

"Henrik Holm Erichsen
står i spidsen for DONG Energy's
årlige kundemåling"



Kundetilfredshed hos DONG Energy

Energien skal bruges på optimering

DONG Energy får årligt udarbejdet en kundetilfredshedsanalyse hos Ennova, der skal klarlægge, hvilke udfordringer virksomheden står overfor i forhold til at optimere kundetilfredsheden. Analysen betragtes som et væsentligt strategisk værktøj, fordi alle kontaktforhold med kunderne måles i samme analyse. Analysens resultater formidles som en række anbefalinger, der viser DONG Energy, på hvilke områder de kan øge indsatsen, og hvor der eventuelt kan holdes lidt igen.

Det sidste lyder næsten provokerende set med kundeøjne, men på anbefaling fra Ennova har DONG Energy for år tilbage udarbejdet en model for kundetilfredshed, hvor det handler om at optimere og ikke om at maksimere.

Hvis målsætningen for god kundeservice opfyldes i en måling, bliver det anbefalet at fastholde niveauet og så bruge ressourcerne på at sikre andre vitale forhold for virksomheden, frem for blot at forbedre på forhold, som kunderne ikke værdsætter. Ressourcerne bruges måske bedre på Employer Branding for at sikre sig en fortsat tilgang af kvalificerede medarbejdere, image kampagne for at nå målsætningen for virksomhedens omdømme eller noget helt tredje.

Alle de kontaktpunkter, der er imellem kunden og virksomheden, er vigtige for DONG Energy, der i den årlige analyse måler kundernes tilfredshed med alt fra ekstern kommunikation til personlig service. For at kunne optimere er det nemlig vigtigt, at der bliver taget højde for alle de områder, hvor der skabes en kontakt med kunden, hvad enten det drejer sig om envejskommunikation gennem reklamer og korrespondance eller den direkte dialog i forbindelse med salg, service og support.

"Løbende opfølgning af målingernes resultater gør, at kundernes tilfredshed løbende finjusteres for at sikre de forhold, der skaber den positive opfattelse af DONG Energy hos kunderne," siger senioranalytiker Henrik Holm Erichsen.

”Vi skal løbende tilpasse DONG Energy’s produkter og services, så de passer til kundernes behov, og den årlige kundetilfredsanalyse indgår som en del af DONG Energy’s ”early warning”-beredskab i forhold til dette.”

”Målingerne afslører straks, hvis kundernes opfattelse af virksomheden forringes, og hvor dette er sket. Det er her, der skal sættes ind,” siger senioranalytiker Henrik Holm Erichsen fra DONG Energy’s analyseafdeling.

”For DONG Energy er tilfredse og loyale kunder en grundlæggende forudsætning for at kunne nå virksomhedens strategiske mål, der bl.a. går på at være danskernes foretrukne energileverandør på et liberaliseret marked. Men kundeundersøgelserne stammer egentlig tilbage fra monopoldagene, hvor fremsynede energiselskaber som f.eks. Naturgas Syd ønskede at sikre sig tilfredse kunder af mere end bare forretningsmæssige årsager.”

Måler på tværs

”For at nå vores egne ambitioner skal vi til enhver tid kende kundernes mening om DONG Energy. Vi analyserer derfor deres holdning til os gennem forskellige analyser. Kundetilfredshedsanalysen gennemføres dels over for privatkunder og dels overfor erhvervskunder,” siger Henrik Holm Erichsen.

”Erhvervskunderne er delt ind i tre segmenter alt efter størrelse, og spørgsmålene tilpasses de enkelte segmenter. Vi bruger de samme målemetoder overfor alle segmenter for at kunne måle på tværs af de forskellige kundesegmenter. På den måde får vi et samlet billede af, hvor tilfredse kunderne er med DONG Energy – men også af kundernes behov for nye produkter og services,” fortsætter Henrik Holm Erichsen.

Indsatsområder i fokus

”Identificeres der indsatsområder i analyserne, sættes der omgående fokus på disse, så der straks kan rettes op på det eller de områder, hvor kundetilfredsheden ikke står mål med kundernes forventninger eller egne målsætninger på området.”

”Også dette arbejde foregår segment for segment, for der er ofte store forskelle på, hvad f.eks. privatkunder og erhvervskunder ønsker at få ud af deres energiselskab”.

”Løbende målstyring afgør, hvor og hvor meget vi skal sætte ind i det kommende år, og en række handlingsplaner sættes i værk for at nå det samlede mål. Målingerne hjælper os hele tiden med at justere kursen og det tryk, vi lægger inden for de enkelte indsatsområder. Hvis vi ikke lever op til kundernes forventning om fleksibilitet, kvalitet og service, når DONG Energy ikke det ønskede mål. Kundetilfredshedsanalyserne er vores stærkeste værktøj til at vurdere, om vi fortsat er på ret kurs. Undersøgelserne udvides og tilpasses løbende, så de afdækker virksomhedens vidensbehov.” siger Henrik Holm Erichsen.

”DONG Energy får også lavet sin medarbejdertilfredshedsanalyse hos Ennova. Virksomheden arbejder ud fra de erfaringer, der viser, at der er en tæt sammenhæng mellem kundetilfredshed og medarbejdertilfredshed.”

”Det skyldes, at tilfredse medarbejdere har mere overskud til at yde kunderne den rette service, og DONG Energy tror på, at en høj tilfredshed blandt de ansatte automatisk vil påvirke kundetilfredsheden i opadgående retning.

DONG Energy er en virksomhed, der har oplevet meget store forandringer igennem de sidste 10 år. Virksomheden har oplevet ændrede markedsvilkår fra monopol til et liberaliseret marked og en ændret konkurrencesituation, der bl.a. har medført et stort antal fusioner og tilkøb i den sidste 10 års periode. Det er en stor udfordring at strømline den måde, man handler med kunderne på og den måde, man driver ledelse på i de forskellige tilkøbte virksomheder. Derfor har det været vigtigt for DONG Energy at se det hele i en stor sammenhæng,” slutter Henrik Holm Erichsen.

Ennovas 3 energispareråd til kundeanalysen:

- Mål på hele kundeforholdet med jævne mellemrum (årligt) det ”sparer” dig for at miste fokus og overblik.
- Brug altid en model, der beregner betydningen af de enkelte forhold, så ”sparer” du spildt indsats.
- Lav analysen så den måler på segmenter, kunder er ikke ens og vil ikke behandles ens.

Fakta om DONG Energy

DONG Energy er et allround energiselskab, som producerer og leverer energi i form af naturgas, olie og el - til over 100.000 danske kunder og et støt stigende antal kunder i andre nordeuropæiske lande.

DONG Energy er ejet af den danske stat, men en delvis privatisering er på vej.

DONG Energy har kontorer i Danmark, Norge, Sverige, Tyskland, Holland og Storbritannien.

DONG Energy producerer foruden naturgas også vedvarende, miljøvenlig energi fra havmøller både i Danmark og Storbritannien. DONG Energy har ca. 4.500 medarbejdere og vil omsætte energi for over 40 mia. kr. i 2008.