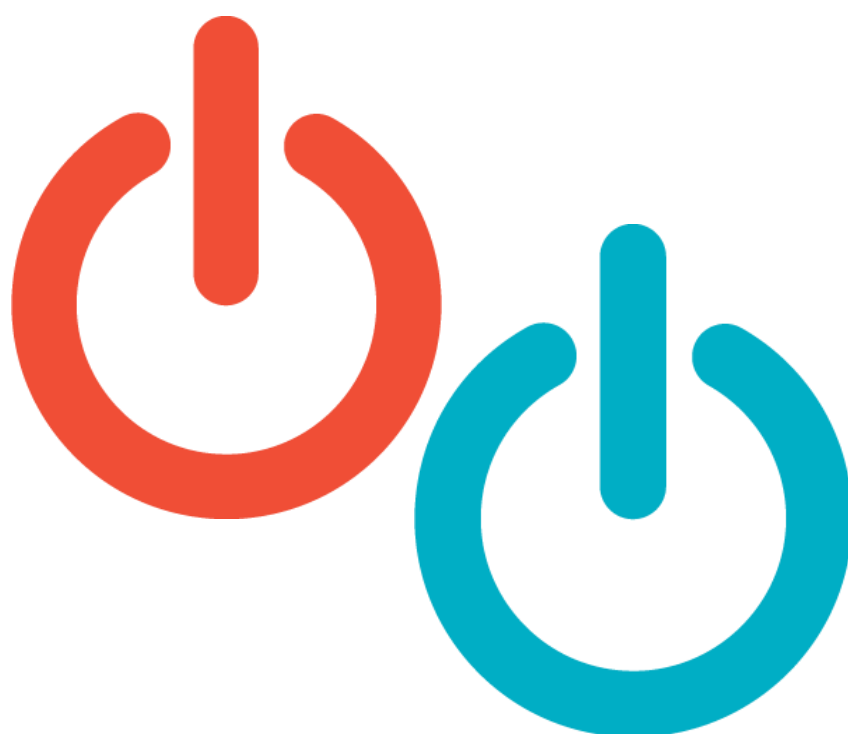


EPSI RATING DANMARK

El-sektoren 2015

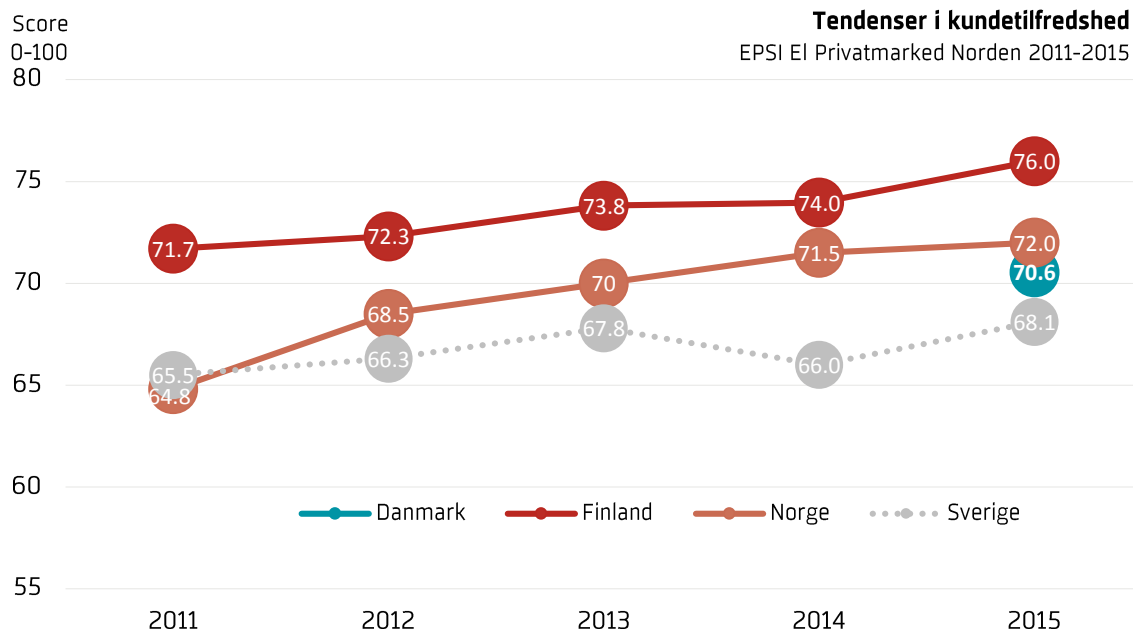
Resumé



For yderligere information besøg vores hjemmeside
(www.epsi-denmark.org) eller kontakt;

Direktør Helene Söderberg
Telefon: 31 75 40 38
E-post: helene.soderberg@epsi-rating.com

EPSI RATING DANMARK



El-sektoren Privatmarked 2015

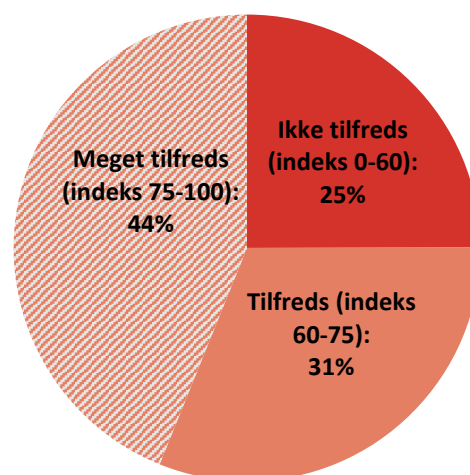
Det er første gang siden 2007 at, EPSI Rating måler den danske el-sektor. Resultatet af årets EPSI kundeundersøgelse viser, at kunderne i Norge og Finland er mere tilfredse med deres el leverandør end de danske kunder. Sverige er det land på det nordiske marked, hvor kunderne er mindst tilfredse. Norge og Finland har haft en konstant forbedring i kundetilfredsheden de seneste 5 år, og efter en nedgang sidste år stiger tilfredsheden atter hos kunderne i Sverige.

Den danske el-sektor viser et tæt løb mellem elselskaberne bortset fra Dong Energy, som ligger langt bagefter de andre selskaber.

Næsten halvdelen (44 %) af de danske kunder er meget tilfredse med deres elselskab, og da det er en branche, hvor der er stor sandsynlighed for, at man forbliver kunde hos sit elselskab, betyder det, at det er afgørende for selskaberne at fokusere på tilfredsheden. Kun 3 % af kunderne forventer at skifte elselskab indenfor de kommende 12 måneder. Selvom kunderne forventer at de forbliver kunder i deres elselskab, så har branchen en lav anbefalingsgrad, hvor næsten halvdelen af kunderne angiver, at der er en lille sandsynlighed for, at de vil anbefale eller at de vil tale positivt om deres elselskab.

Branchen kendetegnes af langvarige kunderelationer, hvor majoriteten af kunderne ikke foretog et aktivt valg, da de i sin tid blev kunde hos deres el leverandør. Næsten 2/3-dele af kunderne blev kunde i deres elselskab i forbindelse med en flytning. 5 % af kunderne kontaktede selv deres nuværende el leverandør og disse kunder er mere tilfredse end dem, som passivt blev kunde i forbindelse med en flytning. De mindst tilfredse kunder, er dem, som er blevet kontaktet af et elselskab og efterfølgende er blevet kunde hos selskabet.

KUNDETILFREDSHED EL LEVERANDØR DANMARK PRIVAT 2015



Hver fjerde kunde oplever, det er svært at skifte el leverandør

SE har de mest tilfredse kunder på privatmarkedet



Tæt løb, men forskel mellem selskaberne

Der er et tæt løb mellem el leverandørerne. SE har de mest tilfredse kunder på privatmarkedet, derefter tæt fulgt af Seas-Nve og Energi Midt. De elskaber, som får høje ratings af deres kunder kendetegnes blandt andet af, at de har et stærkt brand blandt deres kunder, især opleves de som mere innovative og nytænkende, og som havende et højere engagement i miljø og samfund. Desuden oplever kunderne, at de får en højere værdi for pengene.

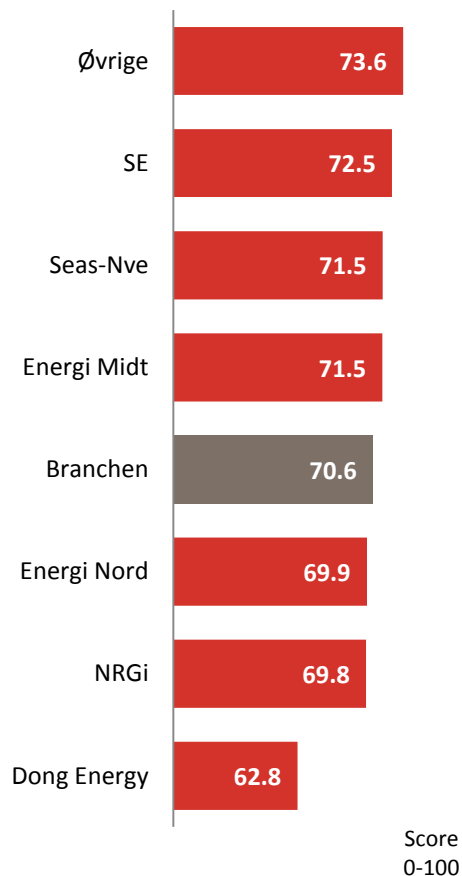
Dong Energy skiller sig ud fra det tætte løb blandt selskaberne ved at have en noget lavere kundetilfredshed. Kunderne giver især selskabet lave scores omkring deres image og kunderne har markant lavere forventninger til Dong Energy som selskab. Det er meget svært at få tilfredse kunder, hvis kunderne ikke har en forventning om, at de får noget godt fra deres selskab.

Mere information og en overskuelig elregning

Branchen får især lave scores, når det drejer sig om at holde kunderne informeret, f.eks. omkring nye satsninger, tilbud og ændringer i aftaler. Kunderne giver også lave scores omkring el regningen, idet de ikke oplever den som let og overskuelig. Dette er nogle område, som er vigtige for kundetilfredsheden.

4 >> 2 ud af 3 kunder synes ikke, at de har tilstrækkelig viden omkring det danske elmarked til at kunne afgøre om deres nuværende aftale, er den, som passer dem bedst.

KUNDETILFREDSHED EL LEVERANDØR DANMARK PRIVAT 2015



Vigtigt med kundeengagement og forståelse for sin elaftale

Det gælder for branchen om at skabe engagerede kunder, der har kendskab og forståelse for deres elaftale. Kunderne oplever, at de har et lavt kendskab til deres elaftale og mere end hver anden kunde foretager ikke et aktivt valg omkring deres elaftale. De kunder, som foretager et aktivt valg, er markant mere tilfredse end de, som ikke gør det.

Lav kundekontakt, men behov for proaktivitet

Kundekontakt hos de forskellige leverandører er lav, kun hver fjerde kunde har været i kontakt med sin el leverandør de sidste 12 måneder. Når der har været kontakt, får elselskaberne høje scores omkring deres håndtering af kunden og de er hurtige til at få kundens sag løst.

Men branchen er nødt til at blive mere proaktive i deres kontakt med kunderne. Kun hver femte kunde er blevet kontaktet af sit elselskab det sidste år, for at sikre sig at kunden har den korrekte aftale. De elselskaber, som er mere aktive i deres kontakt med kunder, har en højere kundetilfredshed.

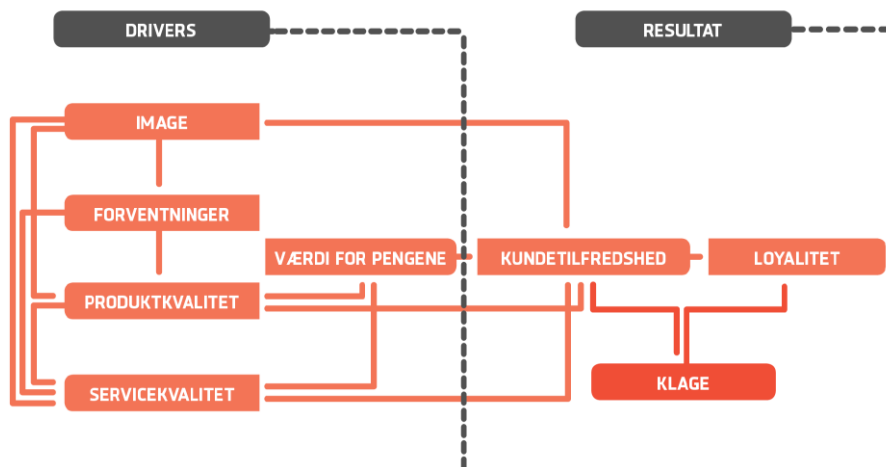
➤➤ Omkring 20 % af kunderne er blevet kontaktet af deres elselskab det seneste år for at sikre, at kunden har den korrekte elaftale

Elselskaberne er ikke proaktive i kontakten med deres eksisterende kunder, men konkurrenterne er markant mere aktive i forhold til at tage kontakt til potentielle nye el kunder. Bare i de seneste 6 måneder er cirka 40 % af kunderne blevet kontaktet af et andet elselskab end deres eget, og blevet tilbudt at tegne en aftale.

➤➤ Omkring 40 % af kunderne er blevet kontaktet af et andet elselskab indenfor de seneste 6 måneder - og blevet tilbudt at tegne en aftale

Kunderne vil have miljø og samfundsengagerede elselskaber

I dette års undersøgelse er det også klart, at andre faktorer påvirker kundetilfredsheden. Mange kunder ønsker et elselskab, der har en stærk miljøprofil. Kun halvdelen af kunderne synes, at dette er tilfældet for deres eksisterende selskab. Og det er tydeligt at dem, der anser sig selv for at være kunde i et selskab med en stærk miljøprofil, er mere tilfredse kunder. Derudover har det betydning for kunderne, om elselskabet bidrager til den region, som de bor i. Der er stor forskel på, hvor meget de forskellige selskaber menes at bidrage til regionerne.



Om undersøgelsen

Interviewene bag undersøgelsen er gennemført som telefoninterviews i perioden d. 28. oktober – d. 23. november 2015 af Norstat Danmark. Respondenterne for undersøgelsen vedrørende privatmarkedet udgøres af personer mellem 18 og 79 år, der er bosat i Danmark og som har en relation til en el leverandør. Med el leverandør, menes en leverandør, der sælger el til husstande, og som kunde, kan du frit vælge hvilken el leverandør, som du ønsker tegne el aftale med.

I alt er der gennemført omkring 1.400 interviews på privatmarkedet.

Ud over de udvalgte elselskaber på markedet rapporteres også på gruppen Øvrige elselskaber, som består af de andre elselskaber, der er aktive på elmarkedet. Resultaterne præsenteres i form af en score på en skala fra 0 til 100. Når indeks eller scores er diskuteret, er det således ikke en procentdel, men enheder. Jo højere indekssværdi, des bedre oplever kunderne, at produkter og leverandører lever op til deres krav og forventninger. Tilsvarende undersøgelser er ligeledes gennemført i Finland, Norge, og Sverige.

6

Kundetilfredshed – Hvordan beregner EPSI det?

EPSIs forskningsbaserede metode skaber grundlaget for en uafhængig og troværdig undersøgelse. Ved at stille spørgsmål om, hvordan kunder eller andre interessenter oplever kvaliteten af en vare eller serviceydelse skabes en erfaringsbaseret undersøgelse, der giver værdifuld indsigt i egen og andres kundebaser.

Kundetilfredshed og loyalitet er to nøgletal for virksomheder og organisationer. EPSI modellen undersøger desuden fem andre områder (aspekter), der bidrager til at forklare, hvad der gør kunderne tilfredse og loyale. Hvert aspekt består af en række underliggende spørgsmål. Ovenstående figur viser de aspekter, EPSI-modellen er baseret på.

Samtlige indeks opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indekssværdi, des bedre oplever kunderne deres leverandører. Gennemsnittet for virksomhederne findes normalt i området fra indeks 60 til 75. Virksomheder, som har et indeks på over 75 har en stærk position blandt sine kunder, mens virksomheder som har et indeks under 60 har en risiko for at miste sit kundeunderlag.

Om EPSI Rating

I EPSI måles og analyseres en række aspekter af kunderelationer til aktører i samfundet. Undersøgelsen er udført ved hjælp af en statistisk model, der muliggør analysen af årsagerne til kundernes vurdering, samt den tillid kunderne føler. Som baggrund måles image, forventninger, produktkvalitet, service og værdi for pengene/effektivitet.

EPSI Rating Danmark er en del af EPSI Rating-Group, der udfører uafhængige og regelmæssige målinger af kundetilfredshed i forskellige brancher i de nordiske lande og i flere andre europæiske lande (i Sverige, findes vi under navnet Svenskt Kvalitetsindex - SKI).