

Klantentevredenheid Elia 2012

Summary



Methodologie

Dataverzameling

- Telefonische interviews voorafgegaan door een brief (of email) van Elia waarin het onderzoek wordt aangekondigd.
- Gemiddelde duurtijd van de vragenlijst: 27,5 minuten
- Periode van dataverzameling: 19 november – 7 december 2012

Doelgroep

- Klanten van Elia: energiemangers Grid users, ARP's en DNB's.
- Het klantenbestand werd aangeleverd door Elia (aantal contacten in database: n=387, namelijk n= 244 Grid users, n= 118 ARP's en n=25 DNB's).

Steekproefgrootte en samenstelling

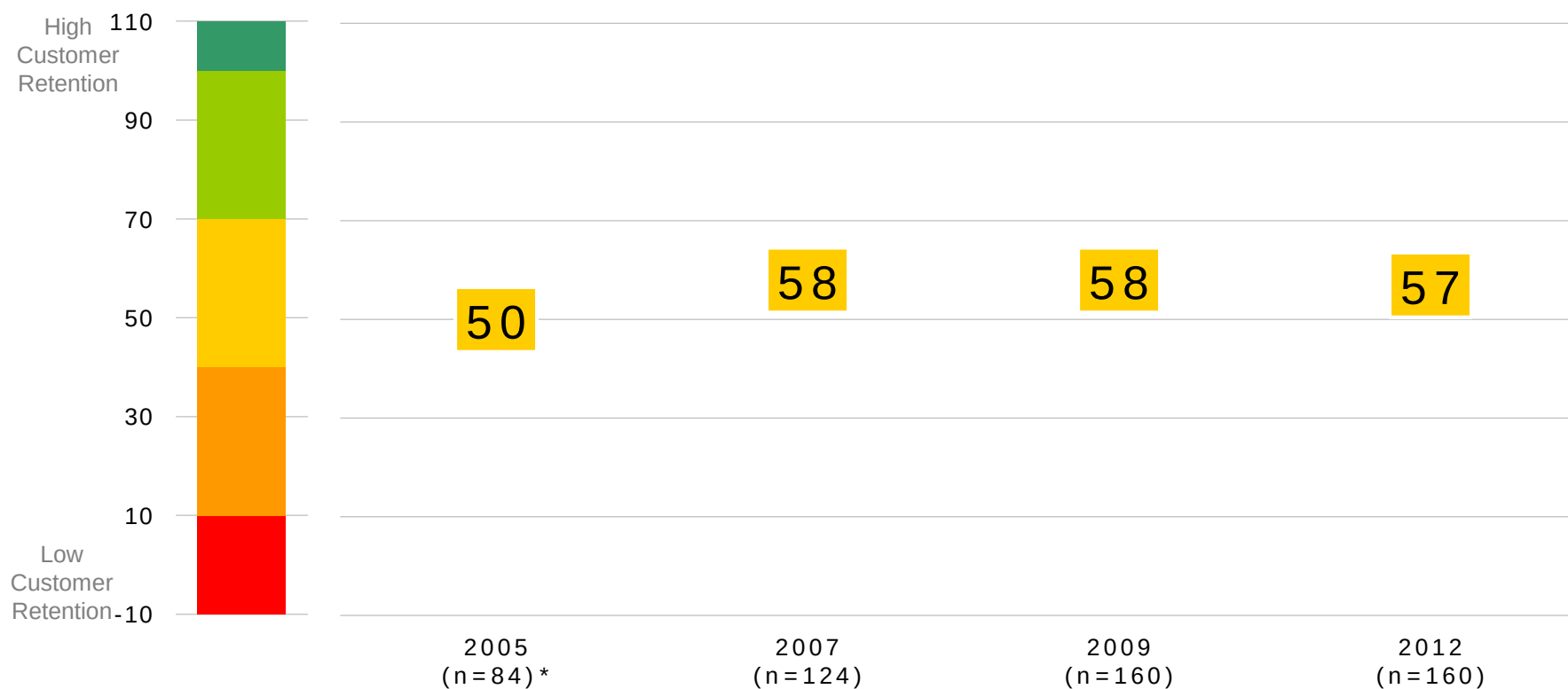
- Gerealiseerde steekproef: n=160
 - n=119 Grid users, n=29 ARP's en n=12 DNB's
- TNS nodigde alle klanten in de database uit om deel te nemen. Er werden geen quota gezet.
- Bruto-respons (enquêtes/gebruikte nrs): 41%
- Netto-respons (enquêtes/buikbare nummers = zonder 'buiten doelgroep', foute nummers, taalprobleem): 62%

2

Klantentrouw is stabiel



Lauw niveau van klantentrouw. Elia klanten zijn nog steeds tevreden, maar er is weinig enthousiasme.



% OP BASIS: ALLEN - *ENKEL GRID USERS EN ARP'S



Klantentevredenheid Elia 2012

© TNS Januari 2013

1281



4

External benchmark: de TRI*M index van Elia ligt nog iets hoger dan het gemiddeld niveau van klantentrouw in de sector van Europese nutsbedrijven.

57

TRI*M Index Elia 2012

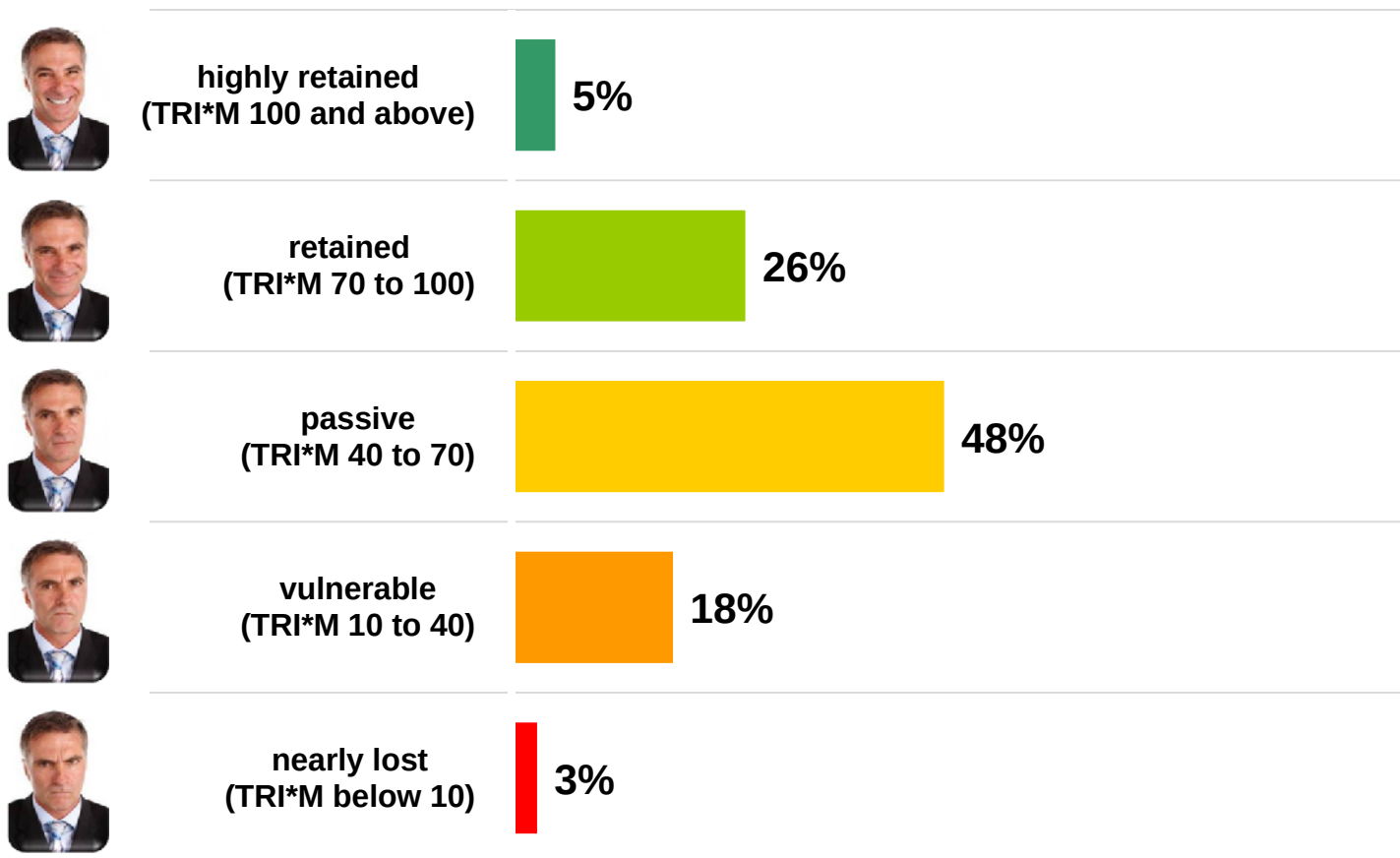
TRI*M Index – External benchmarks		Bottom 10%	Bottom 33%	Mean	Top 33 %	Top 10 %
Europese sector van nutsbedrijven		38	49	54	60	78
Ter vergelijking	<i>Europese autosector</i>	57	69	74	80	90
	<i>Europese telecomsector</i>	49	59	66	72	84
	<i>Europese Financiële sector</i>	46	60	66	73	86
	<i>Europese publieke sector</i>	-	49	58	67	-

3

De meeste klanten zijn tevreden,
weinig echt ontevreden, maar ook
weinig fans!

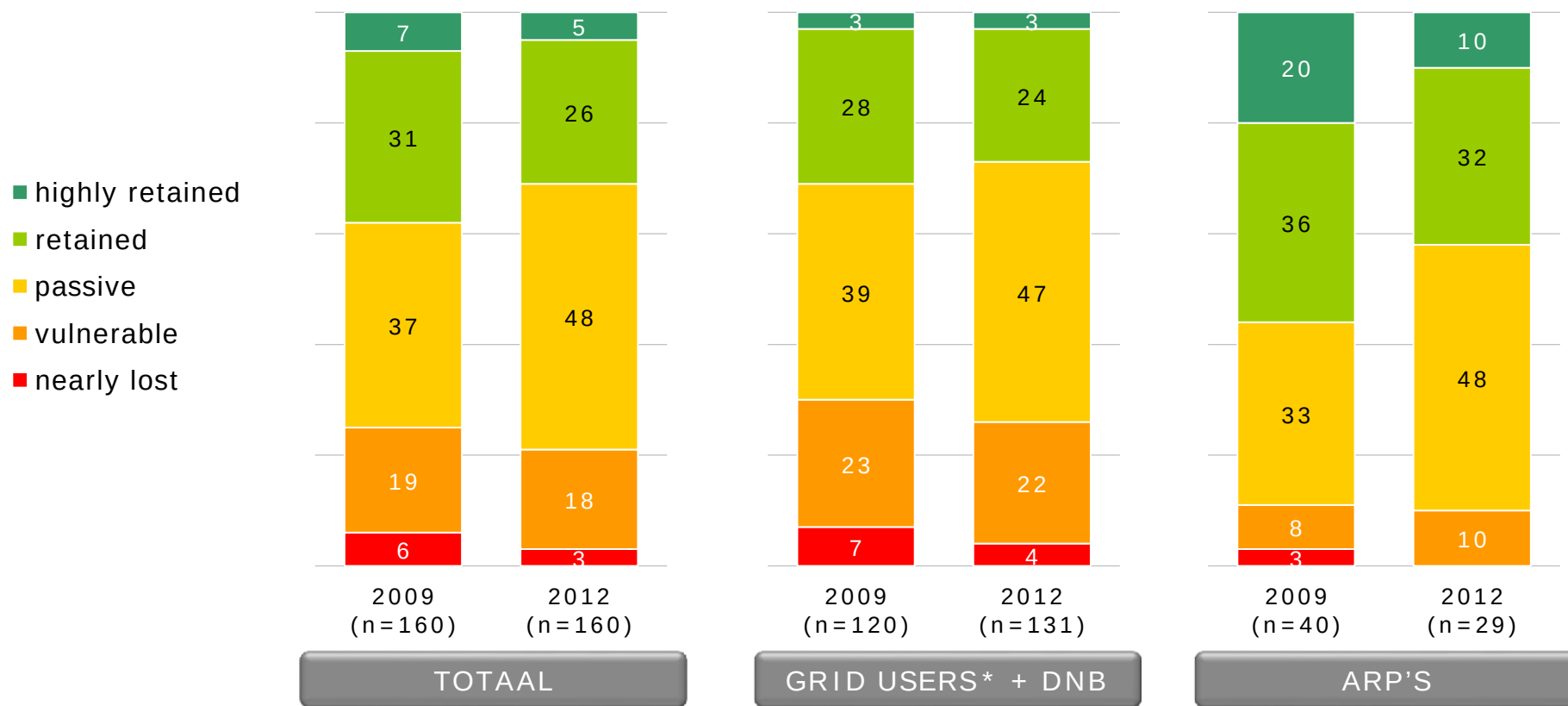


3 op 10 klanten zijn loyaal, maar weinig echte fans.
Er zijn bijna geen écht ontevreden klanten (3%).



% OP BASIS: ALLEN (n=160)

Ondanks de daling, telt het ARP-segment nog steeds het meest echte fans!



% OP BASIS: ALLEN - *INCLUSIEF PRODUCENTEN

4

Hoe prioriteiten stellen
voor deze doelgroep

Grid users + DNB



Bewaak deze sterktes!

SEGMENT: total - WAVE: Grid users (incl. producenten) + DNB

High level strengths

- A01. Betrouwbaarheid en veiligheid van het net
- A03. De kwaliteit van uw aansluiting op het net

Medium level strengths

- A05. Het afstemmen met de klant van de planning van de snijdingen voor onderhoud
- A07. Het snel oplossen van een technisch probleem
- A06. Het onderhoud van uw aansluiting op het hoogspanningsnet
- A02. Snelle reactie op incidenten
- E02. De correctheid van de facturen van Elia
- A04. Technische bekwaamheid van de mensen van de dienst onderhoud

Low level strengths

- D03. De bekwaamheid van de Key Account Manager



SOURCE:
BASE: 131 // WEIGHTED: 109



Klantentevredenheid Elia 2012

© TNS Januari 2013

1281



Denk mee met de klant in functie van hun specifieke problemen en uitdagingen. Monitor prijs/kwaliteit!

SEGMENT: total - WAVE: Grid users (incl. producenten) + DNB

High level weaknesses

None

Medium level weaknesses

B01. De tarieven voor aansluiting

Low level weaknesses

D07. De actie die door Elia wordt ondernomen wanneer u een probleem heeft

D01. Het meedenken van Elia met de klant

D02. De flexibiliteit van Elia naar de specificiteit van elke klant

B04. De verhouding prijs\kwaliteit voor aansluiting

53

TRI*M Index

SOURCE:
BASE: 131 // WEIGHTED: 109

Klantentevredenheid Elia 2012



© TNS Januari 2013

1281



5

Hoe prioriteiten stellen
voor deze doelgroep

ARP's



Behoud deze sterktes en creëer nieuwe “delight factors” in de dienstverlening

SEGMENT: total - WAVE: ARP's

High level strengths

None

Medium level strengths

E02. De correctheid van de facturen van Elia

D07. De actie die door Elia wordt ondernomen wanneer u een probleem heeft

F01. De volledigheid en duidelijkheid van de informatie op de website van Elia

A10. De Belgische hub, waar ARP's hun aankoop- en verkooptransacties kunnen nomineren

D01. Het meedenken van Elia met de klant

D03. De bekwaamheid van de Key Account Manager

Low level strengths

H01. De rol van Elia op Europees vlak

C03. Het feit dat Elia u pro-actief informeert

A09. De werking van het nominatiesysteem

D05. De beschikbaarheid van de Key Account Manager wanneer u hem nodig heeft

63

TRI*M Index

SOURCE:
BASE: 29 // WEIGHTED: 51



Klantentevredenheid Elia 2012

© TNS Januari 2013

1281



Ontevredenheid over tarieven en afrekening van onevenwicht blijven negatief wegen op de TRIM score

SEGMENT: total - WAVE: ARP's

High level weaknesses

None

Medium level weaknesses

B07. De tarieven voor onevenwicht

B09. De definitieve afrekening van de kost voor onevenwicht

Low level weaknesses

A13. Het snel oplossen van een technisch probleem

E03. De gemakkelijkheid waarmee u facturen van Elia kan controleren op juistheid

E01. De duidelijkheid van de facturen van Elia

B08. Duidelijkheid van de structuur van de tarieven voor onevenwicht

D02. De flexibiliteit van Elia naar de specificiteit van elke klant

A11. Uitwisseling van metering informatie

D06. De mate waarin de Key Account Manager pro-actief voeling houdt met de klant

63

TRIM Index

SOURCE:
BASE: 29 // WEIGHTED: 51



Klantentevredenheid Elia 2012

© TNS Januari 2013

1281



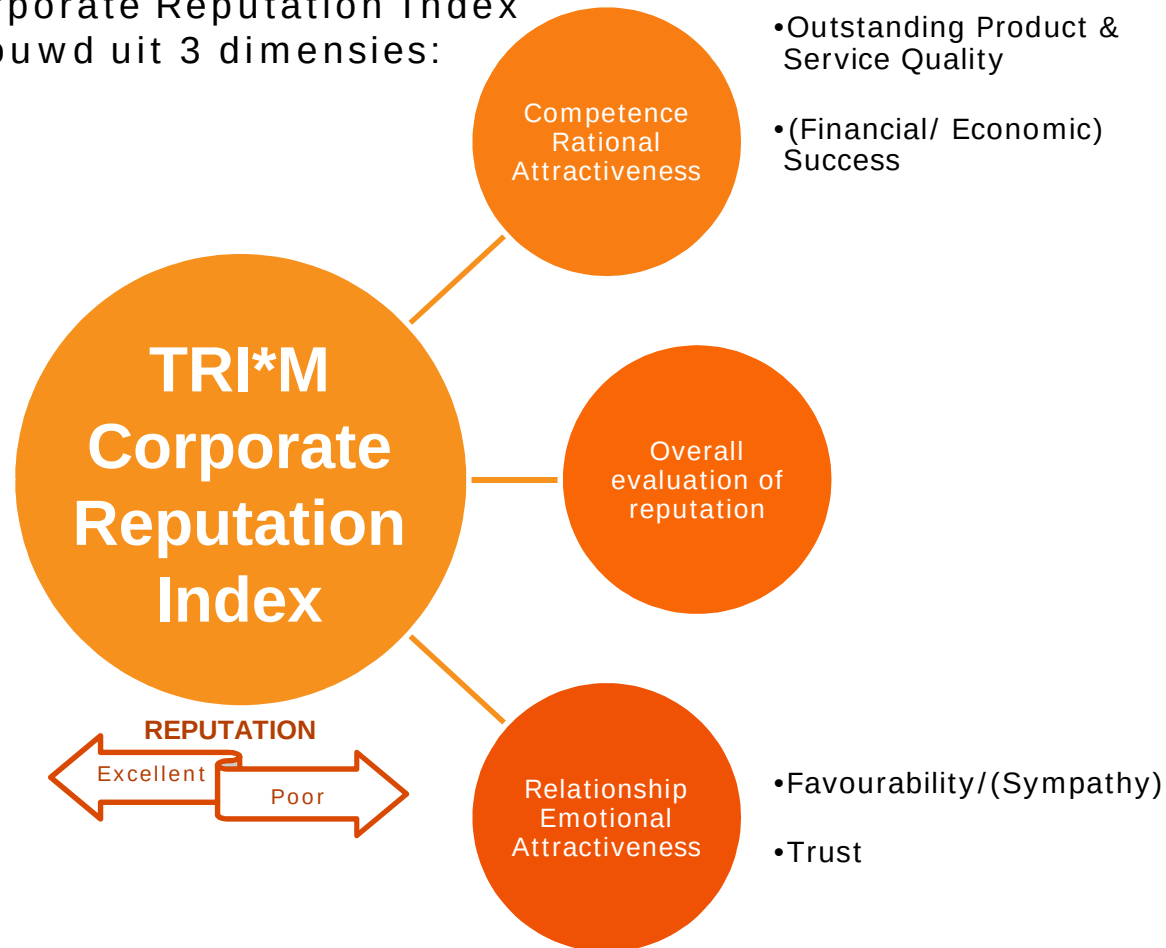
6

Corporate reputation

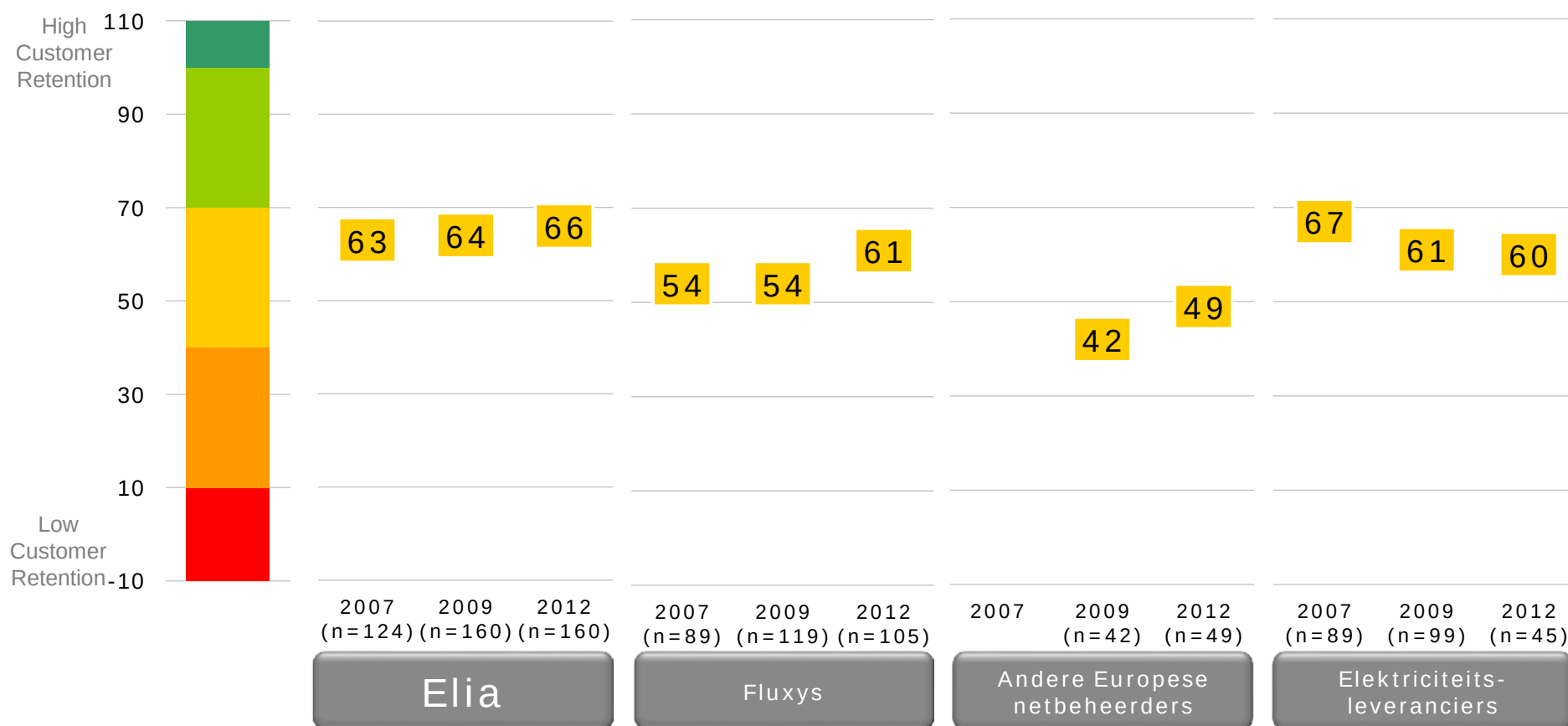


De TRI*M Corporate Reputation Index

De TRI*M Corporate Reputation Index wordt opgebouwd uit 3 dimensies:



Elia's reputatie bij haar klanten verbetert licht, maar de voorsprong ten opzichte van 'concurrenten' daalt.



% OP BASIS: ALLEN



Klantentevredenheid Elia 2012

© TNS Januari 2013

1281



17

7

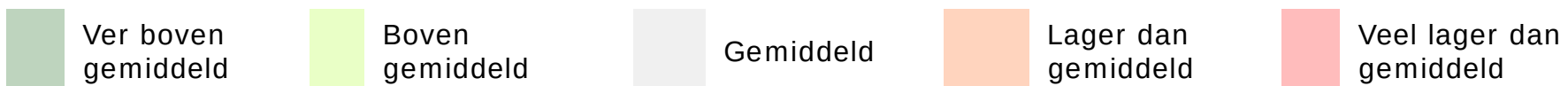
Imago



Elia wordt gezien als een professioneel en technisch competent bedrijf en minder als flexibel en milieubewust. Elia wordt als meer transparant & onpartijdig ervaren dan vroeger.

In welke mate is ... op Elia?

% Top 2 (helemaal van toepassing + eerder van toepassing)	2005 (n = 84)	2007 (n = 124)	2009 (n = 160)	2012 (n = 160)
Professioneel	94	96	97	97
Technisch competent	96	97	96	93
Kwaliteitsgericht	-	86	94	91
Betrouwbaar	92	90	94	90
Heeft veel expertise in huis	93	89	96	88
Toegewijd	83	76	77	80
Efficiënt	71	75	78	76
Autonoom, zelfstandig	-	-	79	74
Onpartijdig	67	57	65	72
Transparant	43	44	52	71
Klantgericht	64	69	71	69
Modern	69	60	74	67
Een echte partner	-	-	-	65
Pro-actief	61	54	61	63
Eerlijke prijszetting	49	49	53	57
Flexibel	-	-	-	57
Milieubewust	54	42	46	51



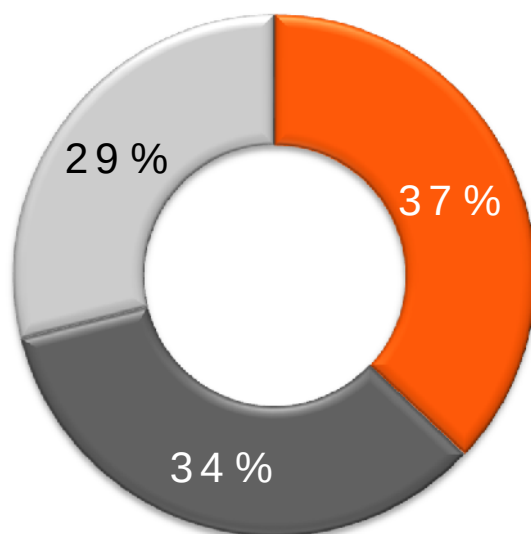
8

De relatie tussen de klant & Elia



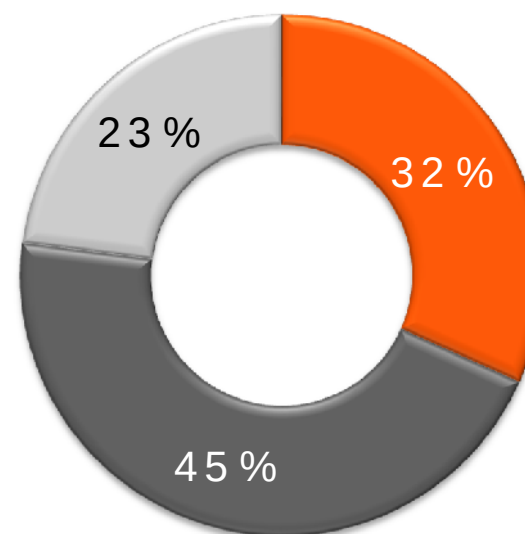
1 op 3 klanten wordt geïnformeerd over de besprekingen van de Elia Users group. Slechts 1 op 3 voelt zich dan ook goed vertegenwoordigd in die Users Group.

**Wordt u door uw vertegenwoordigers
geïnformeerd over de besprekingen op de Elia
Users Group?**



■ Ja ■ Nee ■ Ik ken de Elia Users Group niet

**Voelt u zich goed vertegenwoordigd door uw
afgevaardigden (federaties) voor uw behoeften
en noden in de Elia Users Group?**

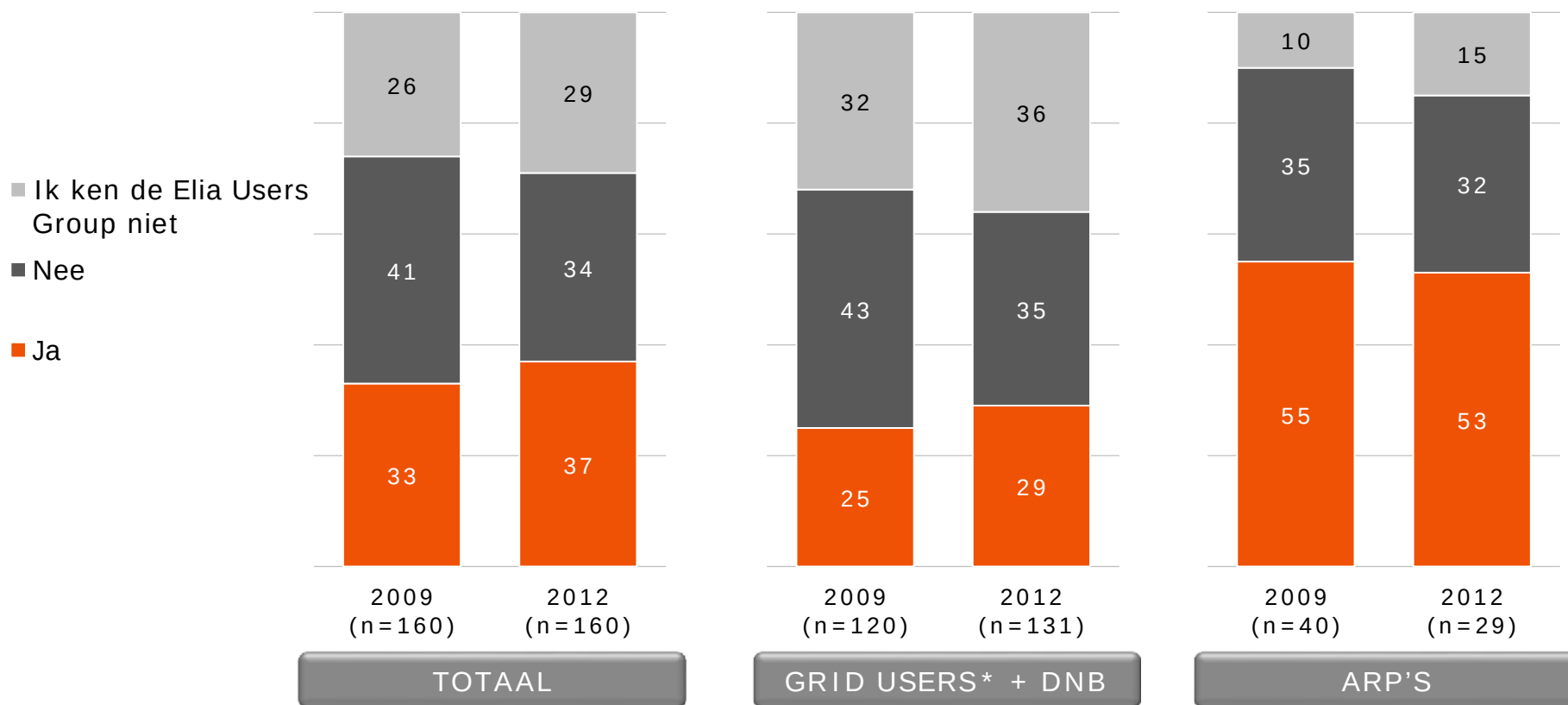


■ Ja ■ Nee ■ Weet niet

% OP BASIS: ALLEN (n=160)

ARP's worden beter geïnformeerd over de Users Group

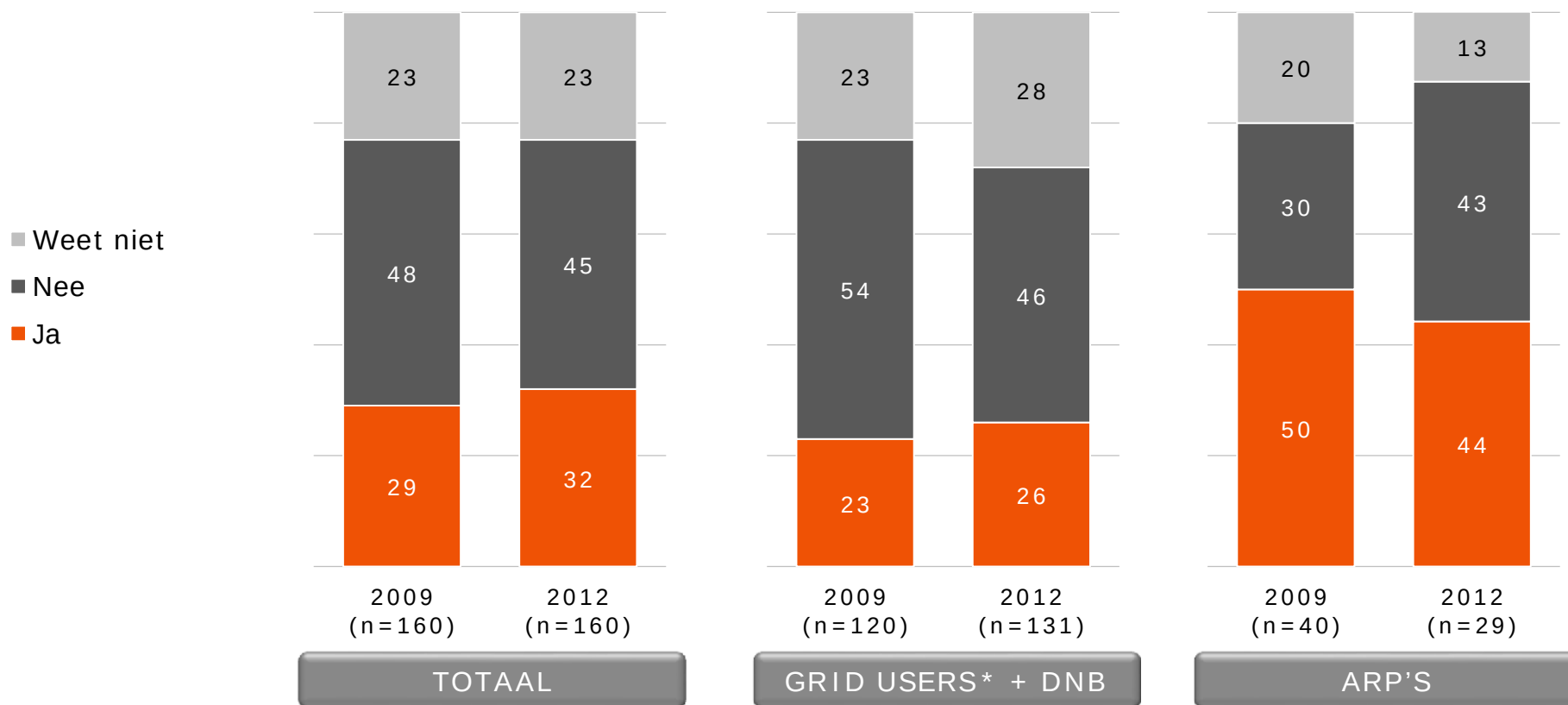
Wordt u door uw vertegenwoordigers geïnformeerd over de besprekingen op de Elia Users Group?



% OP BASIS: ALLEN - *INCLUSIEF PRODUCENTEN

En ARP's voelen zich dus ook beter vertegenwoordigd.

Voelt u zich goed vertegenwoordigd door uw federatie/afgevaardigde voor uw behoeften in de Elia Users Group?



% OP BASIS: ALLEN - *INCLUSIEF PRODUCENTEN

9

Conclusie



Klanten zijn tevreden over Elia, maar er zijn weinig fans



Met een TRIM index van 57 blijft de klantentrouw van Elia op stabiel niveau, boven de Europese benchmark.

De meeste klanten zijn tevreden. Er is dus geen probleem van fundamentele ontevredenheid (slechts 3% 'at risk') maar slechts weinigen zijn enthousiast over de dienstverlening.

Elia's reputatie bij haar klanten verbetert licht, maar de voorsprong op Fluxys en andere spelers op de energiemarkt verkleint.

Behoud uw sterktes en zoek naar nieuwe, verrassende elementen in de dienstverlening



ARP's zijn vooral tevreden over de Belgische hub, en over de werking van het nominatiesysteem.

Elia scoort bovengemiddeld goed op meedenken met de klant en het ondernemen van acties bij problemen. De key account managers van ARP's kennen hun vak maar worden vaak ervaren als weinig empatisch/proactief. Toegenomen ontevredenheid over tarieven en afrekening van onevenwicht wegen echter negatief op de TRIM score.

Grid users zijn anno 2012 meer tevreden over het pro-actief geïnformeerd worden (incl. tarieven), meedenken en oplossen van problemen. We merken echter een lagere tevredenheid over het key account management (empathie, beschikbaar).

De kwaliteit die Elia biedt op haar kerntaak en de correcte facturatie hiervan is het fundament onder de huidige klantentrouw van grid users.

Echter: 1 op 3 grid users is ontevreden over de tarieven voor aansluiting en dat tempert het enthousiasme als klant. Ook de service kan verder verbeteren: meedenken, actie bij problemen en flexibiliteit worden als belangrijk gezien door de klant, maar Elia scoort hier matig op, ondanks de verbeterde tevredenheidsscores

Elia Account Team

TNS

Brussels – Belgium
Tel: +32 2 215 19 30

Erik Luijts
Clients Service Manager
erik.luijts@tnsglobal.com

Ellie Jacques
Research Manager
ellie.jacques@tnsglobal.com

Katleen Thijs
Research Executive
katleen.thijs@tnsglobal.com



Klantentevredenheid Elia 2012

© TNS Januari 2013

I281



27