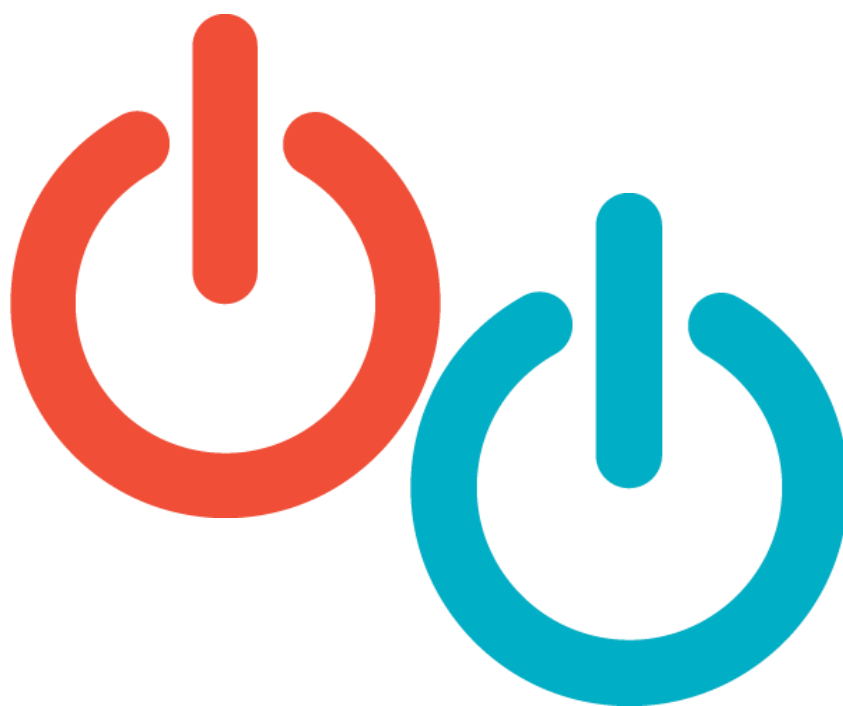


EPSI Rating Finland

Sähkön vähittäismyynti 2015

Yksityisasiakkaat - Yhteenveto

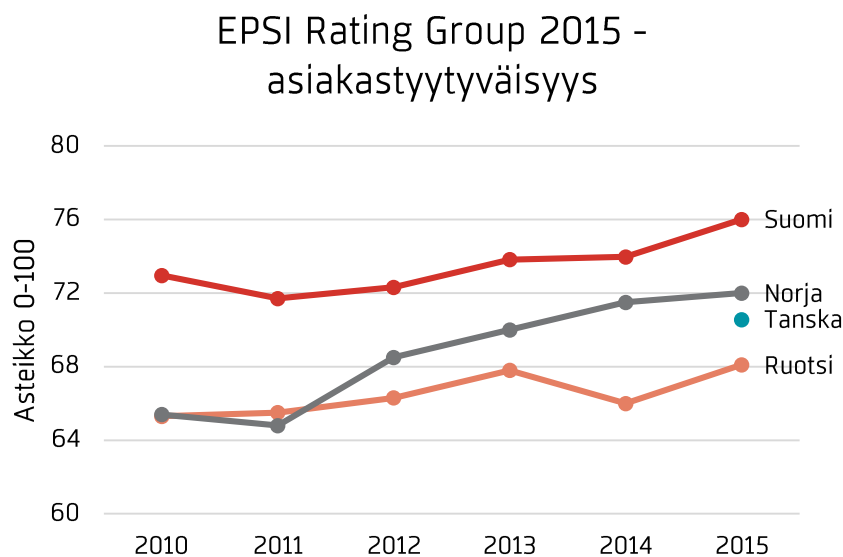


Lisätietoja varten:

tj Mats Nybondas
Puh: 09-4730 3551
@-posti: mats.nybondas@epsi-finland.org

EPSI Rating Finland

Asiakastyytyväisyys kasvaa Suomessa ja on Pohjoismaiden korkein



2

EPSI Rating on Suomessa vuodesta 2005 tutkinut sähkön vähittäismyyntin asiakastyytyväisyyttä ja kehitys on ollut koko toimialalle nousujohteinen. Edellisvuodesta nousua tuli peräti 2 indeksipistettä, mikä suurella toimialalla on paljon.

Asiakkaita pidetään nyt paremmin ajan tasalla

Tutkimuksesta ilmenee, että suomalaiset sähköyhtiöt pitävät asiakkaidensa mielestä paremmin yhteyttä ja informoivat asiakkaitaan muita Pohjoismaita paremmin. 37 % asiakkaista ilmoittaa olleensa suorassa yhteydessä sähköyhtiönsä viime 12 kuukauden aikana ja koko toimialalle annetaan 77,5 indeksipistettä (0-100) siitä, että oma yhtiö pitää ajan tasalla ajankohtaisista asioista. Tämä on erittäin hyvä arvosana.

Kaikilla mittareilla parannusta

Sähkön alenevat markkinahinnat ja sopimusten vaihtoehtoista tiedottaminen ovat osittain olleet myötävaikuttamassa parempaan asiakastyytyväisyyteen ja tämä ilmenee esimerkiksi siitä, että sähköyhtiöiden tuottama **vastine rahalle** koetaan entistä parempana. Myöskin koettu tuotteiden sekä asiakaspalvelun laatu on koko toimialalla parantunut. Tämän lisäksi sähköyhtiöitä aiemmin vaivannut huono maine on nyt selkeästi saatu kumottua. Imagon parannus oli peräti 4,2 pistettä.

KOLMASOSA ASIAKKAISTA SEURAAVAT AKTIIVISESTI KULUTUSTAAN.

Tyytyväisyshaitari kapenee

Vaikka koko toimiala Suomessa teki merkittävän parannuksen, vuosia asiakastyytyväisyysmittauksissa ykkösenä ollut Helsingin Energia, nykyinen Helen, notkahti hieman, kuitenkin pysyen tiukasti ykkösenä. Kun samalla pitkään jumbona ollut Vattenfall paransi kaikista eniten, erot tässä suhteessa ovat huomattavasti kaventuneet.

Valistus on valttia

30 % suomalaisista ilmoittaa seuraavansa kulutustaan joko **omien sivujen** tai **mobiilisovelluksen** kautta. Tämän mahdollisuuden tarjoaminen nostaa sekä tietoisuutta kulutuksesta että tyytyväisyyttä sähköyhtiötä kohtaan. Kun vielä toiset 27 % kuluttajista pitävät asiaa mielenkiintoisena, niin löytyy otollista potentiaalia yhä tyytyväisempiin asiakkaisiin.

Hinnan perässä juoksee melkein joka kolmas

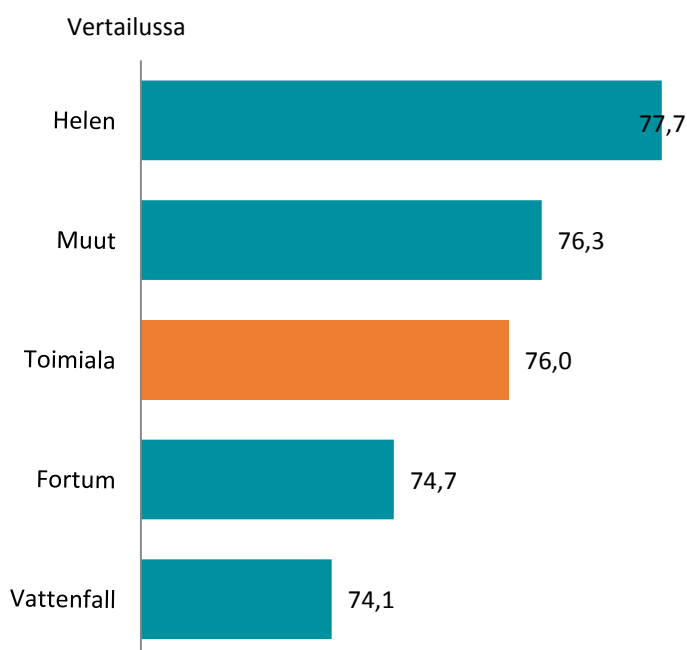
28 % ilmoittaa aktiivisesti neuvottelevansa hinnasta tai vaihtavansa sähköyhtiötä. Nämä asiakkaat näyttäisivät olevan myös jonkin verran keskimääräistä tyytyväisempiä, sillä ne jotka ilmoittavat tulleen nykyisen sähköyhtiönsä asiakkaaksi **hintavertailupalvelun** kautta (esim. Energiaviraston sahkonhinta.fi) edustavat 76,8 indeksipisteen tyytyväisyysastetta.

Sähkön alkuperä kiinnostaa yhä enemmän

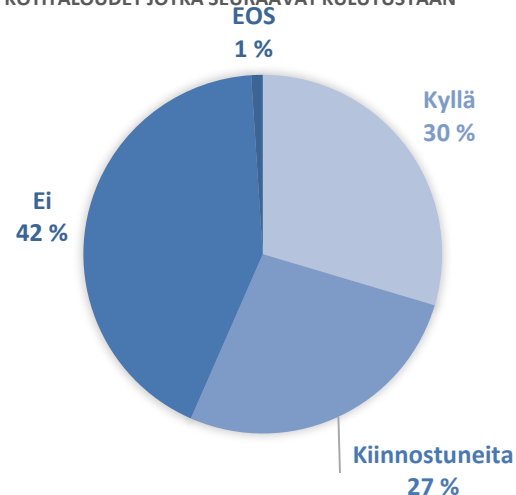
Tutkimuksessa kysyttiin kuinka tärkeänä asiakkaat pitävät mahdollisuutta ostaa «vihreää» sähköä, kuinka tärkeää on itse saada valita sähkön tuotantolähteen tai kuinka mielekästä olisi voida tuottaa oman sähkönsä.

Alla oleva taulukko kertoo selkeistä eroista eri sähköyhtiöiden asiakkaiden asenteista. Esimerkiksi näyttäisi siltä, että Fortumin asiakkaat selvästi eniten arvostavat sähkön alkuperää ja ehkä myöskin osin sen perusteella valitsevat sähköyhtiönsä.

EPSI RATING FINLAND 2015



KOTITALOUDET JOTKA SEURAAVAT KULUTUSTAAN



Arvoasteikko 0-100	Ostaa "vihreätä" sähköä?	Saada itse valita mistä tuotantolähteestä sähköni tulee?	Tuottaa oman sähkönsä?
Fortum	72,1	74,8	64,2
Helen	71,3	72,3	48,4
Muut	63,3	68,1	57,1
Vattenfall	63,5	68,4	56,8

Aloitteellisuutta arvostetaan

Tutkimuksesta selvisi, että mitatuista yhtiöistä selkeästi aloitteellisimmat ovat Vattenfall ja Fortum. Vattenfall on myöskin eniten asiakastytyväisyyttään parantanut yhtiö.

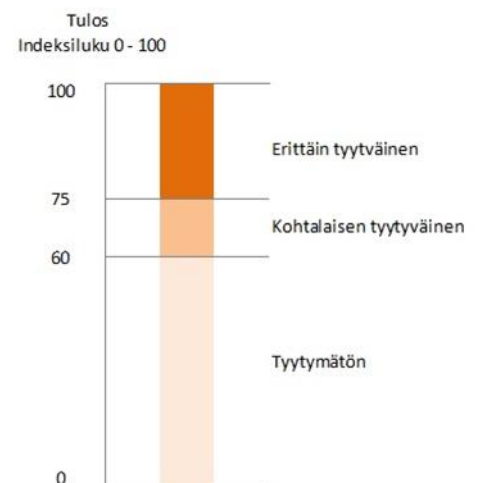
Alla olevasta taulukosta käy ilmi paitsi yksittäisten yhtiöiden tyytyväisyyskehitys, myöskin koko toimialan nouseva trendi, joka pitkälti johtuu sähköyhtiöiden lisääntyvästä asiakkaiden kuuntelemisesta ja toiminnan parantuneesta läpinäkyvyydestä, esimerkiksi kulutuksen seurannan sekä hintojen vertailun osalta.

'Sähköyhtiöni' on aloitteellinen ja tekee hyviä tarjouksia.			
	Kyllä	Ei	EOS
Vattenfall	70 %	22 %	8 %
Fortum	67 %	26 %	7 %
Helen	41 %	47 %	11 %
Muu, mikä?	54 %	40 %	6 %

Asiakastytyväisyys - yksityisasiakkaat							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Muutos
Fortum	68,0	69,9	68,3	71,0	73,6	74,7	1,1
Helen	75,8	72,6	74,7	75,6	78,5	77,7	-0,8
Vattenfall	67,8	66,8	70,8	71,1	70,9	74,1	3,2
Muut	74,7	72,9	73,1	74,7	73,8	76,3	2,5
Toimiala	73,0	71,7	72,3	73,8	74,0	76,0	2,0

Asiakastytyväisyys

Asiakastytyväisyys on yritysten ja organisaatioiden tärkeä avainluku aineettoman pääoman mittauksessa. Mitä korkeampi tyytyväisyysaste sitä paremmin yritykset vastaavat asiakkaidensa odotuksiin. EPSI Rating ilmaisee asiakastytyväisyyden indeksilukuina 0-100. On tärkeää huomata, etteivät ne ole yhtä kuin prosenttiluvut.



Tiedonkeruu ja analyysi

Tutkimusdataa on kerätty puhelinhaastatteluin 24.11.-01.12.2015 välisenä aikana. Norstat Finlandin toimesta. Kaiken kaikkiaan haastatteluita on tehty noin 1000. Tavoiteryhmä on Suomessa asuvat 18–79-vuotiaat jotka vastaavat kotitaloutensa sähkösovimuksesta.

Kysymyslomake sisälsi noin 20 mallikysymystä ja 15 taustakysymystä. Kysymyksiin vastattiin asteikolla 1–10. Kunkin haastattelun kesto oli noin 15 minuuttia ja vastaajiin otettiin yhteyttä enintään kymmenen kertaa, jotta haastattelun todennäköisyys olisi mahdollisimman suuri.

Virhemarginaalit ovat haarukassa +/- 2 indekspistettä koskien kaikkia indeksejä asteikolla 0-100. Tilastollinen merkitsevyystaso on 95 %.

Sähköyhtiöiden asiakastytyväisyystutkimus on tehty samaan aikaan ja samalla tavalla Suomessa, Ruotsissa, Norjassa ja Tanskassa. Tutkimukset ovat osana Pohjois-Eurooppalaista EPSI Rating Group -ohjelmaa. Ohjelmasta vastaa EPSI Research Center, joka kehitystyössään tekee tiiviisti yhteistyötä Tukholman kaupakorkeakoulun kanssa.

Suomessa tutkimuksesta vastaa toimitusjohtaja Mats Nybondas.

Mats Nybondas

09-4730 3551

mats.nybondas@epsi-finland.org

Asiakastytyväisyys – kuinka EPSI Rating mittaa sitä?

EPSI Ratingin tutkimusperusteinen menetelmä takaa puolueettomat ja luotettavat tutkimustulokset. EPSI selvittää, miten asiakkaat pysyvät asiakkaina kysymällä heiltä tai muilta sidosryhmiltä, mitä mieltä he ovat tuotteen tai palvelun laadusta.

4

Asiakastytyväisyys ja asiakasuskollisuus ovat kaksi tärkeää avainindikaattoria yrityksille ja organisaatioille. Näiden kahden indikaattorin mittaamisen lisäksi EPSI-menetelmä tutkii viittä muuta aspektia, joiden avulla voidaan selvittää, mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä ja uskollisia. Kukin aspekti sisältää tietyn määrän kysymyksiä. Alla oleva kaavio kuvaa niitä alueita, joihin EPSI-menetelmä perustuu.

Kunkin aspektin arvosana ilmoitetaan välillä 0-100. Mitä korkeampi arvosana, sitä paremman arvion toimija tai organisaatio on saanut asiakkailtaan. Yleisesti voidaan sanoa, että yrityksillä tai organisaatioilla, joiden asiakastytyväisyyden arvosana on alle 60, on suuria vaikeuksia motivoida asiakkaita pysymään asiakkaina. Sen sijaan yli 75:n arvosana kertoo vahvasta yrityksen ja asiakkaan välisestä suhteesta.

