

A photograph of a winter forest with snow-covered evergreen trees and a power line tower in the distance. The sky is a mix of blue and orange, suggesting a sunset or sunrise. The image is partially obscured by a dark teal overlay at the bottom.

NETTSELSKAPENE

2022

HVOR FORNØYDE ER NETTKUNDENE
I NORGE?

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

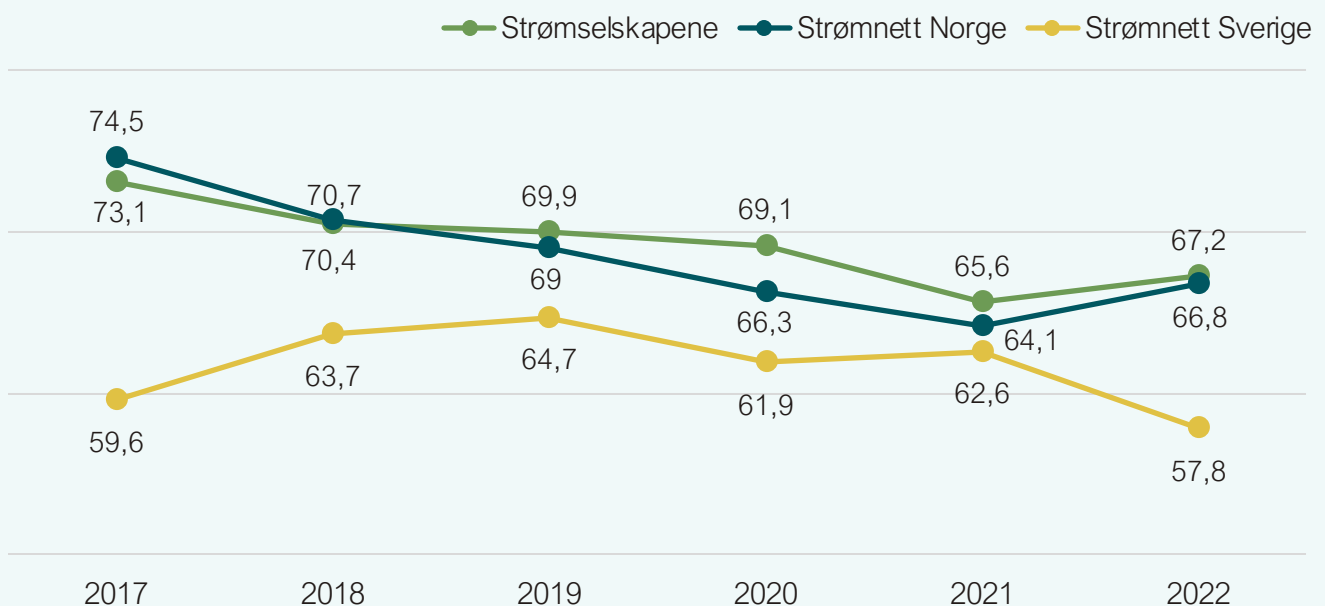
Stadig flere samfunnsprosesser digitaliseres og elektrifiseres, og et godt og velfungerende strømnnett er svært viktig i så måte. Det gjør at det norske samfunnet er avhengige av stabil tilgang på strøm til overkommelige priser. Behovet for mer strøm og ny nettkapasitet fortsetter å stige, noe som igjen stiller høyere krav og forventninger til nettselskapene. EPSI Rating har i løpet av høsten gjennomført en ny kundeundersøkelse for å avdekke hvor fornøyde folk flest er med sine nettselskaper. Studien baserer seg på dybdeintervjuer med nesten 1300 personer rundt om i Norge, og undersøkelsen viser at kundetilfredsheten med nettselskapene hever seg for første gang på flere år.

Utviklingen i kundetilfredsheten med nettselskapene har på mange måter fulgt utviklingen til strømselskapene. Mens både nett- og strømkundene i Norge var relativt godt fornøyde i 2017, har tilfredsheten falt jevnt og trutt frem til i fjor. I år måler vi derimot en bedring i begge markedene. Selv om det forekommer en del strømbrydd rundt om i Norge gjennom et år, så opplever de fleste nettkundene at nettselskapene leverer en stabil og sikker strømforsyning. Om vi sammenligner resultatene fra den norske studien med den svenske, viser EPSI-målingene at nordmenn er vesentlig mer tilfredse med sine nettselskaper enn hva svenskene er.

Økt kunnskap og bevissthet ute blant nettkundene

I likhet med [studien om strømselskapene](#) som EPSI nylig la frem, viser også denne målingen at kundene nå virker til å kunne mer om kraftbransjen. Alt tyder uansett på at det har vært bedre og mer frekvent kommunikasjon mellom nettselskapene og kundene i løpet av det siste året.

FIGUR 1 Kundetilfredshet nettselskapene 2017 - 2022

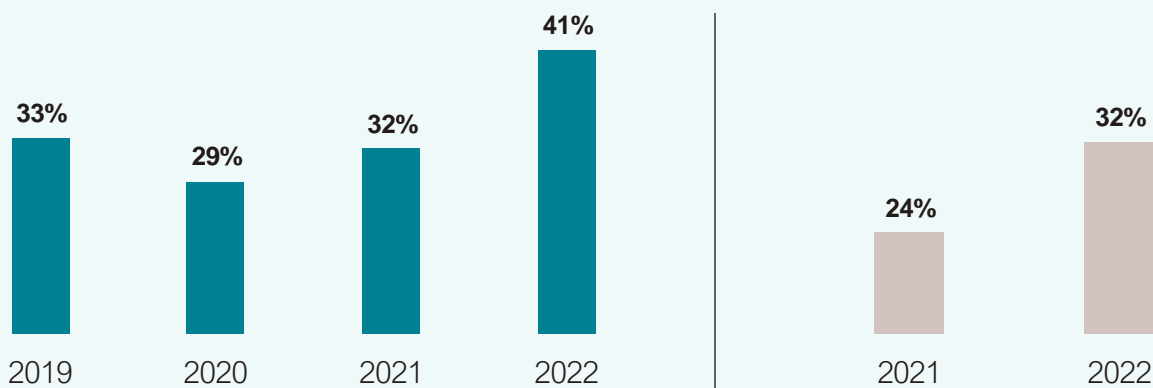


Antallet husholdninger som har fått tips fra nettselskapene sine på hvordan de kan spare strøm har steget betydelig, og med de rekordhøye strømprisene forstår kundene nå at det kan lønne seg å være bevisst på husholdningens strømforbruk. Flere kunder har dessuten lastet ned nettselskapenes apper, og har gjennom disse kunnet følge med på eget forbruksmønster. 3 av 4 kunder opplever at det er lett å skaffe seg oversikt over eget strømforbruk.

FIGUR 2 Andelen som har svart «ja» på nedenstående spørsmål

Andel som er godt kjent med hvordan nettleien beregnes:

Andel som har mottatt strømsparingstips:



Bedre prisforståelse

EPSI-studien har over de siste årene vist at kundene har slitt med å forstå hvordan prisen på nettleien beregnes. I tillegg har mange kunder vært forvirret og stilt spørsmålstegn ved hva nettleien faktisk går til. Dette har utvilsomt hatt en negativ effekt på kundetilfredsheten. Årets studie vitner om en klar forbedring på dette. Mens fjorårsstudien viste at 68% av kundene ikke visste hvordan prisen på nettleien beregnes, har denne andelen falt til 59%. Selv om mange fortsatt ikke forstår prismodellen for nettleie er dette en tydelig forbedring, noe som er bra for kundeopplevelsen. Kunder som opplever at de forstår prismodellen er nemlig vesentlig mer tilfredse med nettselskapet sitt enn de kundene som ikke gjør det,- noe som illustrerer hvor viktig forståelsen av prisen er for kundeopplevelsen. Det er med andre ord ingen tvil om at kunnskap og innsikt bygger tilfredshet og tillit. Det å gi rask, enkel og relevant kundeinformasjon er avgjørende i arbeidet med å skape fornøyde nettkunder.

NØKKELTALL Nettselskapene privatsegment 2022

28%

Oppgir at de har tilgang på hjemmelader for el-bil, opp fra 23% i 2021

7%

Oppgir at de har installert solcelleanlegg på sin bolig og/eller fritidsbolig

75%

Av kundene opplever at det er lett å skaffe seg oversikt over eget strømforbruk

38%

Svarer at de har ett eller flere strømbrudd i løpet av det siste året

Bedret kundeservice

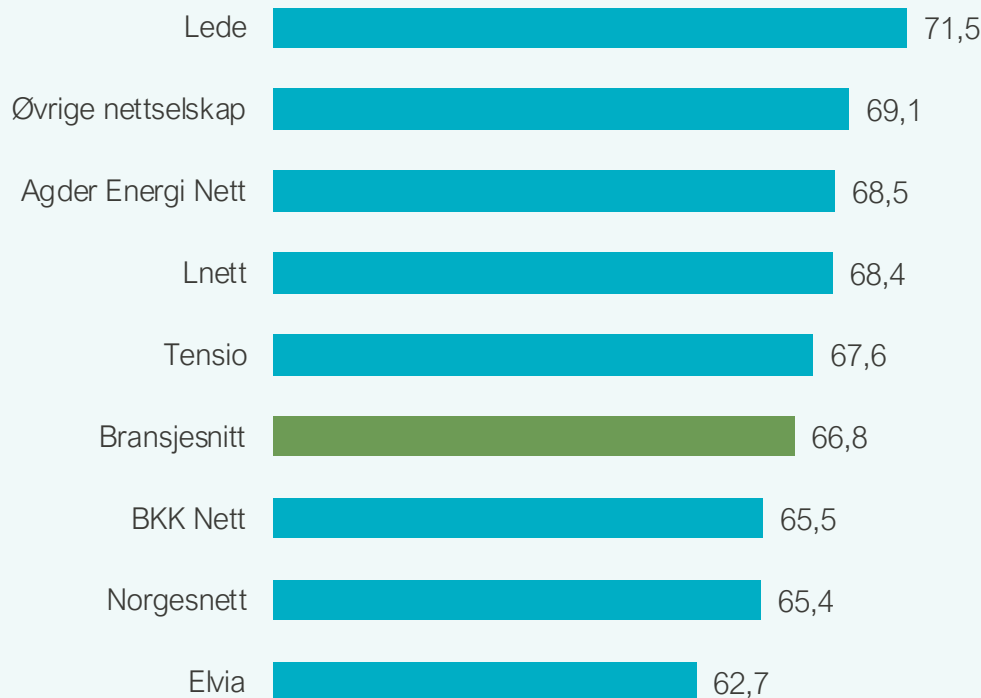
Cirka hver fjerde kunde svarer at de har vært i kontakt med nettselskapet det siste året, og i år er det langt flere av henvendelser som dreier seg om fakturering enn hva tilfellet var i fjor. Det at strømstøtten, som regjeringen innførte for ett år siden, har vært håndtert av nettselskapene, er nok én av hovedårsakene til dette. Selv om nettselskaperenes servicenivå og klagehåndtering har blitt bedre over de siste par årene, oppleves både svartiden, serviceinnstillingen og hjelpen kundene får som vesentlig svakere enn hva tilfellet er for strømselskapene.

Lede på topp, Elvia på bunn

I årets studie er det kundene til Lede (tidligere Skagerak Nett) som er de mest fornøyde. Kundetilfredsheten til Lede stiger markant, og med et resultat på 71,5 er nettselskapet nesten tilbake på de nivåene Skagerak Nett hadde tilbake i 2018. Omdømmet blant Lede sine egne kunder har styrket seg vesentlig over det siste året, og selskapet får dessuten mer kudos for deres bærekraftinnsats enn på samme tid i fjor. Lede-kundene er også tilfredse med måten nettselskapet holder dem informert om ting som er relevant for deres kundeforhold. Kunnskap og innsikt er viktig i et urolig marked, og den gjennomsnittlige Lede-kunden opplever at han/hun har en bedre forståelse av hvordan prisen på nettleien beregnes enn hva kunder av andre nettselskaper har.

I år som i fjor er det Elvia som har de minst fornøyde nettkundene i denne målingen. Til tross for en solid fremgang fra i fjor på mange av parameterne vi måler, er det fortsatt slik at Elvia-kundene seg for dårlig ivaretatt og at de ikke blir godt nok informert. Elvia kundene er også de som føler at de får minst igjen for pengene.

FIGUR 3 Kundetilfredshet 2022 nettselskapene



BÆREKRAFT OG SAMFUNNSANSVAR

Når vi i EPSI studerer hva som driver kundetilfredshet mest og minst, ser vi en utvikling i retning av at samfunnsansvar/bærekraft påvirker kundetilfredsheten og lojaliteten mer enn før. Kraftbransjen spiller en sentral rolle i omstillingen til lavutslippssamfunnet, og fornybar energi er en viktig del av løsningen for å oppnå Norges og verdens klimamål. Men bærekraft er et vanskelig begrep, noe som gjør det utfordrende for mange å vurdere hvor bærekraftige deres leverandører er. Som i fjor så er det fortsatt en stor andel av kundene som svarer at de ikke kjenner til hva nettselskapet gjør innen bærekraft, men vet ikke andelen er en god del lavere enn hva tilfellet er i en rekke andre bransjer EPSI måler. Dette tyder på at nettselskapene gjør en bedre jobb i sin bærekraftkommunikasjon ut mot kundene.

Når vi summerer opp tilbakemeldingene på en rekke spørsmål som omhandler bærekraft viser studien at husholdningene rundt om i Norge nå er mer positive til nettselskapenes bærekraftsatsning enn hva tilfellet var i fjor. Det er samlegruppen med de mindre nettselskapene som får de beste tilbakemeldingene på bærekraft i denne studien, mens det er Lede og Tensio som gjør det best blant de navngitte aktørene.

EPSI SIN BÆREKRAFTSINDEKS Topp 3 nettselskaper

1

Øvrige nettselskaper
Score: **67,3**

2

Lede
Score: **65,0**

3

Tensio
Score: **62,5**

Solcelleanlegg - plusskunder

I takt med at strømprisene har steget til rekordhøye, har interessen for å produsere egen strøm vokst markant. Fornybar energi er i vinden som aldri før, og det blir stadig vanligere å se solcellepanel montert på boliger eller fritidsboliger. I årets undersøkelse har vi derfor spurt både nettkunder og strømkunder rundt om i Norge om de har eller vurderer å montere et solcelleanlegg. Målingen viser at 7% av de spurte har installert dette på sin bolig eller fritidsbolig, og i det store og hele er disse plusskundene fornøyd med sitt solcelleanlegg. I tillegg svarer at 5% av nettkundene at de har bestilt et solcelleanlegg, mens 35% oppgir at de vurderer å anskaffe seg dette.

FIGUR 4 Har du eller eventuelt vurderer å anskaffe deg solcelleanlegg?



OM EPSI RATING OG STRØMNETTSTUDIEN 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.

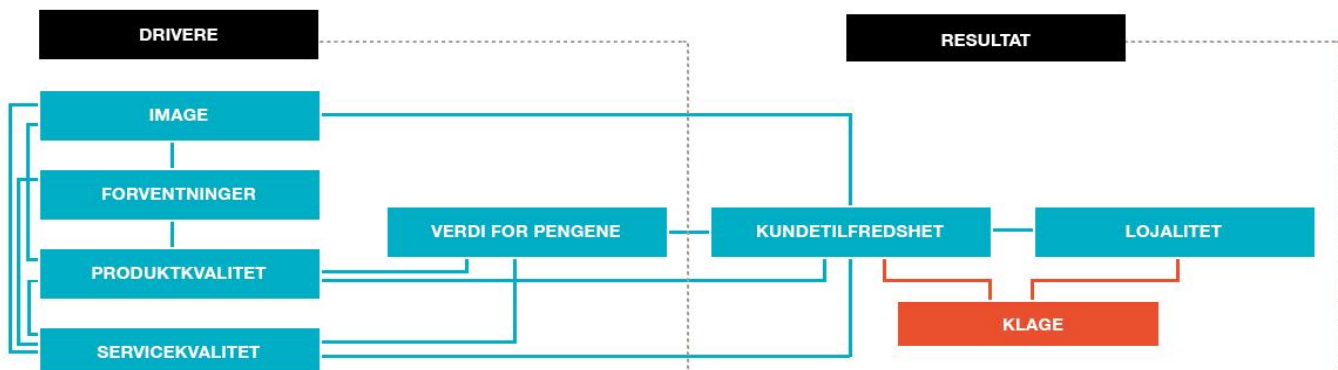
Om nettstudien 2022

Feltarbeidet er gjort av Norstat Norge/EPSI i perioden fra 26. oktober til 16. november. Totalt er det gjennomført 1264 intervjuer av privatkunder i alderen 18 – 85 år. 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 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