

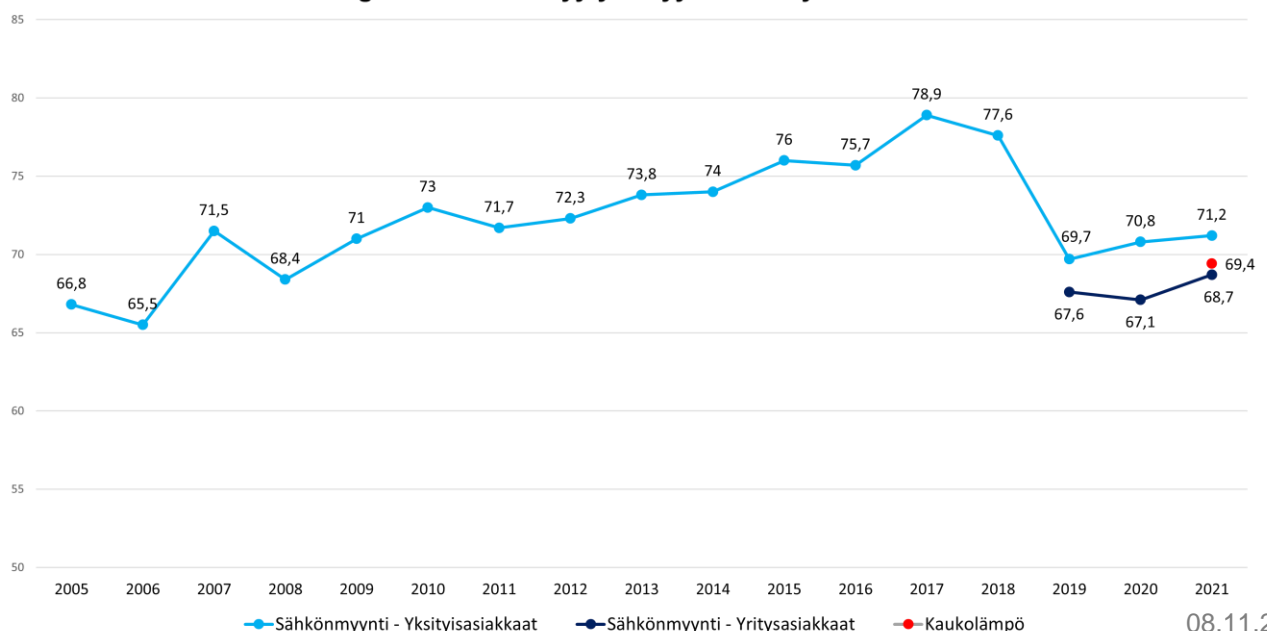
EPSI Rating on saanut valmiiksi vuoden 2021 tutkimuksensa energia-alan asiakastytyväisyydestä ja –kokemuksesta, ja kaukolämmön tulokset julkaistaan nyt ensimmäistä kertaa Suomessa. Asiakastytyväisyys on asia, joka on otettava huomioon päätettäessä, mikä energiayhtiö tai jopa lämmitysmuoto henkilön tai yrityksen tulisi valita. Jos valitset yrityksen, jonka asiakkailta on korkea asiakastytyväisyys, tai joka on onnistunut nostamaan asiakastytyvyyttään, nautit todennäköisemmin stressittömästä ja kaikin puolin paremmasta asiakaskokemuksesta. Vaikka monien ihmisten ensimmäinen huolenaihe energiantoimittajaansa valittaessa on se, kuinka paljon he maksavat toimittajalle, niemenomaan asiakastytyväisyys lopulta kertoo, miten tyytyväisenä sinä voit pysyä asiakassuhteen aikana. Toisaalta EPSI Ratingin asiakastytyväisyys mittaa myös sitä, miten hyvää vastinetta yhtiön nykyiset asiakkaat saavat rahoilleen.

Markkinatilanteen muuttuessa epävakammaksi asiakaslähtöisyys on noussut avainasemaan uskollisten asiakaskuntien säilyttämisessä ja rakentamisessa ja lopulta terveen liiketoiminnan varmistamisessa. Vielä muutamia vuosia sitten ihmiset eivät suuremmin välittäneet energiantarjoajastaan. He allekirjoittivat sopimuksen kerran ja olivat onnellisia ja erittäin tyytyväisiä energian tarjoajaansa, kuten myös EPSI Ratingin Sähkönmyynnin tuloksista vuosilta 2015-2018 ilmenee. Tämä asiakasryhmä on kuitenkin nykyään yhä harvinaisempi. Ihmiset ovat tottuneet laadukkaisiin digitaalisiin palveluihin useimmilla muilla elämäalueilla, ja heidän odotuksensa läpinäkyvyyttä ja joustavuutta kohtaan ovat nyt paljon korkeammat. Tämän seurauksena asiakkaat vaihtavat todennäköisemmin energiantoimittajaa, etsiessään toimittajan joka vastaa heidän odotuksiinsa.

Myös käyttäjien tarpeet kehittyvät. Kaukolämmön osalta on tietysti edelleen olennaista kyetä tuottamaan ja toimittamaan lämpöä luotettavasti ja keskeytyksettä, mutta samalla on pystyttävä vastaamaan digitalisaatioon ja kestävään kehitykseen kohdistuviin kasvaneisiin vaatimukseen. EPSI Rating\* pyrkii antamaan suoraa palautetta ja oivalluksia alan toimijoille, ja vahvistamaan taustalla olevat oletukset. Asiakaskeskeisyys sekä syvällinen tieto asiakaskäyttäytymisestä antaa sähköyhtiöille mahdollisuuden säilyttää sekä kasvattaa asiakaskuntaansa ja viime kädessä pysymään merkityksellisenä toimijana kehittyvillä markkinoilla.

\* EPSI aloitettiin EU-tutkimusprojektina Tukholman kauppakorkeakoulussa vuonna 1989. Tutkimme jatkuvasti myös kestävästä kehityksestä sekä menestystä yhteistyössä pohjoismaisten korkeakoulujen kanssa. EPSI Rating Groupin omistaa Svensk Institut for Kvalitet (SIQ), jonka puolesta omistaa Ruotsin valtio. Yritys on voittoa tavoittelematon, akateeminen organisaatio. Omistuksen tarkoituksena on varmistaa, että tutkimuksissa tutkitaan sidosryhmien näkökohtia kestävästä tulevaisuudesta

**Energia-alan asiakastytyväisyyden kehitys Suomessa**



## Kaukolämmön asiakastyytyväisyys asettuu lähelle sähkön vähittäismyynnin tasoa

EPSI Rating tutkii energia-alaa Pohjoismaisella tasolla. Suomessa EPSI Rating tutkii sähkön vähittäismyynnin yksityisasiakkaiden sekä yritysasiakkaiden tyytyväisyyttä, minkä lisäksi tänä vuonna julkaistaan ensimmäistä kertaa kaukolämmön yksityis- sekä yritysasiakaspuolen asiakastyytyväisyyden tulokset.

Tämän vuoden sähkön vähittäismyyntialan tulokset osoittivat asiakastyytyväisyyden olevan hienoisessa nousussa yksityisasiakaspuolella, ja hieman merkittävämmässä nousussa yritysasiakaspuolella. Yhtiöt ovat onnistuneet selkeästi paremmin vastaamaan myös yritysasiakkaiden tarpeisiin. Pandemian vaikutukset ovat selvät ja digitaalisuuden sekä kestäväen kehityksen tärkeyden nousu näkyvät toimialalla selkeästi. ”Asiakkaat vaikuttaisivat myös erottavan sähkönmyyntiyhtiön ja sähkönsiirtoyhtiön aiempaa selvemmin toisistaan”, lisää Heidi Laitinen, EPSI Rating Finlandin maajohtaja.

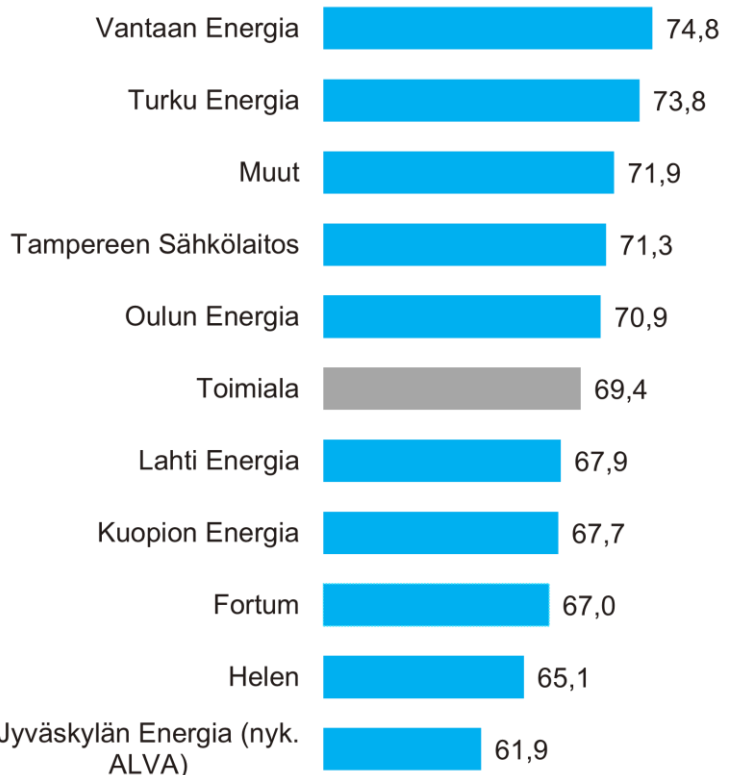
Kaukolämpö debytoi vertailussa pistein 69,4, kun EPSI Ratingin indeksipisteasteikolla 0-60 tarkoittaa tyytymätöntä, 60-75 tyytyväistä ja yli 75 erittäin tyytyväistä. Kaukolämmön asiakastyytyväisyysindeksissä on huomioitu sekä yksityisasiakkaat, että pääosin taloyhtiöistä sekä isännöintitoimijoista koostuen yritysasiakkaat. Siinä missä sähkön vähittäismyynnissä yksityisasiakkaiden tyytyväisyys on hienoisesta noususta saattamana kohonnut lukemiin 71,2 ja yritysasiakkaiden parissa tasoksi mitattiin 68,7 kaukolämmön osalta merkittävää eroa näiden asiakasryhmien välillä ei toimialatasolla havaita. Joskin toimijoiden välillä näytettiin olevan tässä suhteessa eroja. ”Sähkönmyynnin tyytyväisyyden nousu sekä hinta- ja ympäristösyistä kaukolämpöä kohtaa tunnetun kiinnostuksen kasvu antaa viitteitä siitä, että kaukolämpöasiakkaidenkin tyytyväisyys saattaa olla nyt viime vuosia korkeammalla tasolla”, lisää Laitinen.

## Voitto matkaa Vantaalle, Turussa kuitenkin yllätään lähelle

Kaukolämpöasiakkaiden asiakastyytyväisyys on valtakunnallisesti korkeinta Vantaan Energian asiakkaiden keskuudessa. Yhtiö onnistuu erottautumaan markkinaosuuspainotuksiin perustuvasta toimialan keskitason tuloksesta voimakkaimmin imagossa ja asiakkaiden odotuksissa – asiakkaiden mielikuvissa Vantaan Energia on luotettava ja tuttu. Toiseksi ja vain indeksipisteen päähän voittajasta yltää Turku Energia, jonka menestys perustuu vertailun parhaaksi koettuun imagoon, mutta myös toimialan joko parhaaksi tai parhaimpiin arvioituihin tuotelaatuun, palvelulaatuun ja rahalle saatavaan vastineen. Kärkikaksikkoa yhdistää paikallisuuden voimakas merkitys asiakkaille, mikä on näkynyt myös molempien yhtiöiden sähkönmyyntiasiakkaiden mielikuvissa sekä prioriteeteissa aiempien vuosien ja Turku Energian osalta myös tämän vuoden tuloksissa.

Selvähkösti erottuvan kärkikaksikon taakse kolmanneksi sijoittuu useita eri yhtiöitä sisältävä Muut-ryhmä, ja 70:n indeksipisteen rajan puhkaisevat edellä mainittujen lisäksi vielä Jyväskylän Energia (nyk. ALVA) ja Oulun Energia.

## Kaukolämpö 2021 Yksityis- ja yritysasiakkaat



## Kestävä kehitys on tullut valtavirtaan

Kestävän kehityksen merkitys asiakastyytyväisyydelle on nousussa kaikilla toimialoilla, mutta eritoten sen merkitys näkyy energia-alalla. Tutkimukset ovat osoittaneet, että kestävälle kehitykselle herkkä ihmisryhmä on valmis maksamaan käyttämästään energiasta enemmän, ja suurin osa tästä ryhmästä löytyy nuorempien sukupolvien keskuudesta.

Kuluttajat ovat siis aiempaa innokkaampia omaksumaan kestävää käyttäytymistä, mutta energiayhtiöiden toivotaan helpottavan heitä tällä saralla. Tutkimustulokset kumoavatkin uskomukset siitä, että kuluttajat eivät haluaisi tai pystyisi sitoutumaan kestävään kehitykseen. ”Kaukolämmön osalta lämmitysmuodon valinnassa on usein jo itsessään kyse ympäristöstävällisempään vaihtoehtoon siirtymisestä”, Laitinen muistuttaa.

Siinä missä esimerkiksi pankkialan yksityisasiakkaista n. 30% ja vakuutusalan yksityisasiakkaista n. 40% ei ole joko riittävän tietoinen tai riittävän kiinnostunut pankkinsa tai vakuutusyhtiönsä vastuullisuutta ja kestävää kehitystä koskevista toimintamalleista ja niissä suoriutumista kokeakseen voivansa arvioida niitä, sähkönmyynnissä vastaava osuus on n. 20% ja kaukolämmössä tätäkin matalampi, n. 15%,

Samaan aikaan tuoreimman tutkimuksen tulokset kertovat 55%:n kaukolämpöasiakkaista arvelevan kestävään kehitykseen liittyvien vaatimustensa kasvavan tulevaisuudessa joko paljon tai erittäin paljon ja jopa 62% on sitä mieltä että energiatoimialan tulisi ottaa joko nykyistä paljon tai erittäin paljon suurempaa yhteiskuntavastuuta. Vertailun vuoksi, sähkön vähittäismyynnin asiakkailla vastaavat tulokset ovat saman suuntaiset, mutta hieman matalammat (46% ja 57%).

Kaukolämmön tulevaisuudesta lämmitysmuotona kertoo rohkaisevaa kieltä se, että asiakkaat arvioivat tyytyväisyytensä kaukolämpöön verrattuna muihin heidän käyttämiinsä/kokemiinsa lämmitysmuotoihin erittäin korkein indeksipistein (77,0). Tämän lisäksi 65% vastaajista uskoi kaukolämmön olevan hyvä ratkaisu vielä kymmenen vuoden kuluttua, 83% mikäli jätetään huomiotta vastaajat, joilla ei ole asiaan selvää kantaa.

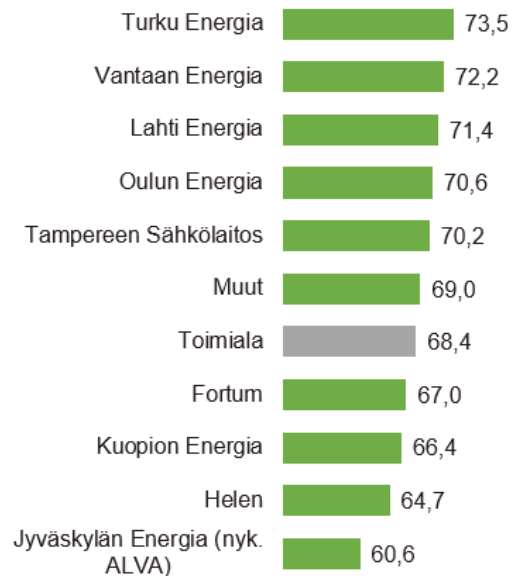
”Kestävän kehityksen tärkeyden kasvu on selvä mahdollisuus energiayhtiöille, mutta se tuo mukanaan myös riskejä. Jos yhtiön asiakkaat profiloituvat herkemiksi kestävää kehitystä koskien, ja yhtiö ei ole tähän varautunut, on asiakastyytyväisyys vaarassa laskea radikaalisti”, kertoo Laitinen.

Koska sekä ilmastonmuutos että kestävä energiantuotanto ovat hyvin maailmanlaajuisia huolenaiheita, on helppo jättää huomiotta monien kotitalouksien paikallinen huomio. Kuluttajien sekä yritysten mielenkiinto ostaa kestävää energiaa on trendinä nousussa ja tilanne on tehnyt heistä myös tietoisempia paikallisten yhteisöjen tukemisen eduista. Paikallisuuden merkitys ei ole kadonnut mihinkään, edelleen noin viidennes sekä yksityis- että yritysasiakkaista ilmoittaa tärkeimmäksi sähkönmyyjän valinnan kriteerikseen sen että toimija on paikallinen. Tämän lisäksi ne asiakkaat, jotka kokevat sähköyhtiönsä panostavan heidän lähiympäristöönsä ovat huomattavasti tyytyväisempiä kuin muut.

Vuonna 2021 EPSI Rating lanseeraakin osana toimialatutkimuksiaan *kestävän kehityksen indeksin*, joka on suunniteltu mittaamaan asiakkaiden näkemyksiä ja arvioita yritysten vastuullisuudesta laaja-alaisesti, huomioiden kestävyteen ja vastuullisuuteen liittyvät sosiaaliset-, taloudelliset-, yhteiskunnalliset-, sekä ympäristönäkökohdat.

### Kestävän kehityksen indeksi 2021

Kaukolämpö, yksityis- ja yritysasiakkaat



## Energia-alan toimijoiden haasteet entistä laajempia

Aiempina vuosina tyytyväisyyteen ja uskollisuuteen ovat tyypillisesti vaikuttaneet yksittäiset elementit, kuten imago tai palvelulaatu, mutta enää emme voi todeta näin. Koko toimialan haasteena on, että energiayhtiöiden on keskityttävä useaan asiaan samanaikaisesti. Digitaalisen kehityksen on tapahduttava rinnakkain palvelun kehittämisen kanssa, ja esimerkiksi tietoa keskeytyksistä on parannettava samalla, kun yhteiskuntavastuullisuutta on uudistettava. Kaikki on siis tärkeää, eikä mitään voi jättää sattuman varaan. “Energiayhtiöillä on käytettävänä aiempaa enemmän työkaluja joilla parantaa asiakastytyväisyyttä. Ja osa yhtiöistä onnistuukin tässä tällä hetkellä erinomaisesti.”, lisää Laitinen.

## Mitä tämä kaikki tarkoittaa energiantoimittajille?

Hyvä uutinen on, että kuluttajien suostuttelu kestävään käyttäytymiseen ei välttämättä ole niin suuri tehtävä, kuin arvioimme ennen pandemia-aikaa. Kuten tutkimuksemme osoittaa, kuluttajat ovat valmiita ja halukkaita, mutta eivät aina pysty toimimaan toiveensa mukaisesti – pääosin koska juuri heidän käyttämällään energiayhtiöllä ei välttämättä vielä ole oikeita tuotteita, palveluita ja strategioita, jotka vastaavat heidän toiveisiinsa. Haasteena on helpottaa tätä muutosta tietoisiksi teoiksi yksinkertaisilla ja houkuttelevilla vaihtoehdoilla.

“Energiankuluttajat haluavat yksityiskohtaisempaa, kokonaisvaltaista tietoa kotitalouksiensa energianhallinnasta ja hiilijalanjäljestä. Vastaamalla tähän tarpeeseen energiayhtiöt voivat sekä rakentaa luottamusta että muuttaa kuluttajien käyttäytymistä edelleenkin,” lisää Laitinen.

Tuotteiden ja palveluiden paikallisuus on myös keskeinen tekijä houkutellessaan asiakkaita omaksumaan uusia toimintatapoja. Energiayhtiöt voisivat nähdä tämän mahdollisuutena tarjota ja osoittaa paikallista läsnäoloaan.

Monien kuluttajien – erityisesti nuorempien sukupolvien – halu maksaa kestävästä palveluista tarjoaa energiayhtiöille mahdollisuuden menestyä. Energiayhtiöiden on vastattava tarjoamalla nuoremmille asiakkaille tarkasti kohdistettuja kestäviä tuotteita ja palveluita, jotka tyydyttävät kysyntää ja tuottavat asiakkaalle elinikäistä arvoa.

## EPSI RATINGISTA

EPSI Rating on voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.

EPSI Rating perustettiin EU-tutkimushankkeena Tukholman kauppakorkeakoulussa vuonna 1989, ja organisaatio on toteuttanut Suomessa kansallisia laatuindeksejä mittaavia toimialatutkimuksia vuodesta 1999 asti.

Organisaation toiminta keskittyy Pohjoismaihin, mutta tutkimuksia tehdään myös esimerkiksi Iso-Britanniassa ja Hollannissa. Suomessa EPSI Rating tunnetaan erityisesti toimialatutkimuksistaan (pankki ja rahoitus, vakuutus, sähkön vähittäismyynti, telekommunikaatio, uudisasuntorakentaminen), mutta yhteistyötä tehdään myös useiden muiden eri toimijoiden kanssa niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla.

Lue lisää kotisivuiltamme!

<https://www.epsi-finland.org/>

## TUTKIMUKSESTA

EPSI Data Collection Services haastatteli Kaukolämpö 2021 -tutkimukseen 1 060 Suomessa asuvaa yli 18-vuotiasta yksityisasiakasta sekä yritysasiakasta. Haastattelut tehtiin 21.10.-14.11.2021. Indeksit tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0-60 on tyytymätön, 60-75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Asiakastytyväisyyden virhemarginaalit ovat yleisesti haarukassa n. +/- 2,5-3,5 indeksipistettä asteikolla 0-100.

Tilastollinen luottamustaso on 95% ja mallin selitysaste vaihtelee toimijoittain n. välillä 75-90 %.

### Lisätietoja tutkimuksesta:

Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

› [Heidi.laitinen@epsi-finland.org](mailto:Heidi.laitinen@epsi-finland.org)

› +358 50 40 68 796