

5 indsigter

# Hvad vil alle energikunder have?

Og hvordan kan du bruge den viden til at  
holde på kunderne – og skaffe nye?

Faktum

25%

Er utilfredse med den service og  
det overblik, deres elselskab  
giver dem.

Hvorfor så mange?

# Energibranchen er ikke, hvad den har været.

Liberalisering, digitalisering, energikrise.

*Kan app'en hjælpe mig med at spare på strømmen?*

*Kan jeg fjernaflæse måleren i sommerhuset?*

*Hvordan får jeg en notifikation, så jeg husker at lade elbilen op, når strømmen er grønnest?*

Markedet ændrer sig, og forbrugerne får flere og flere forventninger til deres elselskab. I den ånd har vi i Pentia spurgt over 1.000 danske energikunder om deres prioriteter og oplevelser.

Svarene har vi kogt ned til 5 indsigter og vores tanker om, hvad du som elselskab kan bruge dem til. Der tegner sig et billede af en fremtid med mere selvbetjening og skræddersyede digitale oplevelser.

For at komme godt fra start, er det værd at spørge: Hvad har du og dine kunder mest brug for? Vi håber, at vores undersøgelse hjælper dig på vej. God læsning.



## **vil hellere bruge digital selvbetjening end kontakte kundeservice.**

God og tilgængelig kundeservice er stadig vigtig, men flertallet foretrækker at klare det selv digitalt. Adspurgte om at vælge mellem digital selvbetjening og kontakt med kundeservice vælger 60% det første.

At lede sådan en kunde til telefonkøen giver dobbelt minus – du lever ikke op til kundens forventninger, og du må bruge tid på at løse et problem, som kunden var klar til at løse selv.

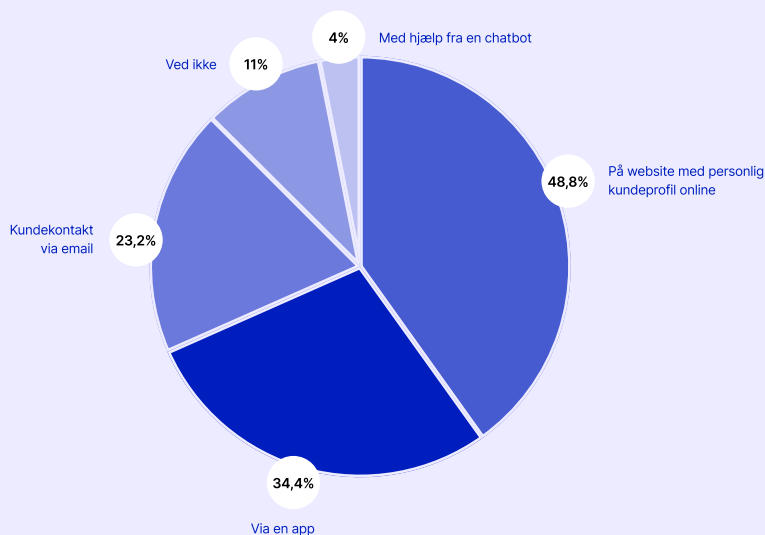
Men hvor vil kunden helst gå hen for at løse problemet? Hvilke platforme skal du investere i?

# 34%

**vil gerne have en app til selvbetjening.  
Og halvdelen vil gerne klare det på  
dit website.**

Spørger man forbrugerne, hvordan de vil betjene sig selv digitalt, sætter 49% hak ved dit website og 34% ved din app, hvis du altså har en. Kun 23% sætter hak ved e-mail.

En minoritet på 4% vælger chatbotten, men teknologien er ung. Den vil blive eksponentielt bedre til at levere personlige og relevante svar – især hvis den har et godt, velorganiseret datagrundlag. Her er et stort potentiale.



### App eller mere digital selvbetjening på websitet?

”Det behøver ikke være enten/eller, og der er meget at høste, når platformene taler godt sammen.

En app behøver ikke kunne præcis det samme som dit website. I virkeligheden handler det om at stille skarpt på dine kunders problemer og vurdere, hvordan du bedst imødekommer deres behov.”

**JONATHAN BORNEMANN**  
BUSINESS DIRECTOR & PARTNER  
PENTIA MOBILE



## Hvad gør du som energiselskab, når liberaliseringen af elmarkedet skærper konkurrencen?

Det oplagte svar er, at du øger din konkurrenceevne – og det var netop, hvad Energi Fyn ville opnå, da de rakte ud til os i Pentia.

Sammen fandt vi en god vej – en ny kundecentreret app, der resulterede i:

- En ny kontaktflade til kunderne
- Bedre kundeservice
- Høj brugervenlighed
- En kanal til Energi Fyn, der aldrig har lukket.

Fordi appen er integreret med website og andre systemer, kan den bl.a. vise din pris, dine regninger og dit forbrug time for time. Du kan også sammenligne dit forbrug med lignende husstande.

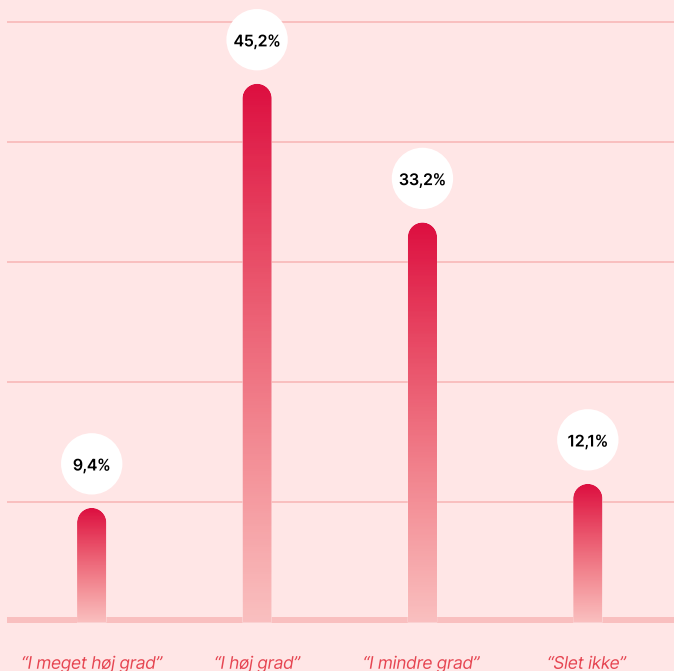
Kunderne har i høj grad taget appen til sig med over 220.000 downloads.

# “Du skal vide, hvad jeg har brug for”

Vi spurgte forbrugerne om deres forventninger til personalisering.

Sammenlagt forventer ca. 55% af brugerne “i meget høj grad” og “i høj grad”, at deres energiselskab tilpasser services og rådgivning til brugernes specifikke behov.

Trenden med personalisering er ikke unik for energikunder, men den er flyttet hurtigt ind efter skærpet konkurrence og energikrise har forandret markedet.



“For nogle vil det være miljøet, der er vigtigst. For nogle er det prisen. Andre vil bare vide, hvornår det er smartest at lade elbilen op.

Ved at integrere dataanalyse kan din virksomhed blive mere relevant og skabe en personlig forbindelse til jeres kunder og give dem lyst til at blive hos jer.”

**JONATHAN BORNEMANN**  
BUSINESS DIRECTOR & PARTNER  
PENTIA MOBILE

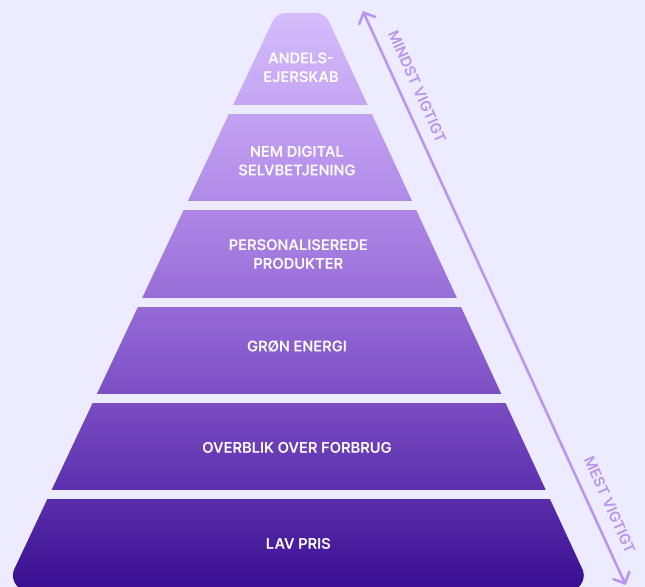
# Prisen er det vigtigste...

## Men hvad så?

Langt størstedelen vælger lav pris som det vigtigste, når de vælger energiselskab. Og der tegner sig et tydeligt billede – en slags **'Energikundens Behovspyramide'**.

Prisen er nummer ét. På andenpladsen kommer et godt overblik over forbrug og omkostninger. Grøn energi er på tredjepladsen, mens personlig tilpasning lander på fjerdepladsen.

Som energiselskab rammer du naturligvis flest i bunden, men du kan undgå kun at konkurrere på pris, hvis du dækker behovene længere oppe. Og har du mulighed for at segmentere dine ydelser, er der naturligvis også mindre grupper, der prioriterer anderledes end flertallet – fx. dem der fokuserer på grøn energi og andelsejede energiselskaber.



“Ikke overraskende er prisen vigtigst for de fleste. Men strategisk er det ikke brugbart. Du ved det. Dine konkurrenter ved det. Dine kunder sammenligner jeres priser online.

Så hvad er næste skridt? Her oplever vi, at den gode digitale brugeroplevelse giver en tydelig konkurrencefordel – fx ved, at en kunde nemt kan følge sit forbrug eller få tips om det bedste tidspunkt at lade elbilen op.”

THOMAS ELDBLOM  
CTO & PARTNER  
PENTIA





## er utilfreds med servicen og overblikket.

I takt med at markedet forandres, og forbrugerne bliver mere digitale, flytter vores forventninger sig. Mange energiselskaber har allerede sendt deres services til eftersyn og høstet lavthængende digitale frugter. Men en fjerdedel af energikunderne er alligevel utilfredse med deres energiselskabs services og overblik.

Forventningerne kommer ikke kun fra andre energiselskabers apps. De sniger sig også ind fra andre områder. Hvorfor skulle energiselskabets app være mindre smart end bankens?

Vi skal naturligvis fejre de 3 ud af 4 som er tilfredse med deres energiselskab. Men de andres utilfredse kunder er dit potentiale, og vi har lige set, at danske energikunder vægter overblik over forbruget højt.



”Forbrugerne forventer skræddersyede løsninger. I energibranchen betyder det fx, at app og website skal kunne analysere forbrugsmønstre og sølvfadsservere anbefalinger til, hvordan kunderne kan spare på strømmen.”

**JONATHAN BORNEMANN**  
BUSINESS DIRECTOR & PARTNER  
PENTIA MOBILE

Om os

# Pentia

## Hvem er vi?

Pentia er et digitalt konsulenthus med 160 specialister inden for strategi, brugeroplevelser og teknologi.

Vi bygger bro mellem dine strategiske ambitioner, kundernes oplevelser og din forretnings resultater – så du kan skabe værdi for dem, der er vigtige for dig: kunder, brugere, borgere.

Kort fortalt, gør vi det nemt. For dig og for dine brugere.



“Vi har en lang række kunder inden for energiområdet og har derfor solid erfaring, som vi gerne deler ud af.

Du behøver ikke lave alt om for at gøre livet lettere for dig og dine brugere.

Kontakt os, så ser vi sammen på, hvor du får mest ud af din indsats.”

**ANDREAS R. LUNDSGAARD**  
BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR & PARTNER

# Sådan er undersøgelsen lavet

Undersøgelsen er foretaget af Voxmeter på vegne af Pentia ud fra følgende metode:



Dataindsamlingen er gennemført som en webbaseret spørgeskemaundersøgelse



Dataindsamlingen er gennemført i perioden fra den 15. marts 2024 til den 26. marts 2024



Målgruppen er personer på 18 år og derover.



1.016 respondenter har besvaret spørgeskemaet.



Der er anvendt kvoter i spørgeskemaet.



Datasættet er vejet på Køn, Alder og Region i forhold til tal fra DST (Danmarks Statistik).

## Vil du selv have fingrene i vores data?

Vil du gerne grave dybere i, hvad danske energikunder sukker efter? Det er fint. Vi er transparente, og vores data er anonymiserede.

Skriv til os på [viden@pentia.dk](mailto:viden@pentia.dk), så sender vi de rå tal. Det eneste, vi beder om, er, at du kildehenviser til Pentia og Voxmeter, hvis du bruger tallene offentligt.