



PRESSMEDDELANDE 2017-11-27

# Samhällsengagemang och miljötänk ger nöjdare kunder i energibranschen

2017 – året då elcykeln är utsedd till årets julklapp och försäljningen av elbilar börjar ta fart – visar glädjande nog på breda uppgångar i kundnöjdhet för energibranschen i stort. Både de större och mindre aktörerna har nöjdare kunder jämfört med fjolåret. De aktörerna som kommer väl ut är främst lokala bolag med en starkt förankrad samhälls- och miljöprofil. De har lyckats att etablera en känsla av omtanke för kund, samhälle och förmedlar ett genuint engagemang för en hållbar framtid.

Svenskt Kvalitetsindex mäter kundnöjdheten inom elhandel, elnät och fjärrvärme. För elhandeln toppar Utellus (tidigare OX2 Vindel), Upplands Energi och Falkenberg Energi kundnöjdheten på privatmarknaden och Dalakraft, Skellefteå Kraft och Varberg Energi bland företagskunderna.

Energijättarna E.ON, Fortum och Vattenfall förbättrar i år kundnöjdheten från låga nivåer. Vattenfall är en av årets stora förbättrare med 4,7 enheter ökning på privatmarknaden elhandel. Enbart Göteborg Energi och Öresundskraft har ökat mera. Fortums kundnöjdhet är högre jämfört med i fjol, men ligger fortfarande i botten inom elhandel. En stark negativ påverkan på Fortums resultat är kopplingen inom elnät med Ellevio som får mycket svaga betyg av sina kunder.

– För de flesta andra elbolag är förhållandet omvänt, förklarar Johan Parmler, vd för Svensk Kvalitetsindex. Är man kund inom flera verksamhetsområden så är kundrelationen starkare och kunderna nöjdare.

Elnätsbranschen har lägst kundnöjdhet inom energibranschen. Kunderna upplever fortsatt irritation över höjda priser och monopol-situation, där särskilt Ellevio står i skottgluggen.

Fjärrvärme ligger även i år i topp i energibranschens när kunderna får säga sitt. Särskilt Borlänge Energi, Jönköping Energi och Skellefteå Kraft har mycket nöjda kunder. Kunderna upplever högt prisvärde och känner att fjärrvärme är den rätta lösningen för uppvärmning även för framtiden.

## Kundupplevelsen styrs av mer än bara en pålitlig energileverans

En felfri elleverans är ingen konkurrensfördel, kunderna förväntar sig att leveransen ska fungera och det gör den. Det är istället allt runt omkring leveransen som spelar en avgörande roll. Energikundernas nöjdhet är till stor del kopplad till de mjuka delarna av kundupplevelsen såsom varumärke och service.

Kunderna ställer idag högre krav på att få anpassad information vid rätt tillfälle. Det gäller allt från avbrott, avtalsförändringar, erbjudande till tips och råd om energibesparingar. Just information och proaktivitet ser vi förbättringar på i årets SKI-studier. De aktörerna som i sin kommunikation lyckats att förmedla mer än bara energi i sitt varumärke har de nöjdaste kunderna.

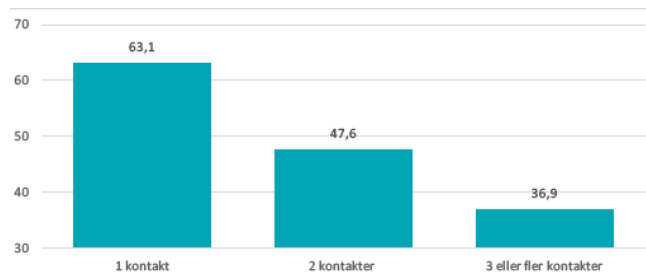
– Elbolagen behöver få oss konsumenter att lyfta blicken och förstå vilket värde elen tillför i vardagen, till exempel hur viktiga mobilerna är för oss idag och hur vi kommer att transportera oss i framtiden, kommenterar Susanne Aarup, projektledare för studien på Svensk Kvalitetsindex. Där tror jag att elbolagen kan höja sin image och därmed också sin kundnöjdhet väsentligt.

## Branschen måste bli mer snabbfotade när kunden klagat

När problem uppstår är det viktigt att ärendet blir löst vid första kontakten för inte få en missnöjd kund, men enbart 27 % av kundklagomålen blir lösta redan vid första kontakten. Redan vid klagomål som kräver två kontakter sjunker kundnöjdheten dramatiskt. Generellt är klagomålshanteringen i branschen för långsam och omständlig för kunden.

– Men vi ska komma ihåg att klagomål inte behöver vara något negativt, berättar Johan Parmler. De kunder som hör av sig till sin leverantör och får sitt problem löst direkt, blir ofta mer nöjda än de kunder som inte har problem.

## SKI Kundnöjdhet efter hur många kontakter som krävdes för att lösa klagomålet



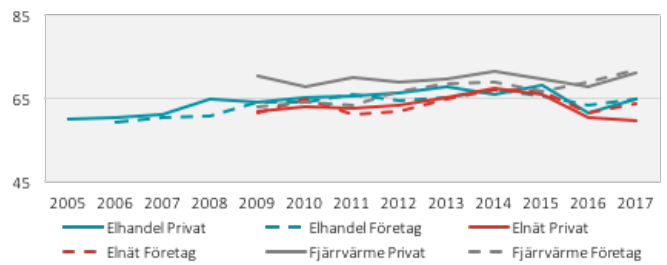
Nöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

### Framtidens energikund

Digitaliseringen genomsyrar samhället och något som Svenskt Kvalitetsindex ser förändrar hur interaktionen mellan kund och aktör ser ut. Kunderna till energibolagen upplever generellt att digitaliseringen inte har nått branschen i särskilt stor utsträckning. Det energibranschens aktörer måste vara uppmärksamma på är hur kunderna i framtiden vill interagera, till exempel göra tjänster i mobilen, följa förbrukning i realtid och anpassas till de enskilda kundernas behov.

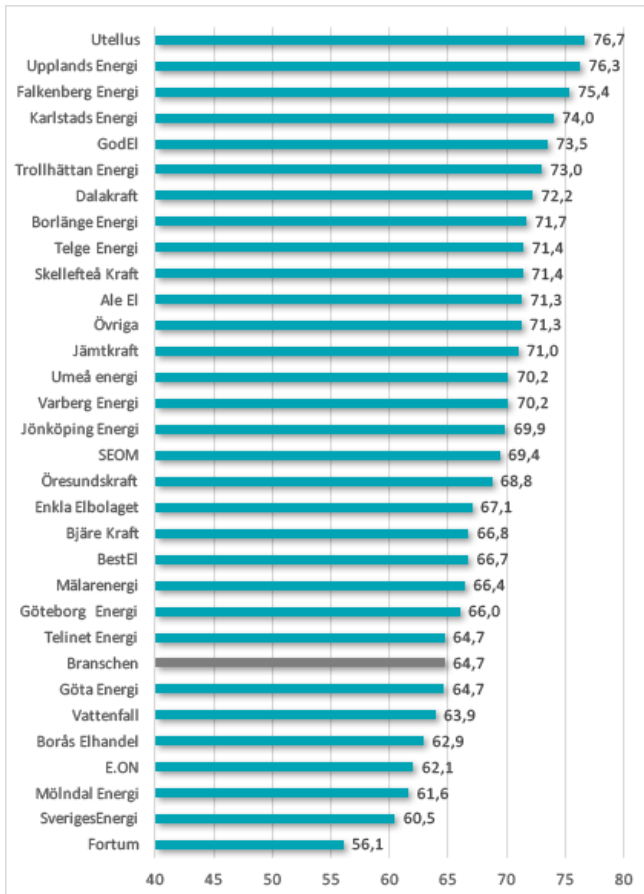
– Digitaliseringen måste bygga på de enskilda kunders behov och inte för digitaliseringens egen skull, kommenterar Johan Parmler. Det finns inga digitala kunder, enbart digitala tjänster.

### SKI kundnöjdhet i energibranschen 2005-2017



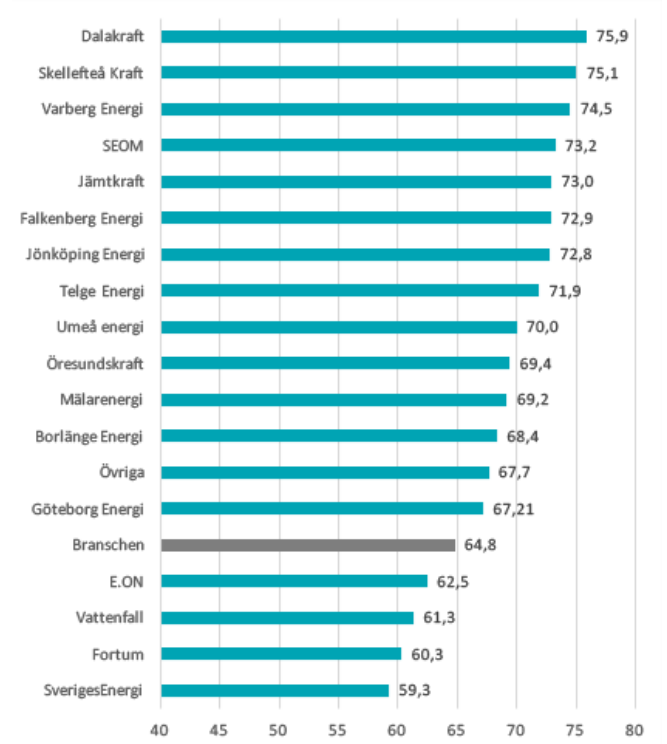
Nöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

### SKI Kundnöjdhet Elhandel privatmarknaden 2017

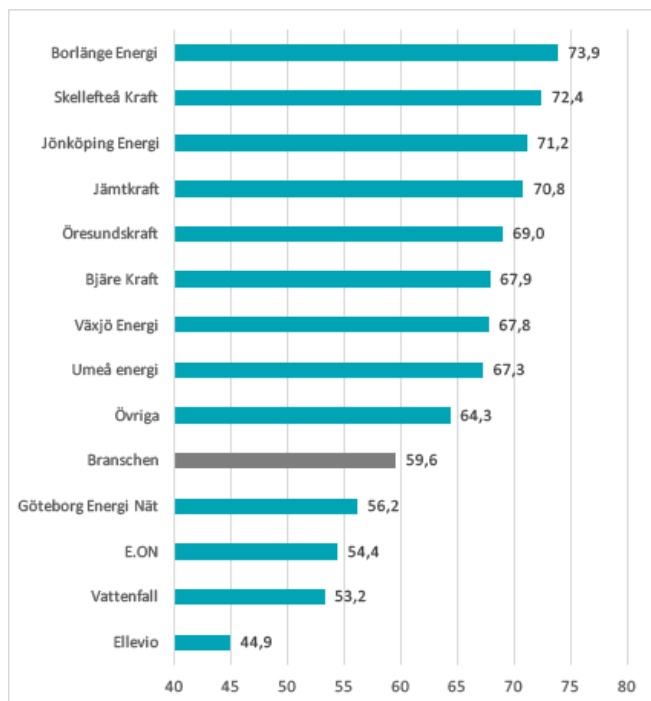


Nöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

### Kundnöjdhet Elhandel företagsmarknaden 2017

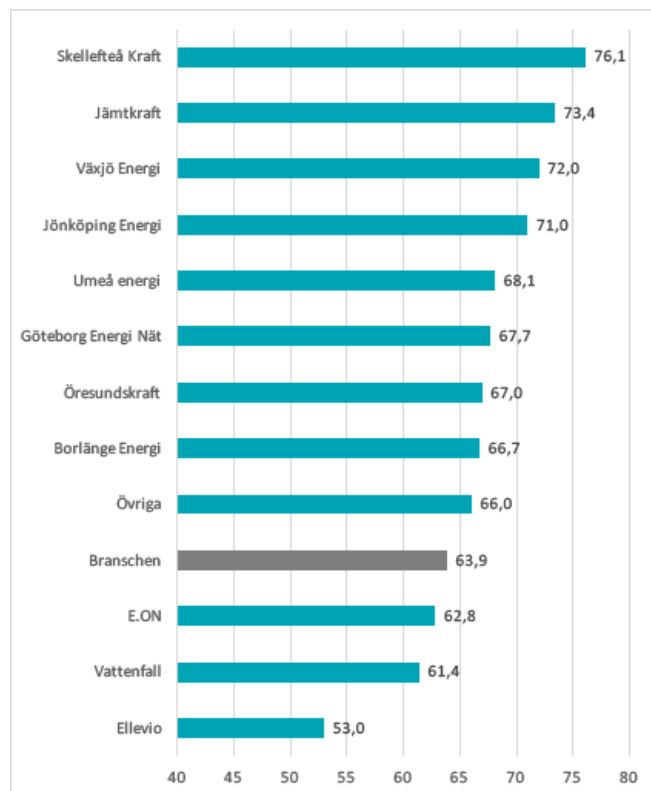


### SKI Kundnöjdhet Elnät privatmarknaden 2017

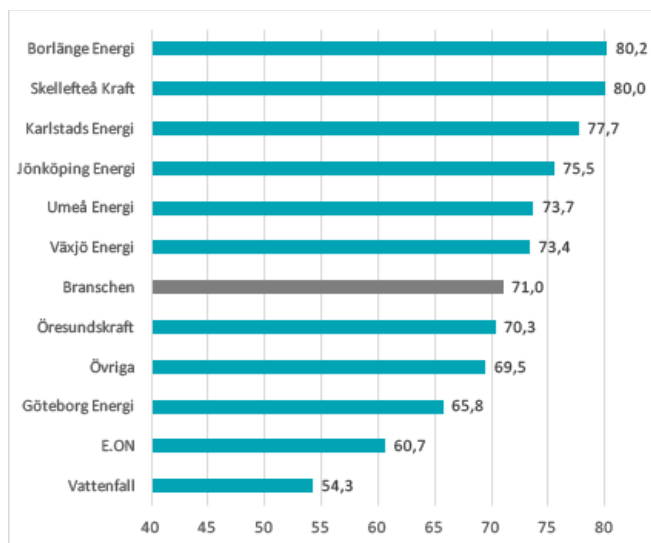


Nöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branschen och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

### SKI Kundnöjdhet Elnät företagsmarknaden 2017

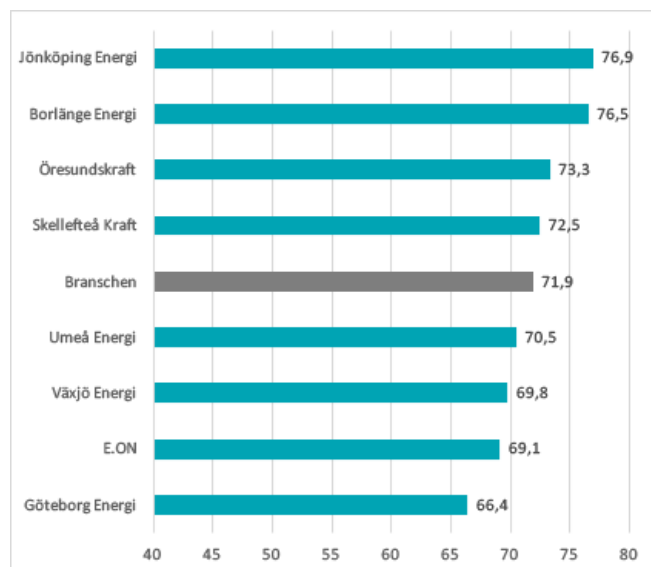


### SKI Kundnöjdhet Fjärrvärme privatmarknaden 2017



Nöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branschen och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

### SKI Kundnöjdhet Fjärrvärme företagsmarknaden 2017





#### Not, om studien 2017

Intervjuerna har genomförts via telefon under oktober och november 2017 av PFM Research. Personer i åldern över 18 år som är bosatta i Sverige samt företag i Sverige med minst en anställd ingår i urvalet. Urvalet är taget från PAR Konsument och PARAD. Totalt är antal intervjuer för hela studien 11 258.

Frågeformuläret innehåller ett 40-tal frågor som generellt besvaras på en 1-10 skala där 1 betyder missnöjd/instämmer inte och 10 betyder mycket nöjd/instämmer helt. En intervju tar i genomsnitt 12 minuter.

Generellt är en skillnad på mer än 2 enheter statistisk säkerställd. SKI använder 95 % signifikansnivå som standard. Liknande studier är genomförda i Norge.

Kundnöjdhet – Hur kommer SKI fram till det?

Tänk på all erfarenhet du/ni har av "din/er leverantör".

- Hur nöjd är du/ni?
- I vilken mån anser du att "din/er leverantör" uppfyller dina/era förväntningar?
- Tänk dig/er ett bolag som är perfekt i alla avseenden. Hur nära eller långt ifrån en sådant perfekt bolag upplever du/ni att "ditt/ert leverantör" är?

Kunderna anger sin nöjdhet på skalan 1 till 10. Medelvärdet på respektive fråga sätts samman till ett index med skalan 0-100. Ju högre betyg desto bättre omdöme har banken fått av sina kunder. Generellt sett har branscher och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

Utöver dessa tre frågor utgår undersökningarna från 40-talet frågor om hur kunder upplever kvaliteten kring en vara eller tjänst visar SKI vad som får kunder att förbli kunder. Dessa fem områden för att förklara vad som gör kunder nöjda och lojala. Som bakgrund mäts image, förväntningar, produktkvalitet, service och prisvärdhet. Studien görs med hjälp av en statistisk modell som möjliggör analys av orsakerna till kundernas bedömning, liksom till hur lojala kunderna är mot sina banker. Svenskt Kvalitetsindex är en del av EPSI Rating Group som genomför syndikerade kundstudier i hela Norden.



#### FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

► [johan.parmier@kvalitetsindex.se](mailto:johan.parmier@kvalitetsindex.se)

► 073-151 75 98