

2021-11-22 06:00 CET

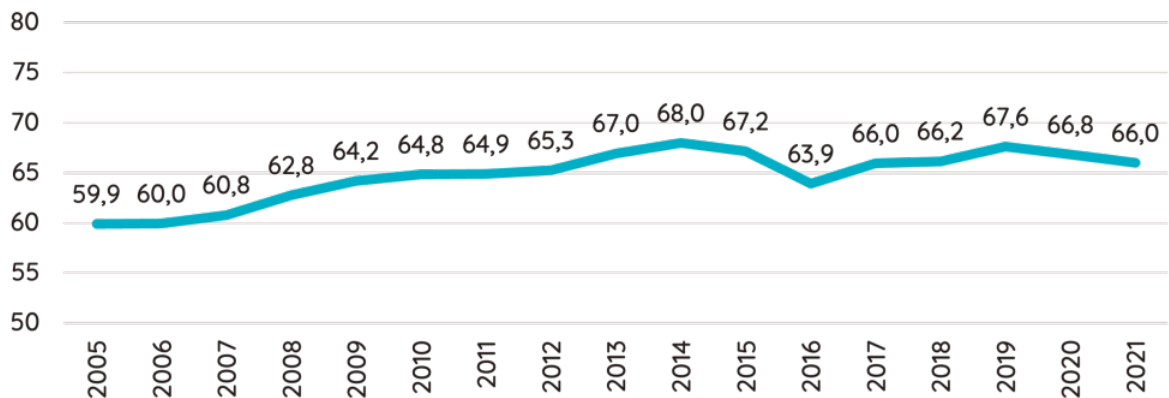
## SKI Energi 2021: Mjuka faktorer är tillbaka

Årets SKI Energi visar att kundnöjdheten i energibranschen fortsätter att minska, efter ett drygt decennium av stadig ökning. Det är främst bland privatkunderna som utmaningarna är som störst. Bland företagskunderna noteras små rörelser. Om fjolårets tema var att basala funktioner åter var högt på kundens agenda så ger årets studie att mjuka faktorer som image och service är tillbaka som viktiga drivkrafter.

Svenskt Kvalitetsindex mäter kundnöjdheten bland privat- och företagskunder för elhandel, elnät och fjärrvärme. Kundnöjdheten i branschen som helhet minskar totalt sett med 0,8 enheter jämfört med föregående år, vilket ger en nöjdhet på 66,0.

Skellefteå Kraft får i år högst betyg inom elhandel privatmarknad, elnät privat- och företagsmarknad. Karlstad Energi toppar fjärrvärme bland både privat- och företagskunder. För elhandel företag så är det gruppen ”Övriga aktörer” som kommer bäst ut följt av Skellefteå Kraft.

### Kundnöjdhet - Energibranschen



Energibranschen har flera likheter med den finansiella sektorn. Båda dessa branscher består av ett fåtal riktigt stora aktörer där kundnöjdheten historiskt varit låg men där kundupplevelsen också är väldigt heterogen.

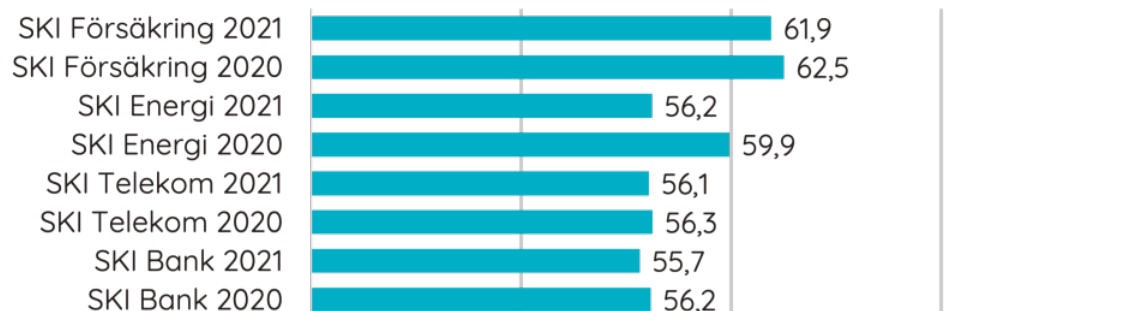
-Om vi bara skulle fokusera på kunder yngre än 29 år så är det faktiskt de stora aktörerna som kommer bäst ut, säger Johan Parmler. Orsaken är främst att bilden av en stor aktör skiljer sig så markant åt mellan olika åldersgrupper, vilket är ett fenomen som också varit tydligt i t ex bankbranschen. Den långsiktiga trenden är också att de större aktörerna har lyft kundnöjdheten genom att de uthålligt förbättrat sin varumärkesidentitet.

### Image och service – tillbaka

Under 2020 noterades att basala funktioner åter var på agendan – känsligheten för störningar växte i en tid då alla var hemma. Från att kundnöjdheten tidigare påverkats av enskilda element så blev nu allt viktigt och störningskänsligheten ökade. Det handlade om hög leveranssäkerhet, imagefrågor, service och prisvärdhet, inget kunde lämnas åt slumpen. I år ser vi att mönstren återigen förändras. Man kan prata om en tillbakagång till tiden innan pandemin.

- Nu är återigen imagefrågor och servicerelaterade aspekter tillbaka som helt centrala drivkrafter för kundnöjdheten, berättar Johan Parmler vd Svenskt Kvalitetsindex. Det här är också områden där branschen får lägre omdömen jämfört med t ex avtals- och fakturafrågor eller frågor kring leveranssäkerhet. Proaktivitet och initiativförmåga är ett område för förbättring som branschen delar med många andra. Här är digitala tjänster en väg framåt eftersom det är ett sätt att underhålla och bygga ett kundengagemang, säger Johan Parmler.

### Betyg proaktivitet (0-100, högt betyg bättre)



Förra året noterades att fler kunder haft någon form av direktkontakt med

sina energibolag och den trenden håller i sig.

- Vi vet att vara i kontakt med sina kunder är ett verktyg för att förbättra kundupplevelsen och här har branschen över en längre tidsperiod blivit bättre, berättar Johan Parmler vd Svenskt Kvalitetsindex. Aktörerna har också blivit bättre på återkoppling i samband med kontakt, men här når man inte riktigt ända fram. Det är fortsatt så att närmare 2 av 10 kunder förväntar sig en återkoppling som aldrig blir av. Den här typen av brister behöver man lösa nu när serviceleveransen åter blivit viktigare. Det är också något som i stor utsträckning påverkar prisvärdheten.

### **Digitala funktioner högt på kundens önskelista**

Precis som för många branscher så har kundkraven kring digitalisering accelererat de senaste åren. Det har gynnat de branscher som legat i framkant, exempelvis banker, medan andra branscher i stället fått större utmaningar. En sådan bransch är energibranschen.

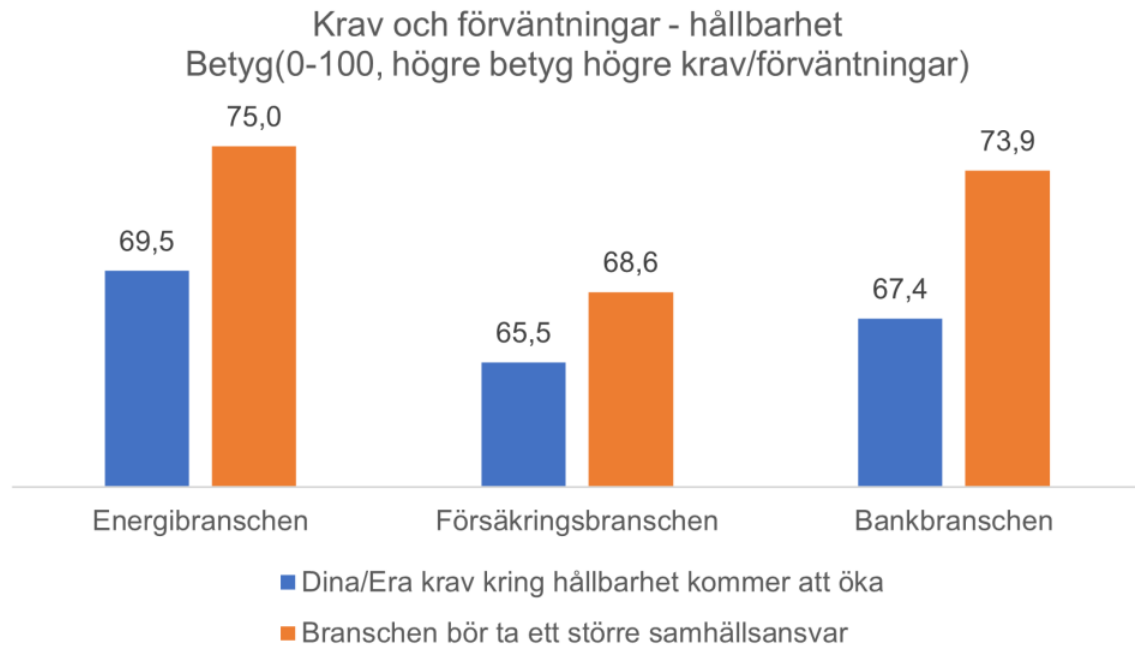
- Vi ser att användandet av digitala tjänster över lag har ökat, berättar Ludwig Schmidt analytiker på Svenskt Kvalitetsindex. I år har vi också ställt frågor om vilka funktioner energikunderna önskar sig. Till stor del handlar det om att kunna följa sin förbrukning och få tips och råd kring hur man själv kan påverka. Även information och förslag angående avtal som är anpassade efter den enskilda kunden efterfrågas. Det här är alltså en kanal för att bli mer proaktiv säger Ludwig Schmidt.

### **Bättre på hållbarhet än många andra branscher men kraven är också större**

Det här är en bransch där omdömen kring hållbarhetsarbete samt kommunikationen angående arbetet med olika hållbarhetsfrågor är bättre än många andra branscher som SKI mäter.

- Hållbarhet och särskilt de miljörelaterade frågorna är något som är förknippat med just energibranschen. Därför är det kanske inte så konstigt att hållbarhetsaspekten vävs in i kundens upplevelse berättar Love Westin, analyschef på Svenskt Kvalitetsindex. Samtidigt så är det också tydligt att kundernas krav på sin enskilda leverantör och energibranschen i stort är högre hos energikunderna i jämförelse med andra sektorer. Då

hållbarhetsaspektens påverkan på nöjdhet och förtroende är entydig så har branschen all anledning att fortsätta med att förmedla och kommunicera deras del av att bygga ett hållbart samhälle, avslutar Love Westin.



---

För att skapa ett långsiktigt hållbart samhälle behöver vi se och förstå viktiga samband om vad som skapar värde för dem vi finns till för. Det kan vi bidra till. Våra undersökningar bygger på en vetenskaplig grund och ger insikter och råd om vad som skapar nöjda kunder och medarbetare och ger hållbar framgång – inte bara ur ett ekonomiskt perspektiv. Det har varit vår vision sedan starten 1989 och känns idag mer aktuellt än någonsin.

## Kontaktpersoner



**Johan Parmler**

Presskontakt

VD

[johan.parmler@kvalitetsindex.se](mailto:johan.parmler@kvalitetsindex.se)

0731517598