

Norge er landet i verden med desidert høyest elbilandel og vi ligger an til å bli det første landet i verden hvor alt nysalg av biler er elbiler. For at dette skal bli en vellykket transformasjon, kreves det gode ladeløsninger og tilstrekkelig med ladepunkter for elbiler rundt om i landet. Ladeselskapene må bygge ut sitt ladenettverk, og utvikle gode produkter og tjenester som kundene ønsker å bruke. EPSI har i den sammenheng intervjuet nesten 800 personer i løpet av høsten for å avdekke hvordan ladeopplevelsen er blant brukere av hurtig ladestasjoner rundt om i Norge.

Dette er den første målingen EPSI har gjennomført av ladeoperatørene, og resultatene viser at ladekundene i snitt er fornøyde, men at det er klare forskjeller mellom operatørene. Det er brukerne av Tesla sine hurtigladestasjoner som uttrykker den beste ladeopplevelsen i denne målingen. Tesla skiller seg dog vesentlig fra de andre ladeoperatørene i denne målingen, ved at deres ladestasjoner foreløpig kun kan anvendes av Teslas egne biler.

NØKKELTALL Hurtigladestasjoner for el-biler i Norge

55%

Opplever at det ikke er tilstrekkelig med ladestasjoner

42%

Benytter app ved betaling, mens 22% bruker ladebrikke.

53%

Har lastet ned leverandøren sin app

83%

Av respondentene oppgir at de også har et eget ladepunkt hjemme.

Ikke tilstrekkelig med ladestasjoner

I undersøkelsen har vi stilt spørsmål om kundene opplever at operatøren har tilstrekkelig med ladestasjoner, og om antallet ladepunkter på stasjonene er tilstrekkelig. Kun 36 % av ladekundene mener at ladestasjonsnettverket til operatøren er godt nok til at det møter deres behov. I tillegg til dette er det en god del ladekunder som opplever at antallet ladepunkter per stasjon er for dårlig.

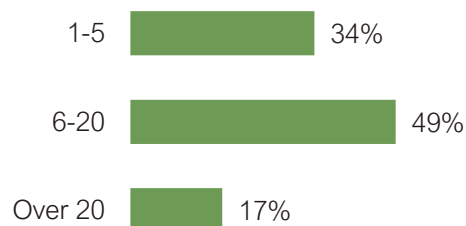
Kunder som mener at operatøren har for få hurtiglademuligheter (flertallet av ladekundene) er jevnt over er mindre tilfredse. Dette viser at operatørenes arbeide med bygge ut ladenettverket er viktig for kundeopplevelsen.

Når det er sagt, kan det nevnes at de fleste kundene opplever at ladestasjonene er plassert på mer eller mindre attraktive lokasjoner og at de oppleves som rene og ryddige.

Noen oppstartsproblemer

Prosesen rundt det å fylle energi på ulike stasjoner, enten det er fossilt brennstoff eller strøm, har mange fellesnevnerer. Men det å «fylle» elektrisk energi på en el-bil er allikevel annerledes nok til at brukerne, og spesielt de som relativt nylig har skaffet seg el-bil, opplever ladeprosessen som mindre intuitiv.

FIGUR 1 Hvor mange ganger har du ladet på en ladestasjon det siste året?

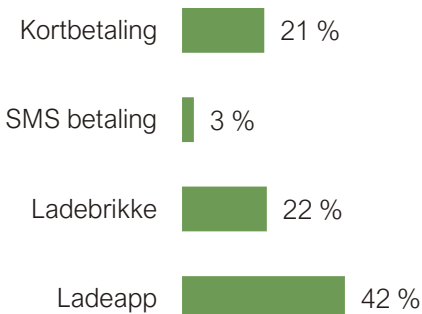


Denne usikkerheten i møtet med en ladestasjon, kommer til syne i studien. Nye ladekunder eller kunder som kun har ladet elbilen på hurtigladestasjoner ved et par anledninger uttrykker en tydelig dårligere ladeopplevelse enn de som bruker hurtigladestasjoner ofte. Med andre ord, jo oftere man bruker disse ladetjenestene jo mer bekvem og fornøyd blir man som kunde. Dette tyder på at ladestasjonene til ladeoperatørene i Norge er funksjonelle og brukervennlig, men at tilvenning må til for at ladeopplevelsen skal bli best mulig.

Digital brukervennlighet

Målingen viser at operatørene får god tilbakemelding på enkelheten i ladeprosessen. Her ses det blant annet at de kundene som har lastet ned appen til leverandøren, ikke bare vurderer selve lade- og betalingsprosessen som bedre, men også det totale kundeforholdet.

FIGUR 1 Hvordan pleier du å betale når du lader hos leverandøren?



Drøyt 80% av ladekundene oppgir at de har tilgang på et ladepunkt for el-bil hjemme eller via borettslag. Selv om flere av de målte ladeoperatørene tilbyr produkter og tjenester i forbindelse med hjemmelading, er det kun 14 % av de spurte som oppgir at dette er samme leverandør som man pleier å bruke når man lader utenfor hjemmet. I denne sammenhengene er det verdt å notere seg at disse kundene til gjengjeld er klart mer tilfredse

med ladeoperatøren enn andre, og kommer nok av at kundene har en tettere relasjon med operatøren.

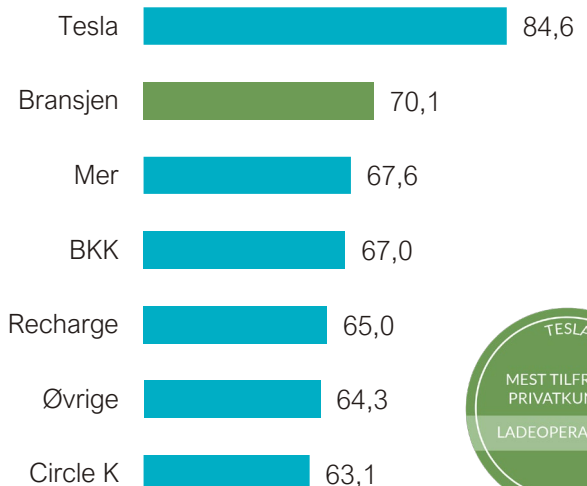
Tesla Supercharger på topp

Tesla kommer som nevnt ut på topp i denne målingen. Tesla-kundene opplever at de har tilgang på et godt utbygd ladenettverk som i tillegg har mange ladepunkter på hver stasjon. Som ladeoperatør framstår Tesla dessuten som en aktør som har mer konkurransedyktige priser enn hva de øvrige operatørene har.

Blant brukere av andre ladeoperatører, er det Mer som får den beste tilbakemeldingen, tett fulgt av BKK. Mer framstår som et selskap det er enkelt å forholde seg til, ladeprosessen er intuitiv og kundene føler dessuten at de har god kontroll over eget forbruk og utgifter.

På bunn i målingen kommer Circle K, som ligger bak de øvrige aktørene når det kommer til enkelhet og brukervennlighet i ladeprosessen. Circle K er den eneste i målingen som også leverer fossilt drivstoff.

FIGUR 2 Kundetilfredshet ladeoperatører i Norge



*Øvrige inkluderer selskaper som Ionity, Lyse og Kople



OM EPSI RATING

EPSI Rating er en leverandør av uavhengige kundetilfredshetsanalyser, og er en ekstern revisor av kundemassen. EPSI samler inn, analyserer og formidler informasjon om kunders forventninger, opplevd kvalitet og verdivurdering av produkter og tjenester. Det norske selskapet er en del av EPSI Rating Group som gjennomfører kundetilfredshetsstudier i hele Norden og i flere andre europeiske land. I Sverige jobber vi under navnet Svenskt Kvalitetsindex – SKI.

Hvordan beregnes kundetilfredsheten?

EPSI studiene er erfaringsbaserte målinger der de faktiske kundene intervjues angående deres kundeopplevelse. EPSIs modellanalyse, som er utviklet ved Handelshøgskolen i Stockholm, ligger til grunn for målingen. Modellanalysen henter frem informasjon og innsikt i forhold til hvem som er tilfredse eller utilfredse, og hva som skal til for å opprettholde og styrke kundetilfredsheten.

Den helhetlige analysen av brukeropplevelsen presenteres i en bransjerapport og i tilhørende presentasjoner for bedrifter som ønsker det. I tillegg til kundetilfredshet og kundelojalitet måler EPSI også fem andre områder (aspekter) som bidrar til å forklare hva som gjør kunder tilfredse og lojale. Hvert aspekt består av et antall underliggende spørsmål.

OM LADEOPERATØRSTUDIEN 2021

Feltarbeidet er gjort i perioden fra 28/10 til 23/11. Totalt er det gjennomført 790 intervjuer av personer i alderen 18 – 85 år som har ladet el-bil på en hurtiglader det siste året. Spørreskjemaene inneholder ca. 60 spørsmål, og flertallet av spørsmålene besvares på en skala fra 1-10 der 1 er dårligst og 10 er best.

Generelt sett så har bransjer og bedrifter med en kundetilfredshetskår under 60 store vanskeligheter med å motivere kundene til å bli, mens resultater over 75 peker på en sterk relasjon mellom leverandør og kunde. Videre så kan man si at forskjeller på 2,5 indekspoeng eller mer er signifikante.

HVORDAN LAGES BRANSJEUNDERSØKELSEN?

EPSI engasjerer et datainnsamlingsbyrå for å hente inn svar på undersøkelsen. De største aktørene i bransjen vil alltid være med i målingen, mens mindre aktører kan være med i studien under visse forutsetninger. EPSI Rating har en objektiv rolle i disse målingene, og er på mange måter en ekstern revisor av kundemassen. Deler av studien offentliggjøres i det offentlige rom, mens totalrapporten kan bestilles av EPSI.

Ta kontakt med EPSI for mer informasjon.