

# DAGENS MEDIA

---

2008-01-08 10:25

## Kundundersökning: Telge Energi spöar E-on och Fortum

**Trots stora medieinvesteringar i ryggen har eljättarna Fortum, E-on och Vattenfall ett sämre anseende än uppstickaren Telge Energi. Det är slutsatsen i en undersökning av varumärkeskonsulten Kundskaparna, som gjorts på uppdrag av Telge Energi.**

Under 2006 lade Fortum ner 57 miljoner bruttokronor på medieinvesteringar enligt Sifo reklamätningar. E-on hade mediekostnader på 49 miljoner kronor brutto och Vattenfall knappt 35 miljoner bruttokronor, enligt Sifo. Telge Energis medieinvesteringar var 3 miljoner bruttokronor samma år, men trots det har företaget bäst anseende i Kundskaparnas varumärkesundersökning som genomfördes under våren 2007.

- Telge Energi och Vattenfall hade högst värden när vi frågade intervjupersonerna om deras spontana inställning till respektive bolag. De fick 3,33 respektive 3,0, där 5 är "mycket bra". Sen kommer Fortum och E-on på 2,79 och 2,78, säger Michael Zajicek, vd för Kundskaparna som genomfört undersökningen.

250 villaägare spridda i hela landet deltog i undersökningen, men analysen baseras på de 150 telefonintervjuer som gjordes med personer som kände till dessa fyra elleverantörer. Andra uppstickare som God El och Öresundskraft hade lägre spontan kännedom än Telge Energi och är inte med i analysen.

Intervjupersonerna fick berätta om sin inställning till den egna elleverantören. Telge Energi fick högst betyg även här med sina 4,29 med betygsskalan 1 till 5. Vattenfall fick 3,41 och Fortum nådde 3,17. E-on hamnade lägst av de fyra med 3,0.

- Min slutsats är att det är svårt att vinna kundernas förtroende bara med stora reklambudgetar. Det här visar att Fortum, E-on och Vattenfall inte svarar upp till sin marknadsföring för annars skulle de ha lyckats bättre i den här varumärkesanalysen. Man kan bara skapa ett starkt varumärke med högt förtroende genom starkt kundfokus med synliga värden för kunden, säger Michael Zajicek.

### **Varför tror du att Telge Energi fick högre värden i undersökningen?**

- De stora bolagen har fått sina kunder utan ansträngning före avregleringen, medan Telge Energi har varit tvungna att jobba mer kundfokuserat för att kunna ta kunder från jättarna.

Michael Zajicek tycker att de stora bolagen har blivit bättre på kundvård på senare år, men det räcker inte hela vägen.

- När vi frågade vilka som är bäst på att erbjuda bra priser

så vann Telge ändå för kunderna hade en känsla av att Telge arbetar mer aktivt med att ge bättre priser. Mycket handlar om att kunderna skall uppleva att företaget verkligen anstränger sig för att skapa nöjda kunder.

**Telge Energi är uppdragsgivare till undersökningen, hur har det påverkat analysen?**

- Inte alls. Det är snarare en nackdel för Telge Energi eftersom de har en mindre andel kunder i urvalet än de andra har. Urvalet är ett snitt av Sveriges elköpare och Telge Energi har ju en betydligt mindre marknadsandel än "jättarna".

Synnöve Almer  
synnove@dagensmedia.se