

## EPSI Rating

Sähkön vähittäismyynti 2020

Päivämäärä: 30-11-2020

Lisätiedot:

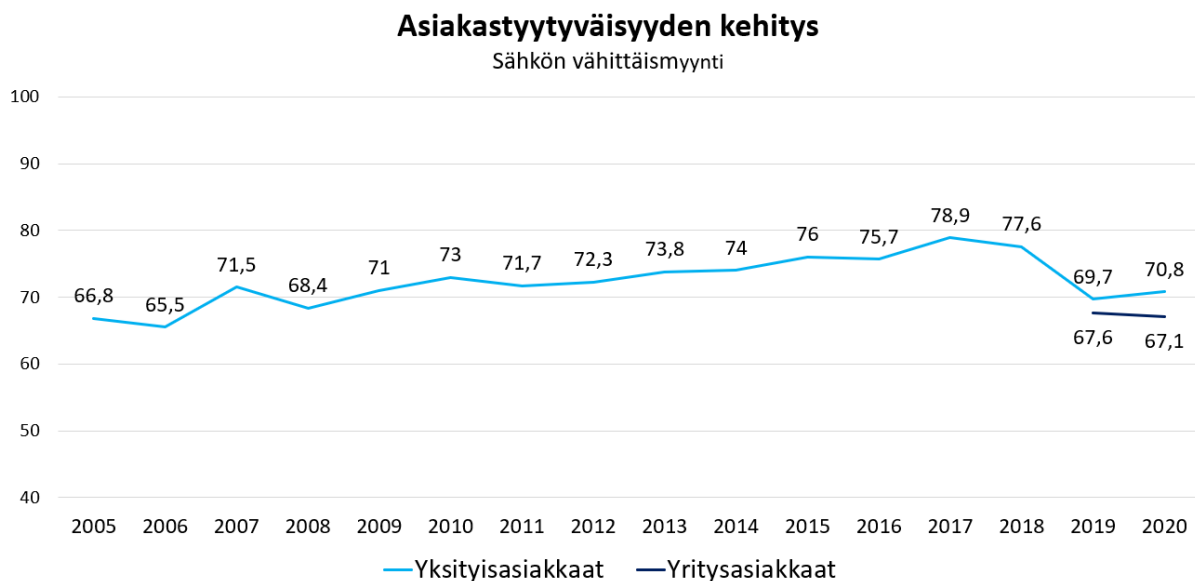
Heidi Laitinen, maajohtaja EPSI Rating Suomi

Puhelin: +358 50 406 8796

Sähköposti: heidi.laitinen@epsi-finland.org

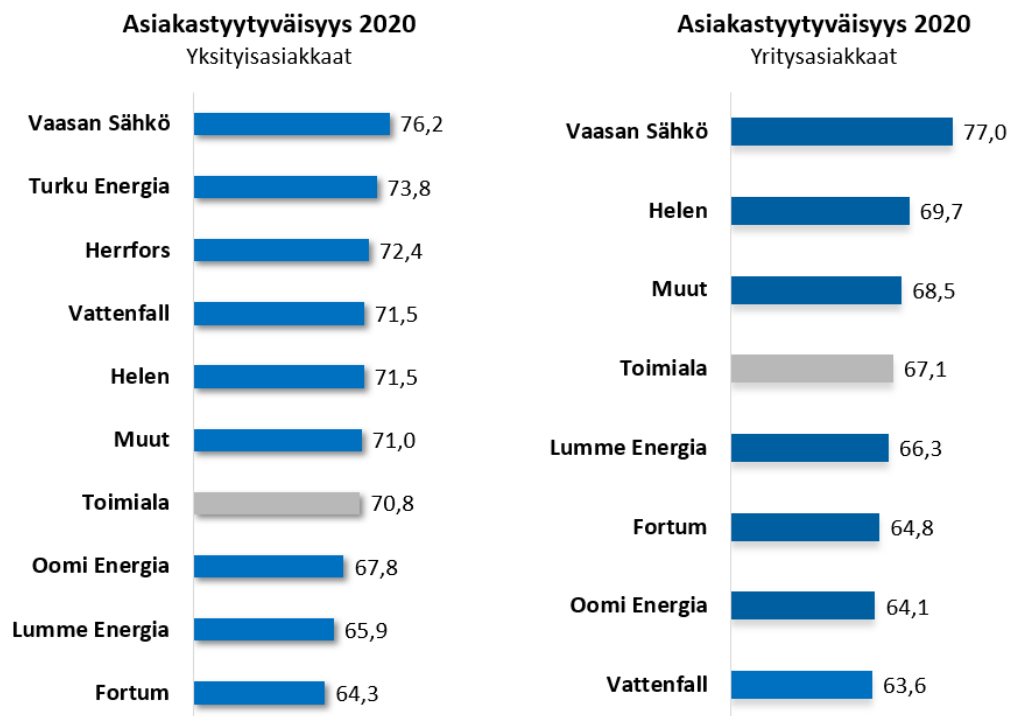
## POIKKEUKSELLINEN VUOSI NOSTAA KOKONAISTYYTYVÄISYYTTÄ ENERGIA-ALAAN

EPSI Ratingin Sähkön vähittäismyynti 2020 -tutkimuksessa havaitaan sähkön vähittäismyyntialan asiakastyytyväisyyden lähteneen tänä vuonna nousuun. Etenkin yksityisasiakkaiden osalta tilanne on poikkeuksellinen, sillä monin tavoin haasteellinen vuosi 2020 on tuonut mukanaan laskua muiden toimialojen asiakastyytyväisyyteen. Toimialan asiakastyytyväisyys oli pitkään nousussa ja kääntyi laskuun vuonna 2018, mutta vuosi 2020 palauttaa yksityisasiakkaiden asiakastyytyväisyyden vuoden 2009 tasolle, jolloin nousutrendin voidaan katsoa alkaneen. Yrityisasiakkaiden asiakastyytyväisyys puolestaan säilyy suunnilleen vuoden 2019 lukemissa.

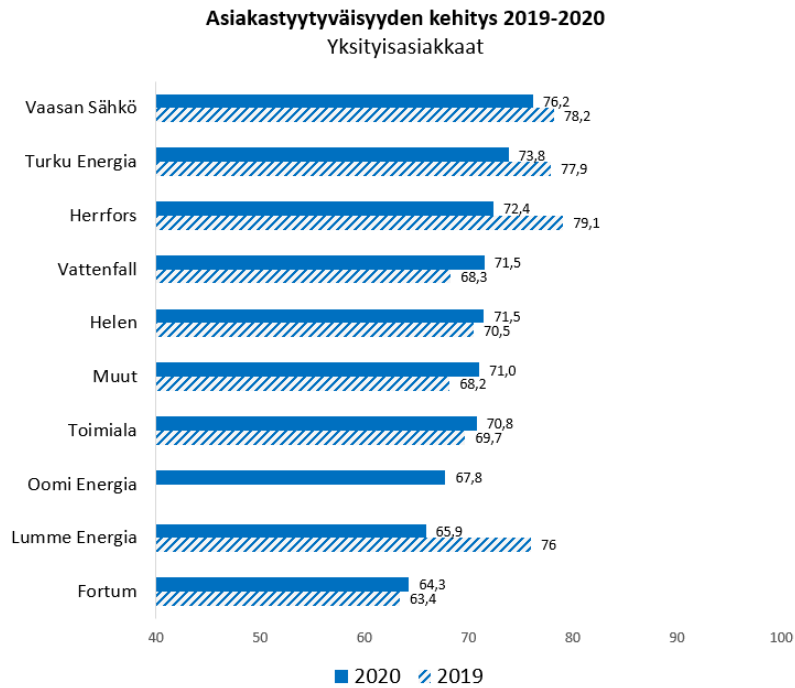


Asiakastyytyväisyyden kärkeen on tänä vuonna noussut Vaasan Sähkö, joka sijoittuu kärkeen sekä yksityis- että yritysasiakkaiden vertailussa. Yksityispuolella Vaasan Sähkön kärkisijan taustalla ovat erityisesti vertailun korkeimmat pisteet tuotelaadussa, rahalle saatavassa vastineessa sekä imagossa, jossa mitattiin tasatulos Turku Energian kanssa. Rankingin toiselta sijalta löytyvän Turku Energian osalta vertailussa korkeimmin puolestaan arvioitiin imagon lisäksi palvelulaatu, kolmanneksi sijoittuvan Herrforsin puolestaan suoriutuvan eri osa-alueilla toimialan keskitasoon nähden tasaisen vahvasti. Toimialan keskitason yläpuolelle ja lähelle kärkikolmikkoon sijoittuvat Vattenfall ja Helen, Fortumin puolestaan jäädessä viime vuoden tapaan vertailun viimeiseksi.

Yritysassiakkaiden keskuudessa Vaasan Sähkö erottuu toimialan keskitasosta eniten imagon ja rahalle saatavan vastineen osalta, mutta arviot ovat kautta linjan erittäin korkeita. Vertailun toiseksi sijoittuva Helen taas suoriutuu toimialan keskitasoon nähden parhaiten tuotelaadussa.



Yksityisasiakkaiden kärkikolmikko on sama kuin vuonna 2019, mutta Vaasan sähkö ja Turku Energia nousevat pykälällä, samalla nousten viime vuoden voittajan Herrforsin ohi. Suurista toimijoista Vattenfall, Helen ja Fortum nostavat asiakastyytyväisyyttä viime vuodesta, ja suurimman nousun tehneen Vattenfallin ranking-sijoitus myös paranee huomattavasti viime vuodesta. Laskua tyytyväisyyden tasossa puolestaan havaitaan pienemmillä toimijoilla, eniten Lumme Energialla ja Herrforsilla.



“Elämme yhä enemmän sähköistyvässä yhteiskunnassa, ja kokonaistilanne on myös osaltaan tuonut haasteita osalle yhtiöistä asiakkaiden vaatimusten sekä odotusten noustessa. Tänä vuonna näkyikin useimmilla toimialoilla eräänlaisena trendinä aiemmista vuosista poiketen, että osa isoista toimijoista on nostanut asiakastytyväisyyttä, pienempien toimijoiden asiakastytyväisyyden laskiessa. Tietenkin poikkeuksia on”, kertoo Heidi Laitinen, EPSI Rating Finlandin maajohtaja.

## TAKAISIN PERUSASIOIDEN ÄÄREEN

EPSI Ratingin syksyn 2020 toimialatutkimuksissa näkyy myös jo pilkahdusta uudesta normaalista COVID-19-pandemian jälkeisestä ajasta. Useat ovat siirtyneet etätyöskentelyyn, ja kokonaisuudessaan kotona vietetään enemmän aikaa. Tämän johdosta häiriöt ja keskeytykset vaikuttavat meihin enemmän, ja haluamme olla paremmin informoituna, kuin ennen pandemiaa.

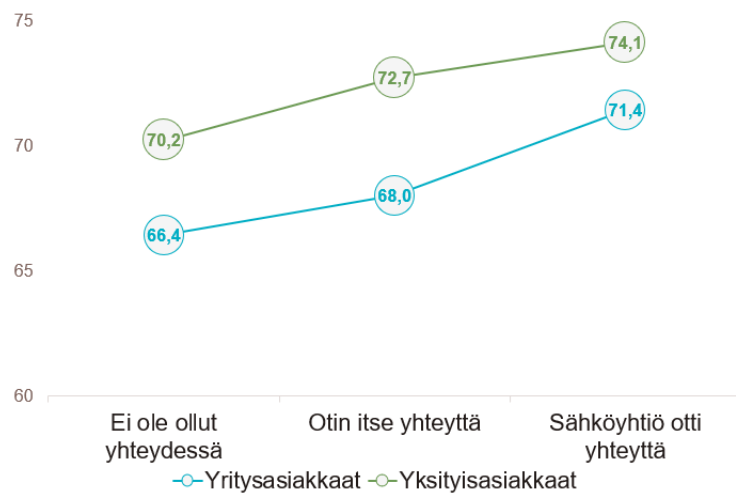
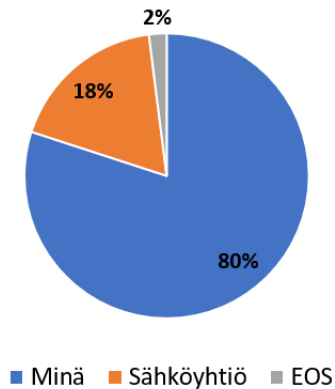
“Sähkö ei ole tuotteena kiinnostava, joten toimijoiden ei tulisi olla passiivisia, vaan huolehtia olemassa olevista mahdollisuuksista rakentaa hyviä asiakassuhteita. Tällöin on varmistettava, että asiakkaille tiedotetaan asioista, jotka ovat merkityksellisiä ja jotka kiinnostavat heitä”, kertoo Laitinen.

Yleisen aloitteellisuuden ja asiakassuhteelle merkittävien seikkojen kannalta oleellisen informoinnin osalta parhaat arvosanat saavat yksityisasiakkaiden parissa etenkin Turku Energia ja Vaasan Sähkö, Vattenfallin, Helenin ja oleellisen informoinnin osalta myös Herrforsin sijoittuessa toimialan tasalle tai ylle. Karkeasti ottaen näiden tekijöiden kärkiviisikko on siis asiakastytyväisyyden kärkiviisikon kaltainen.

Yksityisasiakkaista 28% ja yritysasiakkaista 42% on ollut suoraan yhteydessä sähköyhtiönsä viimeisten 12 kk:n aikana. Yksityisasiakkaiden parissa kuitenkin vain 20% ja yritysasiakkaiden parissa 16% yhteydenotoista on tapahtunut sähköyhtiön aloitteesta. Sekä yksityis- että yritysasiakkaiden

keskuudessa asiakastyytyväisyys on kuitenkin muita korkeampaa niillä asiakkailla, jotka ovat olleet yhteydessä sähköyhtiönsä viimeisten 12 kk:n aikana, ja yhteydessä olleista muita tyytyväisempiä ovat ne, joihin sähköyhtiö on ollut oma-aloitteisesti yhteydessä.

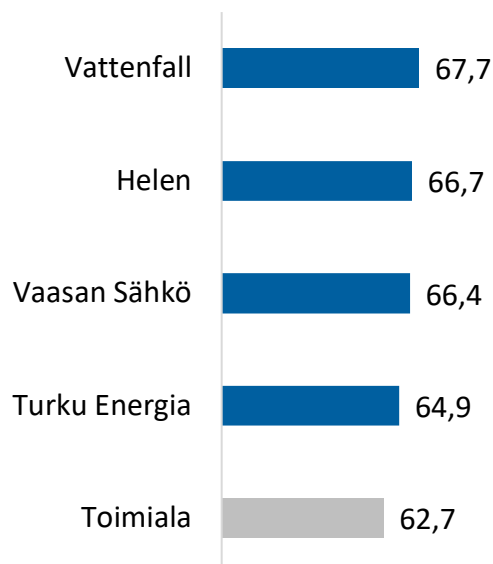
**Kumpi osapuoli otti yhteyttä?**  
Yksityis- ja yritysasiakkaiden keskiarvo



“Proaktiivinen yhteydenpito on jopa vähentynyt viime vuoteen verrattuna, kun taas samalla proaktiivisen yhteydenpidon painoarvo asiakastyytyväisyydessä on selkeästi noussut. Ne asiakkaat, joiden yhteydenpidossa nimenomaan sähköyhtiö on ollut yhteyttä ottava osapuoli, tyytyväisyys on korkeampaa kuin muut”, kertoo Laitinen.

Aloitteellisuuden ja informoinnin kasvanut merkitys heijastuu osaltaan myös siihen, että luottamus omaa sähköyhtiötä kohtaan on yleisesti korkeampaa näiden yhtiöiden kuin muiden keskuudessa. Eroja nähdään lisäksi siinä, missä määrin sähköyhtiön koetaan olevan kiinnostunut auttamaan asiakkaitaan muuttamaan sähkönkäyttöään positiivisempaan suuntaan. Korkeimmalle tässä suhteessa toimialan yksityisasiakaspuolella arvioidaan reilun indeksipisteen sisään Vattenfall, Helen ja Vaasan Sähkö myös Turku Energian ylittäessä toimialan keskitason.

**”XX” on kiinnostunut siitä, miten  
voitte muuttaa sähkökäyttöänne  
(parempaan suuntaan)  
Parhaiten arvioidut**



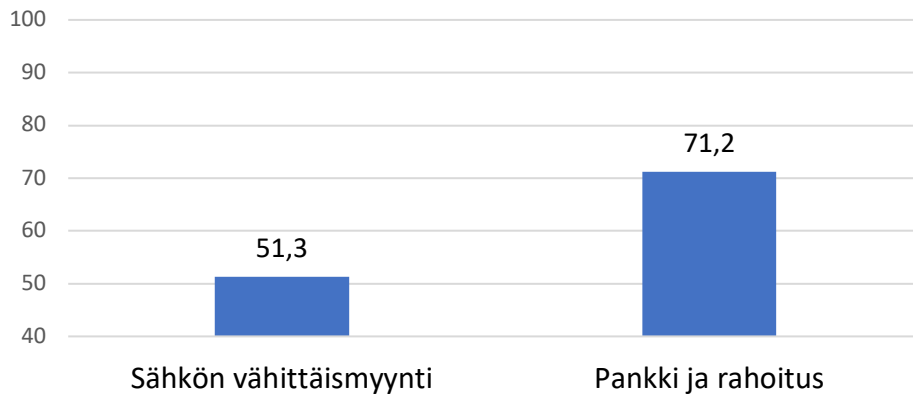
”Karkeasti sanoen, mitä paremmin olet pitänyt asiakkaasi ajan tasalla, hyödyntäen mahdollisia yhteydenpidon kanavia, sitä paremmin sinuun luotetaan ja sitä tyytyväisempiä asiakkaita sinulla on. Hyvä ja määrätietoinen tiedonkulku auttaa asiakkaita olemaan tyytyväisempiä”, lisää Laitinen.

## DIGITAALINEN ASIAKASSUHDE MUUTTUMASSA HENKILÖKOHTAISEKSI

Kuten useissa syksyn aikana tehdyissä toimialatutkimuksissa on todettu, pandemia on osaltaan muuttanut asiakkaiden käyttäytymistä ja tarpeita. Digitalisaatio on nopeuttanut vuorovaikutusta ja aiemmin digitalisaatioon negatiivisesti suhtautuneet asiakkaat ovat pandemian seurauksena muuttaneet käsitystään digitalisaatiosta positiivisemmaksi.

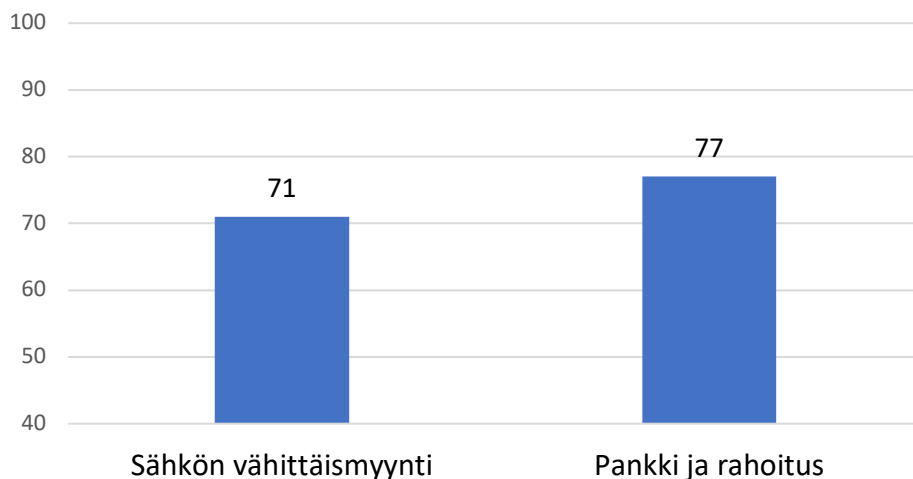
Tässä kohtaa myös energia-alan asiakkaiden on tilanteen vuoksi tullut siirtyä aiempaa digitaalisemmaksi. Tämä näkyy kuitenkin haasteena, sillä energia-alan asiakkailla ei ole yhtä paljon kokemusta toimijoiden digitaalisista palveluista verrattuna esimerkiksi pankkialaan. Tämän vuoden tutkimus osoittaa, että asiakkaiden kokemus toimijoiden digitaalisista palveluista on kokonaisuudessaan heikohkoa, samoin kuin digitaalisten palveluiden toimivuuden tuntemus.

### Minulla on paljon kokemusta XX:n digitaalisista palveluista



“Koronaviruspandemia on luonut meille tien, joka muuttaa radikaalisti tapaa, jolla asiakkaat ovat vuorovaikutuksessa yhtiön kanssa. Haasteena onkin sisällyttää henkilökohtaisen vuorovaikutuksen edut digitaaliseen tarjontaan ja samalla parantaa kokonaisvaltaista asiakaskokemusta”, kertoo Laitinen.

### ”XX”:n digitaalisia palveluita on helppo käyttää?



“On myös nähtävillä, että kun asiakkaat tottuvat käyttämään uusia digitaalisia palveluja, harvat palaavat vanhoihin tapoihinsa”, lisää Laitinen.

### MIKÄ ON PANDEMIAN AIKAISTA KESTÄVÄÄ KEHITYSTÄ?

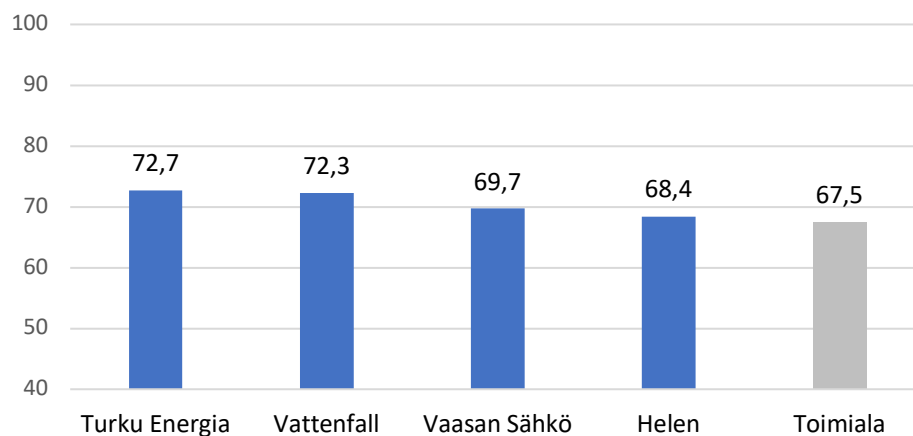
Tämän vuoden tutkimus osoittaa, että energiateollisuus saa pankkialaan verrattuna alhaisempia, mutta vakuutusala korkeampia arvosanoja COVID-19- hoidossa. Pankkialalla tilanteen hoito arvioitiin

yksityisasiakkaiden taholta lukemiin 73,4 ja yritysasiakkaiden taholta lukemiin 71,8, vakuutustoimialalla indeksipisteiden puolestaan ollessa yksityisasiakkailla 63,3 ja yritysasiakkailla 61,2, siinä missä sähkön vähittäismyyntialalla taas tulos asettuu näiden väliin, yksityisasiakkailla pisteisiin 67,2 ja yritysasiakkailla pisteisiin 63,5.

”Asiakkaat eivät yleisesti ottaen miellä tilanteen hoitoa energia-alan tehtäviin kuuluvaksi ja suhteellisen harvoilla on erityisiä toiveita sähkön vähittäismyyjensä toimintaa kohtaan koskien tilanteen hoitamista. Pandemian aikainen toiminta kuitenkin vaikuttaa asiakaskokemukseen kokonaisuutena, ja tämä liittyy vahvasti myös kestävä kehityksen näkemykseen. Energia-alan haasteena näkyikin entistä enemmän yhteiskuntavastuullisuuden osa-alueet, eli kestävä taloudellinen, sosiaalinen, eettinen ja ympäristöystävällinen kehitys”, Laitinen tarkentaa.

Tarkastellen alan toimijoiden viestintää koskien toimintaansa kestävä kehityksen eteen, yksityisasiakaspuolella tänä vuonna korkeimmat indeksipisteet saavat Turku Energia, Vattenfall, Vaasan Sähkö sekä Helen.

### Viestittäkö ”XX” siitä, kuinka he työskentelevät kestävä kehityksen eteen?



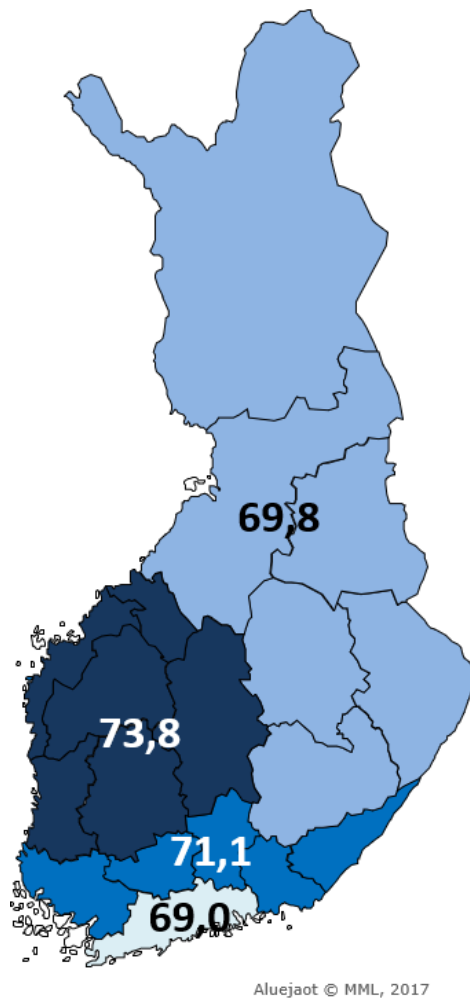
”Toimialalla näkyy huomattaviakin eroja toimijoiden kesken ja tänä aikana vastuullisuuden osa-alueet sekä ympäristökysymykset näkyvät olevan entistäkin tärkeämpiä asiakaskokemukselle sekä asiakasuskollisuudelle. Toimijoiden tulisi kysyä itseltään, mitä kestävyys ja sosiaalinen vastuu tarkoittaa tulevaisuudessa”, lisää Laitinen.

### Maltillisia alueellisia eroja

Kun tarkastellaan tuloksia käyttäen hyväksi EU:n alueluokitusjärjestelmä NUTS:in keskimmäistä tasoa, havaitaan joitain alueellisia eroja. Yksityisasiakkaiden keskuudessa asiakastyytyväisyys on korkeinta Länsi-Suomessa (73,8) ja matalinta Uudellamaalla (69), Etelä-Suomen (71,1) sekä Pohjois- ja Itä-Suomen (69,8) sijoituessa näiden väliin.

Eroja mitattiin myös potentiaalisten tulevien kulutustottumusten osalta. Kiinnostusta ostetun sähkön tuotantotavan valintaan esiintyy hivenen muita alueita enemmän Uudellamaalla, oman sähkön tuottamista sekä varastointia kohtaan puolestaan eniten Länsi-Suomessa, ja Pohjois- ja Itä-Suomessa

kiinnostuksen ollessa muita alueita korkeampaa sähkön käytön ohjailua (esim. hintaperusteisesti eri vuorokaudenaikoihin) kohtaan.



*Käytetty aluejako: NUTS 2. Kartassa tyytyväisimmät tummemmalla ja vähemmät tyytyväiset vaaleammalla. Ahvenanmaalta ei vertailukelpoista tulosta.*

## Tietoa Sähkön vähittäismyynti 2020 -tutkimuksesta

EPSI Rating\* haastatteli Sähkön vähittäismyynti 2020 -tutkimukseen 1880 Suomessa asuvaa yli 18-vuotiasta yksityisasiakasta, sekä 632 yritysasiakasta. Puhelinhaastattelut tehtiin 23.10.-11.11.2020. Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0-60 on tyytymätön, 60-75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Asiakastyytyväisyyden virhemarginaalit ovat yksityisasiakkaiden osalta yleisesti haarukassa n. +/- 2,5 ja yritysasiakkaiden osalta n. +/- 4 indeksipistettä asteikolla 0-100. Poikkeuksena yksityisasiakkaiden osalta Helen (1,9) sekä Lumme Energia (3,7), yritysasiakkaiden osalta Vaasan Sähkö (3,2).

Tilastollinen luottamustaso on 95% ja mallin selitysaste vaihtelee toimijoittain välillä 73-94 %.

*\*Vertailtavuuden vuoksi pieni osa tutkimuksen kentästä tehtiin yhteistyössä Userneeds A/S:n kanssa*



## Asiakastyytyväisyys – Kuinka EPSI Rating mittaa sitä?

Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan seuraavien kolmen kysymysten avulla:

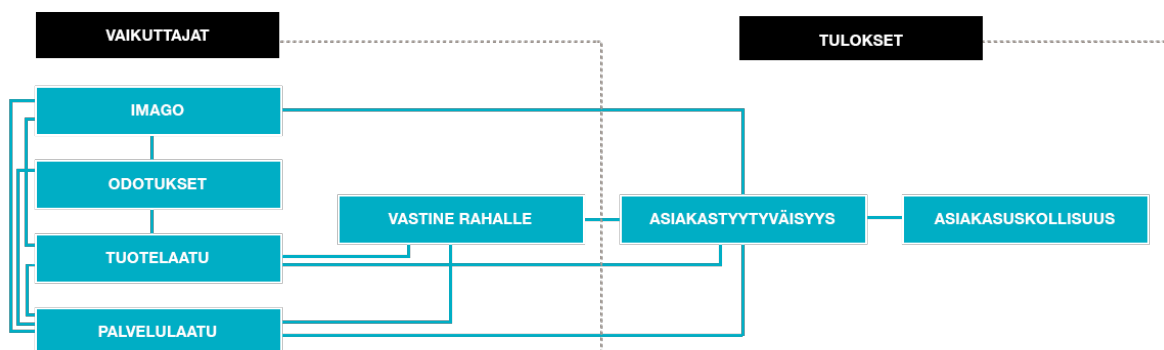
- Ajattele kaikkia kokemuksiasi, joita sinulla on sähköyhtiöstäsi. Kuinka tyytyväinen olet?
- Missä määrin sähköyhtiösi täyttää kaikki odotuksesi?
- Kuvittele kaikin puolin täydellinen sähköyhtiö. Kuinka lähellä tai kaukana sähköyhtiösi on tätä täydellistä vakuutusyhtiötä?

Kunkin aspektin arvosana ilmoitetaan välillä 0-100. Mitä korkeampi arvosana, sitä paremman arvion toimija on saanut asiakkailtaan. Yleisesti voidaan sanoa, että yrityksillä, joiden asiakastyytyväisyyden arvosana on alle 60, on suuria vaikeuksia motivoida asiakkaita pysymään asiakkaina. Sen sijaan yli 75:n arvosana kertoo vahvasta yrityksen ja asiakkaan välisestä suhteesta.

Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus ovat kaksi tärkeää avainindikaattoria yrityksille ja organisaatioille. Näiden kahden indikaattorin mittaamisen lisäksi EPSI-menetelmä tutkii viittä muuta aspektia, joiden avulla voidaan selvittää, mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä ja uskollisia.

Kukin aspekti sisältää tietyn määrän kysymyksiä. Alla oleva kaavio kuvaa niitä alueita, joihin EPSI-menetelmä perustuu.

### EPSI Rating



*EPSI Rating tutkii, miten asiakkaista tulee asiakkaita ja miten he pysyvät uskollisina yritykselle. EPSI Ratingin tutkimukset selvittävät asiakkaiden kokemusten ja yrityksen kanssa käydyn vuorovaikutuksen avulla, mitä mieltä asiakkaat ovat yrityksestä. EPSI Ratingin tutkimusmenetelmä on Tukholman kauppakorkeakoulun suunnittelema ja toimii perustana puolueettomille ja luotettaville tutkimuksille.*