

Riskabelt att ansöka om bolånelöfte på nätet

En studie gjord för World Usability Day visar att sannolikheten att lyckas med en ansökan om ett bolånelöfte på nätet är liten. Onödigt komplex design, oklar terminologi och bristfällig struktur resulterade i att de många ansökningar blev inkorrekta (eller att deltagarna gav upp och provade lyckan på en annan bank).

13 november (idag!) är det WUD - World Usability Day - ett årligt internationellt event som lyfter fram vikten av användbarhet och involveringen av slutanvändare i utveckling av produkter och system. I år ligger fokus på att engagera användarna.

Ett ämne som engagerar svenskarna är räntan i allmänhet och bolåneräntan i synnerhet. Förutom att vara en otroligt viktig inkomstkälla för bankerna, så är bolåneräntan för kunderna en av de främsta anledningarna för att byta bank – något som annars inte tillhör vanligheterna. Ett faktum som ofta återspeglas i nyhetsrubrikerna:

- ”Gamla bolån kostar 0,12 % mer - byt bank.” (*Byggahus.se, november 2014*)
- ”Räntekriget är här på allvar efter Riksbankens chocksänkning.” (*Aftonbladet, oktober 2014*)
- ”Arga Bolånekunder planerar att byta bank.” (*Svenska Dagbladet, september 2014*)
- ”Byt bank och sänk dina kostnader.” (*Aftonbladet, juli 2013*)
- ”Är du missnöjd med din boränta – byt bank.” (*Svenska Dagbladet, maj 2013*)

För WUD detta år så har Usability Partners därför valt att genomföra en jämförelsestudie av svenska bankers webbplatser för att se hur lätt (eller inte) det är att ansöka om ett lånelöfte. En blandning av 25 stycken befintliga och potentiella bolånekunder observerades – en person i taget - när de först letade efter bolåneräntor och sedan försökte ansöka om lånelöfte på svenska bankers webbplatser.

Under studien så utfördes totalt 100 ansökningar av lånelöfte på sammanlagt 8 bankers webbplatser. Bankerna som inkluderades i studien var:

- | | | | |
|-----------------|--------------|--------|-----------------|
| ○ Danske Bank | ○ ICA Banken | ○ SBAB | ○ Skandiabanken |
| ○ Handelsbanken | ○ Nordea | ○ SEB | ○ Swedbank |



Startsidorna på de 8 testade bankerna. Eye-tracking användes för att analysera vilka delar av designen som deltagarna tittade mest (och minst på).

Problem med över 2/3 av lånelöftesansökningarna

Användarna missförstod hur man skulle fylla i formulären på webbplatserna på grund av deras utformning och terminologi.

De “traditionella” bankerna klarade sig sämre

Några banker hade lyckats bättre med att skapa webbformulär som gjorde det möjligt för användarna att både lätt och på ett korrekt sätt kunna ansöka om ett lånelöfte. Men, många formulär var onödigt komplexa och förvirrande att fylla i – ***ett antal studiedeltagare nämnde att de skulle ha gett upp och provat en annan bank.*** ”Uppstickarbanker” såsom ICA Banken och SBAB tenderade att prestera bättre, medan flera av de traditionella bankerna (i synnerhet SEB, SHB och Swedbank) gjorde sämre ifrån sig. Med det sagt så gick det ej att komma ifrån det faktum att alla inkluderade bankernas lånelöftesflöden hade sina svaga sidor.

Olika typer av misstag

Det framkom en blandning av problem i studien, exempelvis:

⇒ Oklar terminologi, t.ex.

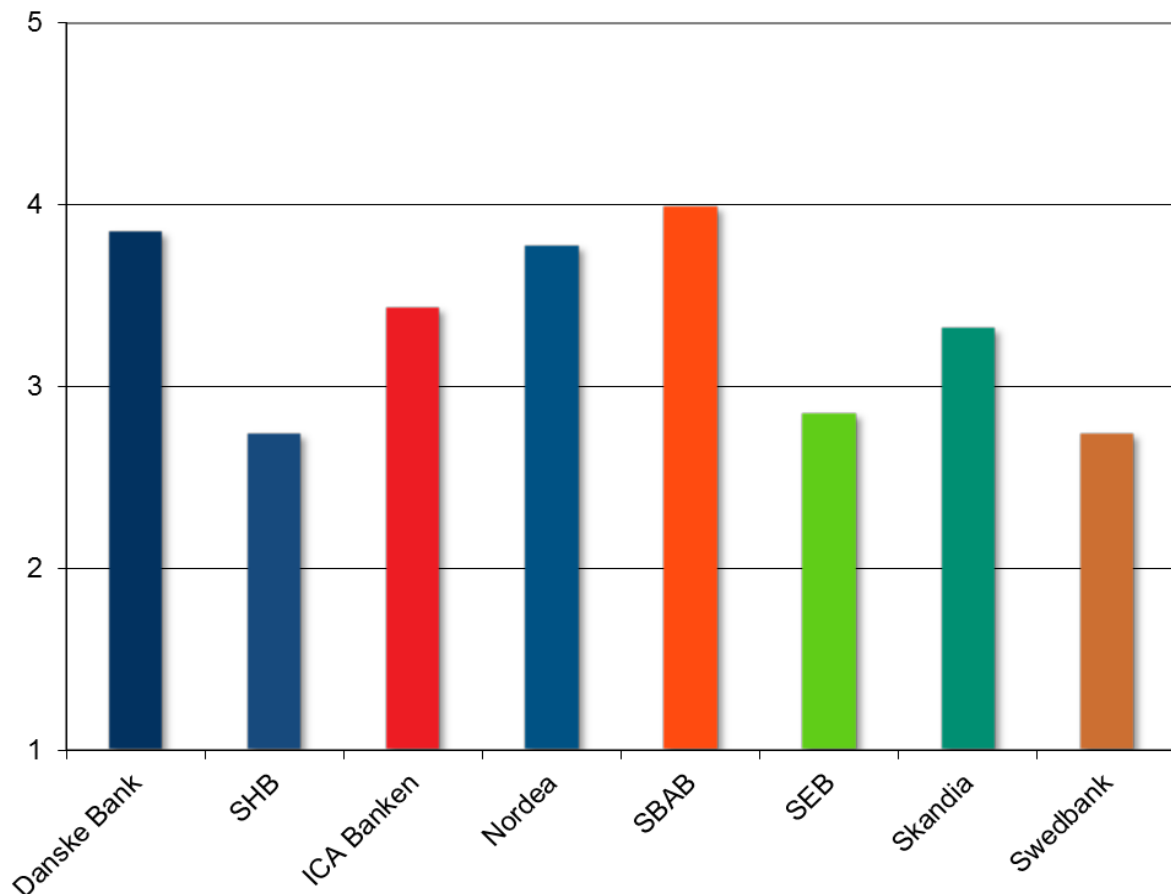
- Det rådde stor förvirring huruvida man skulle fylla i kostnader för sin existerande bostad och sitt existerande bolån eller om det gällde kostnader för ett nytt boende och nytt bolån.
- Vissa svårförstådda termer var ej förklarade.
- Man riskerade att fylla i ett mycket större samlat sparande än vad man egentligen hade, t.ex. genom att man missförstod rubriker som gällde sparande vs värdepapper.

⇒ Onödigt hårda krav på att skriva in personnumret enligt ett visst format.

⇒ Ingen grundläggande validering på fält som fyllts i (t.ex. kunde en användare av misstag slå in 360 000 i månadslön istället för 36 000 utan någon indikation på att detta var ovanligt högt vilket följaktligen hade påverkat hur mycket denne fick låna!)

Flertalet av problemen som vi observerade hade högst sannolikt lett till en felaktig kreditbedömning.

Hur användarna rankade sin användarupplevelse av de olika bankwebbplatserna återfinns i diagrammet nedan (sammanslaget resultat för 3 undersökta parametrar, ju högre betyg desto bättre användarupplevelse):



Per Ström (Senior usability specialist på Usability Partners) kommenterar resultatet:

”Det är överraskande att en av bankernas mest affärskritiska produkter är så dåligt utformad. Resultaten talar för sig själv, risken att tappa en kund på grund av att denne inte klarar av att gå igenom flödet eller inte ens hittar dit är överhängande. Utöver detta så såg vi många deltagare som trott sig gå igenom flödet på ett korrekt sätt fast siffrorna var helt uppåt väggarna. Konsekvensen kan bli förödande för både kunden (kan felaktigt tro att denne får låna mer pengar än möjligt) och banken (ökad administrativ handpåläggning av ärenden och risk för en förlorad affär).”

Citat från deltagare i studien:

”Det är diffusa syften med vissa uppgifter, det känns som om man ska göra allt jobb åt banken.” (Uthyrare lokaler, 39 år)

*”Jag hade väldigt svårt att förstå vilka uppgifter jag förväntades skriva in”
(Jurist, 44 år)*

”Jag blir snurrig.” (Arkivarie, 41 år)

Utvalda pressartiklar:

Gamla bolån kostar 0,12 % mer - byt bank

<http://www.byggahus.se/ekonomi/gamla-bolan-kostar-012-mer-byt-bank>

Räntekriget är här på allvar efter Riksbankens chocksänkning

<http://www.aftonbladet.se/minekonomi/sparasmart/article19777632.ab>

Arga Bolånekunder planerar att byta bank

http://www.svd.se/naringsliv/branscher/bank-och-fastighet/arga-bolane kunder-planerar-byta-bank_3954836.svd

Byt bank och sänk dina kostnader

<http://www.aftonbladet.se/nyheter/kolumnister/annikacreutzer/article17156558.ab>

Är du missnöjd med din boränta – byt bank

http://www.svd.se/naringsliv/branscher/bank-och-fastighet/sa-latt-byter-du-bank_8199600.svd

För ytterligare information kontakta Per Ström, Usability Partners:

Tel: 08 594 000 11

Mobil: 070 230 1616

Epost: per.strom@usabilitypartners.se

Usability Partners är ett konsultbolag inom användbarhet och användarupplevelse (UX). Bolaget är baserat i Stockholm och erbjuder verktyg och metoder för att göra interaktiva produkter och system lättare att använda. Kunder vi nyligen arbetat med: Fora, Handelsbanken, IVO, Kuoni, Ledarna, Nordea, PostNord, Skandiabanken, Swedbank, Södersjukhuset, TeliaSonera, Unibet och Vattenfall.