



FÖR MER INFORMATION

Johan Parmler, VD Svenskt Kvalitetsindex
 ► johan.parmler@kvalitetsindex.se
 ► 073-151 75 98

2022-11-21

Att prata energifrågor har i år blivit lika naturligt som att prata väder.

En osäker tid, höga energipriser och debatt om såväl kostnader som energislag har självklart haft stor påverkan kundupplevelsen i energibranschen under 2022. Kunderna har över lag blivit mindre nöjda och betygen på upplevt prisvärde har sjunkit, vilket kan framstå som självklart. Men prisfrågan är långt ifrån allt – det kundengagemang som uppstått öppnar också möjligheter. Att prata energifrågor har i år blivit lika naturligt som att prata väder. Dessutom hänger det ihop.

Svenskt Kvalitetsindex mäter sedan 2005 kundnöjdheten bland privat- och företagskunder för elhandel, elnät och fjärrvärme. De senaste årens utmaningar har dock inte gynnat branschen. Kundnöjdheten minskar sammantaget med 1,8 enheter jämfört med föregående år vilket ger en nöjdhet på 64,2. Detta är ett svagt betyg också i ett historiskt perspektiv. Branschen tycks inte fullt ut ha klarat det ökade kundtryck som uppstått under året.

Tibber som är en ny aktör kommer bäst ut inom elhandel privatmarknad. Trollhättan Energi får högst betyg inom segmentet elhandel företagskunder. Skellefteå Kraft kommer återigen högst i studierna avseende elnät. Inom fjärrvärme är SFAB nummer ett bland företagskunder, medan Skellefteå Kraft toppar privatsegmentet.

Pris och engagemang går hand i hand

Högljudd politisk debatt, hot om elbrist, extrem prisvariation, kostnadskris och nedringda kundtjänster - det skulle kunna vara en sammanfattning av energibranschen det senaste året. Det har självklart satt sina spår i kundupp-

levelsen. Kunderna har påverkats av både direkta och indirekta kontakter med sina energibolag. Ett år som detta har både media, grannar, vänner och affärsbekanta påverkat kundupplevelsen, liksom direktkontakten med sin elleverantör. Kunddialoger har i vissa fall handlat om ren krishantering.

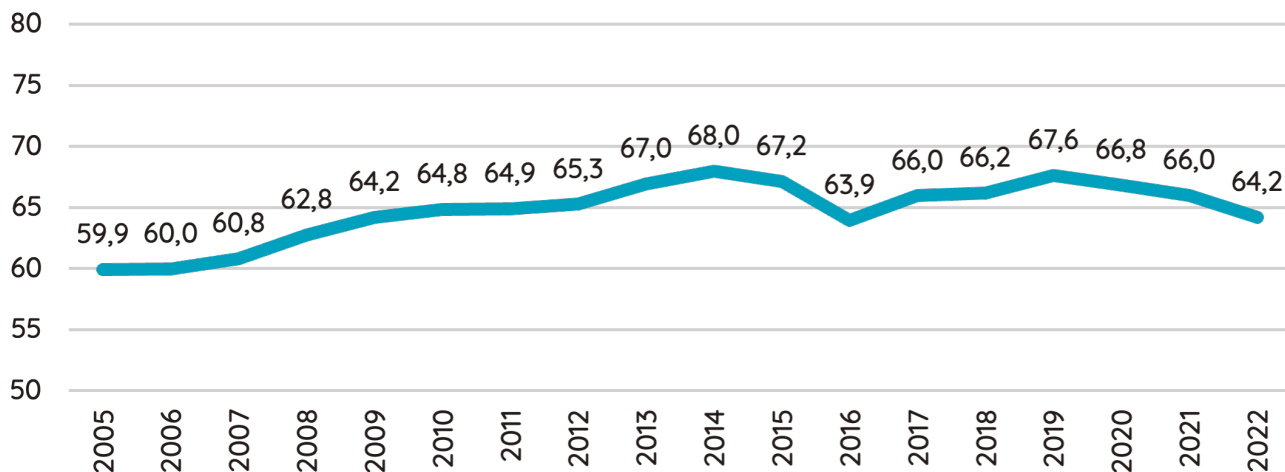
– Efter 2022 går det inte längre att säga att energibranschen präglas av lågt kundintresse, konstaterar Johan Parmler, vd Svenskt Kvalitetsindex. Det är klart att prisfrågorna dominerat, men samtidigt så noterar vi att frågor kring hur man kan påverka sin förbrukning och själv kunna stå för sin energiförsörjning har vunnit större intresse. Att prata energifrågor har i år blivit lika naturligt som att prata väder. Dessutom hänger det ju ihop. Nästan alla hoppas väl på en mild och blåsig vinter.

Vägen tillbaka stavas kontakt, digitalisering och information

Det högre engagemanget har gjort att kontaktgraden ökat betydligt. Det är påtagligt i alla segment, både bland privat- och företagskunder. Kundernas aktivitet vad gäller elhandel har ökat både vad gäller förändringar och

Trender i kundnöjdhet

Betyg 0 - 100



leverantörsbyten. Och branschen tycks inte fullt ut ha klarat det ökade kundtrycket.

– Var fjärde elhandelskund har gjort förändringar i sitt nuvarande elavtal. Var femte har bytt elhandelsleverantör, säger Johan Parmler. Noteras bör dock att de aktörer som attraherat en mängd nya kunder har fått lägre kundbetyg. Man har uppenbarligen inte lyckats ta hand om de nya på ett bra sätt. Och kanske upplever kunderna som bytt att gräset inte var grönare på den andra sidan.

I årets studie har SKI även ställt frågor om vad man som energileverantör behöver göra för att förbättra kundlojaliteten. Det handlar, förutom priset, om bättre digitala tjänster och möjlighet att påverka sin förbrukning genom exempelvis smart styrning. På den övergripande frågan om kunderna har några tips och råd att skicka med till sina energileverantörer, så visar en analys av fritextsvar tydliga områden som kan förbättras.

– Mycket handlar om information, berättar Ludwig Schmidt, analytiker på Svenskt Kvalitetsindex. Till exempel önskar kunderna mer information om och förståelse för hur och vad som påverkar priset.

Ett annat område är branschens digitala tjänster, där många efterfrågar enklare och smidigare lösningar för att kunna följa och påverka sin förbrukning. Det tredje tydliga förbättringsområdet är mer allmänt och handlar om kundinformation kring energislag och tillförlitliga framtida energikällor. Plötsligt är el och värme inte längre något som bara kan tas för givet.

- Vattenfalls klassiska slogan från 90-talet "två hål i väggen" som gick ut på att el inte var något man behövde tänka på gäller alltså inte längre, konstaterar Ludwig Schmidt.

Service skapar upplevt värde bland elnätskunderna

Även om vi ser de största nedgångarna inom elnätområdet, så finns här också ett antal faktorer som blivit bättre. Kunderna ger goda omdömen gällande leveranssäkerhet och hanteringen vid avbrott. Det gäller både information och hur snabbt avbrott åtgärdas. Nedgången i nöjdhet kan i stället spåras till prisvärde och servicefrågor.

– En stor skillnad mot övriga segment är att kunden inte väljer sitt elnätbolag och det påverkar nöjdheten negativt, säger Johan Parmler. Det gör att elnätbolagen inte får den positiva effekten av att kunden faktiskt gjort ett aktivt val.

Det innebär också att imageaspekten blir desto viktigare och här ser vi att frågor kring samhällsansvar är ett tydligt förbättringsområde. Själva serviceupplevelsen får även lägre betyg än tidigare, där en högre aktivitetsgrad hos kunderna har haft en stor inverkan.

- Ett sätt att ge upplevd valuta för pengarna är att erbjuda snabb, enkel, proaktiv och relevant kundinformation, säger Johan Parmler.

Fjärrvärme går mot strömmen – både bildligt och bokstavigt

Kundnöjdheten i fjärrvärmebranschen går mot strömmen och ökar i nöjdhet jämfört med förra året. Det gäller både privatkunder och företagskunder.

- Det är tydligt att fjärrvärmekunderna sett fördelen med just fjärrvärme som värmekälla ett år som detta, säger Lovisa Svensson, projektledare Svenskt Kvalitetsindex. Stabilitet, komfort och högt prisvärde ligger bakom årets uppgång. Vi ser också att kundnöjdheten bland de kunder som aktivt skaffat fjärrvärme är mer nöjda jämfört med om det redan fanns tillgängligt i fastigheten. Detta är en indikation på att själva valhandlingen spelar en viss roll för en positiv kundupplevelse, avslutar Lovisa Svensson.

Ranking på nästa sida 

Några siffror ur studien



1 av 5
har bytt leverantör.



1 av 4
har gjort förändringar i sitt avtal.



8 av 10
har koll på hur mycket el man förbrukar.



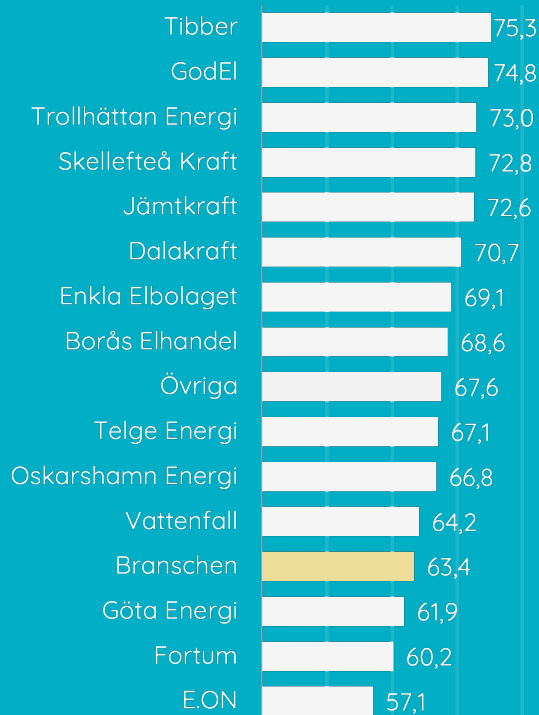
7 av 10
kan tänka sig att göra vissa förändringar för att minska eller styra om sin förbrukning.

SKI Hållbarhetsindex

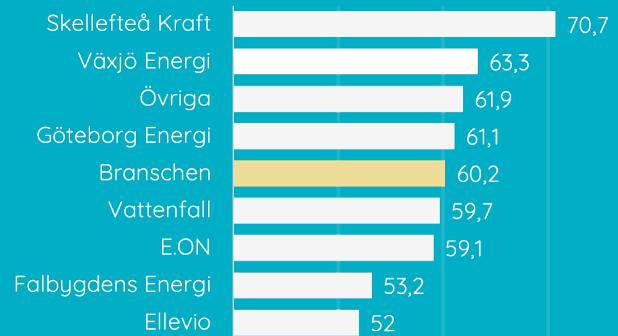
28 november 2022 kommer SKI Hållbarhetsindex för Energi.

Läs mer på kvalitetsindex.se/hallbarhet

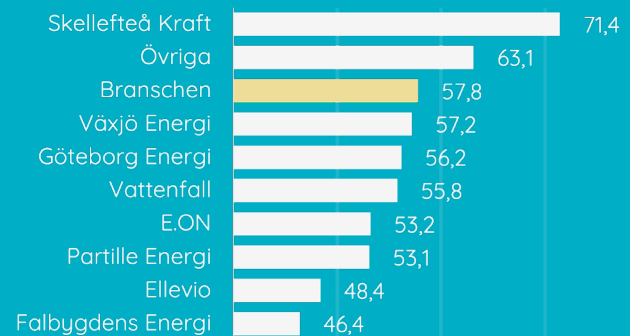
Elhandel Privat



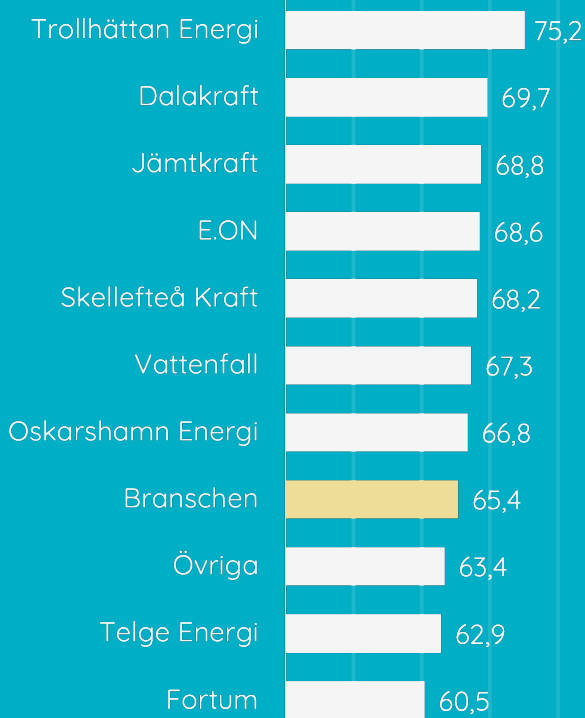
Elnät Företag



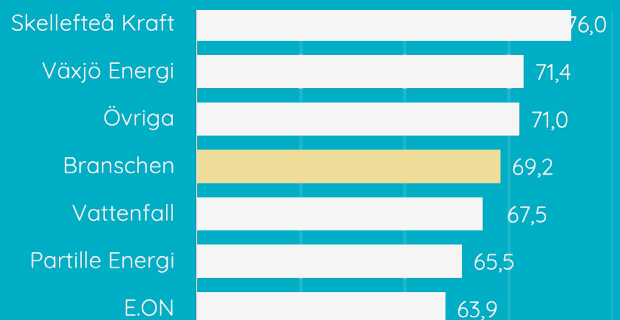
Elnät Privat



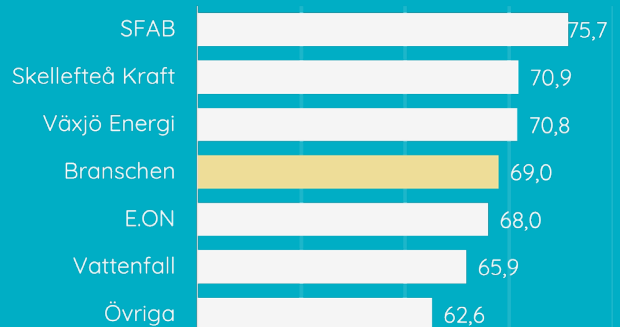
Elhandel Företag



Fjärrvärme Privat



Fjärrvärme Företag



Not, om studien 2022

Totalt har närmare 10 300 intervjuer genomförts under oktober och november. Vår erfarenhet är att branscher och aktörer som får betyg under 60 i kundnöjdhet har stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan aktör och kund. Fem områden förklarar vad som gör kunder nöjda. Som bakgrund mäts image, förväntningar, produktkvalitet, service och prisvärdhet.

