



FÖR MER INFORMATION

Johan Parmler, VD Svenskt Kvalitetsindex
 ► johan.parmler@kvalitetsindex.se
 ► 073-151 75 98

2022-12-08

Enklare publik laddning avgörande för elbilsomställning.

Laddbara bilar är populärare än någonsin bland svenska bilanvändare - men hur upplever kunderna de olika laddoperatörerna? Svenskt Kvalitetsindex har för första gången mätt kundens uppfattning om publika laddstolpar för elbilar. Kundnöjdhetsbetyget på 71,3 indikerar att kunderna är nöjda. Trots detta kan vi konstatera att det är en ung bransch med många aktörer som levererar en fragmenterad kundupplevelse.

– Det här är en ny bransch för oss som vi nu mäter kundupplevelsen i tillsammans med våra kollegor i Danmark, Finland och Norge, säger Johan Parmler, VD Svenskt Kvalitetsindex. I den stora elektrifieringen så har laddinfrastrukturen utmålats som en flaskhals.

Vi vill med våra studier lyfta de utmaningar som kunderna ser och hur branschen kan bli bättre ur ett kundperspektiv. Jämfört med Norden så hamnar Sverige högt. I Norge där ekosystemet kring elbilar är mer utvecklat har kunderna högre krav och där hamnar kundnöjdheten något lägre än i Sverige, berättar Johan.

Även om resultaten skiljer sig åt mellan både aktörer och de nordiska länderna så finns det flera saker som är gemensamt.

Växelverkan mellan pris och upplevelse

– Kunderna vill ha en smidig och friktionsfri upplevelse där de känner att de får ett bra pris för sin laddning, säger Calle Walmstedt, projektledare på Svenskt Kvalitetsindex. Kunderna upplever det som mycket svårt att göra prisjämförelser mellan olika laddoperatörer.

Här behöver hela branschen bli mer transparent och lära sig att samarbeta för att underlätta för kunderna.

Årets studie visar att det är användarna av Teslas Superchargers som har den bästa laddningsupplevelsen i Sverige, medan övriga laddoperatörer levererar en blandad kundupplevelse.

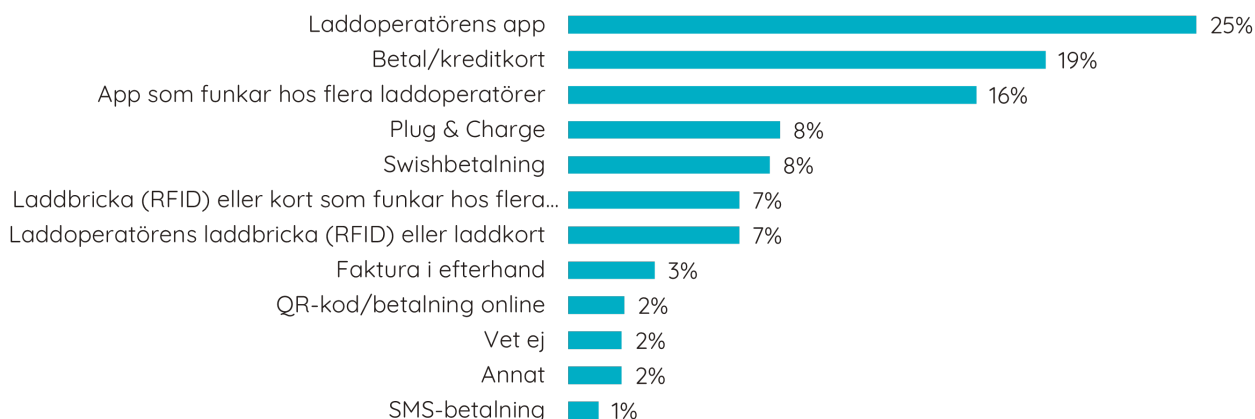
– Tesla presterar väldigt bra på även på nordisk nivå och levererar den bästa laddningsupplevelsen även i Norge, Finland och Danmark. Tesla-kunderna är särskilt nöjda med den enkla och intuitiva laddprocessen samt laddnätverkets täckning, säger Calle Walmstedt. Att konsekvent leverera nöjda kunder på nordisk nivå visar att Tesla har lyckats med det många andra aktörer inte lyckas med – att möta kundernas krav, fortsätter Calle.

Många betalalternativ orsakar spänning

Idag använder majoriteten av kunderna de olika laddoperatörernas egna appar för att betala för sin laddning. Om kunderna fick välja själva skulle dock färre använda dessa specifika appar utan hade istället velat använda en app som fungerar hos flera laddoperatörer eller sitt vanliga betalkort.

Fråga:

Om du fritt fick välja hur du betalar, vilken betalningsmetod skulle du föredra?



– Vi ser en stor skillnad i önskad betalningsmetod mellan olika åldersgrupper, berättar Karolina Kregert, analytiker på Svenskt Kvalitetsindex. De yngre kunderna ser inga problem med att ha olika appar för olika laddoperatörer, och är positiva till att annars kunna betala med Swish eller plug & charge. Äldre kunder å andra sidan vill helst betala med betalkort och slippa krångla med appar eller laddkort/brickor.

Enkelhet för kunderna att strömma till

Även andra förutsättningar påverkar vilken betalningsmetod kunderna önskar. Kunder som bor i storstäder vill kunna betala med en app som fungerar hos flera olika laddoperatörer eller med betalkort/kreditkort eftersom utbudet av laddoperatörer är större i storstäderna.

Att olika laddoperatörer kräver egna appar eller laddkort/brickor för betalning blir därför ett stort problem för dessa kunder, men kan vara helt oproblematiskt för kunder ute på landsbygden eftersom det där endast finns ett alternativ att välja på.

– Det är därför viktigt att känna till sina kunder och deras behov. Bolag som har många av sina laddstolpar i större städer bör därför fundera på hur de kan göra det lättare för kunderna att betala för laddningen. Man kan förlora många kunder om laddprocessen blir krånglig och andra smidigare alternativ finns i närheten, avslutar Karolina.

Äldre upplever branschen för stolpig

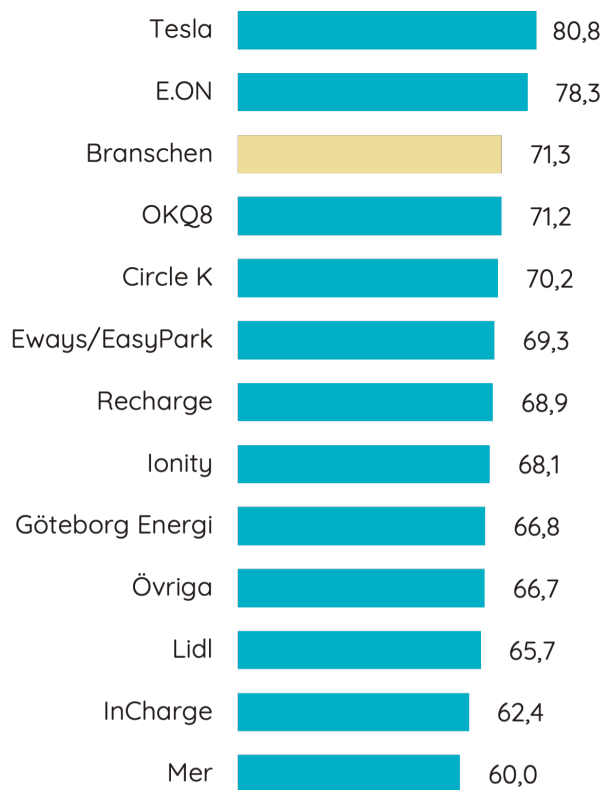
Kunder i de övre åldersgrupperna är mindre nöjda med laddoperatörerna och det beror främst på upplevda problem kopplat till information. De har stora svårigheter att jämföra priser mellan olika laddoperatörer, att hitta laddstationer, och de upplever inte att laddoperatörerna är proaktiva och kommer med relevanta råd eller kommunicerar ut sina priser.

– Kunder som är 45 år eller äldre upplever att deras laddoperatör(er) inte förstår deras behov som kunder, vilket bidrar till att de upplever operatörerna som mindre prisvärda berättar Calle Walmstedt. Jämför vi med kunder i yngre åldrar så upplever de färre problem med att söka upp relevant information, vilket resulterar i en smidigare upplevelse som gör dem till nöjdare kunder, fortsätter Calle.

Vi ser dessutom att ju äldre kunderna är, desto mindre benägna är de att använda flera olika laddoperatörer. De vill hellre använda samma laddoperatör(er) regelbundet än att prova på olika.

Kundnöjdhet 2022

Betyg 0 - 100



© Svenskt Kvalitetsindex

Not, om studien 2022

Datansamlingen pågick under oktober och november 2022 och totalt samlades 1 096 intervjuer in.