

# KANTAR

Vi måler strømkkunders tilfredshet

[eva.fosby.livgard@kantat.com](mailto:eva.fosby.livgard@kantat.com)

2023

# Kantar og Norsk Gallup

## Hvem er vi?

- Kantar er verdens ledende innsikts- og rådgivningsselskap, med over 30 000 ansatte i mer enn 100 land. I Norge er vi om lag 120 ansatte som hjelper våre kunder å utvikle merkevarestrategier, optimalisere kundeopplevelsen, finne innovasjonsmuligheter og kommunisere effektivt på tvers av ulike kanaler.
- Vi jobber med kunder i ulike bransjer og har spesialister innen media, bank og finans, telekom, samferdsel, energi, varehandel og offentlig sektor. Vår rådgivning er alltid basert på dyp markedsinnsikt – vi mener faktabaserte beslutninger er nøkkelen til å lykkes i markeder i endring.
- Norsk Gallup henter inn data for Kantar. Norsk Gallup har vært i dialog med den norske befolkning siden 1946. Gallup-merkevarens kjennskap og tillit blant respondenter gjør at vi når ut til det brede lag i befolkningen og gjør oss til en garantist for datainnhenting av høy kvalitet. Vi samler inn surveydata i alle aktuelle kanaler.
- At man kan stole på kvaliteten i gjennomføring av utvalgsundersøkelser er helt grunnleggende. Ofte hviler store og viktige beslutninger på disse dataene.
- Som et ledd i arbeidet med å sikre høy kvalitet i vår datainnhenting, er rutiner, systemer og framgangsmåter i tråd med bransjens ISO standard og etiske retningslinjer.

**KANTAR**  
**NORSK GALLUP**

# Måling av strømkunders tilfredshet

## Hva vi tilbyr

- Vi kan tilby din virksomhet kartlegging av strømkundenes tilfredshet med selskapets leveranser og selskapet generelt sett.
- Ved å avdekke kundenes tilfredshet på viktige punkter i kundeforholdet vil selskapet kunne iverksette tiltak på de områdene der kundene ikke får innfridd sine forventninger.
- Resultatene fra egen undersøkelse sammenlignes med et dagsaktuelt bransjesnitt. På den måten kan selskapet se egne prestasjoner sammenlignet med gjennomsnittet i bransjen. Sammenligningen gjøres anonymt, vi kårer ikke beste og dårligste leverandør.
- Resultatene rapporteres i PowerPoint med grafiske framstillinger og korte kommentarer. I tillegg gis det anbefaling om hva selskapet bør prioritere i kundearbeidet. Anbefalingen er basert på statistisk analyse av kundenes tilfredshet sett opp i mot hva de legger mest vekt på i kundeforholdet.

### **Innsikt i kunderelasjonen:**

Hvor fornøyde er kundene  
Hva bør selskapet fokusere på i  
kundearbeidet  
Egen prestasjon i forhold til  
bransjesnittet

# Gjennomføring

## Hvordan måler vi?

- Det benyttes et standard spørreskjema som kartlegger viktige punkter i kunderelasjonen.
- Selskapet kan legge til egne spørsmål mot et tillegg i prisen.
- Selskapet leverer oppdatert liste med gyldige e-postadresser til sine husholdningskunder.
- Undersøkelsen sendes ut i regi av Kantar/Norsk Gallup, det gjennomføres to påminnelser til de som ikke svarer.
- Det gjennomføres 1000 intervju, gitt at kundegrunnet er tilstrekkelig stort og e-postadressene er gyldige.
- Det utarbeides en standard rapport som viser:
  - Selskapets prestasjoner på de enkelte ytelsesområdene.
  - Sammenligning av selskapet mot bransjesnittet.
  - Tiltaksmatrise basert på viktighet og dyktighet.
  - Kort oppsummering med anbefaling om hvilke områder selskapet bør prioritere.

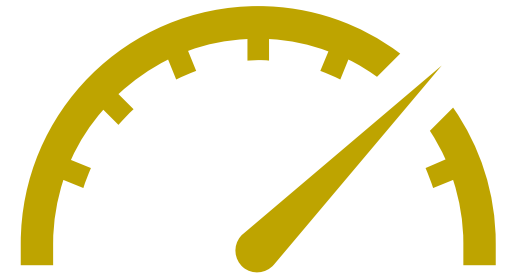
### Mot et tillegg i prisen kan selskapet:

- Legge til egne spørsmål.
- Øke antall intervju.
- Benytte insentiver for å øke oppslutningen om resultater.
- Få muntlig gjennomgang av rapporten fysisk eller på Teams

# Bransjesnittet

## Hva er det?

- Bransjesnittet er basert på resultater fra et landsrepresentativt utvalg av strømkunde. Det hentes inn nye tall hvert år, noe som sikrer et oppdatert bransjesnitt.
- Utvalget er trukket landsrepresentativt og resultatene er vektet for å gi et representativt utvalg av strømkunder.
- Det er spurt om hvilket selskap som er husstandens strømleverandør.
- De videre spørsmålene relaterer seg til dette selskapet, eks: *Hvor fornøyd eller misfornøyd er du med totalt sett med strømleverandøren din?*
- Det gjennomføres intervju med minimum 1000 kunder.
- Det beregnes et gjennomsnitt for hvordan strømkundene har svart på hvert enkelt spørsmål. Dette betegnes som et *bransjesnitt*, og er det ditt selskap kan sammenligne seg med.
- Dette gir informasjon om hva som er ditt selskaps styrker og svakheter sammenlignet med gjennomsnittet av andre strømleverandører.



# Målepunkter

Hva kartlegges?

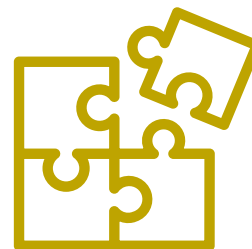


**Assosiasjoner**  
til selskapet  
Ladning



## Tilfredshet

Generelt sett  
Informasjon: Generelt sett og med nettsider  
Kundebetjening: Serviceinnstilling, ventetid, kundeforståelse, løsningsevne, klagehåndtering  
Pris: Isolert sett og i forhold til andre (Konkurransedyktighet)  
Faktura  
Snaket positivt om  
Et godt råd til selskapets ledelse



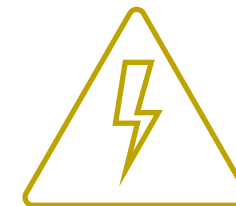
## Segmentering

Kundene segmenteres med utgangspunkt i **sårbarhet** hvor det beregnes størrelse på:

- Risikokunder
- Ambivalente kunder
- Sikre kunder

Og de segmenteres med utgangspunkt i **affinitet og lojalitet**, og det beregnes størrelse på:

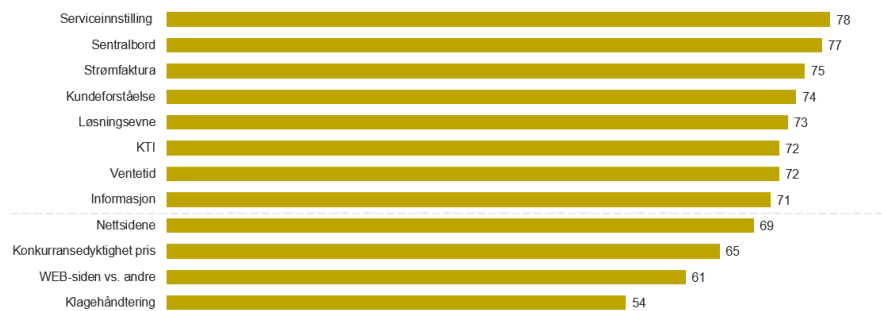
- Kremmere
- Ambassadører
- Gisler
- Sabotører



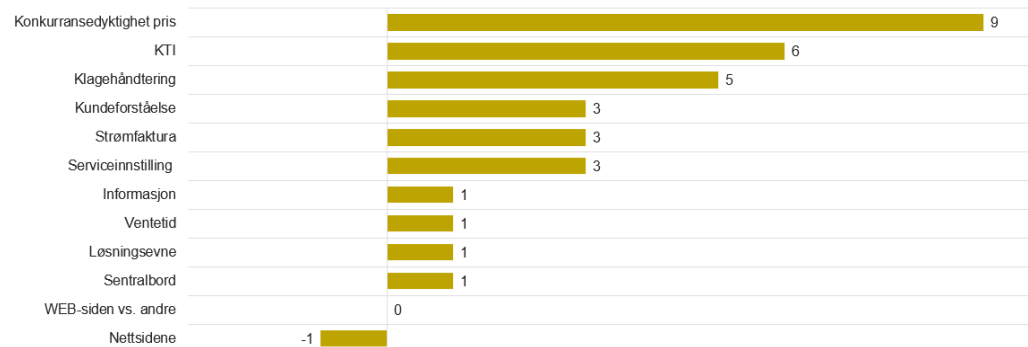
**Eventuelt egne spørsmål**

# Rapportering

## Hvordan formidles resultatene?



Rangering av egne prestasjoner



Egne prestasjoner vs. bransjesnitt

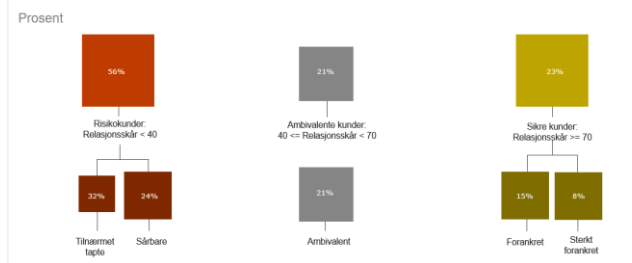
### Prioriteringer basert på tilfredshet og viktighet



Tiltaksmatrise

### Segmentering av kundene med utgangspunkt i sårbarhet i kundeforholdet

23% av strømkundene på landsbasis ansees som «sikre» kunder, 56% er sårbare («risiko»-kunder)



Segmentering





# Tidsplan

## Hvor lang tid tar det?

- Formalisering av prosjektet: 1 dag
- Utforming av spørreskjema: 1 dag
- Tillegg av evt egne spørsmål: 1 dag
- Testing av utvalg: 1 dag
- Gjennomføring av intervju: 1-2 uker (avhengig av bruk av insentiver)
- Rapport til selskapet: ca. 2-3 uker etter avsluttet datainnsamling

Kontaktperson i Kantar: Eva Fosby Livgard, [eva.fosby.livgard@kantar.com](mailto:eva.fosby.livgard@kantar.com)