



LADEOPERATØRENE

2022

HVOR FORNØYDE ER
LADEOPERATØRKUNDENE I NORGE?

HVA SVARER KUNDENE NÅR DE FÅR SETTE KARAKTER PÅ SINE LADEOPERATØRER? HER ER KUNDENES DOM

Norge er landet i verden med høyest elbilandel. Ifølge Norsk Elbil forening og Motorvognregisteret er det nå registrert godt over 500.000 elbiler i Norge,- noe som er en betydelig økning fra i fjor. Norge er dermed et av de landene som har kommet lengst i overgangen fra en fossil til en elektrisk bilpark. For at transformasjonen til en elektrisk bilpark skal være raskt, smidig og vellykket, er det viktig at norske elbilister har tilgang på gode ladeløsninger og et godt ladenettverk langs norske veier. Her skjer det en rask utvikling, og antallet offentlig tilgjengelige ladepunkter fortsetter å stige. Ifølge NOBIL er det nå mer enn 5000 hurtig- og lynladere i Norge, eller cirka 108 elbiler per hurtiglader, noe som er en forbedring fra i fjor.

Selv om flertallet av elbileierne i hovedsak lader elbilen hjemme, er det mange som fra tid til annen stopper ved en ladestasjon for å lade bilen med energi. EPSI Rating har i løpet av høsten gjennomført en kundeundersøkelse for å avdekke hvor fornøyde elbilistene er med sine ladeoperatører. Dette er den andre målingen EPSI gjennomfører av ladeoperatørene, og resultatene viser at ladekundene i snitt er noe mer fornøyde enn i fjor, og at det fortsatt er klare forskjeller mellom operatørene. Sammenlignet med mange andre bransjer som EPSI måler er ladebransjen en relativt ny bransje som er i endring. Mange nye el-bilister kommer til, nye operatører etablerer seg, det er rask utbygging, og alt dette betyr at kundenes krav og forventninger også endrer seg i et raskt tempo. Effektene av dette kommer frem i denne målingen, og vi måler flere signifikante endringer i kundeopplevelsen fra i fjor. Årets studie viser at det fortsatt er brukerne av Tesla sine Superchargere som uttrykker den beste ladeopplevelsen i denne målingen, men Tesla er mindre suveren enn hva de var i fjor.

Bransjen håndterer økt pågang

Hovedårsakene til at norske ladekunder er noe mer tilfredse kommer som et resultat av flere forbedringer. Ladeoperatørene har et viktig samfunnsoppdrag i jobben med å elektrifisere transportsektoren i Norge, og et viktig hovedpoeng fra årets undersøkelse er at kundene i større grad enn i fjor opplever at ladeoperatørene virkelig tar sitt samfunnsansvar på alvor. Videre så virker det til at ladenettverkene rundt om i Norge begynner å bli ganske bra, at antallet ladepunkter per stasjon er økt og at ladehastigheten på stasjonene jevnt over er god. Tilbakemeldingene tyder dessuten på at ladeoperatørene har blitt mer kundeorienterte over det siste året. Ladeselskapene er tettere på sine kunder, og har i løpet av det siste året blitt bedre i sin kundekommunikasjon.

NØKKELTALL Ladeoperatørene 2022

61%

Opplever det som vanskelig å sammenligne ladepriser mellom de ulike ladeoperatørene

23%

Av ladekundene har klaget eller hatt grunn til å klage i løpet av det siste året.

71%

Oppgir at det er enkelt å finne informasjon om hvor man kan lade bilen

31%

Benytter fortrinnsvis en ladebrikke når de lader.

Forbedringsmuligheter

Til tross for at kundetilfredsheten stiger så er det også en del ting ved ladeopplevelsen som kundene mener må forbedres. En tydelig tilbakemelding er at kundene synes at prisbildet er dårlig kommunisert. Kundene etterlyser bedre informasjon på dette området, og en rekke kunder spør åpent om hvorfor dette ikke kan kommuniseres på samme måte som bensinstasjonene gjør det.

Det er også mange kunder som svarer at appene ikke helt har den funksjonaliteten de søker, og bør utvikles videre. I tillegg kan det nevnes at mange kunder synes det er vanskelig å holde styr på de ulike appene som ladeoperatørene tilbyr, og stiller spørsmålsteget ved hvorfor operatørene ikke kan samles én felles betalingsløsning/app med de andre selskapene – en slags bransjestandard.

Data fra denne målingen tyder på at ladekundene besøker ladestasjonene oftere enn hva tilfellet var i fjor. En økt bruk av ladestasjonene vil også øke sannsynligheten for at det oppstår køer ved ladestasjonene – spesielt i perioder hvor det er mye trafikk på veiene. Resultatene fra studien viser at kø ved ladestasjonene er noe av det som skaper størst frustrasjon ute blant ladekundene. Relatert til dette kommer det også frem at det er en del kunder som kommer til ladestasjoner der enkelte ladepunkter er ute av drift, og opplever at ladeoperatørene ofte er altfor trege i arbeidet med å utbedre dette.

FIGUR 1 Hva mener ladekundene skaper utfordringer når de skal lade? Flervalgsspørsmål



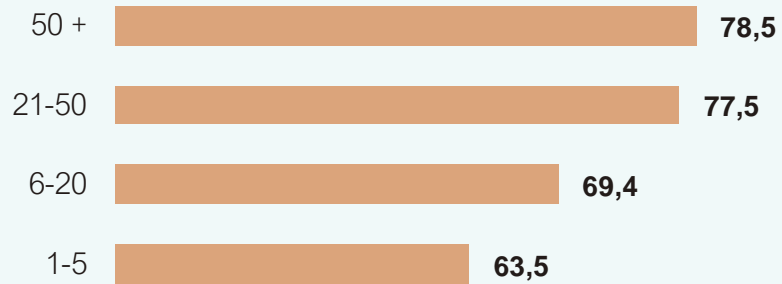
Mer bruk skaper mer fornøyde kunder

Som i fjor så viser også årets måling at brukeropplevelsen er spesielt god blant kunder som bruker ladestasjonene ofte, og at kundetilfredsheten blant disse ligger enda høyere enn i fjor. Mer ladeerfaring er bra, og gjør sitt til at ladeprosessen oppleves som enklere og mer intuitiv. Nye ladekunder eller kunder som kun har ladet elbilen på hurtigladestasjoner ved et par anledninger uttrykker derimot en langt svakere ladeopplevelse. Dette tyder på at ladestasjonene rundt om i Norge i det store og hele er funksjonelle og brukervennlige, men at tilvenning må til for at ladeopplevelsen skal bli best mulig.

FIGUR 2 Kundetilfredshet Splittet på hvor mange ganger man har ladet

36%

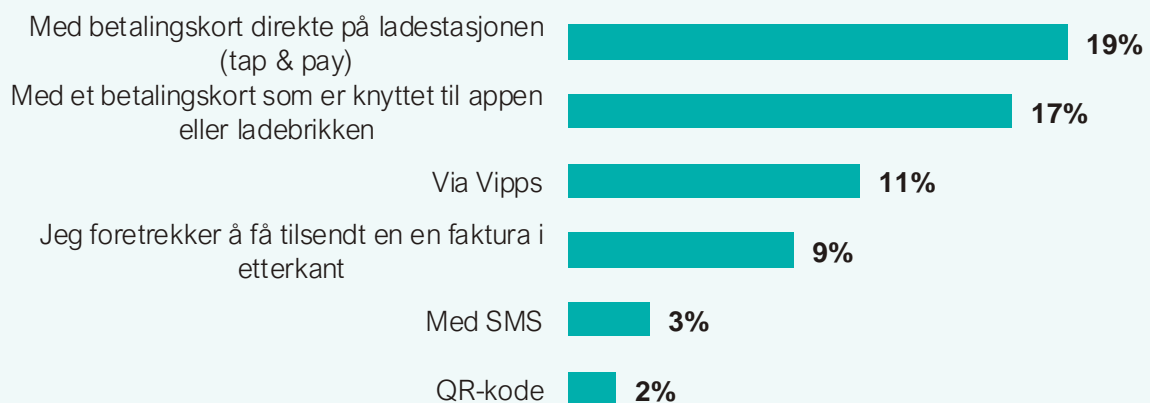
Av kundene oppgir at de har ladet mer enn 20 ganger på en ladestasjon ila. det siste året



Forskjellige betalingsløsninger

Ett annet element som skaper mye frustrasjon ute blant kundene er de forskjellige betalingsløsningene. Her er det tydelige forskjeller mellom aktørene i forhold til hva de tilbyr, og hver fjerde ladekunde svarer at de opplever at det er komplisert å betale for ladingen. Når vi spør kundene hva som er den foretrukne betalingsformen, er det kun 36% som oppgir at det er den de bruker i dag. Hva de resterende ønsker ses i grafen nedenunder:

FIGUR 3 Om du selv kunne velge fritt i måten du betaler på, hvilken betalingsmåte ville du da foretrukket?



Tesla Supercharger på topp

I år som i fjor er det brukerne av Teslas Superchargere som er de mest tilfredse. Tesla-kundene er spesielt fornøyde med den enkle og intuitive ladeprosessen, og at ladestasjonene fungerer i tråd med forventningene. Kundene opplever dessuten at ladenettverket deres i det store og hele dekker deres ladebehov. Målingen viser dog at kundetilfredsheten til Tesla faller tilbake fra i fjor. En vesentlig endring fra forrige måling er at flesteparten av Teslas ladestasjoner nå kan brukes av andre elbiler enn Tesla sine. Resultatene tyder på at ladeopplevelsen med Tesla Superchargere er langt lavere blant de som ikke har en Tesla bil, og forklarer mye av tilbakegangen. Prismessig fremstår Tesla dessuten som mindre konkurransedyktige enn i fjor, og det er spesielt ladekunder som ikke har en Tesla som opplever at deres Superchargere er dyre.

Det er de mindre ladeoperatørene som blant annet E-ON, Ionity og Kople som kan vise til størst fremgang i årets måling. Det at antallet ladepunkter har økt og at disse er plassert på attraktive lokasjoner har gjort kundene mer fornøyde. De mindre ladeoperatørene får dessuten gode tilbakemeldinger på pris.

Eviny gjør også en god figur. Til tross for at dette er en ung merkevare, så har de rukket å bygge opp et godt og positivt renommé i løpet av kort tid. Eviny virker til å ha vært tett på kundene det siste året – noe som kan relateres til at de har lansert en ny merkevare. Kundene opplever nemlig at Eviny har vist stor interesse for dem det siste året, og holdt kundene godt informert. Eviny framstår som et selskap det er enkelt å forholde seg til, at ladeprosessen er intuitiv og enkel, og at kapasiteten på stasjonene deres er såpass god at bilistene sjeldnere opplever kø enn hva tilfellet er hos øvrige ladeoperatører.

Det er Mer som denne gangen får den svakeste tilbakemeldingen blant de målte ladeoperatørene. Studien viser at Mer fortsatt yter en god service, og at ladekunder som bruker dem ofte er meget tilfredse. Men selve produktkvaliteten har totalt sett svekket seg noe fra i fjor, og Mer-kundene svarer at de oftere enn andre ladekunder har opplevd kø ved ladestasjonene. Mer-kundene opplever dessuten at prisen på energi er mindre konkurransedyktig enn hva tilfellet er hos konkurrentene.

FIGUR 4 Kundetilfredshet ladeoperatører 2022



NORDISK SAMMENLIGNING

I år har vi i EPSI også målt tilfredsheten med ladeoperatørene i Finland, Sverige og Danmark. På bransjenivå ses det at kundetilfredsheten i disse fire nordiske landene er ganske lik, men det er ladekundene i Finland som er de mest fornøyde. Tesla er en ener i alle markedene når det gjelder hurtiglading, og nordiske ladekunder er samstemte om at ladeopplevelsen med deres Superchargere jevnt over er meget god.

FIGUR 5 Kundetilfredshet ladeoperatører i Norden

Norge: KTI: 70,8

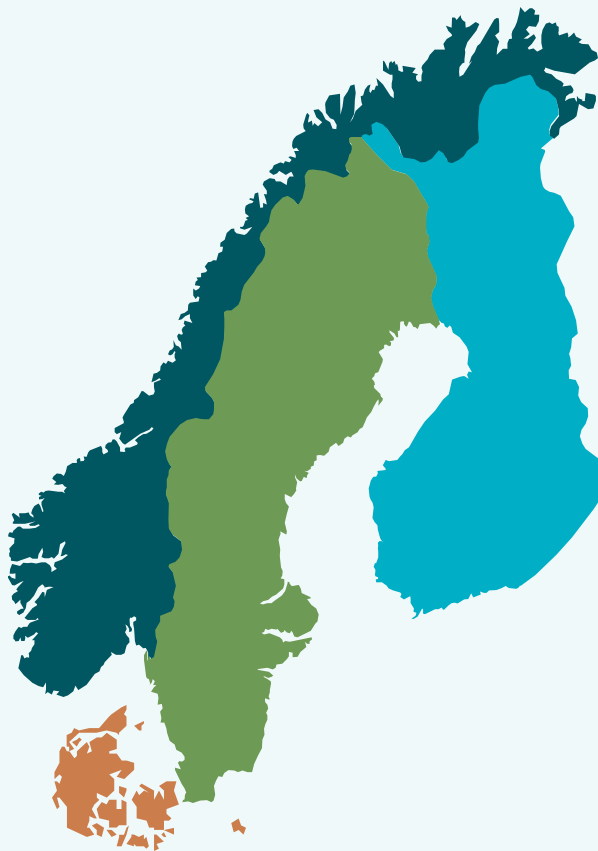
Topp 3:

- #1 Tesla – 77,1
- #2 Eviny – 75,4
- #3 Øvrige* – 73,5

Finland: KTI: 74,7

Topp 3:

- #1 Tesla – 81,2
- #2 Virta – 75,9
- #3 Fortum C&D – 74,7



Danmark: KTI: 69,4

Topp 3:

- #1 Tesla – 76,9
- #2 Clever – 69,4
- #3 Circle K – 69,1

Sverige: KTI: 71,3

Topp 3:

- #1 Tesla – 80,8
- #2 E.ON – 78,3
- #3 OKQ8 – 71,2

OM EPSI RATING OG LADEOPERATØRENE 2022

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. Figuren nedenfor viser de aspekter som EPSI-modellen bygger på.

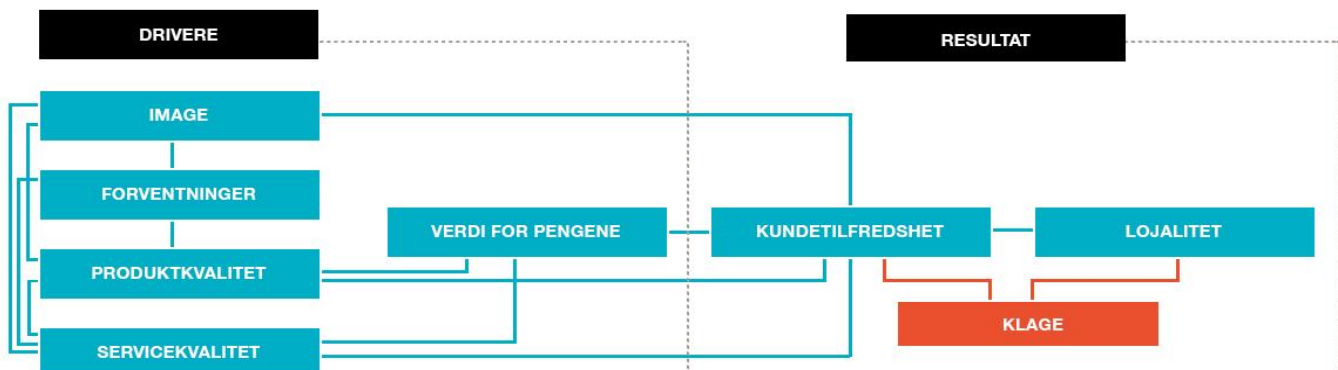
Om ladeoperatørstudien 2022

Feltarbeidet er gjort av EPSI i perioden fra 26. oktober til 16. november. Totalt er det gjennomført 949 intervjuer av personer i alderen 18 – 85 år. Spørreskjemaene inneholder ca. 50 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 kan man si at forskjeller på 2,5 indekspoeng eller mer er signifikante.

For mer informasjon, ta kontakt med:

Fredrik Høst Daglig leder EPSI Rating Norge

- fredrik.host@epsi-norway.org
- +47 48 86 76 01



 EPSI

 RATING