3.2
Upphandlingsbolagets ramavtal underlättar mitt arbete	3.3	2.8	3.1	2.7	3.2	2.6	4.1	3.2	3.4	2.9
Upphandlade ramavtal är tydliga och lätta att förstå sig på	3.1	2.5	2.9	2.4	3.0	2.4	3.5	2.8	3.2	2.6
Upphandlade ramavtal täcker min verksamhets behov	2.8	-	2.5	-	2.6	-	3.6	-	2.9	-
Upphandlingsbolagets ramavtal är fördelaktiga för min verksamhet*	3.4	-	3.0	-	3.4	-	4.0	-	3.4	-
Jag är nöjd med ramavtalsleverantörernas förmåga att leverera	3.4	2.7	3.1	2.6	3.3	2.6	4.0	3.0	3.4	2.7

\*Endast A och B-kunder svarade på denna fråga

Medelvärdena redovisas på en skala 1-5 där 5 är det högsta värdet.



# Ramavtal och tjänster



11. Det är lätt att hitta rätt ramavtal
12. Upphandlingsbolagets ramavtal underlättar mitt arbete
13. Upphandlade ramavtal är tydliga och lätta att förstå sig på
14. Upphandlade ramavtal täcker min verksamhets behov
15. Upphandlingsbolagets ramavtal är fördelaktiga för min verksamhet
16. Jag är nöjd med ramavtalsleverantörernas förmåga att leverera





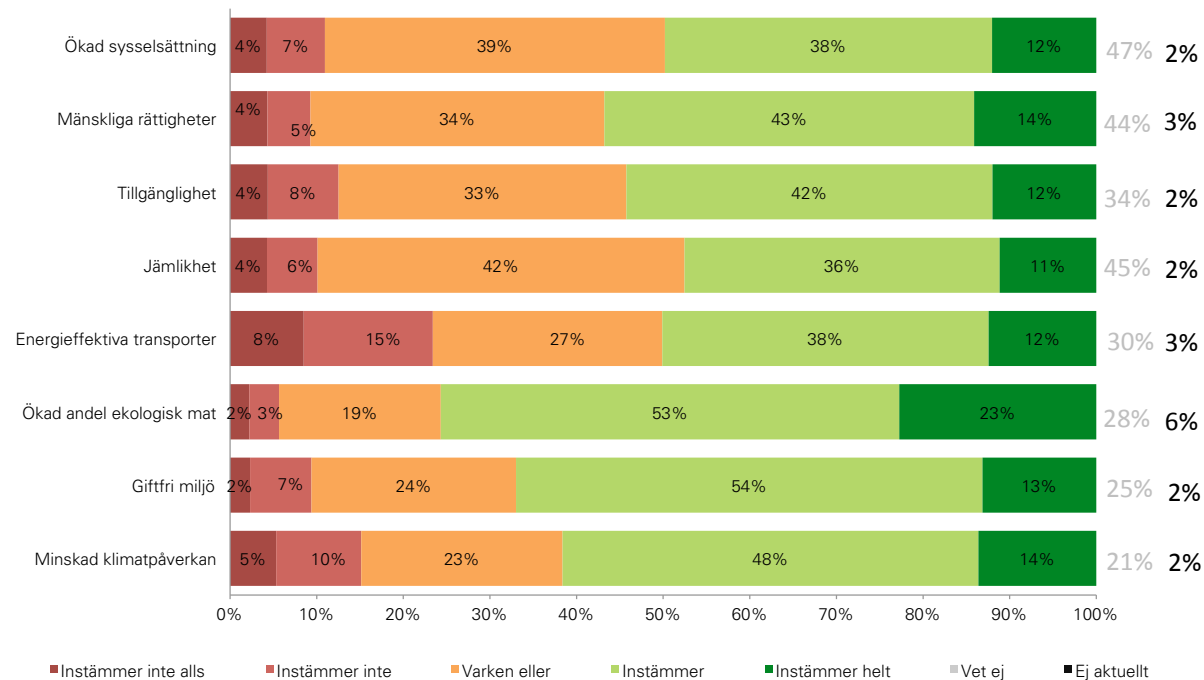
# Hållbarhetsmål

I enkäten ställdes även frågor som rör hållbarhetsmålen i staden. Dessa frågor är nya för i år. Kunderna fick på en 5-gradig skala ta ställning till om ramavtalen underlättar arbetet att bidra till stadens olika hållbarhetsmål.

En stor andel, 76 % av kunderna, anser att ramavtalen underlättar för dem att bidra till målet om en ökad andel ekologisk mat. Instämmandegraden är lägre vad gäller de andra målen. Notera att en relativt stor andel har svarat "vet ej" på frågorna.

Vad gäller energieffektiva transporter svarar 23 % att de inte eller inte alls instämmer i att ramavtalen underlättar för att nå detta mål. Som det framgår i nedrytningen på nästa sida är A- och B-kunderna nöjdare avseende målet om energieffektiva transporter.

## Ramavtalen underlättar för oss att bidra till stadens mål angående...





# Hållbarhetsmål

*Ramavtalen underlättar för oss att bidra till stadens mål angående...*

	Total	A-kund	B-kund	Beställare	Ledare	Övriga
Minskad klimatpåverkan	3.5	3.7	4.0	3.5	3.6	3.6
Giftfri miljö	3.7	3.8	3.9	3.7	3.7	3.7
Ökad andel ekologisk mat	3.9	4.0	4.2	3.9	3.8	3.9
Energieffektiva transporter	3.3	3.7	3.8	3.2	3.3	3.3
Jämlikhet	3.4	3.5	3.8	3.5	3.4	3.3
Tillgänglighet	3.5	3.6	3.7	3.5	3.4	3.4
Mänskliga rättigheter	3.6	3.6	3.8	3.7	3.5	3.4
Ökad sysselsättning	3.5	3.5	3.7	3.6	3.4	3.3

	Total	Bolag	Fackförvaltning	Samverkan	Stadsdelsförvaltning
Minskad klimatpåverkan	3.5	3.4	3.4	4.1	3.6
Giftfri miljö	3.7	3.6	3.6	4.0	3.8
Ökad andel ekologisk mat	3.9	3.7	3.8	3.9	4.0
Energieffektiva transporter	3.3	3.4	3.2	3.9	3.3
Jämlikhet	3.4	3.4	3.3	3.6	3.5
Tillgänglighet	3.5	3.3	3.4	3.9	3.6
Mänskliga rättigheter	3.6	3.4	3.4	3.8	3.7
Ökad sysselsättning	3.5	3.3	3.3	3.8	3.6

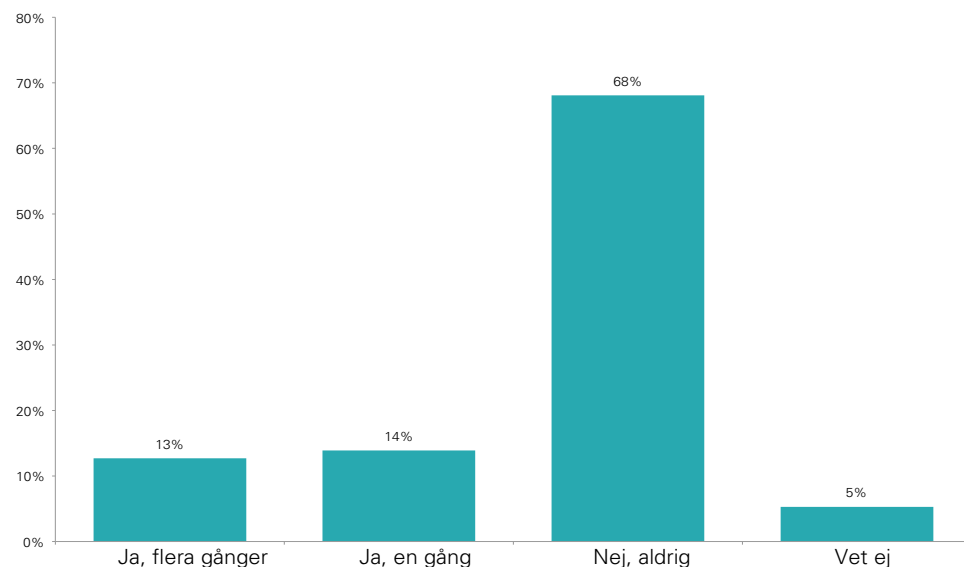
Medelvärdena redovisas på en skala 1-5 där 5 är det högsta värdet.

# Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar

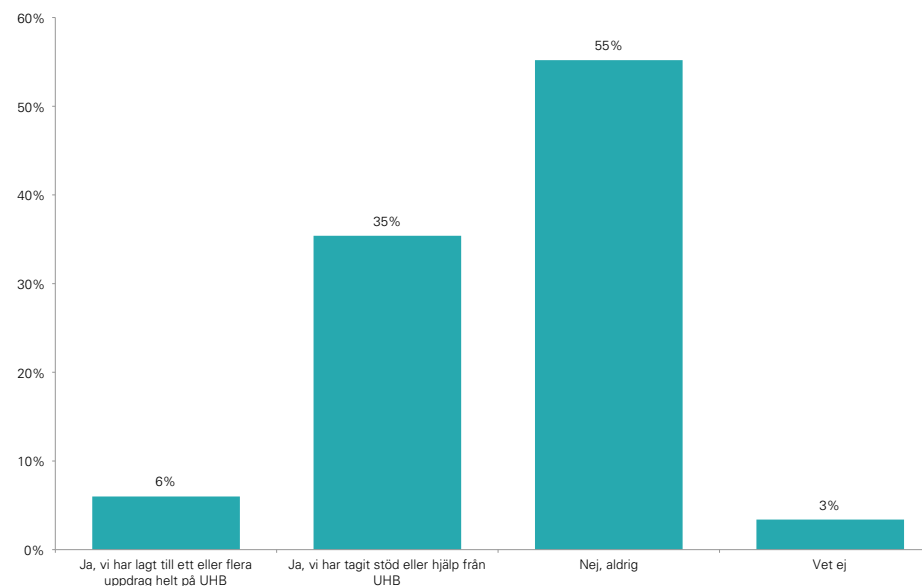


27 % av kunderna har någon gång under det senaste året haft i uppdrag att göra en egen upphandling enligt LOU. 41 % av de som gjort en egen upphandling har tagit hjälp av Upphandlingsbolaget.

**Har du någon gång under det senaste året haft i uppdrag att göra en egen upphandling enligt LOU?**



**Tog du vid någon av dessa upphandlingar stöd eller hjälp från Upphandlingsbolaget?**



# Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar



*Har du någon gång under det senaste året haft i uppdrag att göra en egen upphandling enligt LOU?*

	Totalt		A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Ja, flera gånger	13%	11%	51%	46%	39%	42%	8%	9%	12%	15%	13%	1%	28%	36%	16%	13%	57%	60%	5%	5%
Ja, en gång	14%	11%	12%	11%	23%	17%	11%	10%	20%	17%	15%	11%	19%	10%	18%	13%	14%	10%	10%	10%
Nej, aldrig	68%	70%	36%	41%	39%	33%	73%	72%	66%	62%	69%	81%	52%	52%	61%	67%	27%	23%	78%	75%
Vet ej	5%	8%	1%	1%	0%	8%	8%	9%	2%	5%	3%	6%	1%	3%	5%	6%	3%	7%	7%	10%

*Tog du vid någon av dessa upphandlingar stöd eller hjälp från Upphandlingsbolaget?*

	Total	A-kund	B-kund	Beställare	Ledare	Övriga	Bolag	Fackförvaltning	Samverkan	Stadsdelsförvaltning
Ja, vi har lagt till ett eller flera uppdrag helt på UHB	6%	2%	25%	3%	10%	8%	9%	7%	0%	3%
Ja, vi har tagit stöd eller hjälp från UHB	35%	25%	50%	33%	41%	40%	27%	40%	19%	40%
Nej, aldrig	55%	72%	25%	60%	46%	48%	61%	50%	81%	52%
Vet ej	3%	2%	0%	4%	3%	4%	3%	3%	0%	5%

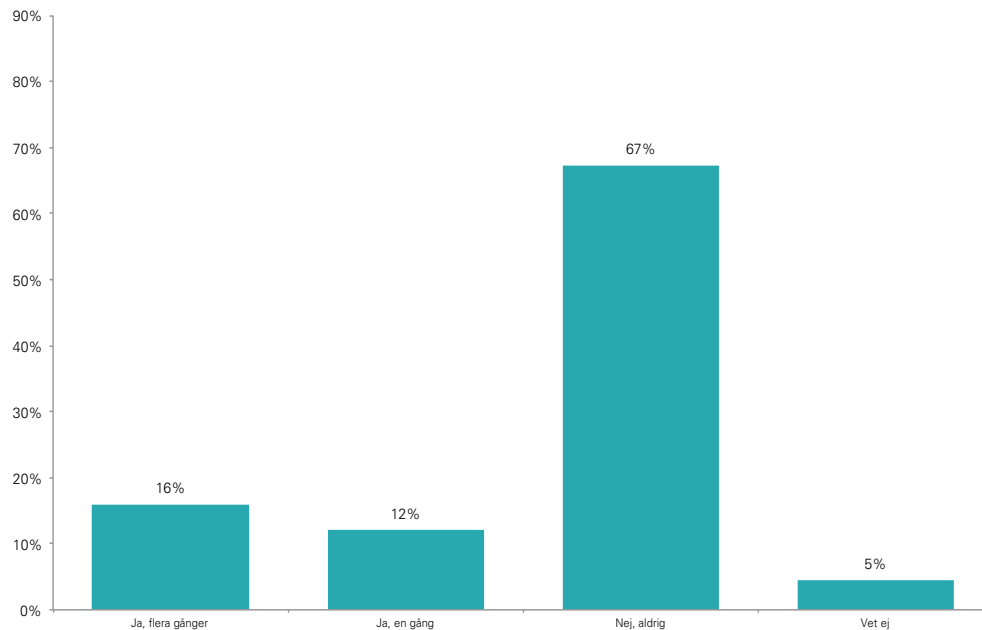
# Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar



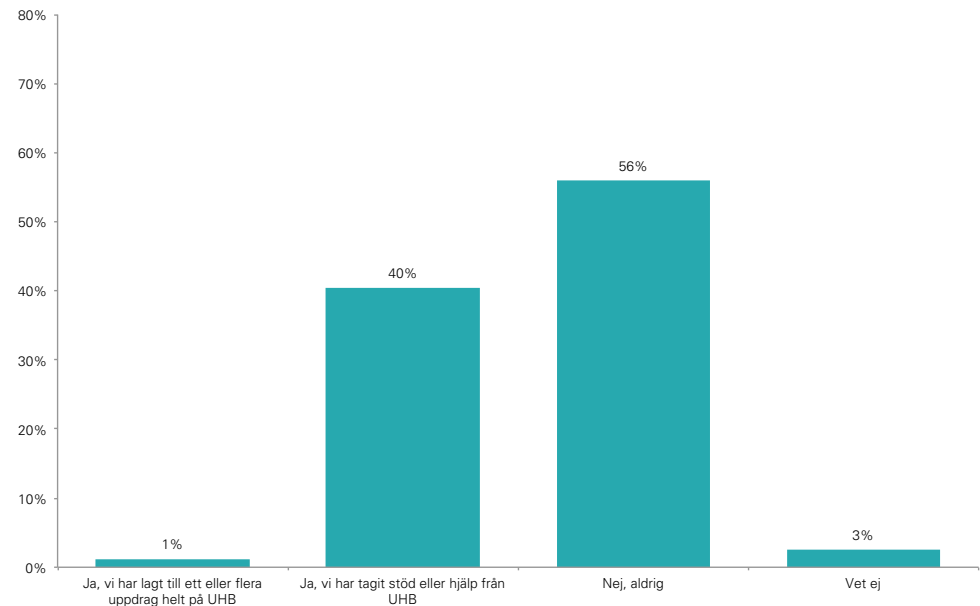
Kunderna tillfrågades även om de det senaste året haft i uppdrag att göra en förnyad konkurrensutsättning på ramavtal. 28 % av kunderna svarar att de haft det en eller flera gånger.

41 % av de kunder som gjort en förnyad konkurrensutsättning tog hjälp av Upphandlingsbolaget. Kunder tillhörande stadsdelsförvaltningar och fackförvaltningar har i högre grad tagit hjälp av Upphandlingsbolaget det senaste året än bolag och samverkan.

## Har du någon gång under det senaste året haft i uppdrag att göra en förnyad konkurrensutsättning på ramavtal?



## Tog du vid någon av dessa förnyade konkurrensutsättningar stöd eller hjälp från Upphandlingsbolaget?



# Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar



*Har du någon gång under det senaste året haft i uppdrag att göra en förnyad konkurrensutsättning på ramavtal?*

	Totalt		A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Ja, flera gånger	16%	11%	68%	51%	39%	58%	8%	13%	20%	1%	15%	8%	29%	34%	24%	14%	57%	47%	7%	4%
Ja, en gång	12%	9%	8%	12%	15%	25%	10%	13%	19%	8%	13%	8%	17%	17%	16%	12%	0%	10%	9%	6%
Nej, aldrig	67%	74%	24%	36%	39%	8%	76%	68%	59%	84%	69%	77%	52%	45%	56%	69%	38%	40%	79%	82%
Vet ej	5%	7%	0%	1%	8%	8%	6%	5%	3%	6%	4%	7%	2%	3%	4%	5%	5%	3%	6%	8%

*Tog du vid någon av dessa förnyade konkurrensutsättningar stöd eller hjälp från Upphandlingsbolaget?*

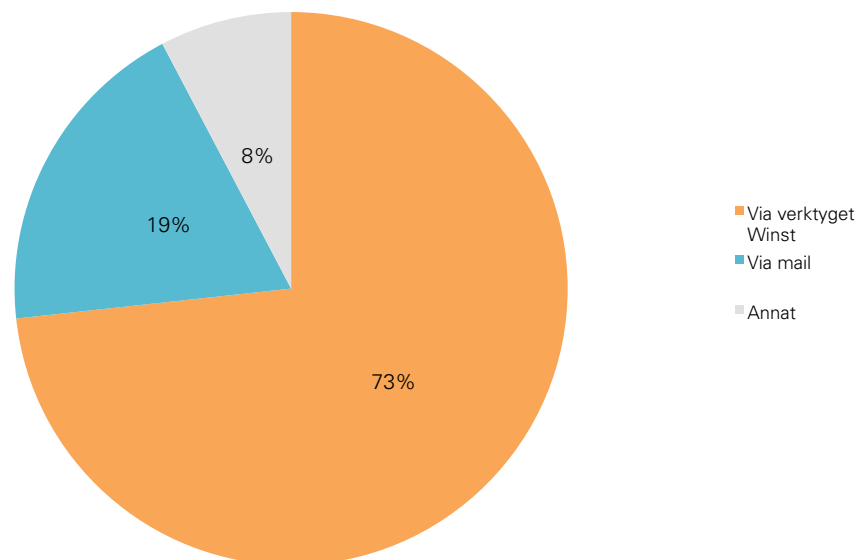
	Total	A-kund	B-kund	Beställare	Ledare	Övriga	Bolag	Fackförvaltning	Samverkan	Stadsdelsförvaltning
Ja, vi har lagt till ett eller flera uppdrag helt på UHB	1%	0%	0%	1%	2%	3%	2%	0%	0%	2%
Ja, vi har tagit stöd eller hjälp från UHB	40%	45%	43%	36%	44%	40%	33%	40%	24%	50%
Nej, aldrig	56%	54%	57%	59%	54%	55%	63%	58%	76%	45%
Vet ej	3%	1%	0%	4%	1%	3%	2%	2%	0%	3%

# Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar



En majoritet av kunderna, 73 %, som gjort en förnyad konkurrensutsättning under det senaste året använde Winst. De som svarade "annat" kunde i fritext ange på vilket sätt de gjorde den. Några nämner telefon, möten eller personligt besök. Någon har gått via Tendsign eller e-Avrop och någon via personalservice.

## På vilket sätt gjorde du din förnyade konkurrensutsättning?



## På vilket sätt gjorde du din förnyade konkurrensutsättning?

	Total	A-kund	Beställare	Ledare	Övriga	Bolag	Fackförvaltning	Samverkan	Stadsdelsförvaltning
Via verktyget Winst	73%	73%	76%	78%	62%	70%	75%	20%	77%
Via mail	19%	15%	12%	22%	29%	27%	19%	40%	14%
Annat	8%	12%	12%	0%	9%	3%	6%	40%	9%

# Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar

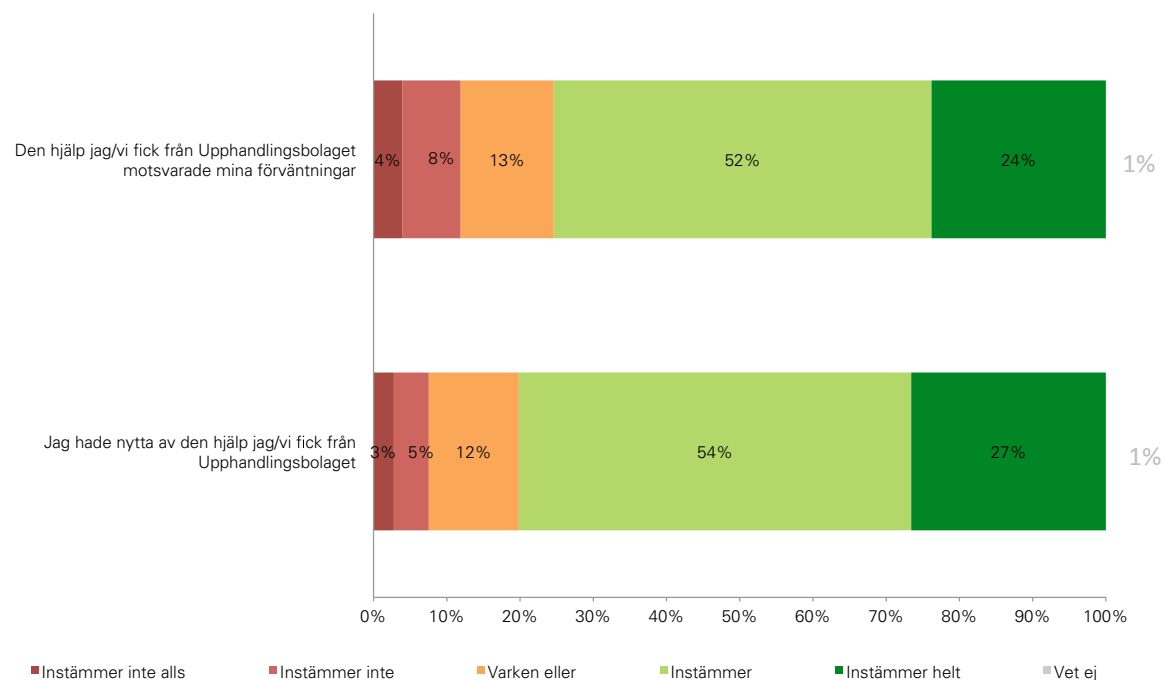


De som tagit hjälp av Upphandlingsbolaget för egen upphandling eller förnyad konkurrensutsättning fick svara på två följdfrågor. En stor andel, över 75 % av kunderna, anser att den hjälp de fick motsvarade deras förväntningar och att de hade nytta av den hjälp de fick.

Frågorna har en tydlig effekt på kundernas generella nöjdhet med Upphandlingsbolaget. Att prioritera frågorna för att bevara dem på en god nivå kan därför komma att bli viktigt.

Vad gäller frågan huruvida kunden anser att de haft nytta av hjälpen har en tydlig positiv utveckling skett från föregående mätning, se tabellen med medelvärden på följande sida.

## Hur ser du på följande påståenden?





# Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar



## Hur ser du på följande påståenden?

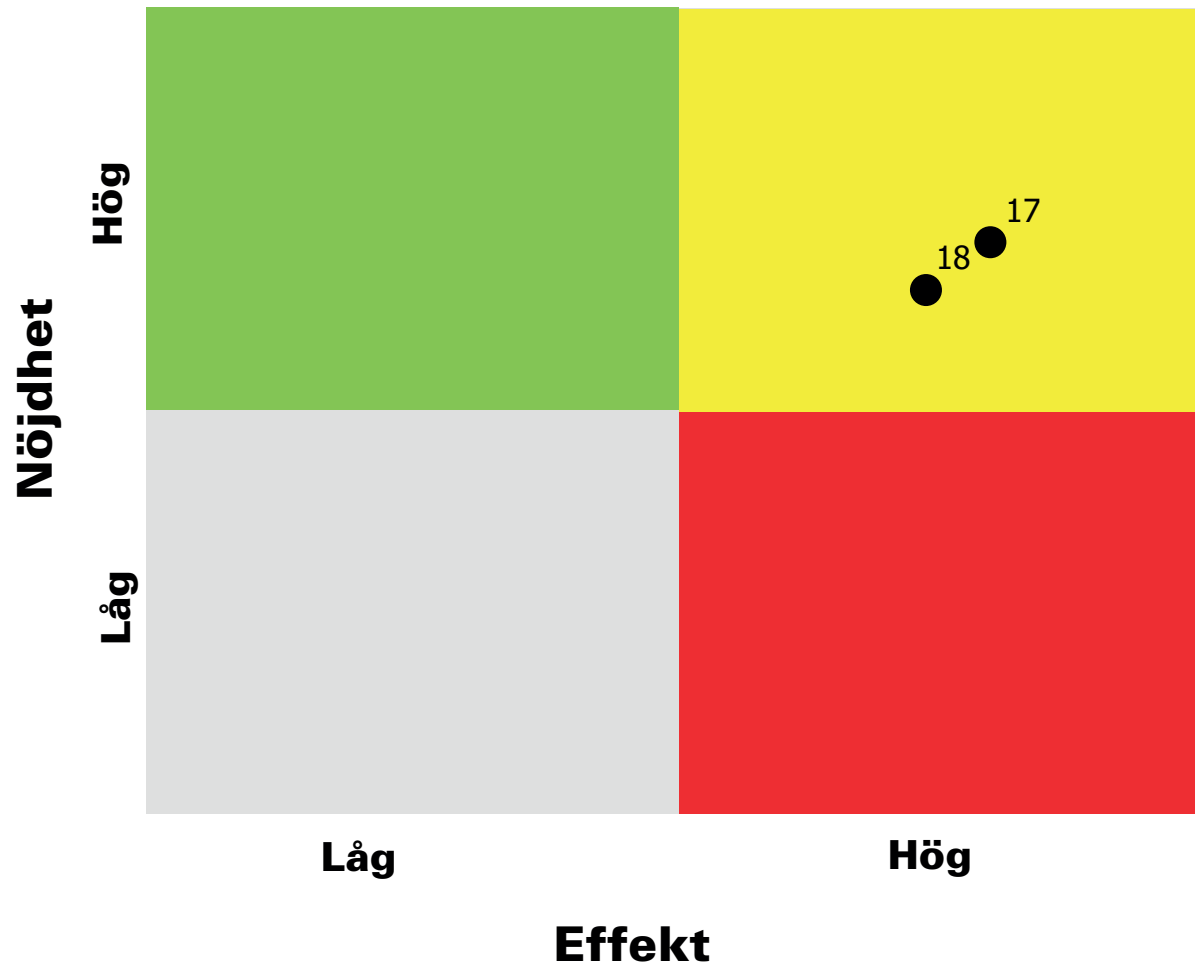
	Totalt		A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Jag hade nytta av den hjälp jag/vi fick från Upphandlingsbolaget	4.0	3.6	4.1	3.7	4.1	3.3	4.1	3.5	3.8	3.5	3.9	4.1
Den hjälp jag/vi fick från Upphandlingsbolaget motsvarade mina förväntningar	3.8	-	3.8	-	3.7	-	3.9	-	3.7	-	3.9	-

	Totalt		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Jag hade nytta av den hjälp jag/vi fick från Upphandlingsbolaget	4.0	3.6	3.9	3.5	4.0	3.6	3.6	3.0	4.0	3.6
Den hjälp jag/vi fick från Upphandlingsbolaget motsvarade mina förväntningar	3.8	-	3.8	-	3.9	-	3.2	-	3.8	-

Medelvärdena redovisas på en skala 1-5 där 5 är det högsta värdet.

# Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar: åtgärdsmatris



17. Jag hade nytta av den hjälp jag/vi fick från Upphandlingsbolaget

18. Den hjälp jag/vi fick från Upphandlingsbolaget motsvarade mina förväntningar

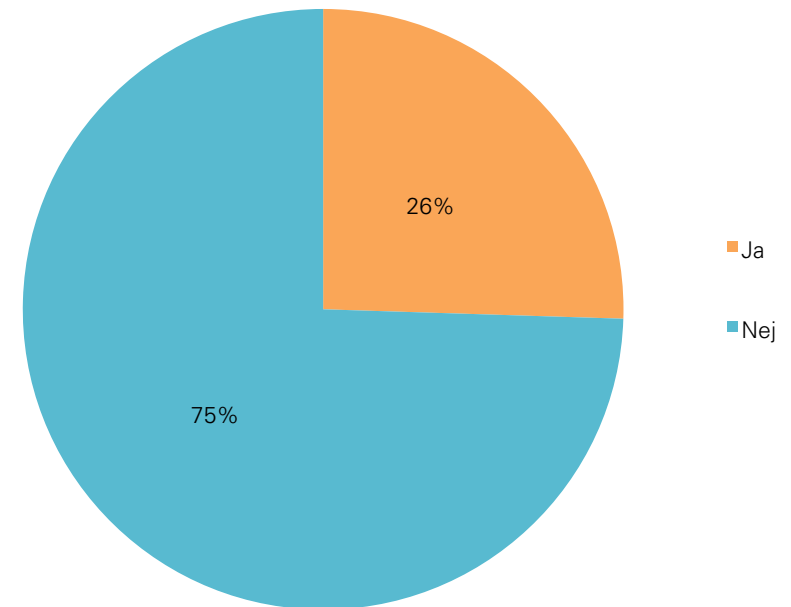


# Egna upphandlingar och förnyade konkurrensutsättningar

26 % av de som tagit hjälp av Upphandlingsbolaget för egen upphandling eller förnyad konkurrensutsättning hade behövt annan form av stöd och hjälp än den som de fick.

Kunderna fick i denna del även kommentera i fritext vad för typ av stöd de saknade. Kommentarererna som inkommit berör väldigt olika saker. Flera kunder kommenterar dock "volymen" av stöd, dvs. att de hade behövt mer stöd och support än de fick.

*Utöver det stöd du fick, hade du behövt någon annan form av hjälp eller stöd från Upphandlingsbolaget?*



*Utöver det stöd du fick, hade du behövt någon annan form av hjälp eller stöd från Upphandlingsbolaget?*

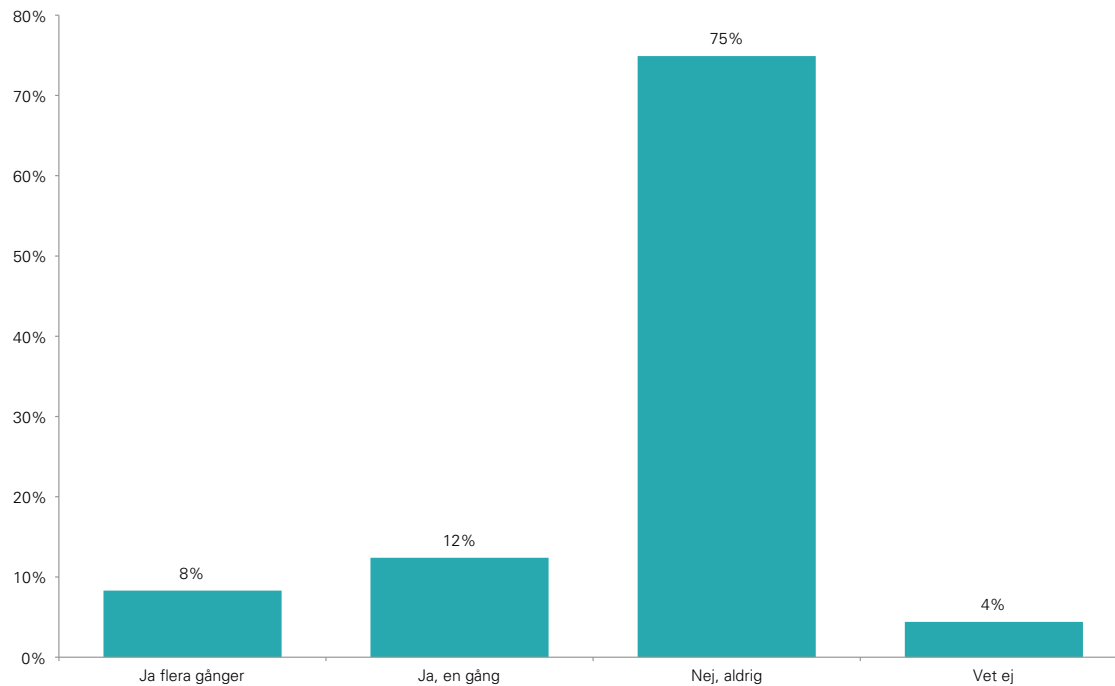
	Total	A-kund	B-kund	Beställare	Ledare	Övriga	Bolag	Fackförvaltning	Samverkan	Stadsdelsförvaltning
Ja	26%	40%	43%	15%	33%	20%	21%	23%	60%	27%
Nej	75%	61%	57%	85%	67%	80%	79%	77%	40%	73%



# Avtalsgrupper

20 % av kunderna har ingått i en avtalsgrupp i samband med framtagning av ramavtal.

## Har du ingått i någon avtalsgrupp i samband med framtagning av ramavtal?



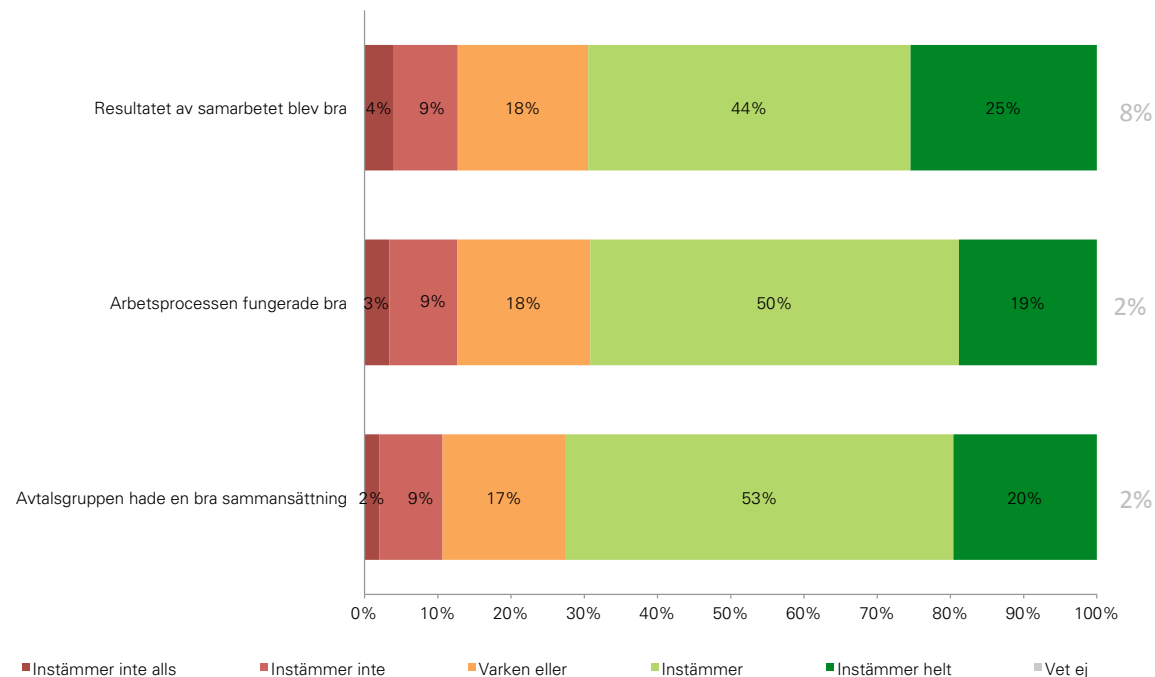


# Avtalsgrupper

Runt 70 % kunderna som ingått i en avtalgrupp instämmer i påståendena om att resultatet av samarbetet blev bra, att arbetsprocessen fungerade bra samt att avtalgruppen hade en bra sammansättning.

I åtgärdsmatrisen på sida 39 framgår det att effekten på kundernas generella nöjdhet inte är så tydlig vad gäller dessa tre frågor. Nöjdheten är vidare hög, vilket gör att de hamnar i det gröna fältet i åtgärdsmatrisen.

Vad gäller nöjdheten med arbetsprocessen och resultatet av samarbetet har en positiv utveckling skett från föregående mätning, se tabellen på följande sida.





# Avtalsgrupper

	Totalt		A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Ja flera gånger	8%	5%	20%	16%	15%	33%	4%	6%	13%	3%	11%	11%	14%	12%	12%	6%	27%	20%	4%	3%
Ja, en gång	12%	8%	17%	17%	15%	0%	8%	13%	16%	6%	19%	14%	14%	10%	18%	11%	5%	10%	10%	5%
Nej, aldrig	75%	82%	63%	63%	62%	50%	82%	77%	68%	85%	69%	73%	71%	73%	68%	79%	68%	60%	80%	85%
Vet ej	4%	5%	1%	4%	8%	17%	7%	5%	2%	6%	2%	2%	3%	5%	3%	4%	0%	10%	6%	7%

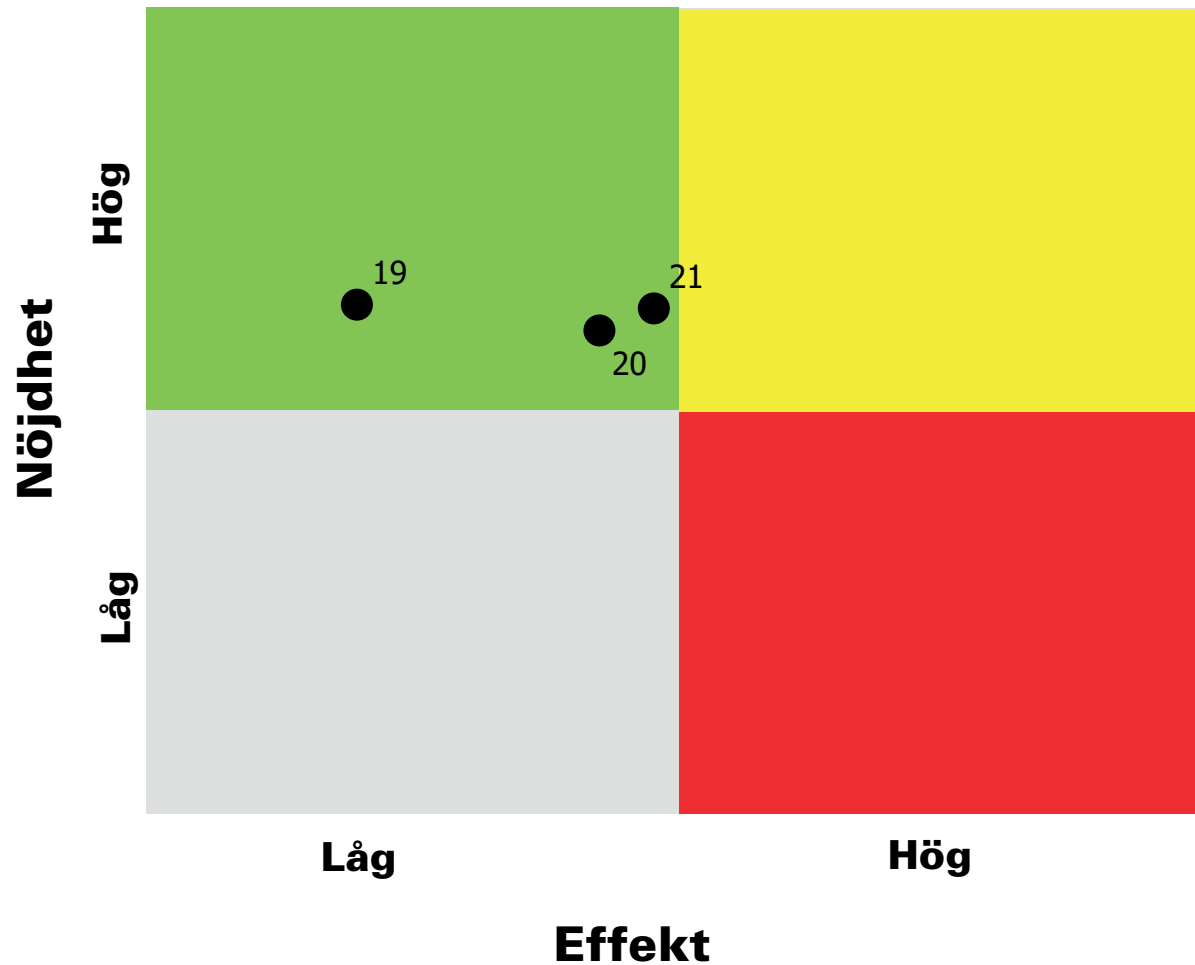
	Totalt		A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Avtalsgruppen hade en bra sammansättning	3.8	3.7	3.6	3.5	4.3	3.3	3.8	4.2	3.8	3.7	3.8	3.7
Arbetsprocessen fungerade bra	3.7	3.5	3.5	3.4	4.0	3.3	3.7	3.9	3.7	3.6	3.8	3.5
Resultatet av samarbetet blev bra	3.8	3.6	3.8	3.5	3.5	2.5	3.8	3.9	3.7	3.6	3.9	3.6

	Totalt		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Avtalsgruppen hade en bra sammansättning	3.8	3.7	3.7	3.5	3.7	3.6	4.1	3.6	3.9	4.0
Arbetsprocessen fungerade bra	3.7	3.5	3.7	3.4	3.6	3.4	3.8	3.8	3.9	3.8
Resultatet av samarbetet blev bra	3.8	3.6	3.8	3.3	3.6	3.5	4.3	3.6	3.9	3.8

Medelvärdena redovisas på en skala 1-5 där 5 är det högsta värdet.



# Avtalsgrupper: åtgärdsmatris



19. Avtalsgruppen hade en bra sammansättning

20. Arbetsprocessen fungerade bra

21. Resultatet av samarbetet blev bra



# E-handelssystemet Winst

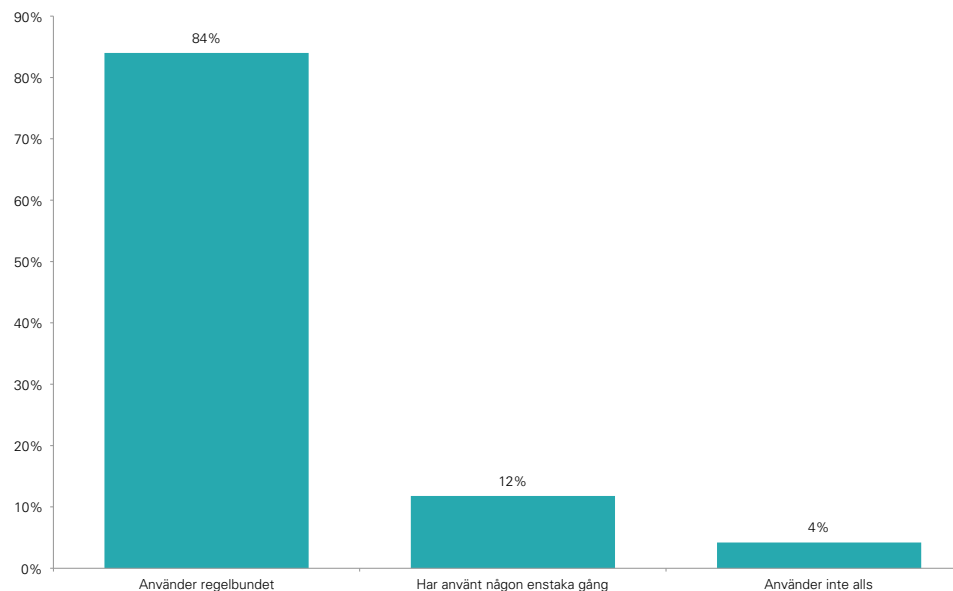
I denna del av undersökningen fick kunderna ta ställning till några frågor om e-handelssystemet Winst.

En stor andel, 84 %, av kunderna använder Winst regelbundet. I första hand använder kunderna Winst för att beställa samt för att titta på avtal och söka produkter. Nära hälften använder även Winst för att attestera fakturor.

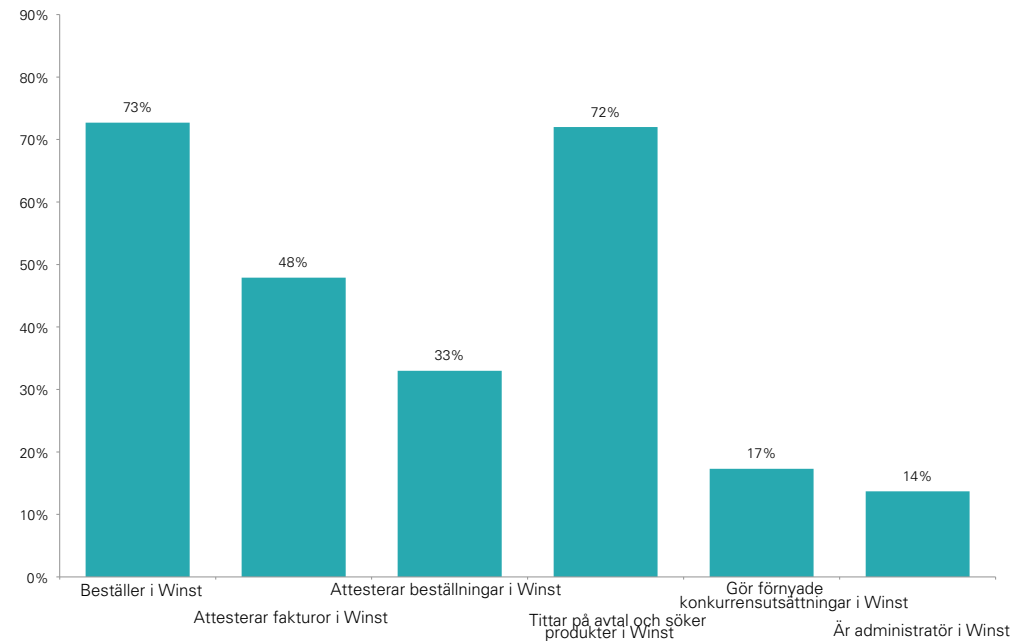
En högre andel använder Winst regelbundet i år jämfört med resultatet från undersökningen år 2014 (84 % jämfört med 73 %), se nedbrytningen på följande sida. Stadsdelsförvaltningarna använder Winst i högre grad regelbundet jämfört med de andra organisationstillhörigheterna.

Notera att endast de kunder som använder Winst fick svara på följdfrågorna i detta avsnitt.

## Hur ofta använder du dig av Winst?



## Hur använder Du Winst?







# E-handelssystemet Winst

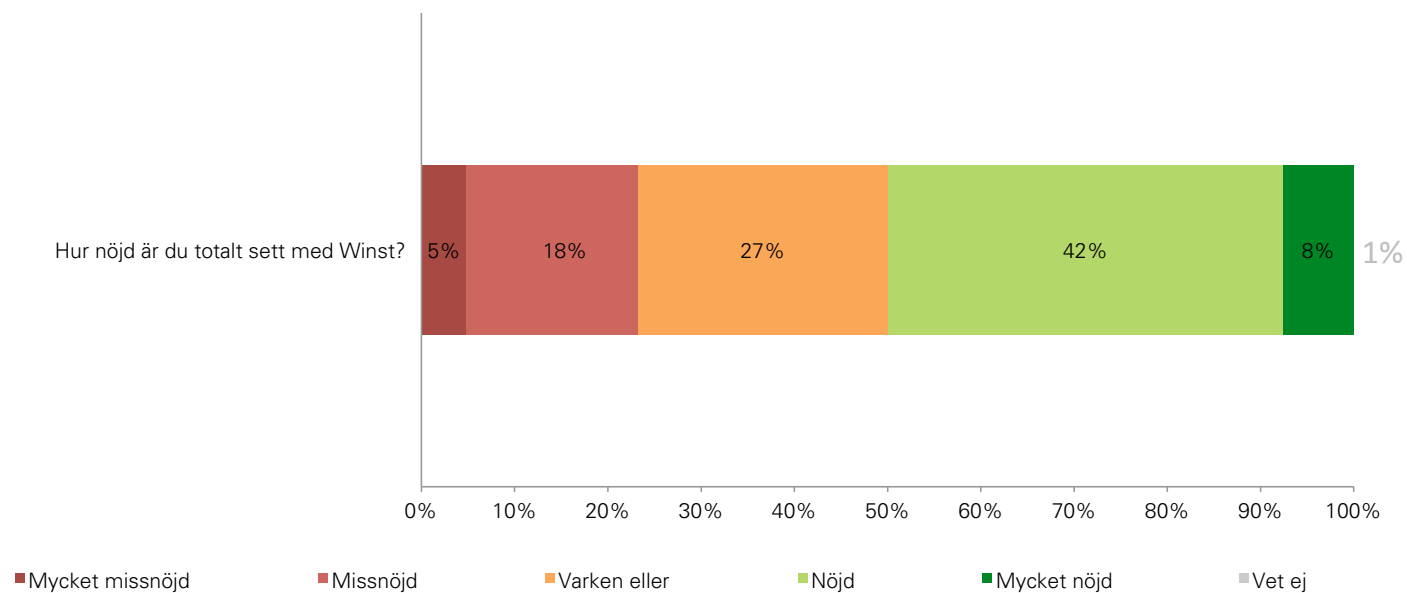
	Totalt		A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Använder regelbundet	84%	73%	89%	81%	77%	67%	93%	52%	76%	73%	67%	71%	71%	67%	82%	67%	68%	67%	89%	77%
Har använt någon enstaka gång	12%	20%	6%	16%	15%	25%	6%	30%	17%	19%	24%	20%	20%	28%	14%	22%	11%	20%	9%	17%
Använder inte alls	4%	8%	5%	3%	8%	8%	1%	19%	7%	7%	9%	9%	10%	5%	4%	11%	22%	13%	2%	6%

	Total	A-kund	B-kund	Beställare	Ledare	Övriga	Bolag	Fackförvaltning	Samverkan	Stadsdelsförvaltning
Beställer i Winst	73%	55%	46%	96%	51%	41%	48%	73%	27%	81%
Attesterar fakturor i Winst	48%	17%	54%	47%	69%	39%	30%	57%	3%	50%
Attesterar beställningar i Winst	33%	12%	54%	30%	61%	18%	19%	35%	3%	37%
Tittar på avtal och söker produkter i Winst	72%	78%	77%	69%	77%	73%	79%	75%	73%	68%
Gör förnyade konkurrensutsättningar i Winst	17%	53%	31%	13%	18%	17%	29%	25%	16%	10%
Är administratör i Winst	14%	52%	0%	15%	2%	11%	8%	15%	32%	13%



# *E-handelssystemet Winst*

Hälften av kunderna som någon gång använt Winst anger att de är nöjda eller mycket nöjda med e-handelssystemet. I tabellen på sida 44 framgår det att kunder som tillhör bolag eller fackförvaltning är mindre nöjda avseende denna fråga.



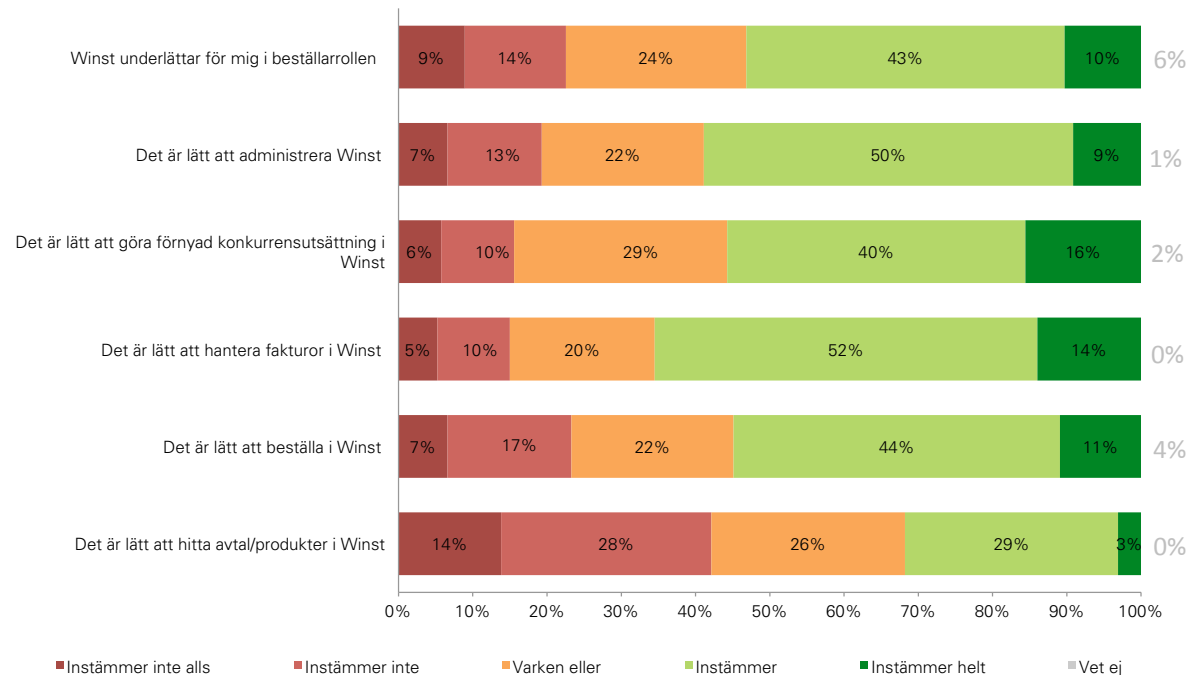


# E-handelssystemet Winst

Det finns en relativt stor andel kunder som uttrycker missnöje med de olika frågorna som rör Winst. Frågan som visar störst missnöje gäller huruvida det är lätt att hitta produkter i Winst. Endast 32 % av kunderna instämmer i denna fråga. I tabellen på följande sida framgår det att nöjdheten gällande Winst ökat från föregående mätning i alla jämförbara frågor.

I åtgärdsmatrisen på sida 45 framgår det att kundernas övergripande

nöjdhet med Winst i hög grad påverkas av frågan om det är lätt att hitta produkter och avtal. Om denna fråga prioriteras i arbetet med att utveckla Winst, kommer således även den övergripande nöjdheten med Winst att öka. Notera att åtgärdsmatrisen i Winst-avsnittet på sida 42 är gjord mot frågan "Hur nöjd är du totalt sett med Winst?" och inte mot NKI-frågorna som de andra matriserna. Detta för att kunna se vilka delmoment gällande Winst som påverkar den övergripande nöjdheten med Winst.





# E-handelssystemet Winst

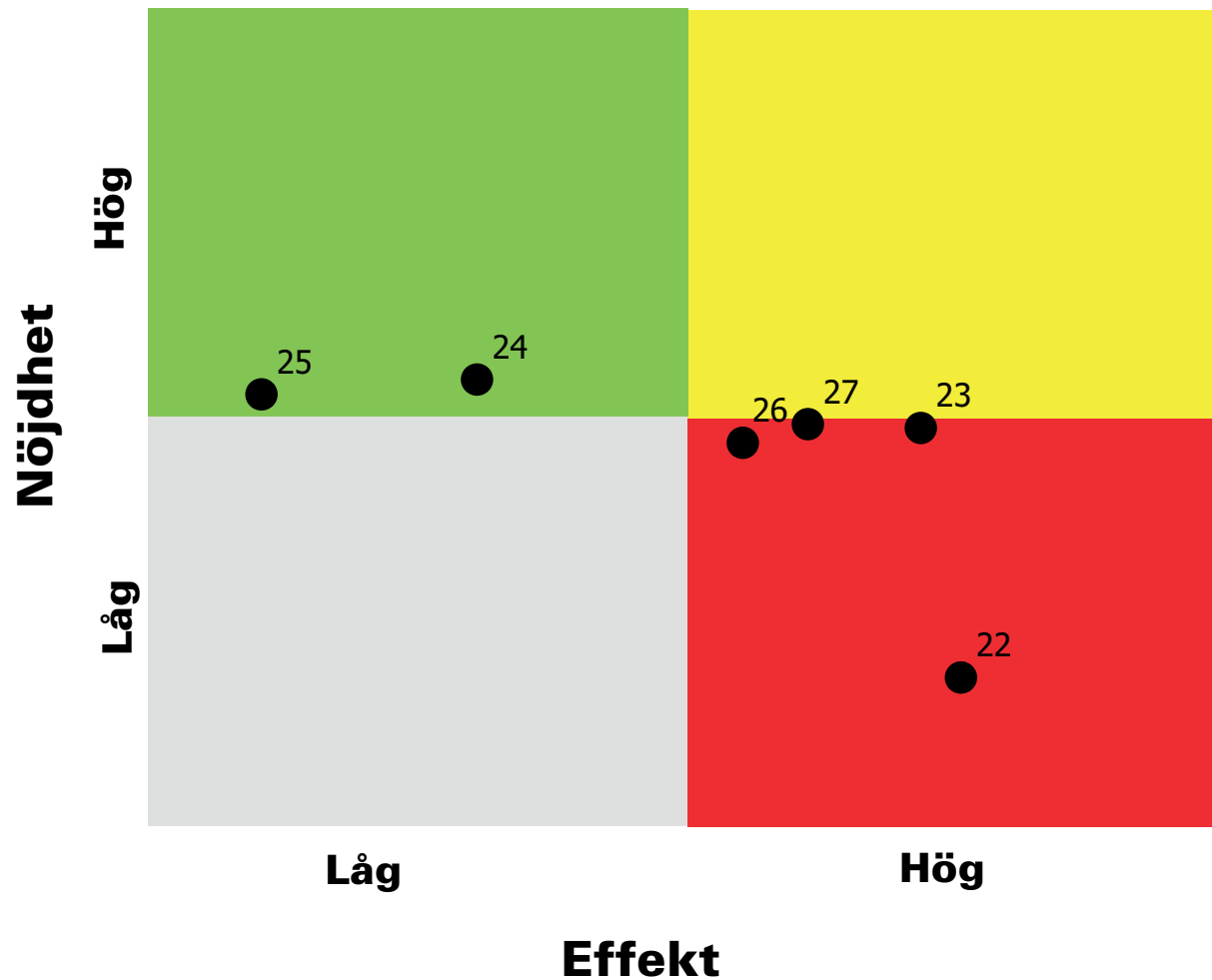
	Totalt		A-kund		B-kund		Beställare		Ledare		Övriga	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Hur nöjd är du totalt sett med Winst?	3.3	-	3.3	-	3.5	-	3.3	-	3.3	-	3.2	-
Det är lätt att hitta avtal/produkter i Winst	2.8	2.6	2.8	2.7	3.1	2.9	2.8	2.6	2.7	2.6	2.9	2.6
Det är lätt att beställa i Winst	3.5	3.1	3.5	3.2	4.4	3.4	3.4	3.1	3.6	3.1	3.4	2.8
Det är lätt att hantera fakturor i Winst	3.6	3.2	3.3	3.0	3.7	3.1	3.5	3.3	3.7	3.2	3.8	3.4
Det är lätt att göra förnyad konkurrensutsättning i Winst	3.6	-	3.9	-	-	-	3.6	-	3.2	-	3.4	-
Det är lätt att administrera Winst	3.4	-	3.2	-	-	-	3.6	-	3.4	-	3.4	-
Winst underlättar för mig i beställarrollen	3.5	2.8	3.7	3.2	4.4	3.5	3.4	2.8	3.7	2.8	3.4	2.8

	Totalt		Bolag		Fackförvaltning		Samverkan		Stadsdelsförvaltning	
	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014	2016	2014
Hur nöjd är du totalt sett med Winst?	3.3	-	3.2	-	3.2	-	3.6	-	3.4	-
Det är lätt att hitta avtal/produkter i Winst	2.8	2.6	2.8	2.7	2.8	2.5	2.7	3.2	2.8	2.7
Det är lätt att beställa i Winst	3.5	3.1	3.1	3.1	3.4	2.8	4.0	3.3	3.6	3.2
Det är lätt att hantera fakturor i Winst	3.6	3.2	3.3	2.8	3.6	3.2	-	3.7	3.7	3.2
Det är lätt att göra förnyad konkurrensutsättning i Winst	3.6	-	3.7	-	3.4	-	4.5	-	3.6	-
Det är lätt att administrera Winst	3.4	-	3.0	-	3.4	-	2.7	-	3.6	-
Winst underlättar för mig i beställarrollen	3.5	2.8	3.2	3.0	3.4	2.7	4.2	3.7	3.5	2.9

Medelvärdena redovisas på en skala 1-5 där 5 är det högsta värdet.



# *E-handelssystemet Winst: åtgärdsmatris*



- 22. Det är lätt att hitta avtal/produkter i Winst
- 23. Det är lätt att beställa i Winst
- 24. Det är lätt att hantera fakturor i Winst
- 25. Det är lätt att göra förnyad konkurrensutsättning i Winst
- 26. Det är lätt att administrera Winst
- 27. Winst underlättar för mig i beställarrollen



# *E-handelssystemet Winst: fritext*

Kunderna fick även svara på en fritextfråga gällande e-handelssystemet, "Finns det något som skulle förbättras avseende Winst?"

Vid en granskning av kommentarerna är det väldigt tydligt var den största förbättringspotentialen finns enligt kunderna. Väldigt många av dessa kommentarer nämner sökfunktionen. 225 personer av 374 personer har antingen nämnt "sökmotor", "sökfunktion", "sökning", "söka" "sökbarhet" eller "hitta". Som det framgick på föregående sida är det även detta som har tydligast effekt på den generella nöjdheten med Winst.

Många kunder kommenterar även att de önskar att Winst var mer användarvänligt eller enkelt. Flera kommenterar att systemet är trögt och långsamt eller tidskrävande. Flera kunder nämner även att det finns en otydlighet vad gäller produkterna eller förpackningarna, och tar upp att detta behöver bli tydligare, antingen med bilder eller med mer detaljerad information.

	"Sökmotor"	"Sökfunktion"	"Sökning"	"Söka"	"Sökbarhet"	Hitta	Totalt
Antal som nämnt	20	55	20	41	4	85	225
Antal inkomna kommentarer (totalt)	374	374	374	374	374	374	374
Andel	5%	15%	5%	11%	1%	23%	60%



# *Finns det något som vi skulle kunna göra för att underlätta ditt arbete med inköp, beställningar eller upphandlingar?*

Ordmolnet är gjort utifrån en övergripande kategorisering av kommentarerna. De ord /meningar som är störst har nämnts av flest. Många kunder nämner även avseende denna fråga saker som rör Winst.





ENKÄTFABRIKEN

[www.enkatfabriken.se](http://www.enkatfabriken.se)