

## Vedlegg 1B Forklaringsvariabel Kvalitet på informasjon og effektivitet

### Kvalitet på informasjon og effektivitet

Tolletaten har flere viktige kontaktpunkter mot publikum. Toll.no er den høyest prioriterte kommunikasjonskanalen, og besøkstallene for nettstedet har i mange år vist en jevn økning. Privatpersoner og næringsliv kan også henvende seg til etatens infosenter.

## Brukeropplevelse av kvalitet i hhv. informasjon og svar på henvendelser

### ***Brukerundersøkelse på toll.no***

Det ble gjennomført en spørreundersøkelse på toll.no for å måle brukertilfredshet i desember. Skalaen går fra 1-5 der 5 er best.

Tabell 1: Brukerundersøkelse toll.no

Spørsmål	2016	2017	2018
Alt i alt er jeg fornøyd med toll.no	4,39	4,14	4,13

Vi ser at brukerne er mindre fornøyd med nettsiden de siste to årene enn i 2016. Samtidig er nettsiden i liten grad endret. Vi antar derfor at dette i hovedsak skyldes økte forventninger hos brukerne. Tolletaten må vurdere hvordan de bedre kan innfri brukernes forventninger til selvbetjening i digitale kanaler.

### ***Brukerundersøkelse av svar fra infosenteret***

#### **Måling av brukertilfredshet**

Infosenteret har gjennomført brukerundersøkelser både knyttet til besvarelser på telefon og e-post. Disse viser at brukernes oppfatning av så vel service som responstid er bra.

#### **E-postundersøkelsen i Questback**

Her svarte 92,3 % at de var fornøyd med svartiden på henvendelsene, mot 75,6 % i 2017. 89,9 % var generelt fornøyd med den servicen som infosenteret hadde ytt, mot 63,6 % i 2017. Vi mener økningen i tilfredshet blant annet har sammenheng med at infosenteret gjennomført et klarspråk-prosjekt i 2017.

Infosenteret har også satt i verk interne tiltak for raskere besvarelse av e-posthenvendelsene. Dette har resultert i at publikums tilfredshet med svartiden har økt fra 69,2 % i 2017 til 86,1 % i 2018.

#### **Brukerundersøkelsen på telefon**

Infosenteret har i 2018 gjennomført en løpende spørreundersøkelse på telefonhenvendelser. Her bes publikum om å rangere servicen på en skala fra 1-6 der 6 er best. Gjennomsnittlig resultat er 5,43.

## Brukeropplevelse av effektivitet i informasjonskanalene og besvarelse av henvendelser

### Infosenteret

Tabell 2: Generelle tall infosenterhenvendelser

	2016	2017	2018
Henvendelser til infosenteret	62 802	65 198	64 511
Andel besvarte henvendelser innen 60 sek	77,9 %	79,6 %	85,4 %
Svarprosent	94,0 %	94,0 %	96,6 %

Tabell 3: Fordeling av henvendelser i ulike kanaler

	2016		2017		2018	
	Antall	Andel	Antall	Andel	Antall	Andel
Telefon*	46 900	74,7 %	47842	73,4 %	45 656	70,8 %
E-post	15 305	24,4 %	17033	26,1 %	18 591	28,8 %
Facebook	597	1,0 %	323	0,5 %	264	0,4 %

\*Telefon inkluderer også fremmøte som ble avvirket i løpet av 2017.

Utviklingen de siste tre år viser at antall e-posthenvendelse øker betydelig. Dette er ikke en ønsket utvikling. Staten ønsker derfor å ta i bruk nettpat i 2019 som anses som en mer effektiv kommunikasjonskanal enn e-post.

### Temastatistikk

Infosenteret fører statistikk knyttet til tema. Denne statistikken benyttes blant annet til å gi innspill til forbedringer på [www.toll.no](http://www.toll.no) og andre målrettede informasjonstiltak.

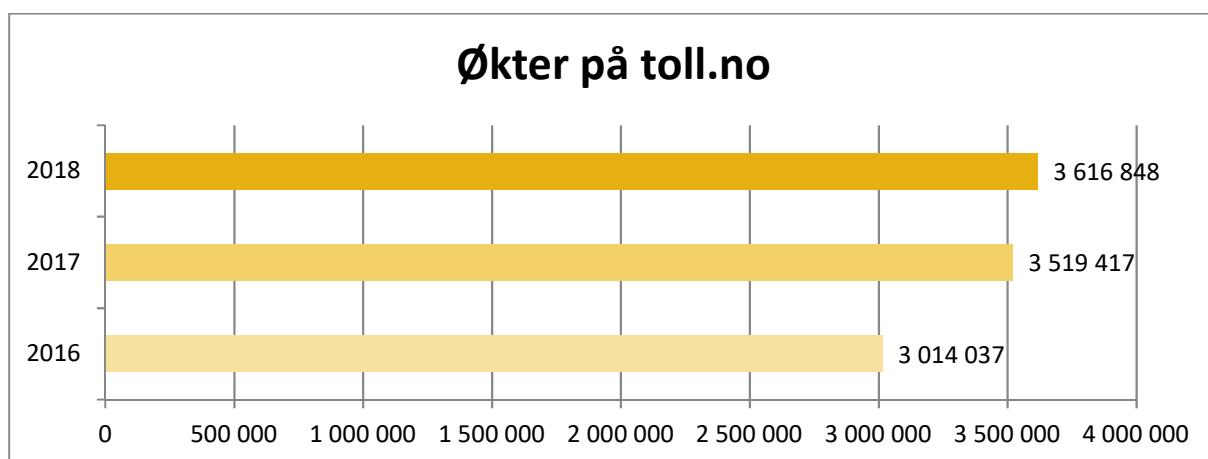
### Kurs for næringslivet

Infosenteret har i flere år arrangert kurs for næringslivet, og det er fortsatt stor etterspørsel. Dette gjelder både de åpne kursene vi tilbyr og spesialtilpassede kurs etter virksomhetenes ønske. De gjennomførte i 2018 totalt 49 kurs med 525 deltakere fra 323 forskjellige firma.

### Toll.no

Per 1. januar 2019 har vi 2 200 abonnenter på vårt digitale nyhetsbrev, 400 færre enn året før.

Figur 1: Antall økter på toll.no



### Sosiale medier

Tolletaten bruker både Twitter, Facebook og Instagram til å kommunisere med publikum. Profilen på Twitter brukes som kontaktpunkt mot redaksjoner og andre etater, mens profilen på Facebook er en publikumstjeneste der det er mulig å stille spørsmål. Facebook har vist seg å være effektiv for promotering av Kvoteappen og enkelte stillingsannonser. Instagram bruker vi til å fortelle enkle bildehistorier fra etatens arbeid. Sosiale medier gir mulighet til å spre informasjon til brukerne på en mer aktiv måte enn egne nettsider. Vi vurderer at vi fremdeles har et stort potensiale for å drive utadrettet og forebyggende virksomhet i sosiale medier.

Tabell 2: Antall følgere på sosiale medier

	2016	2017	2018
Twitter @nyttfratoll	3 731	4 280	4605
Facebook @sportolletaten	7 176	8 761	9090
Instagram @nyttfratoll		913	1235