

Energi Fyn har de mest tilfredse el-kunder – en branche med faldende kundetilfredshed

Energi Fyn har de mest tilfredse privatkunder. Med en gennemsnitlig kundetilfredshed på 70,8 tager Fyns største el-leverandør igen i år prisen for mest tilfredse kunder. Men forspringet svinder. Det viser EPSI Ratings seneste branchestudie for privatkundernes tilfredshed med deres el-leverandører.

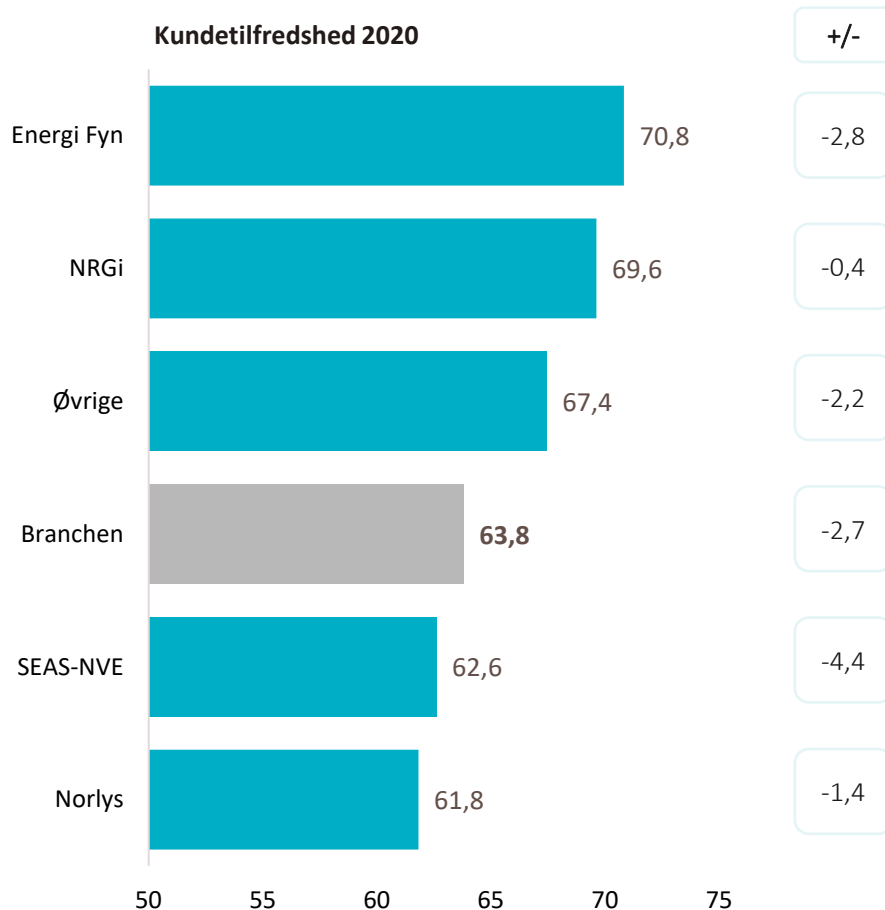
«Energi Fyn har den højeste kundetilfredshed i branchen, trods et fald på 2,8 indekspoint. Vi ser en branche, der bredt over falder i kundetilfredshed. Det mindste fald ses hos NRGi (-0,4 point) og det største fald hos SEAS-NVE (-4,4 indekspoint),» siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

Energi Fyn har de mest tilfredse privatkunder med en kundetilfredshed på 70,8, der er 2,8 indekspoint lavere end i 2019.

Fusioner koster

Fusionselskaberne SEAS-NVE (Andel) og Norlys ligger i bunden af ranglisten.

«De har travlt i organisationerne med at få fusioneret hhv. Eniig og SydEnergi samt SEAS-NVE og Ørsted. Det koster altid på kundetilfredsheden, indtil organisationen kører som planlagt. Synergier i kundesupport mv. opnås først, når medarbejderne har helt styr på, hvilke aftaler, der er indgået med de enkelte kunder. Det skulle gerne ende med at alle kunderne får et bedre produkt, men i det første år kommer der altid zigzag,» siger Sofie Breum.



Note: Norlys indeholder kunder, der har svaret, at de er kunde hos Norlys, SE eller Eniig (som er fusioneret).

SEAS-NVE indeholder kunder, der har svaret, at de er kunde hos Seas-NVE, Ørsted eller Andel (som ligeledes er fusioneret).

Stærke miljøprofiler betyder noget – men der er lang vej endnu...

De aktive er mest tilfredse

38% af de danske forbrugere har taget et aktivt valg om deres el-aftale/produkt. De kunder, der har taget et aktivt valg, er mere tilfredse med deres el-leverandør. Tilfredsheden hos dem, der har truffet et aktivt valg, er i gennemsnit 70,1 mens den for de forbrugere, der siger «nej» er 59,7.

«Det er interessant, at de forbrugere, der har truffet et aktivt valg om deres aftale også er så meget mere tilfredse. Det kunne vidne om, at selskaberne faktisk har produkter på hylden, der passer til den enkelte – hvis man vel at mærke gider at sætte sig ind i produkterne og mulighederne. Men det er også et af de største problemer for branchen: Det er et lavinteresse-produkt, som bare skal virke. Det er først, når strømmen ikke er der, at forbrugerne opdager det,» siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

...og kontakt med el-leverandøren giver endnu mere tilfredse kunder

17% af forbrugerne har været i kontakt med deres el-leverandør det seneste år på tværs af branchen. Tallet spænder bredt fra 13% for NRGi-kunder til 26% for kunder i kategorien «Øvrige».

De kunder, der har været i kontakt med deres el-leverandør, er mere tilfredse.

«De 17% af kunderne, der har været i kontakt med deres leverandør i løbet af det seneste år har en gennemsnitlig tilfredshed på 69. Den tilsvarende for de kunder, der ikke har været i kontakt er 63. Der er altså et gap mellem kunder, der har haft dialog med selskabet og kunder, der ikke har. Og de, der ikke har, er derfor også dem, selskaberne har størst risiko for at miste,» siger Sofie Breum.

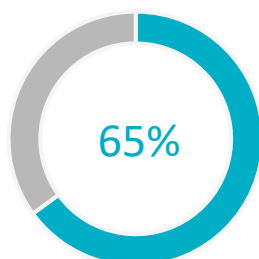
Kunderne synes ikke, deres el-leverandør er grøn nok

65% af forbrugerne svarer «ja» til spørgsmålet «opfatter du det at have en stærk miljøprofil som vigtigt» (18% svarer nej og 17% svarer ved ikke).

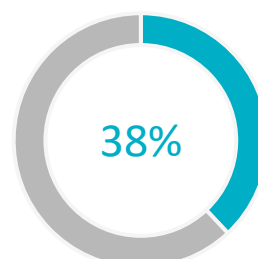
Kun 38% af de adspurgte svarer «ja» til, om deres egen el-leverandør har en stærk miljøprofil. De navngivne selskaber i undersøgelsen varierer fra 30% til 54%.

«Det er tankevækkende, at 65% siger, at det er vigtigt, men kun 38% oplever deres egen leverandør som havende en stærk miljøprofil. Forskellen på ja og nej er stor. Derfor er det et område, selskaberne bør sætte ind, hvis de vil møde kunderne på bæredygtighedsagendaen,» siger Sofie Breum.

Er det vigtigt at have en stærk miljøprofil?



Opfatter du din el-leverandør som en virksomhed med en stærk miljøprofil?



El-selskaberne fokuserer på de nye kunder og glemmer de eksisterende

Elselskaberne glemmer de eksisterende kunder

11% af de danske forbrugere er det seneste år blevet kontaktet af deres el-leverandør med henblik på at sikre, at de har den rette el-aftale. Samtidig er 43% blevet kontaktet af en konkurrerende el-leverandør med et tilbud om at skifte leverandør – og det endda blot de seneste seks måneder.

”Det er interessant, at branchen stadig fokuserer så meget på de nye kunder. Vi kan se, at de kunder, der bliver kontaktet af deres eksisterende el-leverandører er signifikant mere tilfredse – faktisk 11 indekspoint mere tilfredse – end de kunder, der ikke er blevet kontaktet. Alligevel glemmer el-selskaberne at bruge krudtet på at fastholde den eksisterende kundebase, og kontakter derfor hinandens kunder for at vinde nye kunder over. Selskaberne spilder mange penge på at forsøge at hugge kunder fra hinanden,” siger Sofie Breum.

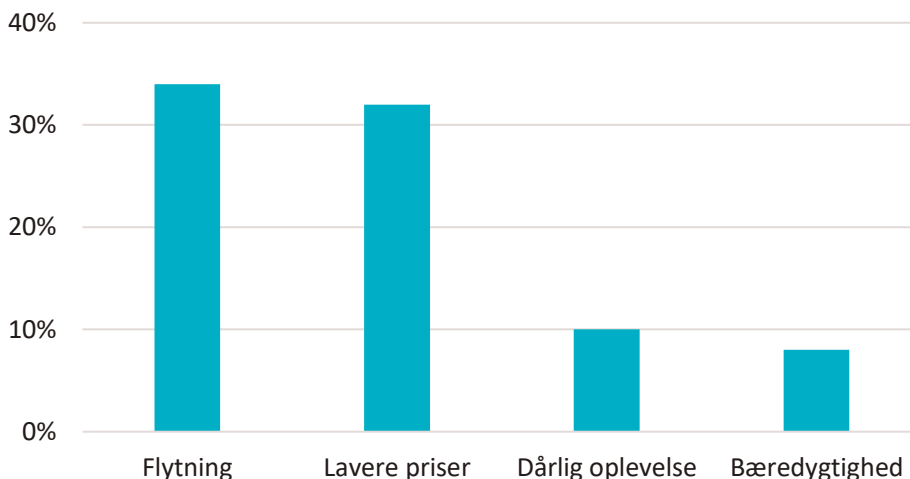
Gruppen ”Øvrige” er mest flittige til at få kontaktet kunderne mhp. tjek af hensigtsmæssige aftaler. De kontaktede 15% af deres kunder det seneste år. Energi Fyn ligger lige efter med 14%, mens NRGi ligger lavest med 4% af kunderne, der er blevet kontaktet mhp. tjek af korrekt el-aftale.

3 af 10 kunder har skiftet leverandør inden for de seneste tre år

23% af kunderne har skiftet leverandør én gang mens 7% af kunderne har skiftet flere gange i løbet af de sidste tre år. Samlet er det 30%, der har skiftet leverandør inden for de seneste tre år. Årsagerne til leverandørskiftet er i rangeret liste: Flytning, Pris, Bæredygtighed, Dårlig oplevelse.

”Det er helt oplagt, at det er i forbindelse med flytning, at selskaberne skal have fat i kunderne. Men at 10% af kunderne har skiftet selskab inden for de seneste tre år pga. en dårlig oplevelse, er bestemt interessant. Det vidner om, at kundeservicen ikke er, som den burde være,” siger Sofie Breum.

Hvorfor skiftede du el-leverandør?



OM EPSI RATING

EPSI Rating har i 20 år målt kundetilfredsheden i Danmark på tværs af en række brancher.

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 hedder vi Svenskt Kvalitetsindex - SKI).

EPSI Rating: Handlingsorienterede indsigter til forbedring af kundetilfredshed!

Om EPSI-metoden og analysen:

Resultater opgøres på en skala fra 0 til 100.

Jo højere indekssværdi, desto 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 kundegrundlag. EPSI Rating anvender som standard 95% konfidensinterval for sandsynlighed.

OM STUDIET

Undersøgelsen af kundetilfredsheden blandt el-leverandører i Danmark er baseret på 1.000 interviews med danske privatkunder. Interviewene er gennemført i perioden 8. oktober til 6. november 2020 af DMA Research for EPSI Rating. Respondenterne i undersøgelsen er personer mellem 18 og 79 år.

Tilsvarende undersøgelser er gennemført i Sverige, Finland og Norge.

For mere information om studie kontakt:

Sofie Breum, Country Manager
sofie.breum@epsi-denmark.org

