



EG- EPSI ENERGI

EPSI RATING 14. JUNI 2018

Helene Söderberg



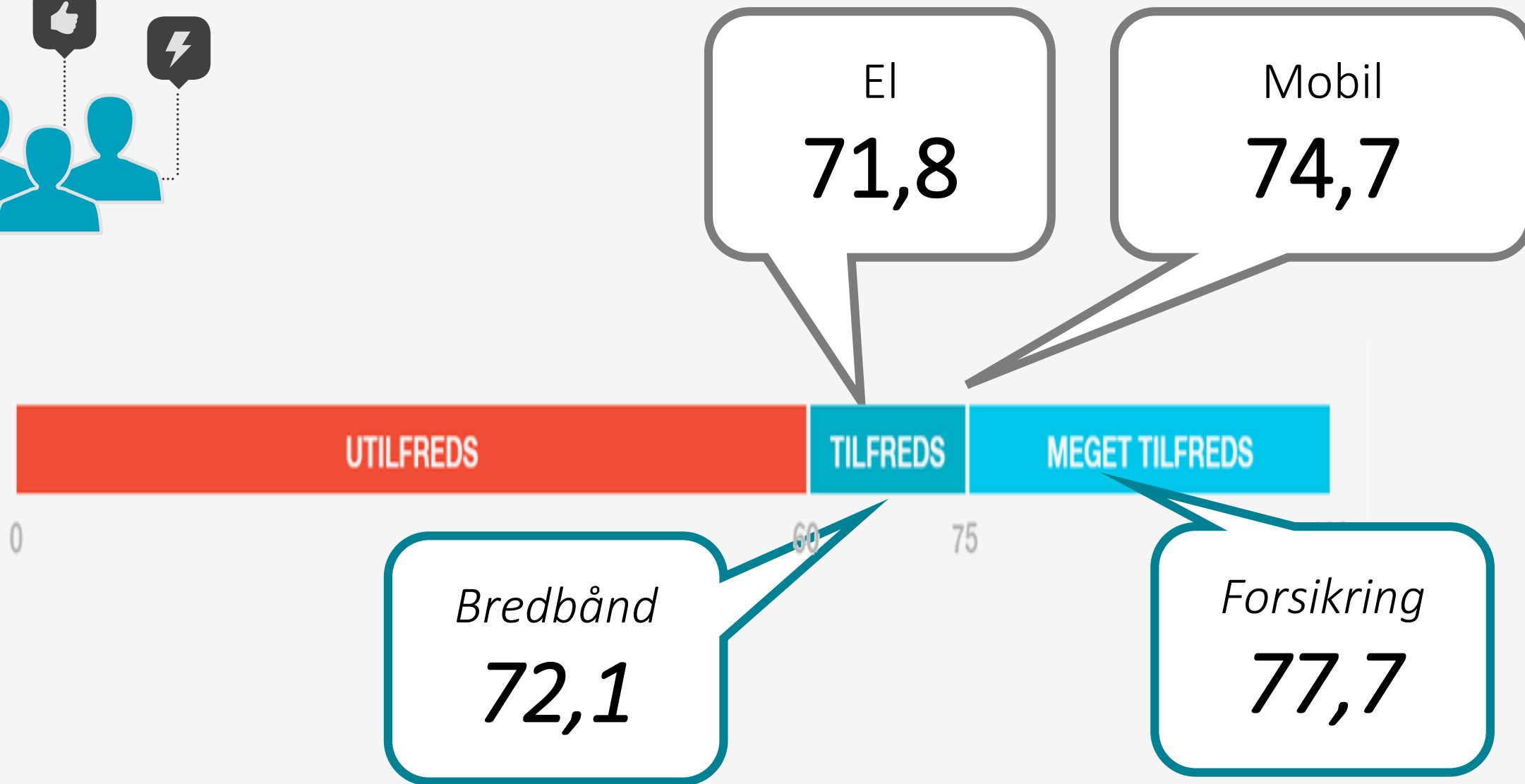
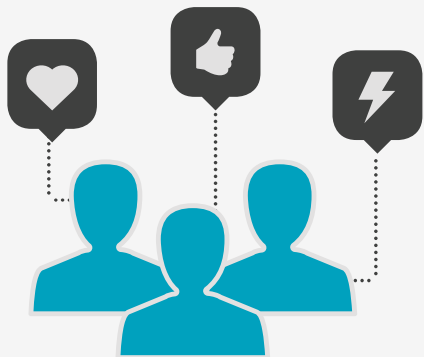
HVORFOR KUNDETILFREDSHED?

REPUTATON
ECONOMY

EXPECTATION
SPILLOVER

LØNSOMHED

Er VI tilfredse i Danmark?





HVEM ER VI?

TILFREDSE KUNDER = BEDRE FINANSIELLE RESULTATER*

Kundetilfredsheds-
studier siden

1989

I alle

NORDISKE

lande + de baltiske lande,
UK og Holland

Startede som forskningsprojekt på

**HANDELSHÖGSKOLAN
I STOCKHOLM**

EPSI udfører også andre

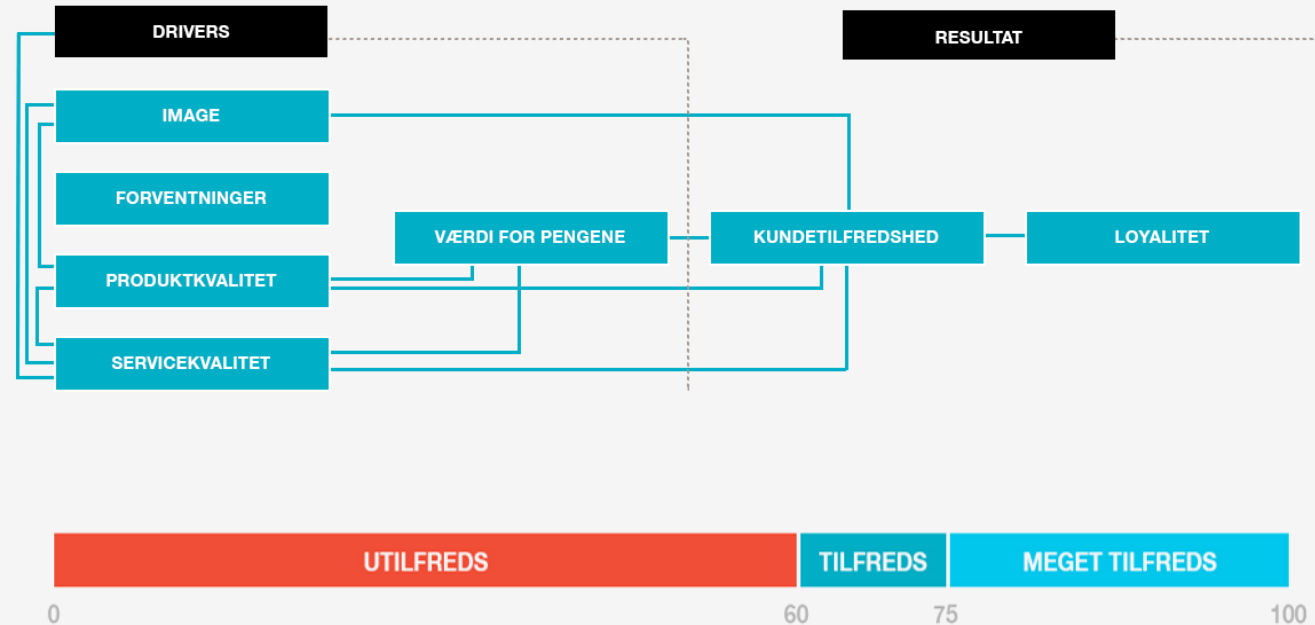
STUDIER

Medarbejdertilfredshed,
Management Index og
specialstudier

*One unit increase in EPSI Rating customer satisfaction corresponds with 5 % higher return on net assets and 2-4 % increase in the market capitalization, based on Eklöf et al 2016 & Birch-Jensen et al 2016 <http://kvalitetsmagasinet.se/nu-ar-det-styrkt-kundnojdhet-ger-hogre-avkastning/>

EPSI MODELLEN

- ✓ Image: Handler om hvordan brandet opfattes. Her stilles bl.a. spørgsmål til oplevelsen af aktørens samfundsansvar og pålidelighed.
- ✓ Forventninger: Giver et billede af kundernes forventninger, krav og engagement. Her handler spørgsmålene om kundens forventninger til aktørens varer og tjenester
- ✓ Produkt- og servicekvalitet: Oplevet produktkvalitet rapporterer kundens oplevelse af produkt-/servicekvaliteten samt spørgsmål som vedrører tilgængelighed, attitude, engagement, lydhørhed og kommunikation.
- ✓ Værdi for pengene: Ved at sætte kundeoplevelsen i relation til hvad kunden betaler måles den oplevede værdi af de leverede varer og tjenester



Scoren rapporteres som en indeksværdi (ikke procent) mellem 0 og 100. Spørgsmålene stilles på en 1-10 skala, som derefter transformeres om til en 0-100 skala. Indikation for tolkning er som vist ovenfor.

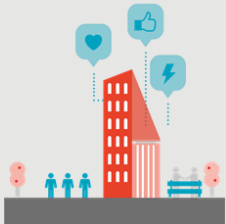
Sådan her kan året med EPSI se ud

EPSI BRANCHSTUDIE



ENERGI 26/11

EPSI KUNDESTUDIE



EPSI ANALYSETJENESTER



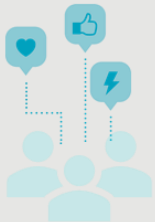
EPSI PULS



EPSI KUNDESTUDIE



EPSI VAREMÆRKE



EPSI ANALYSETJENESTER



EPSI MEDARBEJDERE



EPSI PULS



EPSI MANAGEMENT INDEX

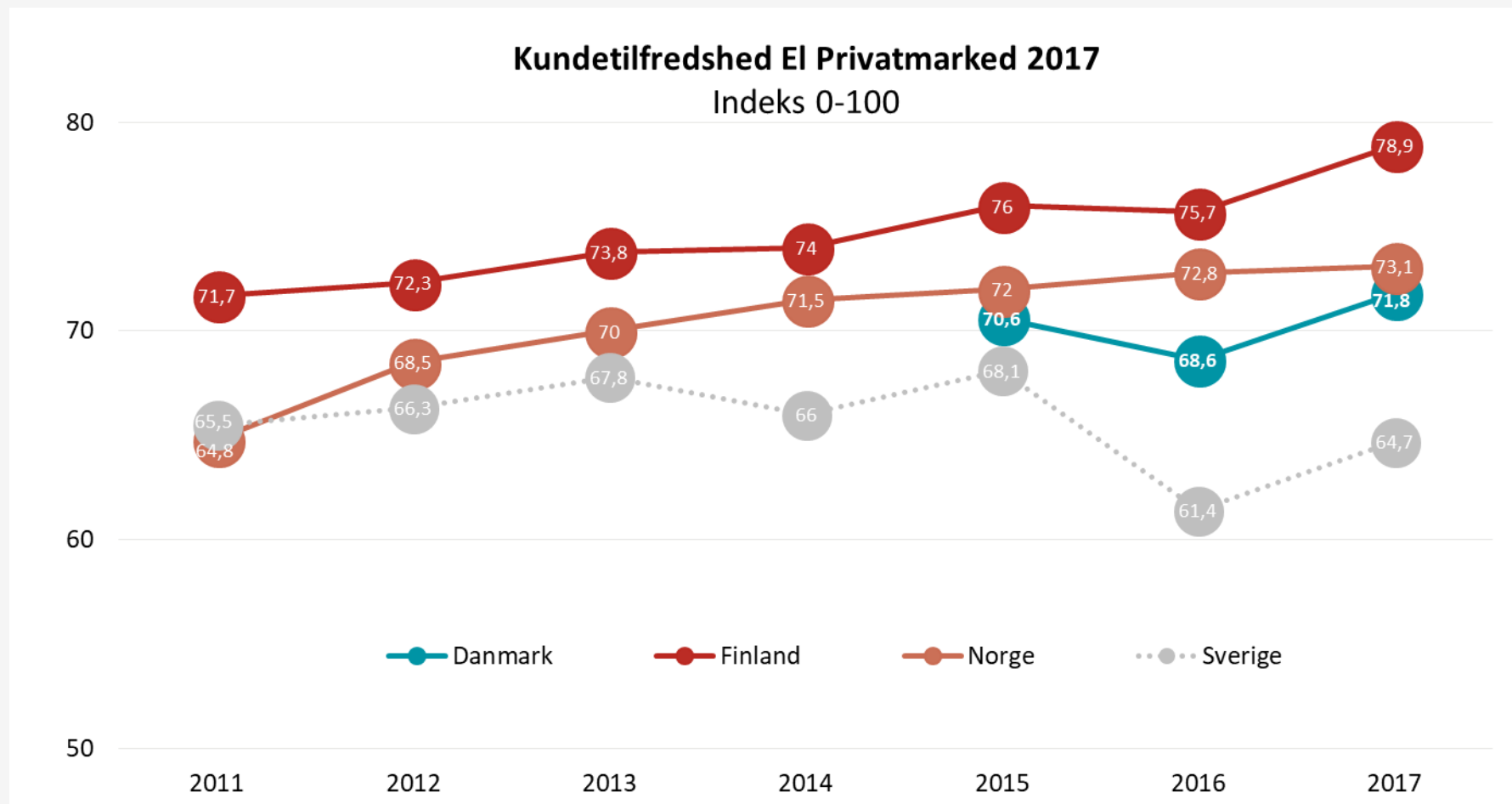




EL 2017

EPSI EL 2017 – EN BRANCHE MED LAVT KUNDEENGAGEMENT OG TROFASTE KUNDER men.....

- ✓ Danskerne er i år mere tilfredse med deres el-leverandør
- ✓ Mindre tendens til, at mobiliteten i branchen stiger. De danske el-kunder bliver mere engagerede end det er set tidligere år.
- ✓ Kunderne oplever i år, at det nu er nemmere at skifte elselskab end tidligere.
- ✓ Forbedringer af branchens image, hvor kunderne nu oplever et højere samfundsansvar fra elselskaberne.
- ✓ Kunderne oplever at få mere værdi for pengene – bl.a. fordi elregningen opleves som mere overskuelig og lettere at forstå og fordi de i højere grad oplever, at de har en el-aftale som passer dem.



Kundetilfredshed er et vægtet gennemsnit af tre spørgsmål: Q3: Tilfredshed på baggrund af erfaringer? Q6: Tilfredshed i relation til forventninger? Q16: Den perfekte el-leverandør? Om spørgsmålene: Kunderne (respondenterne) skal give deres bedømmelse på en 1-10 skala, hvorefter svarene transformeres om til et indeks på 0-100

EL 2017 – STOR AFSTAND MELLEM TOP OG BUND

Privatkunder	2017 (Indeks 0-100)	Sammenlignet med 2016
Energi Fyn	76,0	2,3
SE	74,7	4,7
Øvrige	73,7	3,9
Nrgi	73,1	3,5
Seas-Nve	72,1	2,2
Branchen	71,8	3,2
Eniig	71,7	1,3
Ørsted	68,7	4,7
Ewii	65,0	-0,8

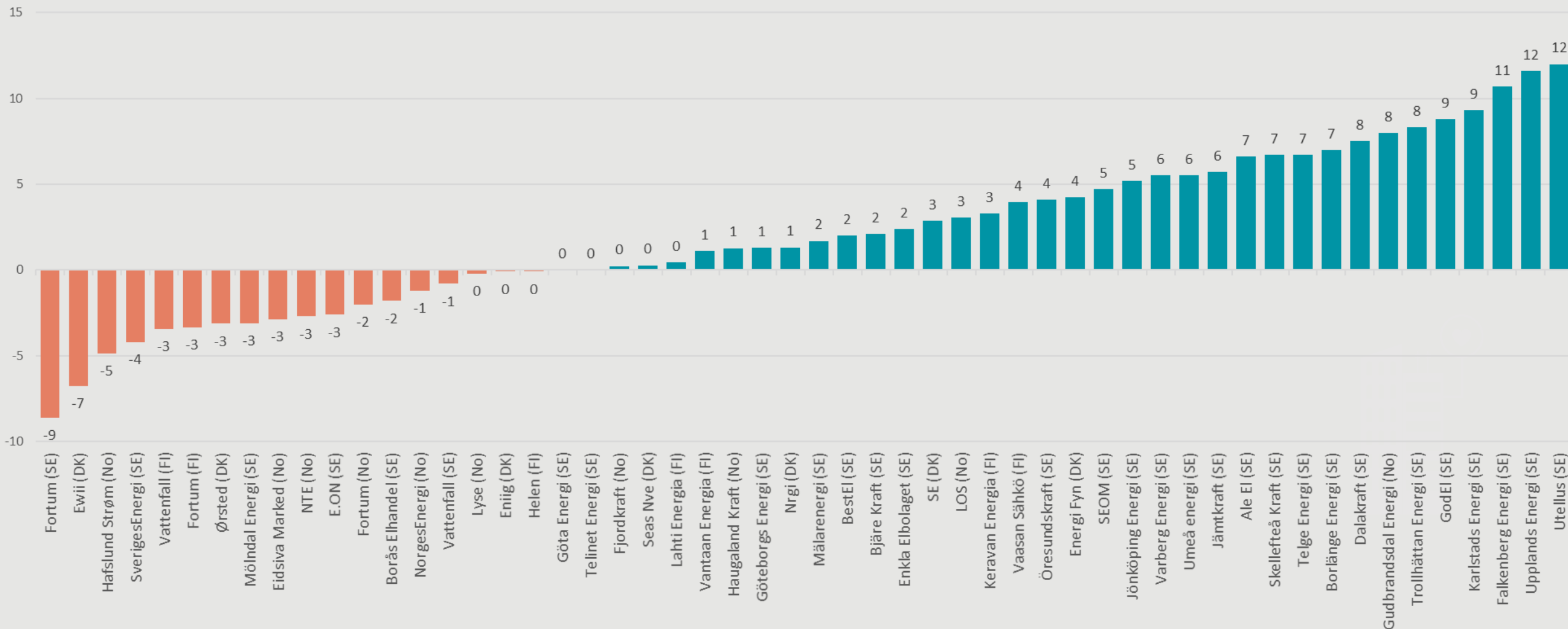
Om Elstudien 2017:

- ✓ Dataindsamlingsperiode: 8. november – 27. november af Norstat
- ✓ Antal telefoninterviews: 1.000
- ✓ Respondenterne for undersøgelsen udgøres af personer mellem 18 og 79 år, der er bosat i Danmark og som har en relation til en elleverandør.

- ✓ Der er tæt løb mellem flertallet af selskaber, men der er også stor afstand mellem top og bund.
- ✓ De selskaber, som får høje ratings af deres kunder, har et stærkt brand blandt deres kunder, en højere service og de tilfører mere værdi for pengene.
- ✓ SE og Ørsted har forbedret sig mest. Fælles for de to virksomheder er, at kunderne i højere grad synes de har en el-aftale som passer dem og oplever regningen som mere forståelig. Derudover har Ørsted specielt forbedret sit image omkring samfundsansvar.
- ✓ Ewii får stadigvæk en lav score og afstanden til de andre selskaber øges. I forhold til andre aktører får de specielt en lav score på service.

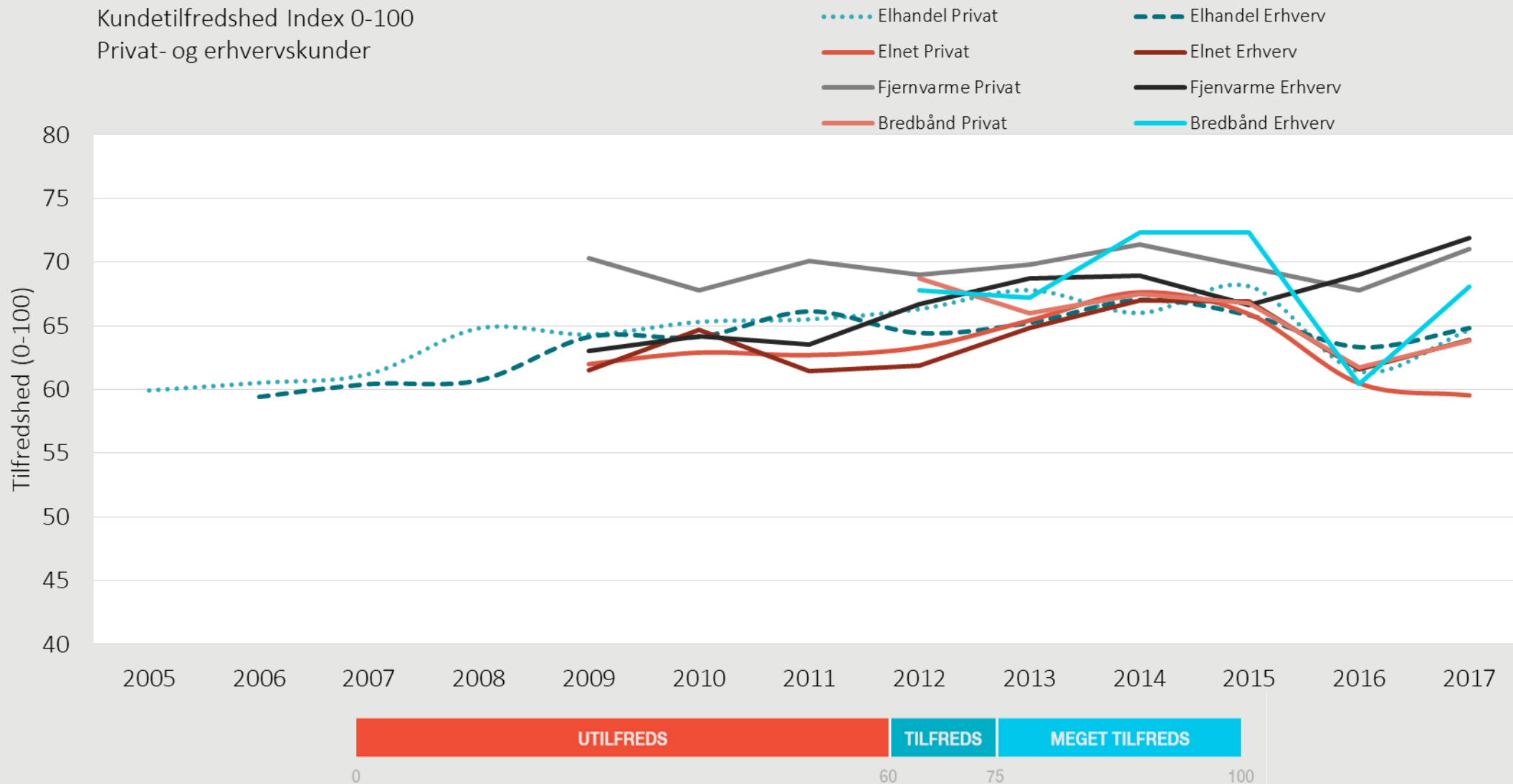
KUNDETILFREDSHED I ET NORDISK PERSPEKTIV – LOKALE OG MILJØ/SAMFUNDSPROFIL MEST TILFREDSE KUNDER

EL 2017 – Kundetilfredshed relativt i forhold til landets branchegennemsnit



ENERGI I SVENSK PERSPEKTIV – FJERNVERME MEST TILFREDSE KUNDER

Fjernvarmekunderne har taget et mere aktivt valg af leverandør samt er mere digitale kunder



Desuden udarbejder vi løbende kundeundersøgelser for adskillige energivirksomheder indenfor f.eks. fjernkøling, vand og afløb, renovation m.m.

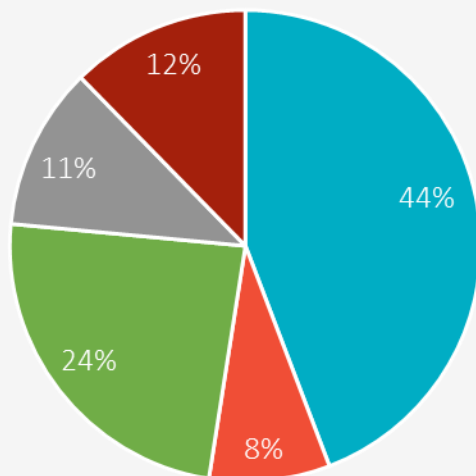


DRIVKRÆFTER

HVAD ER VIGTIGT FOR JERES KUNDER? 2017

BRANCHEN 2017

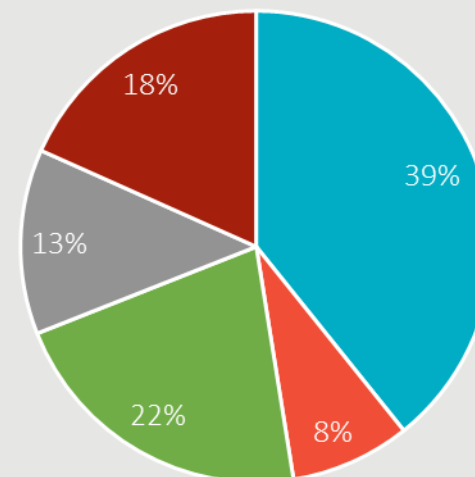
Drivkræfter 2017 - relativ betydning



■ Image ■ Forventninger ■ Produktkvalitet ■ Service ■ Værdi for pengene

BRANCHEN 2016

Drivkræfter 2016 - relativ betydning



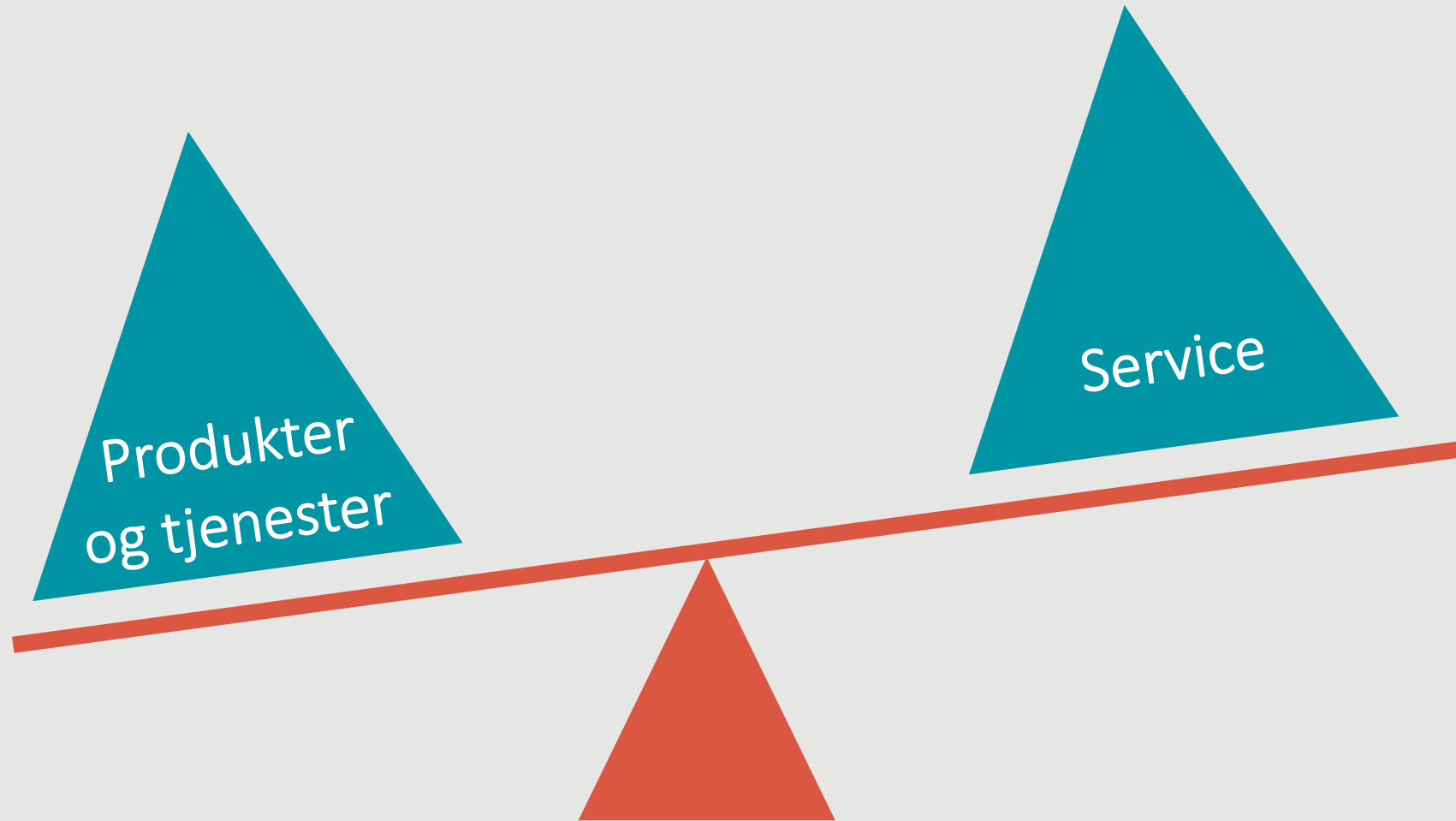
■ Image ■ Forventninger ■ Produktkvalitet ■ Service ■ Værdi for pengene

- ✓ Image og Produktkvalitet er de vigtigste drivkræfter for branchen.
- ✓ Image er blevet endnu vigtigere end i 2016.
- ✓ Herefter er det muligt at kigge nærmere på hvilke spørgsmål som er vigtigst...

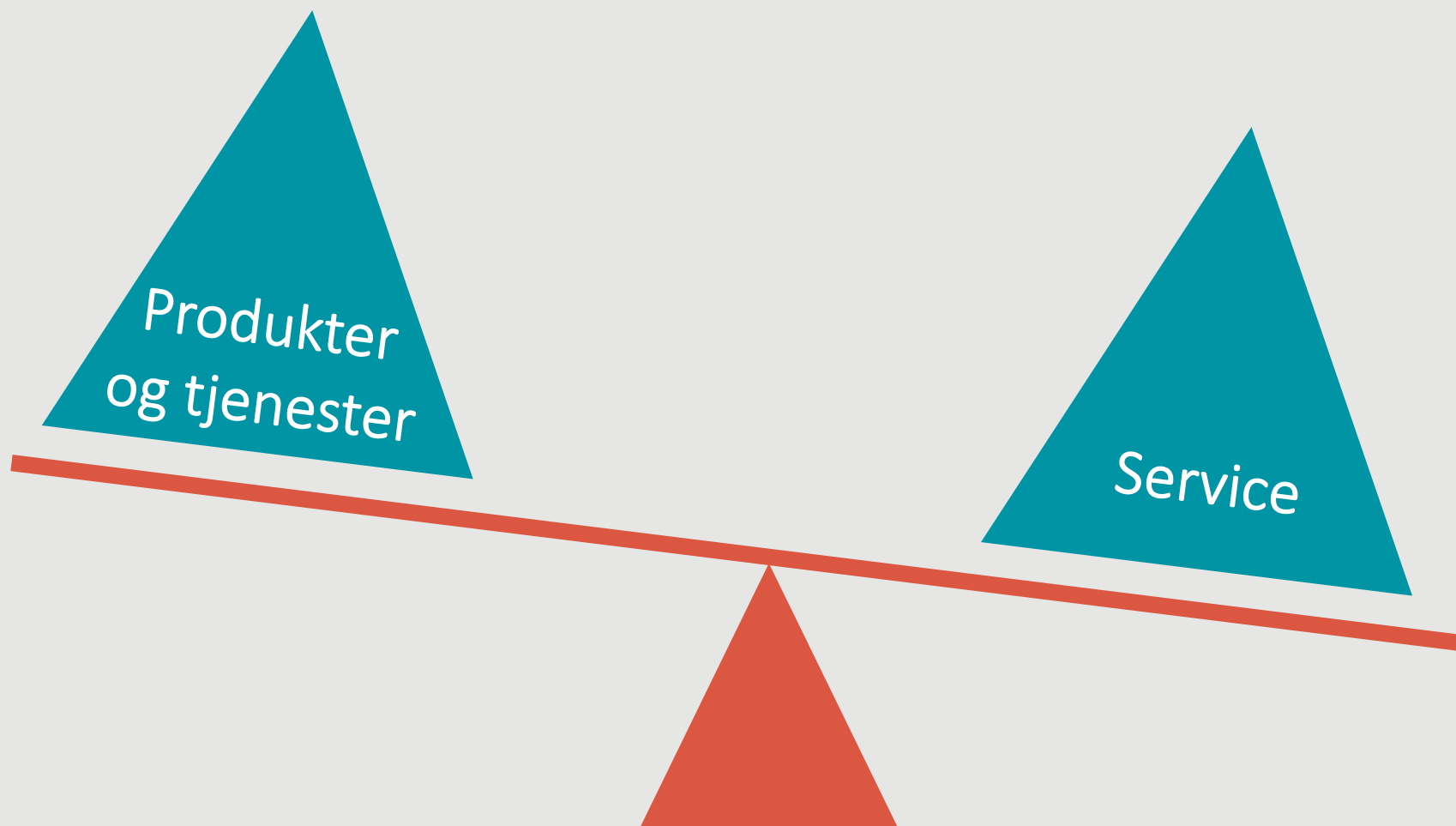


MEN.....

KUNDERNES PRÆFERENCER KAN ÆNDRES



KUNDERNES PRÆFERENCER ÆNDRES



HVAD GØR DEM SOM FÅR HØJE SCORES?

- ✓ Nemt for kunden – fokus på kundeprocesserne i stedet for de interne processer
- ✓ En ledelse der kræver kundetilfredshed
- ✓ Klart tilbud – ikke vildføre – tænk langsigtet
- ✓ Stærkt brand – associeret med mere end hvad du gør til dagligt, f.eks. miljø-, lokal- eller social involvering
- ✓ Regelmæssig information til kunder
- ✓ Proaktivitet og nærhed – ikke altid geografisk





BLØDE VÆRDIER ER VEJEN TIL FREMGANG



PROAKTIVITET SKABER TILFREDSE KUNDER

BRANCHEN

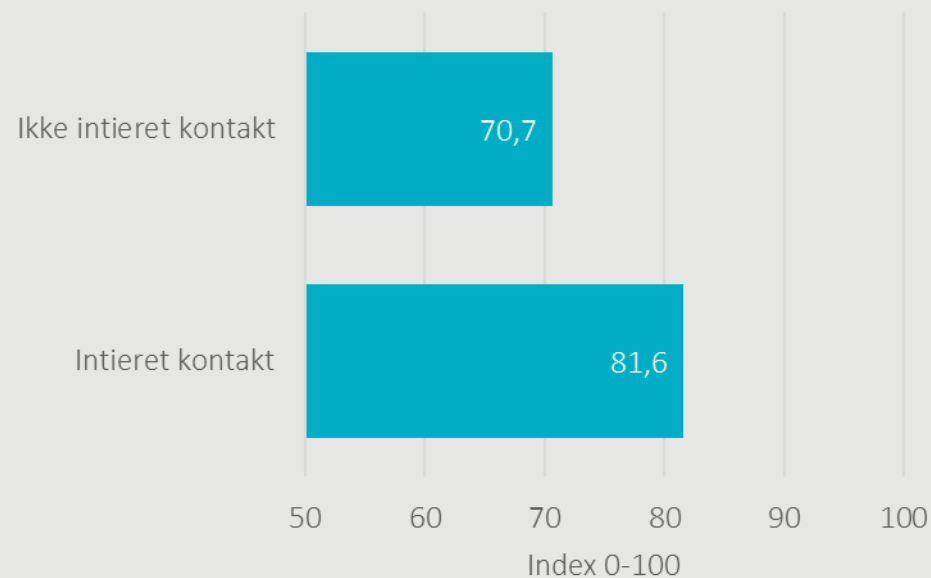
Initieret kontakt : Andel Ja: Har 'Din elleverandør', på eget initiativ, taget kontakt til dig for at sikre, at du har den korrekte el aftale i løbet af det sidste år?

11%

BRANCHEN

Kundetilfredshed og initieret kontakt med kunde

Har 'Din elleverandør', på eget initiativ, taget kontakt til dig for at sikre, at du har den korrekte el aftale i løbet af det sidste år?



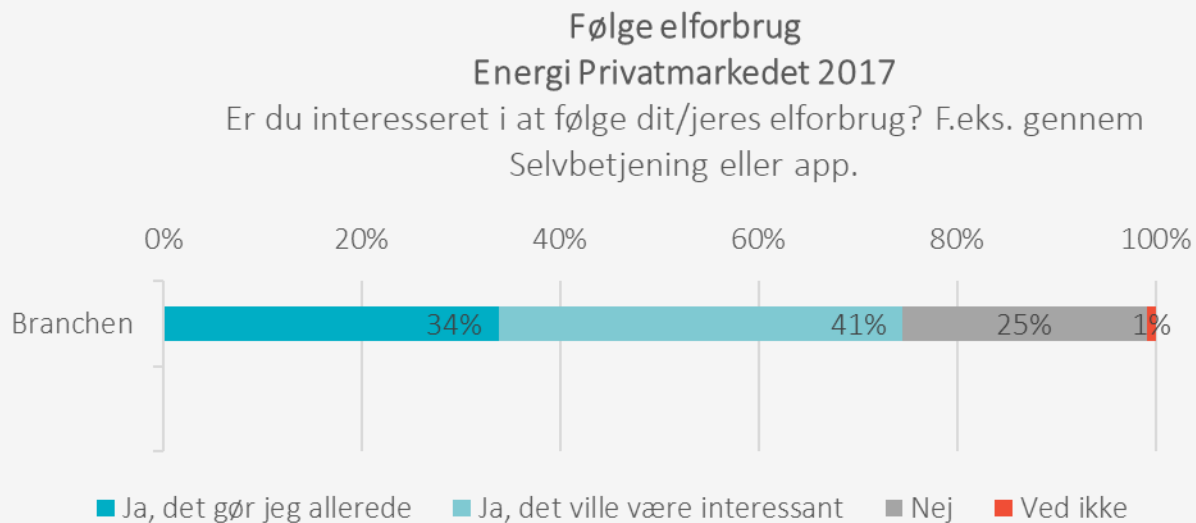
- ✓ Lav andel af kundekontakt!
- ✓ Men stor betydning for kundetilfredsheden!



TJENESTER SOM OGSÅ KAN SKABE TILFREDSE KUNDER

FØLGE ELFORBRUG 2017

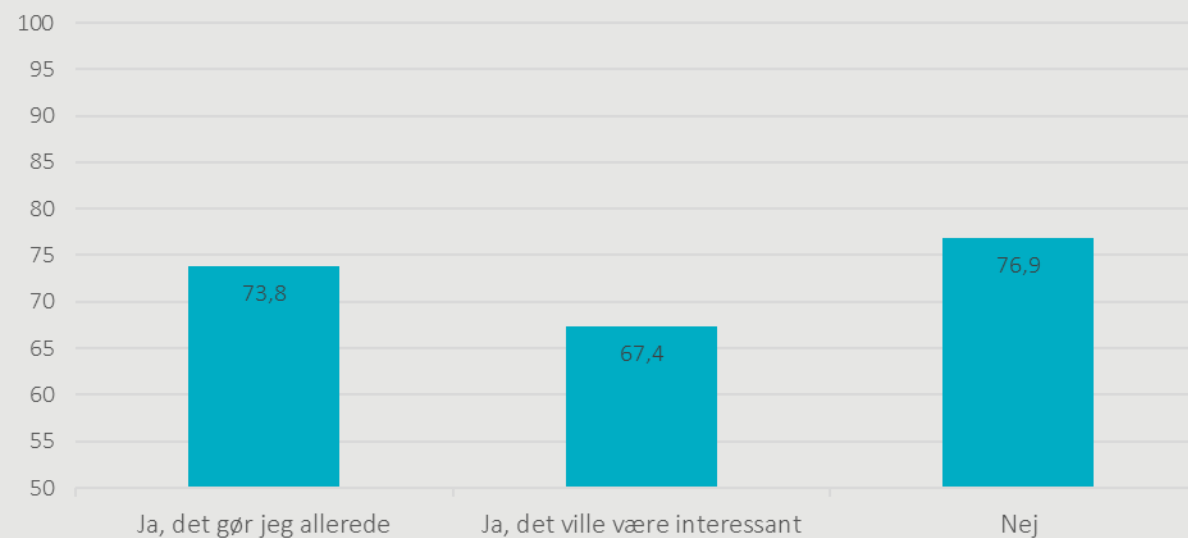
BRANCHEN



✓ Vigtigt for kunder at følge med i elforbrug!

BRANCHEN

Følge elforbrug - Kundetilfredshed
Energi Privatmarkedet 2017





DEN DIGITALE ELKUNDE

Digitalisering har primært været drevet af IT-folk, når det burde have været drevet fra et andet perspektiv - kundeperspektivet.

Sørg for at du har de rette folk til at arbejde med digitalisering.

Personen skal inkluderes i alle faser af digitalisering. Kunden skal føle sig unik og bekræftet.

Kunder ønsker adgang til information når de selv efterspørger det – ikke når du ønsker at give det.

DIGITALT POSITIV TIL DEN DIGITALE UDVIKLINGEN

At alt bliver mere digitalt i X branchen oplever jeg som positivt



Elbranchen mest positiv til denne udvikling blandt bank og forsikring!

MEN

DIGITALT VIRKSOMHED PÅ FORKANT MED DIGITALISERING

Oplever at sin leverandør' er på forkant med digitaliseringen



Mens bankbranchen er mest i forkant med digitaliseringen!

HVORFOR ER DETTE VIGTIGT?

TILFREDSHED VIRKSOMHED PÅ FORKANT MED DIGITALISERING

Oplever at sin leverandør' er på forkant med digitaliseringen

73

Bank

81

Forsikring

77

EI

Oplever at sin leverandør' ikke er på forkant med digitaliseringen

64

Bank

73

Forsikring

60

EI



BETYDNING?

DIGITALT POSITIVE KUNDER



Disse kunder oplever at deres elleverandør er på forkant med digitaliseringen og at det er positivt at elbranchen bliver mere digitalt.

Disse kunder er markant mere tilfredse med deres elleverandør

HVORDAN ER DISSE KUNDEGRUPPER FORSKELLIGE?

DIGITALT POSITIVE KUNDE

Meget tilfredse

Specielt høj score i produkt, service og mere loyale kunder

De følgere i højere grad deres leverandører på sociale medier

Større andel mænd

Større andel af ældre (60+)

Større andel der bor på Sjælland

Produkt er mere af betydning for kundetilfredshed og loyalitet

DIGITALT NEGATIVE/NEUTRALE KUNDE

Mere utilfredse, og især mindre tilfredse med service og mindre loyale til deres leverandør.

Langt mindre tilbøjelige til at tale godt om deres udbyder

Oplever leverandøren som dårlig på at opdatere produktudbud baseret på hvordan kundens behov ændrer sig

Oplever proaktivitet og information er dårlig

Større andel af nye kunder

Større andel af aldersgruppe 30 – 44 år

Service er mere af betydning for kundetilfredshed og loyalitet



FORVENTNINGERNE I SKAL LEVE OP TIL

SERVICE I FOKUS

Produkterne bliver mere og mere generiske – det er servicen som skal være i fokus for at skille sig ud.

Kunderne forventer relevant information; kundetilpasset information på det rette tidspunkt.

Kunden forventer endda, at I ved hvad kunden vil have – det gælder alt fra information og service til selve leverancen. Dvs. I skal opfattes som proaktive.

TYDELIGE & PERSONLIGE

Den digitale udvikling medvirker til, at kunder bliver mere illoyale – det bliver nemmere at skifte.

Kunderne forventer, at I som virksomhed er personlige og viser dem, at I bekymrer jer om den enkelte kunde.

Kunden forventer også et tydeligt varemærke, som viser, at I gør det, der er bedst for kunden.

OMVERDENEN

Omverdenen, med andre brancher og aktører, bevæger sig hurtigt og vil fortsætte med at gøre det fremover.

Kunderne forventer, at I tilpasser jer i samme hastighed som omverdenen, og at I leverer på samme vilkår som deres andre kundeoplevelser.

Kunden forventer også, at I udvikler og udvikles på samme måde som omverdenen.

Husk...

DER ER IKKE "DIGITALE ENERGIKUNDER", UDEN
KUNDER, DER ANVENDER DIGITALE TJENESTER

26/11

ENERGI – EPSI RATING

Vil I vide mere, kontakte os gerne:

EPSI RATING DANMARK

Telefon: 31 75 40 38

helene.soderberg@epsi-rating.com

www.epsi-denmark.org