



ENERGI B2C

2022

STIGENDE PRISER OG USIKKERHED
PÅVIRKER KUNDERNES SYN
PÅ DERES EL-LEVERANDØRER

Før drømte el-selskaberne om højere interesse fra deres kunder – nu vil de gerne af med den igen

Energikrise og stigende elpriser har fået interessen for elregningen til at eksplodere. Forbrugerne har aldrig været mere engagerede i deres forhold til deres el-leverandør

EPSI's branchestudie 2022 stiller skarpt på kundetilfredsheden med el-leverandører i Danmark. Branchen taber som helhed momentum i forhold til sidste år, og kundetilfredsheden for branchen er i år det lavest målte nogensinde med en gennemsnitlig kundetilfredshed på 63,1.

«Et så lavt gennemsnit vidner om, at der er sket noget i branchen. Kunderne oplever høje priser, lange ventetider og utilstrækkelig hjælp. Det er ikke fordi selskabernes service og værditilbud er blevet dårligere over natten, men kunderne har i 2022 sat sig ind i deres el-aftaler og el er ganske enkelt blevet et small-talk emne. Det havde vi ikke forventet, og selvom selskaberne har længtes efter mere interesse fra kunderne, har mængden været overvældende i selskabernes nuværende setups,» siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

Fire udviklinger i studiet

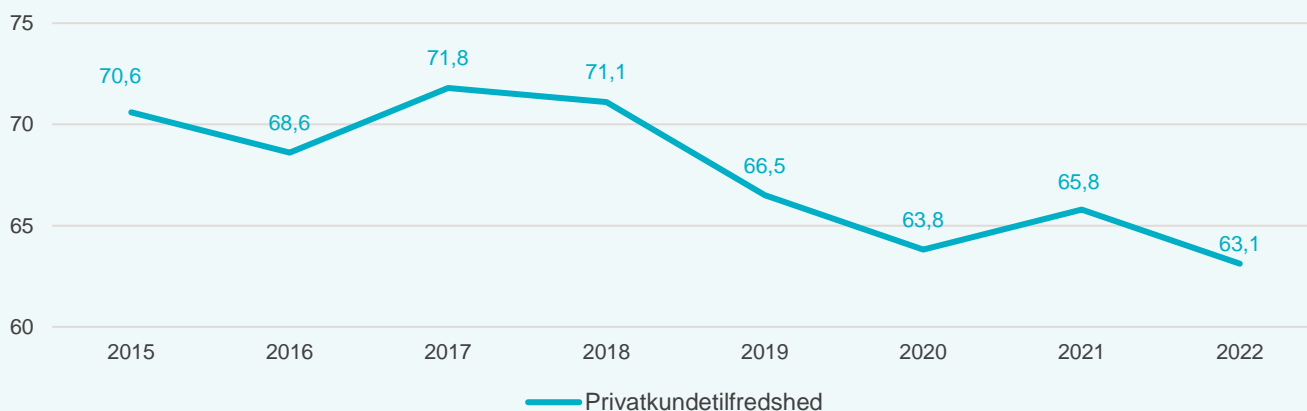
Mere engagerede kunder - Kunderne er berørt af inflation og stigende elpriser. Det giver anledning til ændring i el-forbrugsmønstre og en stigende interesse for elpriser og spareråd. Kunderne søger rådgivning og muligheder ved el-selskaberne som oplever en stigning i kontakt.

Rådgivning skaber tilfredshed - Kunderne søger i stigende grad energirådgivning, og de kunder, der har modtaget rådgivning kvitterer med øget kundetilfredshed. Proaktiviteten fra selskaberne vurderes utilstrækkelig, men de få kunder, der oplever at blive kontaktet proaktivt af deres leverandør, er mere tilfredse end dem, der ikke gør.

Pressede kundecentre – Spørgsmål til stigende elregning eller indefrysning af betalinger har øget antallet af henvendelser til kundecentrene markant. Tilfredsheden falder både for dem, der har været og ikke har været i kontakt. Normalvis er kontakten en god løftestang for selskaberne, men bl.a. problemer med lang kø i kundeservice giver utilfredse kunder. På tværs af branchen er der dog nogle enkelte selskaber, der faktisk har formået at løfte kundernes vurderingen af kontakten fra sidste år på trods af det øgede pres.

Kundefokus er vigtigst for tilfredsheden – Det betyder mest for kunderne på tværs af branchen, at virksomheden sætter dem i fokus. Generelt er kunder med flere produkter hos el-leverandøren (internet, TV, telefoni, ladestandere etc.) mere tilfredse. Bundling er altså en mulig vej for at gøre kundeforholdet mere attraktivt (for både kunde og selskab). Men enkelte steder kan udfordringer i andre forretningsben påvirke el-kundetilfredsheden negativt – den spillover-effekt er normal.

FIGUR 1 Kundetilfredshed for de danske el-leverandører, privatkunder 2015-2022



Højeste kundetilfredshed hos SEF Energi

SEF Energi fastholder førstepladsen på et flot niveau – en kundetilfredshed på 74,5. Kundetilfredsheden falder med 0,7 indekspoint, men må i lyset af det seneste års turbulens i energibranchen betegnes som værende stabilt.

”Det er et flot niveau – og det er ikke mindst flot at kunne fastholde så højt et niveau. Der er et godt stykke ned til andenpladsen, så man må sige, at SEF Energi i år cementerer deres høje service og nærhed til kunderne,” siger Sofie Breum.

Stærk Top 4

Top Fire er kendetegnet ved scores på 68 og derover. Det er selskaber, der har fint tag i kunderne, men alle fire selskaber går tilbage i kundetilfredshed mellem -0,7 og -5,6 indekspoint. Toppen består af SEF Energi, OK, Energi Fyn og Ewii.

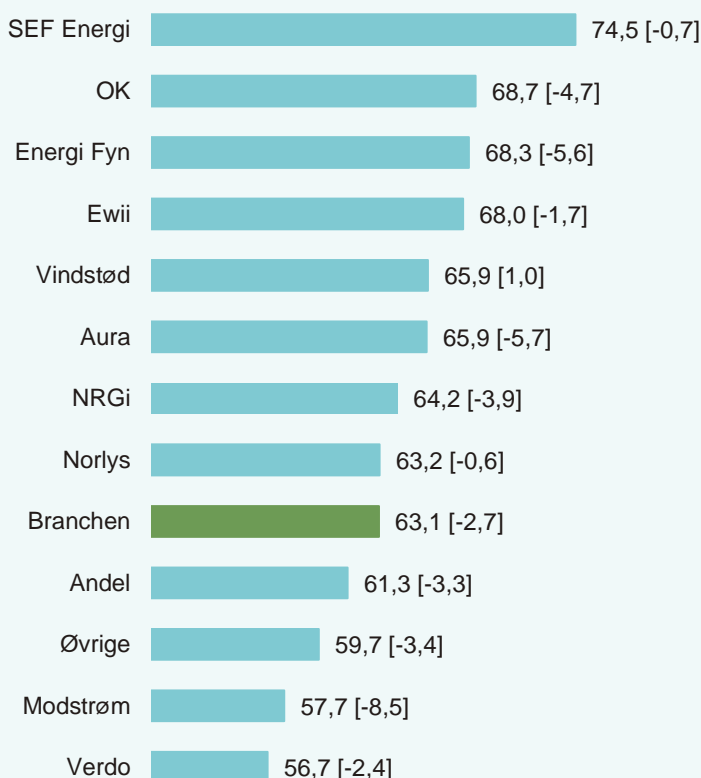
Tilbagegang hos alle andre end Vindstød

El-leverandørerne har i stor stil været i mediernes søgelys de seneste måneder, og det har ikke skortet på historier om kunder, der har svært ved at få enderne til at mødes eller som har fået en dårlig service hos deres selskab.

Vindstød har den største andel af kunder, der efter eget udsagn ”følger løbende med i elprisen” (80%). Og generelt oplever Vindstøds kunder, at der er konkurrencedygtige priser – hvilket hænger godt sammen med, at Vindstød vandt El-forbundet.dk’s budrunde i 2022. I modsatte ende af spektret ligger Verdo med den laveste andel kunder, der løbende tjekker elprisen (60%). Der er kunderne ganske enkelt mindre interesserede.

”Branchen har været udfordret – de har sukket efter mere involvering fra kunderne i mange år, men nu hvor kunderne er mere engagerede, er det ikke nødvendigvis som de havde håbet. Mange kundecentre har været lagt ned, og flere selskaber har sendt pressemeddelelser ud vedrørende lange ventetider på at komme i kontakt med en medarbejder,” siger Sofie Breum.

FIGUR 2 Kundetilfredshed 2022 – Privatkunder hos danske el-leverandører



Der er travlt i kundecentrene – kunderne oplever forlænget svartid – og det koster!

Længere svartider og anderledes behov i kundecentrene

Selskabernes «svartid på spørgsmål» falder mere end fem indekspoint, og er således lavere end tidligere målt for branchen: 70,3 på en skala fra 0 til 100.

24% af danskerne har været i kontakt med deres el-leverandør (hvor der har været en form for dialog – enten i telefon eller på skrift), hvilket er en stigning på syv procentpoint i forhold til sidste år. Også årsagen til kontakt har ændret sig.

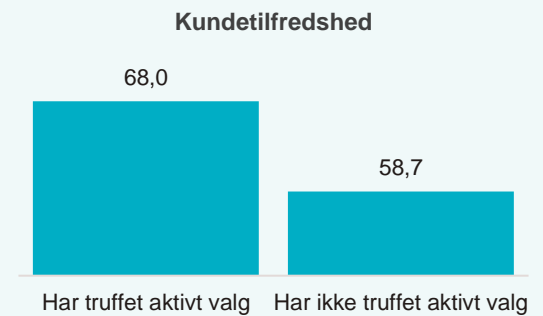
«Kundernes behov har ændret sig. Førhen kunne kontaktcentre nøjes med ekspedition af primært flyttesager. Nu gælder det i stedet om en familie kan få råd til strøm mv. i vinterhalvåret. Det kræver et helt andet niveau af imødekommenhed og hjælp til kunderne,» siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

Aktivt valg medfører højere kundetilfredshed

45% af danskerne har taget et aktivt valg ift. deres aftale/produkt. De kunder er næsten ti indekspoint mere tilfredse i gennemsnit. Således er den gennemsnitlige kundetilfredshed hos de danskere, der svarer «ja» til at have truffet et aktivt valg om deres produkt/aftale 68,0. Tilsvarende tilfredshed for dem, der ikke har truffet et aktivt valg, er 58,7.

«Det er godt at se, at der i år er 45%, der har truffet et aktivt valg om deres aftale/produkt. Sidste år var andelen 41%. Kunderne er i stigende grad engagerede – og det skyldes især de stigende priser, men også, at vi med engrosmodellen har fået startet en udvikling, der leder til højere involvering af kunderne – til gavn for alle danskere. For når kunderne træffer aktive valg, tvinger de også selskaberne til at gøre sig attraktive.» siger Sofie Breum.

FIGUR 3 Har du taget et aktivt valg ift. hvilken aftale/produkt, du har?



Selvbetjening øger tilfredshed – kunderne følger løbende med i forbruget

55% af danskerne angiver, at de det seneste år har benyttet sig af deres el-leverandørs digitale selvbetjeningsløsninger. Og endnu flere følger løbende med i deres elforbrug: 77% angiver, at de løbende følger med (med et spænd fra 71% hos Verdo til 83% hos SEF Energi).

NØGLETAL Privatkunder – tilgængelighed, kontakt og rådgivning

15% Har fået energirådgivning
Spændet mellem laveste og højeste andel går fra 7% til 20% – SEF Energi har højeste andel.

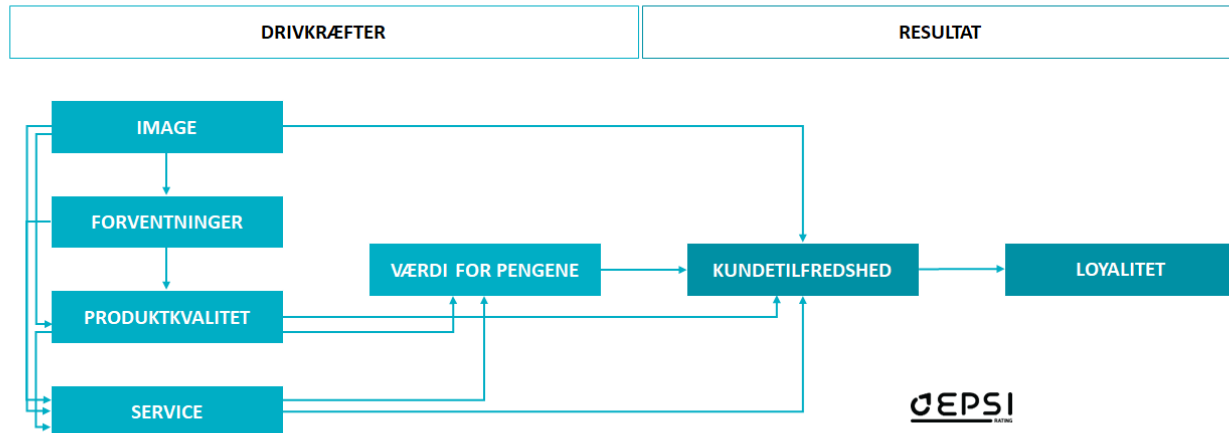
30% Har skiftet el-leverandør inden for de seneste tre år
Andelene svinger fra 21% til 67%. Dem, der ikke har skiftet selskab de seneste tre år, er mest tilfredse med deres selskab.

20% Køber andre produkter fra leverandøren (fx bredbånd, gas, varme mv.)
Andelene svinger fra 1% til 49% – OK har største andel.

50% Det er nemt at bruge de digitale løsninger
Andelene svinger fra 36% til 65% på tværs af selskaberne – OK har den højeste andel.

OM STUDIET

EPSI-modellen



Publiceringsdato

Branchestudiet publiceres **21. november 2022** og inkluderer resultater på en lang række temaer direkte relateret til EPSI-modellen, men også relevante temaer som digitalisering, bæredygtighed, kontakt, klager, tillid, relation mv. Senere på måneden publiceres et særligt bæredygtighedstillæg.

Om EPSI Rating

EPSI Rating har målt kundetilfredsheden i Danmark siden 1999 på tværs af en række brancher, herunder bl.a. finans-, telekom- og forsyningssektoren.

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).

Handlingsorienterede indsigter til forbedring af kundetilfredshed.

Om studiet

Undersøgelsen af kundetilfredsheden i energibranchen er baseret på i alt 3.110 interviews med danske privatkunder. Interviewene er foretaget som både telefoninterviews og webinterviews i perioden 9. august til og med 14. oktober af EPSI Data Collection Services for EPSI Rating Danmark. Respondenterne i undersøgelsen er danske privatkunder med et kundeforhold til en el-leverandør (som er fyldt 18 år).

Tilsvarende undersøgelser er gennemført i Sverige, Finland og Norge.

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.