

Ny forbrugerundersøgelse: Hiper udbygger føringen som danskernes favoritinternet

Internetudbyderen Hiper udbygger igen sin førerposition, når det kommer til forholdet til de danske kunder. Det viser den seneste store forbrugerundersøgelse fra Loyalty Group, hvor Hiper kåres af forbrugerne som både den udbyder, der giver mest værdi for pengene, og den som flest vil anbefale. Derudover vinder Nuuday-virksomheden Hiper for første gang prisen som den mest kundevenlige internetudbyder – og det er ifølge Hipers direktør, Mads Hein, et klart udtryk for virksomhedens succesfulde strategi om at fokusere på fiberinternet.

I 2015 blev internetudbyderen Hiper, der hører under Nuuday-koncernen, stiftet med missionen om at levere lynhurtigt bredbånd til konkurrencedygtige priser. Den mission ser ud til at lykkes rigtig godt, da Hiper allerede ligger tårnhøjt med en Trustpilot-score på 4.7, og nu viser Loyalty Groups årlige forbrugerundersøgelse, hvor 5.480 kunder er blevet spurgt om forholdet til syv udbydere af internet i løbet af det forgangne år, at virksomheden har vundet mange danske hjerter i 2022:

Hiper er således blevet kåret til den udbyder, der giver mest værdi for pengene for fjerde år i træk, samtidig med at man for andet år i træk bliver den internetudbyder, flest vil anbefale – en plads som man sidste år fik fravristet fra Waoo, som ellers havde siddet tungt på førstepladsen de forgangne 10 år:

“Vi er utroligt stolte over de gentagne førstepladser. At levere mest værdi for pengene til vores loyale kunder, der tilmed anbefaler os videre er helt afgørende for os i et marked præget af massiv konkurrence, og er en direkte årsag til at vi i starten af året rundede 100.000 Hiper-kunder.” udtaler direktør for Hiper, Mads Hein.

Fokus på fibernet bærer frugt

Udover at generobre de to vigtige priser, kan Hiper for første gang i år også kalde sig vinder af kategorien “Mest kundevenlige” som de store spillere Telenor og Telia har vundet de seneste to år. Dermed har Hiper i den grad etableret sig i topstriden om danskernes internetgunst, og succesen er ifølge Mads Hein et udtryk for, at Hipers strategi om at fokusere på fiberinternet bærer frugt:

“Vi har lige siden starten haft et strategisk fokus på fiber, og det er tydeligt, det er den rette strategi, da der er en klar præference for de stabile og hurtige fiberforbindelser hos kunderne. Vi investerer i at give vores kunder de allerbedste bredbåndsoplevelser til yderst konkurrencedygtige priser, og det giver også resultater nu i kåringen som mest kundevenlige selskab, som vi med et glimt i øjet nu vil føje til rækken af priser, vi vil arbejde benhårdt på at genvinde næste år.” afslutter Mads Hein.

Om LoyaltyGroup's undersøgelse

Undersøgelsen er baseret på over 57.000 kunders respons på mere end 3,9 millioner spørgsmål, som er indsamlet i forbindelse med samtlige af Loyalty Groups BranchelIndex™ undersøgelser, der er gennemført i løbet af 2022. Herunder har Loyalty Group adspurgt 5.480 kunder om deres forhold til syv udbydere af internetløsninger.

Hiper har vundet følgende tre priser for 2022:

- Mest værdi for pengene
- NPS (Flest vil anbefale)
- Mest kundevenlige

Kontakt

Mikkel Riis-Jørgensen
Pressechef, Nuuday
mikri@nuuday.dk
+45 2077 1281

The logo for Hiper, featuring the word "HIPER" in a bold, dark blue, sans-serif font. Above the letters "I" and "P" is a horizontal red bar that tapers at both ends.

Om Hiper

Hiper leverer lynhurtigt bredbånd og dækker over to millioner danske husstande med 1.000 Mbit. Hiper er fire år i træk blevet kåret til den internetudbyder, der giver kunderne mest værdi for pengene af analyseinstituttet Loyalty Group og løb også i 2023 med sejren for prisen 'Flest vil anbefale' samt 'Mest kundevenlige'

Kontakt

Mikkel Riis-Jørgensen
Pressechef, Nuuday
mikri@nuuday.dk
+45 2077 1281

The logo for Hiper, featuring the word "HIPER" in a bold, dark blue, sans-serif font. Above the letters "I" and "P" is a horizontal red bar that tapers at both ends, resembling a stylized signal or speed indicator.

HIPER