

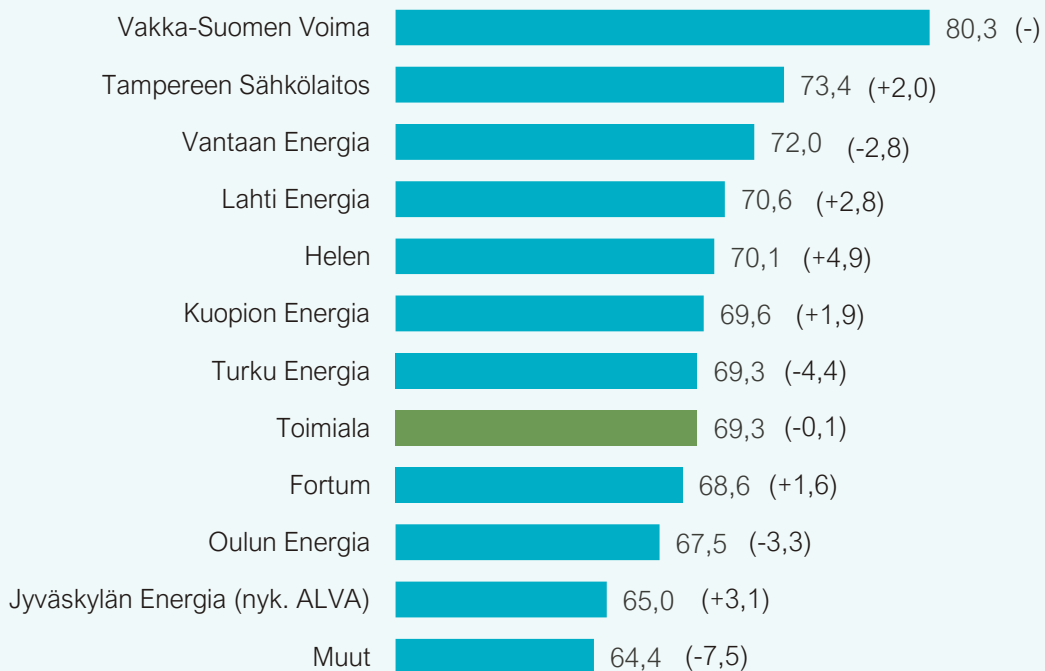
Kaukolämpöasiakkaiden tyytyväisyys ei ole kärsinyt energian nousevien hintojen paineessa – tyytyväisyys on pysynyt samalla tasolla viime vuoteen verrattuna. EPSI Ratingin* asiakastyytyväisyysindeksiksi mitataan alalla 69,3, kun asteikolla 0-100 voidaan pitää nyrkkisääntönä 0-60 tarkoittavan tyytymättömiä, 60-75 tyytyväisiä. ja yli 75 erittäin tyytyväisiä asiakkaita. Ero tilanteessa suhteessa vuoden takaiseen on selkeä verrattuna esimerkiksi sähkönmyynnin yksityisasiakkaisiin, joiden asiakastyytyväisyys laski tuoreimmissa, 21.11.2022 julkaisuissa tuloksissa mittaushistoriansa matalimmalle tasolle. Vaikka markkinaosuuspainotuksiin perustuva toimialan keskiarvo on säilynyt stabiilina, lämmöntoimittajien välillä on kuitenkin mittaviakin eroja siinä, miten kulunut vuosi on näiden asiakastyytyväisyyttä kohdellut. Tutkimukseen haastateltiin 1194 suomalaista kaukolämmön yksityis- ja yritysasiakasta aikavälillä 13.10-7.11.2022.

”On selvää, että energiakriisi ja nousevat kustannukset kasaavat painetta niin asiakkaille kuin energiayhtiöillekin. Kaukolämpöyhtiöt ovat kuitenkin toimialatasolla kyenneet samaan aikaan petraamaan joissain asioissa. Poikkeukselliset ajat testaavat toimijoiden toimintamalleja ja valmiuksia, ja onnistuminen tiukassa paikassa luo luottamuksen tunnetta”, taustoittaa Heidi Laitinen, EPSI Rating Suomen maajohtaja.

Asiakastyytyväisyysrankingissä ensimmäiselle sijalle tänä vuonna yltää huomattavalla erolla Vakka-Suomen Voima (VSV). Tampereen Sähkölaitos on kirinyt viime vuoden neljänneltä sijalta toiseksi, ja kärkikolmikon täydentää viime vuoden voittaja, Vantaan Energia. Vakka-Suomen Voima onnistuu erottautumaan toimialan keskitasosta huomattavasti kaikilla asiakastyytyväisyyteen vaikuttavilla ja useista kysymyksistä koostuvilla osa-alueilla, mittauttaen erityisen korkeat arviot koskien imagoa ja tuotelaatua. Tampereen Sähkölaitoksen sijoituksen taustalla taas ovat tasaisen korkeat arviot eri osa-alueilla, Vantaan Energian kohdalla sijoituksen puolestaan perustuessa eritoten hyvin arvioituihin imagoon ja palvelulaatuun. Osa-alueitasolla myös esimerkiksi Helen ja Turku Energia onnistuvat arvioissa kiilaamaan korkealle, Helen rahalle saatavassa vastineessa ja Turku Energia tuotelaadussa.

**EPSI Rating on riippumaton ja voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka analyysimalli perustuu yli kolmen vuosikymmenen tutkimustyölle. EPSI Rating Groupin omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.*

KUVA 1 Kaukolämmön asiakastyytyväisyys 2022



Kriisiaika kärjistää

Vaikka toimialan tulos on säilynyt käytännössä täysin muuttumattomana, sen taakse kätkeytyy merkkejä myllerryksen keskellä olevasta toimintaympäristöstä. Suurimmalla osalla kaukolämpöyhtiöistä asiakastytyväisyys ei toisinnalla kovinkaan tarkoin viime vuoden lukemia, vaan näiden tulos on muuttunut kaksi indeksipistettä tai enemmän jompaankumpaan suuntaan. ”Esimerkiksi sähkönmyyntiasiakkaiden parissa suurimmat yksittäiset nousut ja laskut ovat olleet kyllä voimakkaampia, mutta samalla reilu kolmannes vertailuista yhtiöistä säilytti tyytyväisyyden tason erittäin lähellä viime vuoden lukemia. Kaukolämmöstä tällainen eräänlaisen torjuntavoiton ottanut välitaso puuttuu lähes kokonaan”, kertoo Laitinen.

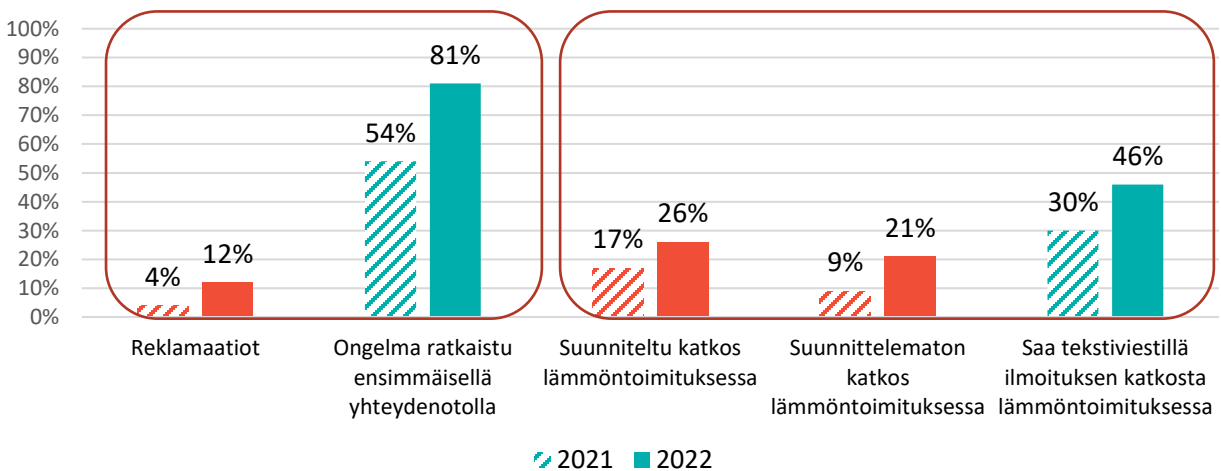
Yhtiökohtaisuus näkyy myös siten, että siinä missä vuoden 2021 tuloksissa asiakastytyväisyyden ääripäät löytyivät hieman karrikoiden pääkaupunkiseudulta Vantaan Energian voitettua ja sekä Helenin että Fortumin jäätyä rankingin tyvipäähän, ovat nämä yhtiöt nyt tuloksissa selvästi lähempänä toisiaan Vantaan Energian melko maltillisen laskun ja Helenin selvän nousun myötä, Fortuminkin samalla nostaessa hieman tulostaan.

Yleisesti on kuitenkin havaittavissa paljon optimismia kaukolämmön tulevaisuuden suhteen. Kaikista asiakkaista 72% ja kantansa selvästi muodostaneista 87% uskoo kaukolämmön olevan hyvä ratkaisu vielä kymmenen vuoden kuluttua. Vuotta aiemmin vastaavat lukemat olivat 65% ja 83%.

Aiempaa enemmän ongelmia, mutta entistä parempia korjaustoimia

Kiinnostava havainto alalta on, että huolimatta asiakastytyväisyyden tason säilymisestä, asiakkaat raportoivat jonkin verran aiempaa enemmän kaukolämpöyhtiöidensä ydintoimintoihin liittyviä ongelmia. Tyytyväisyyden säilymistä selittääkin osin se, että tilanteiden hoito on asiakkaiden mukaan hyvällä tasolla, ja viestinnällisellä puolella aiempaa parempaa.

Muutos 2021-2022



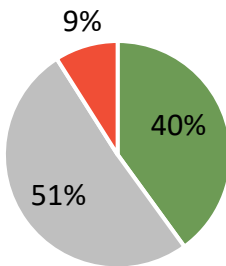
Hintojen nousu ei ole poistanut kilpailukykyä

Kaukolämmön hinnankorotuksista on uutisoitu laajalti, kuten muidenkin lämmitysmuotojen noususta. Hintojen muutoksissa on yhtiökohtaisia ja siten alueellisia eroja, mutta toimialatasolla kilpailukykyisyyden saamat arviot ovat nousseista kustannuksista huolimatta yli kolme indeksipistettä vuoden takaista korkeampia. ”Kaukolämmön kohdalla on oleellista huomioida yhtiöiden kilpailevan enemmänkin muita lämmitysmuotoja, kuin muita saman lämmitysmuodon tarjoajia vastaan”, huomauttaa Laitinen. ”Sähkön ja öljyn hinnoissa on kriisiajan sisällä tapahtunut suuria muutoksia, mikä heijastuu välillisesti osin myös kaukolämmön tuotantoon ja sitä kautta hintoihin, mutta kuitenkin vielä suuremmin öljy- ja sähkölämmitteisiin taloihin, tiloihin ja asuntoihin. Sähkön osalta oman lisämausteensa tuo myös sähkönsiirto. Esimerkiksi puulämmitys taas ei ole suurelle osalle ihmisistä käytännön tasolla vaihtoehto. Asiakkaiden arviot saattavat näin olla turbulentissa tilanteessa aiempaa suopeampiakin, vaikka tulos voisi intuitiivisesti vaikuttaa erikoiselta”, Laitinen päättää.

Proaktiivisuus aseena epävarmuutta vastaan

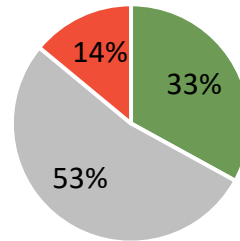
Osan säilyneestä asiakastyytyvyydestä selittää se, että vaikka esimerkiksi toimitusvarmuus saakin toimialatasolla aiempaa heikompia arvioita, niin asiakkaat kokevat kaukolämpöyhtiöiden olevan aiempaa kiinnostuneempia heidän sopimuksensa optimoinnista ja soveltuvuudesta. Poikkeuksellinen aika puolestaan on lisännyt asiakkaiden kiinnostusta ja aktiivisuutta, joten asiakaskontaktin ottamisen merkitys on korostuneessa asemassa. ”Asiakaskokemuksen kehittämisen olennaisimpia peruspilareita viime vuosina on ollut proaktiivisuus”, Laitinen nostaa esiin. ”Asiakas on pidettävä aiempaa paremmin informoituna jo käytännön syistä, erityisesti tässä muutosherkässä ajassa, mutta tämän lisäksi aloitteellisuus lähentää asiakassuhdetta ja saa asiakkaan tuntemaan itsensä arvostetummaksi. Jo pieni oikein kohdennettu ja sisällöltään oleellinen yhteydenotto saattaa muuttaa mielikuvaa yhtiöstä paljon.”

Oletteko tulleet viime aikoina kiinnostuneemmaksi käytössänne olevasta sopimuksesta, palveluista ja niiden sisällöstä?



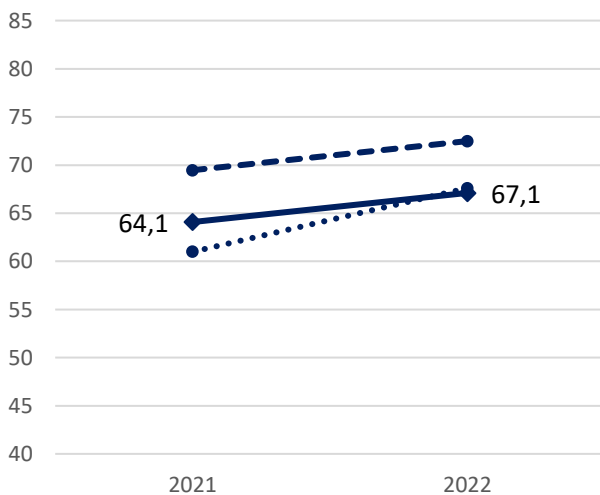
- Kiinnostukseni on kasvanut
- Olen ollut yhtä kiinnostunut kuin aiemminkin
- Kiinnostukseni on vähentynyt

Oletteko yleisesti ottaen ollut entistä aktiivisempi energia-asioissa viimeisten 6 kk:n aikana?



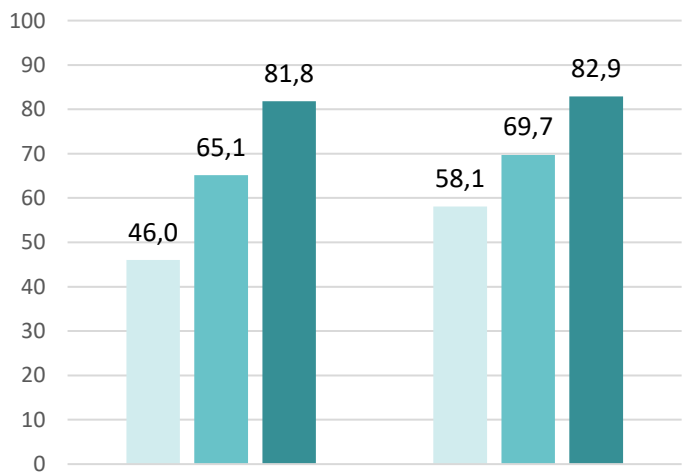
- Olen aktiivisempi kuin ennen
- Olen yhtä aktiivinen kuin ennen
- Olen vähemmän aktiivinen kuin ennen

Muutos 2021-2022



- ◆ Yhtiö on aloitteellinen?
- Yhtiö on kiinnostunut siitä, miten voitte muuttaa lämmönkäyttöänne?
- Yhtiöllä on hyvä lämpösopimusta täydentävien palvelujen tarjonta?

Aloitteellisuuden merkitys



- Yhtiö ei aloitteellinen
- Yhtiö melko aloitteellinen
- Yhtiö erittäin aloitteellinen

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!

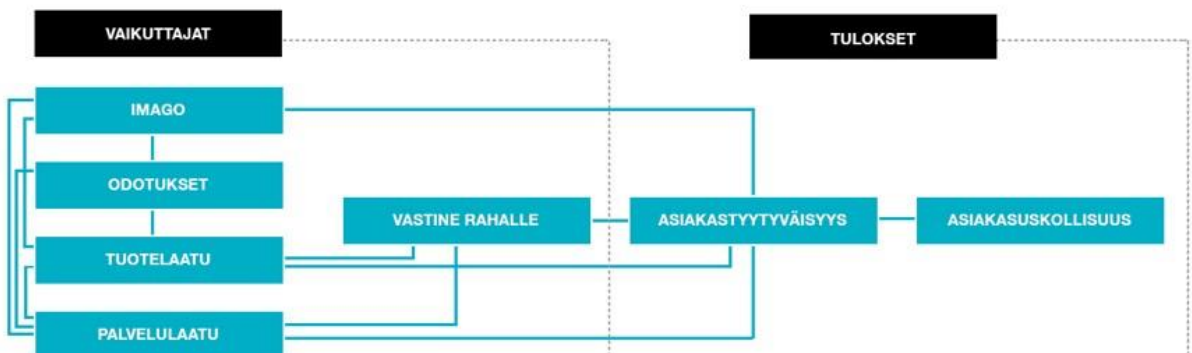
<https://www.epsi-finland.org/>

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan seuraavien kolmen kysymysten avulla: 1) Ajattele kaikkia kokemuksia, joita sinulla on sähköyhtiöstäsi. Miten tyytyväinen olet?, 2) Missä määrin sähköyhtiösi täyttää kaikki odotuksesi?, ja 3) Kuvittele kaikin puolin täydellinen toimija energia-alalla. Miten lähellä tai kaukana sähköyhtiösi on tätä täydellistä toimijaa?

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.



TUTKIMUKSESTA

EPSI Data Collection Services haastatteli Kaukolämpö 2022 -tutkimukseen 1 194 Suomessa asuvaa yli 18-vuotiasta yksityis- ja yritysasiakasta, jotka ovat asiakassuhteessa kaukolämpöyhtiöön. Haastattelut tehtiin 13.10 - 7.11.2022. Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0–60 on tyytymätön, 60–75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Asiakastyytyväisyyden virhemarginaalit ovat kuluttajilla yleisesti haarukassa n. +/- 2 ja yritysasiakkailla yleisesti haarukassa n. +/- 3 indeksipistettä asteikolla 0–100.

Tilastollinen luottamustaso on 95% ja mallin selitysaste vaihtelee toimijoittain välillä 75–91 %.

Lisätietoja tutkimuksesta:

Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

- › Heidi.laitinen@epsi-finland.org
- › +358 50 40 68 796