

EPSI Rating

EPSI EL 2018

Dato: 2018-11-26

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

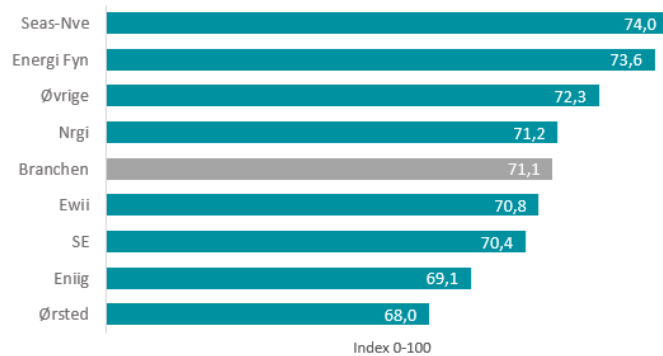
Susanne Aarup, Projektleder EPSI Rating Danmark

Telefon: +46 737 128 126

E-mail: susanne.aarup@kvalitetsindex.se

Energi – En branche hvor samfundsansvar bliver stadig vigtigere

Kundetilfredshed - Energibranchen 2018



For fjerde år i træk måler EPSI Rating kundetilfredsheden i den danske energibranche. Årets EPSI-undersøgelse af energibranchen viser, at den generelle kundetilfredshed blandt de danske el-kunder i år ligger på nogenlunde samme niveau som sidste år. Dog er der sket ændringer i placeringerne mellem de enkelte selskaber.

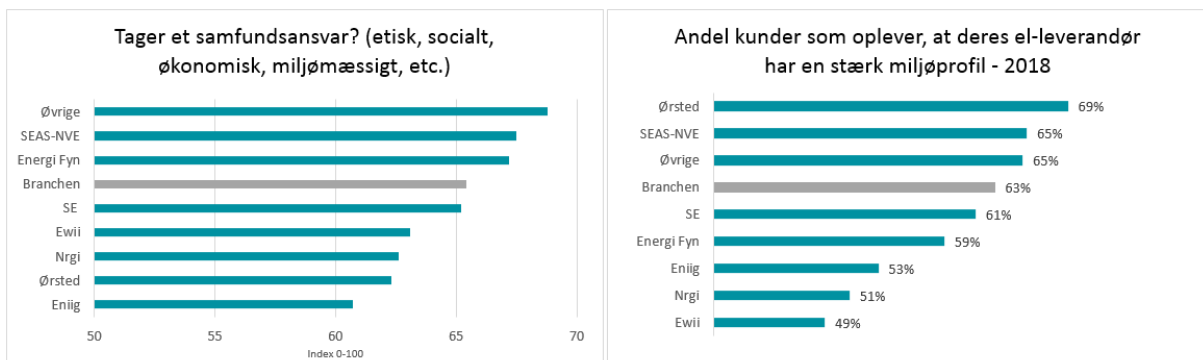
Passive loyale kunder – men er vi ved at se en ændring?

Den danske el-branche kendetegnes af et lavt kundeengagement og langvarige kunderelationer. Fire ud af ti har taget et aktivt valg om at blive kunde hos netop deres el-selskab og 40% har været kunde hos det samme selskab i mere end 10 år. Derudover er det under halvdelen, som nogensinde har prøvet at skifte el-selskab. Omkring 5% af de danske el-kunder forventer at skifte selskab det næste år.

Dog fortsætter tendensen fra sidste år, hvor vi så en lille tilbøjelighed til mere mobilitet og engagement i branchen. I 2016 var 7 ud af 10 blevet kunde hos deres el-selskab i forbindelse med en flytning, mens det i 2017 var 6 ud af 10 og i 2018 færre end 5 ud af 10. Dette kan tyde på, at branchen oplever en større mobilitet og at kunderne er mere engagerede end tidligere. Som tidligere år er kunder som har taget et aktivt valg af deres el-leverandør mere tilfredse, end kunder der ikke har taget et aktivt valg. Årets måling viser derudover, at der er en stigende interesse for selv at vælge, fra hvilken produktionskilde man køber sin energi. Dette tyder på mere engagerede kunder i branchen, hvor det specielt er kunder i Øvrige og SEAS-NVE, som er interesserede i dette, mens kunder i Ewii er mindst interesserede.

Det nytter at udvise samfundsansvar

De el-selskaber der får de højeste scores på samfundsansvar er også dem der får de højeste scores på kundetilfredshed – sådan var det også sidste år. Virksomhedernes samfundsansvar er altså af stor betydning for kundetilfredsheden, men ligger generelt på et lavt niveau, som ikke har ændret sig i forhold til sidste år. Der er dog store forskelle de forskellige aktører imellem, hvor de mindre virksomheder (Øvrige) kommer bedst ud og Eniig dårligst.



Et andet parameter, der har betydning for kundernes tilfredshed, er selskabernes miljøprofil. Gennemsnitligt i branchen oplever 63%, at deres el-selskab har en stærk miljøprofil. Dette er en stigning på 10%-point i forhold til sidste år. Top- og bundplaceringen indtages af de samme som sidste år; Ørsted i top og Ewii i bund. De kunder som oplever, at deres selskab har en stærk miljøprofil, er markant mere tilfredse, end dem som ikke oplever, at de har en stærk miljøprofil. Derudover oplever cirka halvdelen af kunderne, at deres el-selskab tager ansvar for, at deres produkter/tjenester er bæredygtige. Disse kunder har en højere kundetilfredshed end de resterende kunder.

Uopfordret kontakt skaber større kundetilfredshed

Mængden af kontakt mellem kunder og deres el-selskab er på samme niveau som sidste år, hvor cirka hver fjerde havde været i kontakt inden for de seneste 12 måneder. Dette er et lavt niveau sammenlignet med forsikringsbranchen, hvor 42% havde været i kontakt, og bankbranchen hvor det gælder 68%. Derimod er fire ud af ti blevet kontaktet af et konkurrerende el-selskab indenfor de seneste 6 måneder og tilbudt at tegne en aftale hos dem, hvilket antyder, at konkurrenterne er meget aktive i forhold til at få fat på nye kunder.

Sammenlignet med bank- og forsikringsbranchen ligger el-branchen på et meget lavt niveau hvad angår proaktivitet (dvs. tager initiativer og kommer med gode tilbud og forslag, der passer dig). Uopfordret kontakt har stor betydning for kundetilfredsheden. I løbet af det seneste år er 17% blevet kontaktet uopfordret af sit el-selskab for at sikre, at de har den rigtige el-aftale. Disse kunder er mere tilfredse, end dem der ikke er blevet kontaktet. Proaktivitet er et område, som kunderne efterspørger og som branchen er nødt til at forbedre. El-branchen skal være opmærksom på, at når andre brancher klarer sig bedre på disse områder, vil el-kunderne forvente det samme af deres el-leverandør.

SEAS-NVE og Energi Fyn i top



Privatkunder	2018 (indeks 0-100)	Sammenlignet med 2017
SEAS-NVE	74,0	1,9
Energi Fyn	73,6	-2,4
Øvrige	72,3	-1,4
Nrgi	71,2	-1,9
Branchen	71,1	-0,7
Ewii	70,8	5,8
SE	70,4	-4,3
Eniig	69,1	-2,6
Ørsted	68,0	-0,7

- Kundetilfredsheden blandt de danske el-selskaber er mere jævn i årets måling sammenlignet med sidste år og der er derfor blevet kortere mellem selskaberne i top og bund.
- SEAS-NVE har i år Danmarks mest tilfredse kunder. De er tæt fulgt af Energi Fyn.
- SEAS-NVE udmærker sig ved at være stærk på service og produktkvalitet, og specielt med hensyn til proaktivitet og nemhed ved at forstå regningen stikker de ud fra branchen. For Energi Fyn gælder det især et stærkt image og god værdi for pengene.
- Kun to selskaber har fået en bedre score på kundetilfredshed i forhold til sidste år – det er Ewii og SEAS-NVE. Ewii rykker sig dermed fra en bundplacering sidste år til en placering på brancheniveau i år, mens SEAS-NVE går fra en middelpacering til årets topplacering.
- Ewii går markant frem og har forbedret sig på image, service, produktkvalitet og værdi for pengene, hvilket har ført til den store stigning i kundetilfredshed.
- SE oplever en markant nedgang i forhold til 2017. Det skyldes især et stort fald i værdi for pengene, produktkvalitet og service.

El-Danmark i procent

- ✓ 92% forventer at fortsætte med at være kunde hos deres el-selskab det næste års tid fra nu.
- ✓ 38% følger løbende med i deres elforbrug (f.eks. via selvbetjening/app), mens yderligere 38% siger, at de er interesserede i at følge det.
- ✓ 13% har benyttet online prisportaler for at sammenligne el-leverandører.
- ✓ 44% af kunderne i energibranchen mener, at deres leverandør skiller sig positivt ud fra de øvrige på markedet. Disse er markant mere tilfredse, end kunder der ikke mener, at deres leverandør skiller sig ud.

Kundetilfredshed Danmark 2015-2018

Kundetilfredshed				
Aktør	2015	2016	2017	2018
Ørsted	62,8	64,0	68,7	68,0
Eniig	-	70,4	71,7	69,1
Nrgi	69,8	69,6	73,1	71,2
SEAS-NVE	71,5	69,8	72,1	74,0
SE	72,5	70,0	74,7	70,4
Energi Fyn	-	73,7	76,0	73,6
Ewii	-	65,8	65,0	70,8
Øvrige	73,6	69,8	73,7	72,3
Branchen	70,6	68,6	71,8	71,1

Om energi-undersøgelsen 2018

Interviewene bag undersøgelsen er gennemført som telefoninterviews i perioden d. 9. oktober - d. 6. november 2018 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. Valget af el-leverandør er frit, og danskerne kan således selv bestemme hvem de ønsker at være kunde hos. I alt er der gennemført 1.034 telefoninterviews på privatkundemarkedet.

Ud over de udvalgte elselskaber på markedet rapporteres der også på gruppen Øvrige elselskaber, som består af de andre elselskaber, der er aktive på elmarkedet. Disse er blandt andre: Aura Energi, Blue Energy, Gul Strøm, Modstrøm, Natur-Energi, OK, Thy-Mors Energi, Vindstød, etc. 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, der viser sig. Jo højere indeksværdi, des bedre oplever kunderne, at produkter og leverandører lever op til deres krav og forventninger.

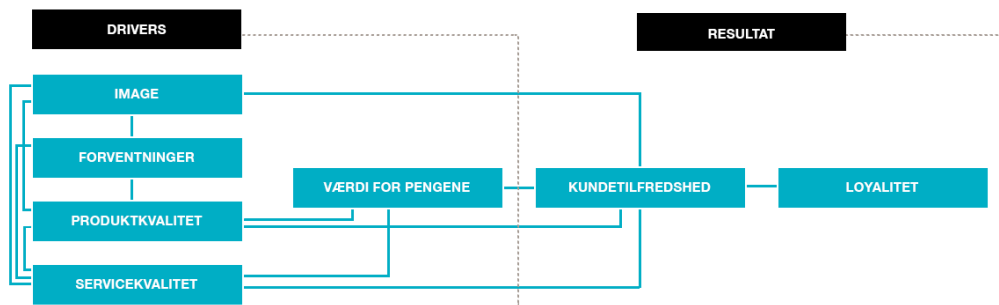
I gennemsnit er fejlmarginen for privatkunder 3 enheder. Fejlmarginen viser sammen med middelværdien et konfidensinterval som med en vis sandsynlighed dækker det resultat man ville få, hvis hele populationen blev spurgt. EPSI anvender som standard 95% sandsynlighed.

Tilsvarende undersøgelser er ligeledes gennemført i Finland, Norge og Sverige.

For mere information om studiet kontakt: Susanne Aarup, Projektleder EPSI Rating Danmark, telefon: +46 737 128 126, e-mail: susanne.aarup@kvalitetsindex.se

Kundetilfredshed – Hvordan beregner EPSI Rating det?

EPSI Ratings 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. Figuren viser de aspekter, EPSI-modellen er baseret på. Samtlige indeks opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indeksværdi, 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 deres 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 til deres leverandør. Som baggrund måles image, forventninger, produktkvalitet, service og værdi for pengene. 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).