

Passion för energi

HÄRJEÅNS
De slapp gå
över bron
efter vatten

DALA ENERGI
Ägarna
är även
kunder

TIERPS ENERGI
Svaren tog
Tierp ett
steg framåt

**STEFAN
SWÄRD:**
Budgeten
styr klimat-
politiken

Härryda trappar upp

**"Alla fina kommentarer värmde – det ger
förnyad energi att fortsätta vårt arbete"**

Tillsammans förbättrar vi kundernas nöjdhet



FOTO: PETER CEDERLING

Om två bilar krockar på en väg är det en nyhet. Om de inte krockar är det ingen nyhet. Det är en sanning i media. Energitjänsterna upplever en variant av detta. När allt fungerar som det ska hör inte kunderna av sig – men när något trasslar gör de förstås det.

Jag tänker ofta på att i den djupgående kundundersökningen är det precis tvärtom – här får alla kunder komma till tals, även de nöjda kunderna. Och med en innovativ intervjuteknik berättar faktiskt de allra flesta om just sin nöjdhet. Det är också en av de viktigaste delarna i en väl utförd kundnöjdhetsundersökning.

Det här numret är lite tjockare än tidigare.

Supportföretaget har nämligen fyllt 20 år och det måste ju firas. Vi började med bara en enda kund för lite mer än två decennier sedan.

Under den här tiden har vi vuxit i det tysta, men närmar oss nu 100 energibolagskunder över landet. Undrar vilket bolag det hundrade blir?

I det här numret reser vi som vanligt landet runt och träffar några av våra energibolag. Vi hälsade på hos Dala Energi, som varit en kund länge, och en ny bekantskap, Härjeåns, som faktiskt blev kund på rekommendation av just Dala Energi. Härjeåns i Härjedalen gjorde alltså sin första kundundersökning med oss – precis som Härryda Energi utanför Göteborg och Tierps Energi & Miljö. För vårt reportageteam berättade de om hur värdefulla de många, många sidorna med utskrivna kundkommentarer är och hur de hjälper dem att ytterligare förbättra sin kundnöjdhet.

Hos Borlänge Energi fick vi åka en eldriven sopbil och lära oss mer om fördelarna med den. Och hos VME, Västra Mälardalens Energi & Miljö, fick vi veta hur just de jobbar med sin kundnöjdhet utifrån kundundersökningarna.

Nu ser vi fram mot de nästa 20 åren. Tack alla för att ni finns!

Trevlig läsning!«

Tove Åkerman-Stenman, vd för Supportföretaget.

Möt varandra

I dag genomför ett 90-tal av landets energibolag våra kundundersökningar, vilket ger enorma fördelar till benchmarking och erfarenhetsutbyte. Jag är så glad att ni får möta varandra i vår tidning!

Nya kunder

Passion för Energi har fått stor uppmärksamhet sedan det senaste numret släpptes. Flera välkända energibolag i landet har sedan dess valt att genomföra våra inspirerande kundundersökningar, bland annat, Eda Energi, Härjeåns Kraft, Fyrfasen Energi, Härryda Energi, Tierps Energi & Miljö och Lerum Energi.

Supportföretaget har fyllt 20 år och det måste ju firas.

Bra betyg på kundundersökningen! Det fick Härryda Energi konstaterar vd Susanne Ernfridsson och marknadschef Anna Carlstedt.

FOTO: PETER CEDERLING

Tjejerna som vet vad de pratar om

Susanne Ernfridsson och Anna Carlstedt har lång erfarenhet från el- och energibranschen. I dag är duon vd respektive marknadschef på Härryda Energi. Vi åkte dit och hittade ett välmående energibolag. »

” Vi är minst sagt nöjda med att landa på MVG i första undersökningen. Vi värdesätter verkligen alla kommentarer och feedback vi fick från kunderna. Det var väldigt spännande att läsa igenom alla svar och få insikter om hur kunderna uppfattar oss.

Härryda två mil öster om Göteborg är en liten ort som fått ge namn åt en hel kommun där Mölnlycke är centralort. Det är där, i Mölnlycke, som Anna Carlstedt och Susanne Ernfridsson tar emot på Kabelvägen.

Susanne är vd sedan sju år men ”har arbetat i energibranschen på olika energibolag i Västsverige i drygt 22 år”. Anna är företagets marknadschef sedan tre år men ”har arbetat inom elbranschen i drygt tio år och med ledarskap och service större delen av mitt yrkesverksamma liv”.

Kort sagt: det är två kvinnor som vet vad de talar om.

– Vi har under många år gjort kundundersökningar via en annan leverantör men kände att vi ville uppgradera till lite mer djupgående undersökningar. Vi ville även se om vi skulle få samma goda resultat med en annan leverantör och metod, berättar Susanne Ernfridsson.

BÅDA TVÅ HADE i olika sammanhang stött på Supportföretaget.

– Vi har självklart lagt märke till emblemet som allt fler energibolag visar upp i sin kommunikation. Vi tog därför ett första möte med Supportföretaget för att höra mer och vi fick båda en mycket bra känsla. Vi bestämde därför att ge Supportföretaget förtroendet att genomföra våra kundundersökningar, säger Anna Carlstedt.

Resultatet?
MVG.

– Vi är minst sagt nöjda med att landa på MVG i första undersökningen. Vi värdesätter verkligen alla kommentarer och feedback vi fick från kunderna. Det var väldigt spännande att läsa igenom alla svar och få insikter om hur kunderna uppfattar oss. Många medarbetare har arbetat hos oss länge och/eller bor själva i kommunen vilket gör att vi verkligen kan vårt elnät och vårt område.

– Det värmdes också att vi fick så mycket fina kommentarer och omnämmanden. Det ger förnyad energi att fortsätta arbeta på det sätt vi gör, konstaterar de.

Något som kan behövas.

Härryda Energi med ett 40-tal medarbetare verkar nämligen i ett område som utvecklas starkt. Elnätsområdet är beläget precis öster om Göteborg och är ett mycket expansivt område både gällande bostäder och företag.

– Logistiskt ligger vi mycket bra till med närheten till både Göteborg och Borås och med Landvetter flygplats mitt i kommunen vilket gör att allt fler företag väljer att etablera sig här. Två stora logistikcentra håller på att växa fram och alla våra små tätorter växer med nya bostadsområden. Utöver det planeras en helt ny hållbar stad, Landvetter Södra, med plats för på sikt 25 000 invånare och upp till 15 000 arbetstillfällen, berättar de.

– Vi arbetar vidare för att möjliggöra kommunens ambitiösa expansionsplaner för fler företagsetableringar samt utbyggnadsplaner för bostäder och inte minst Landvetter Södra. Här är vi också med i projektet för att bygga en ny hållbar stad från grunden i ett naturskönt område.

IDAG HAR de strax under 15 000 elnätskunder.

– Vi bedriver även elhandel och är det populäraste valet av elleverantör bland våra elnätskunder. Elhandelsbolaget har sedan 2017 laddstolpar med 70 stycken laddpunkter runt om i kommunen som en service till kommunens invånare.

Utöver det äger och driftar de även gatubelysningen i Härryda kommun.

När det gäller kundundersökningen tar de nu nästa steg.

– Vi har börjat sätta ihop en konkret åtgärdslista med förslag för vad vi kan göra för att höja kundernas upplevelse av oss ännu mer. Bland annat har vi upprättat en lista och en plan för inom vilka områden vi behöver förbättra vår kundkommunikation för att bättre nå ut och utbilda kunderna ännu mer om hur elbranschen fungerar.

Det goda betyget i undersökningen och Supportföretagets emblem kommer såklart också att användas i kundkommunikationen för att stärka Härryda Energis position som en trygg och pålitlig lokal aktör. «




Nöjda beställare! Vd Susanne Ernfridsson och marknadschef Anna Carlstedt ville testa att göra en mer djupgående kundundersökning – och ser stora fördelar med den.

FOTO: PETER CEDERLING



Håkan Karlgren, affärsutvecklare på Härjeåns, berättar att det historiskt sett har varit mycket fokus på elproduktion genom vattenproduktion

FOTO: PETER CEDERLING



När Härjeåns behövde göra nya kundundersökningar fick affärsutvecklaren Håkan Karlgren uppdraget att ta tag i detta. Förstås. I hans tidigare arbete var kundundersökningar ett viktigt verktyg.

De behövde inte gå över ån efter vatten

” Vi är minst sagt nöjda med att landa på MVG i första undersökningen. Vi värdesätter verkligen alla kommentarer och feedback vi fick från kunderna. Det var väldigt spännande att läsa igenom alla svar och få insikter om hur kunderna uppfattar oss.

Vi börjar för drygt hundra år sedan. Svegs municipalsamhälle i Härjedalen skulle elektrifieras och företaget Härjeåns grundades 1917. Sedan dess har det, bokstavligt talat, runnit mycket vatten under broarna i både Härjeån och Ljusnan.

Och företaget har följt med i tiden.

– Historiskt har det varit mycket fokus på elproduktion genom vattenproduktion samt eldistribution, berättar Håkan Karlgren.

Han växte upp i Sveg men gjorde en 17 år lång utflykt då han arbetade på Sykes, en koncern med huvudkontor i Florida och fler än 45 000 anställda som arbetar med kundtjänst och support för både små lokala företag och stora internationella företag.

Men en dag lockade Sveg igen.

– Det är stor skillnad mellan ett amerikanskt processstyrt företag och ett lokalt energibolag i Sveg, konstaterar han.

Där var han Quality Director för Nordenkontoren – och en viktig del av kvalitetskontrollen var olika typer av kundundersökningar. Så när Härjeåns här-området såg behovet av en kundundersökning var det rätt naturligt att Håkan Karlgren som kompetent beställare fick sondera terrängen.

– Vi har givetvis tidigare gjort kundundersökningar i olika former. Men dels hade vi gjort några omorganiseringar, dels breddat vårt utbud när det kommer till produkter. Det innebar att det var läge att samla våra kundundersökningar till en metod, eftersom det är viktigt att veta vad våra kunder tycker för att kunna styra bolaget.

HAN OCH HANS kollegor kom fram till att en kundundersökning för Härjeåns har tre huvudsyften:

- ▶ ”Jämföra oss med andra bolag, hur står vi oss jämfört med konkurrenter.”
- ▶ ”Undersöka vad kunden tycker om oss, vad vi behöver göra.”
- ▶ ”Vara kundvänlig, inte bara skicka på kunderna ett sms eller ett mejl.”

Håkan Karlgren konstaterar:

– Vi gjorde en föranalys där vi tittade på olika modeller, men hittade inte någon som gav bredden som vi behövde. Efter att ha rådfrågat runt i branschen fick vi tips om Supportföretaget av Dala Energi och tog kontakt.

Härjeånskoncernen består av Härjeåns kraft (moderbolaget), Härjeåns Energi, Härjeåns Nät, Härje-

dalens Miljöbränsle och elhandelsföretaget Fyrfasen Energi.

Sveg som ort är liten, drygt 2 500 invånare men upptagningsområdet på nätsidan, med omkring 28 000 nätkunder, sträcker sig från norska gränsen i väster till nära Sundsvall i öster. Elhandelskunderna, omkring 40 000, finns utspridda i landet men majoriteten finns i nätområdet.

– Undersökningen gäller hela koncernen, men med fokus på elhandel, elnät och pellets. Det är där våra slutkunder finns, säger Håkan Karlgren.

– Vi beställde på ett sånt sätt att vår felmarginal skulle bli ganska liten. Vi ville också få en stor bredd på undersökningen. Som jag ser det erbjuder Supportföretaget en djupgående undersökning, där man kan ställa följdfrågor och tolka och analysera fritextfrågorna. Det är viktigt och positivt att de kan energibranschen och förstår hur man diskuterar elnät och elhandel.

HAN MENAR ATT det ger undersökningen fler användningsområden.

– En sådan här djupgående undersökning blir även ett beslutsunderlag vilket skiljer den från många andra.

Leveransen kom i maj.

– Vi fick jättebra resultat! Det blev en bekräftelse på att det vi har gjort under en femårsperiod har varit bra. Jag vet ju att vi har gjort starka insatser men klart att resultatet ändå blev en lättnad.

Som firades rejält med tårtkalas.

– Redan måndagen efter hade vi en stor koncernträff där vd Cecilia Norberg och jag presenterade kundundersökningen för all personal, 150 anställda ungefär.

MÅNGA KOMMENTARER I fritexten hyllade kundtjänsten, säljare eller de som är ute i fält hos kunderna i någon form.

– De har en väldigt viktig roll och är många gånger ansiktet utåt. Vi har låg personalomsättning så många har lång erfarenhet.

Håkan Karlgren betonar att det lokala perspektivet är en stor fråga, att miljöarbete och samarbetet i närsamhället är viktigt i det glesbefolkade landskapet Härjedalen, att det präglar hela närsamhället under bolagets drygt hundra år.

Och lär göra det hundra år till.

Minst.◀



Vad passar väl bättre på en affärs-
utvecklare på ett energibolag än en
t-shirt med AC/DC (växelström/
likström)?

FOTO: PETER CEDERLING



Ljudlös sophämtning. Tobias Thunell rullar runt i Borlänge Energis nya sopbil som drivs på el.

FOTO: ULF BERGLUND

Han hämtar



soporna i elbil

Borlänge Energi skaffade på prov en eldriven sopbil. Den har visat sig vara en succé. Ja, så bra att bil nummer två redan är på gång. Vi hälsade på i Dalarnas största stad och fick en åktur.

Det första man hör är att man inte hör någonting alls.

När miljöarbetaren Tobias Thunnell startar sopbilen för att rulla ut på Borlänges gator är det nämligen tyst i förarhytten.

– För mig som chaufför är det fantastiskt skönt. Om jag kör på motorvägen är det bara fartvinden jag hör. Det kunde man inte tänka sig för några år sedan, säger han.

Han är en av 20 chaufförer på Borlänge Energis enhet Insamling. Chef för den avdelningen är Mattias Karlsson som faktiskt anställdes i ungefär samma veva som bilen köptes. Då kom han närmast från anläggningsbranschen där han på slutet var säljare av anläggningsmaskiner och lastbilar – och är därmed van vid upphandlingar.

HAN PEKAR PÅ tre saker som de stora fördelarna med en eldriven sopbil.

1) Klimatnyttan

– Det säger sig självt att klimatet mår bra av att bilar drivs på annat sätt än med diesel eller bensin. Jag räknar med att vi kommer att ha flera elbilar men kanske även andra varianter, kanske bränslecells-bilar som vätagasbilar och även biogasbilar. Mycket är på gång. Tiderna har ju varit oroliga ett tag, med elpriser och eltillgång och annat som vi inte kan styra över, så min bedömning är att det kommer att behövas flera olika typer av sopbilar i framtiden.

– Insamling av sopor får aldrig riskera att bli stående så vi måste alltid ha en back up, både när det gäller fordon och chaufförer, säger Mattias.

2) Arbetsmiljön

– Det är ett rätt tungt jobb att vara miljöarbetare så att slippa bullret i hytten är fantastiskt för våra chaufförer. Innan vi beställde den här bilen ville vi involvera chaufförerna och lät ett par av dem åka upp till Östersund, där det fanns en bil i drift, för att själva få testa och inte minst prata med de chaufförer som verkligen använde den där uppe i Jämtland som har hyfsat lika klimat som vi har. De kom tillbaka väldigt positiva, konstaterar Mattias.

3) Ekonomin

– En eldriven sopbil är visserligen dyrare att köpa in än en standard, men driftkostnaden är bara en bråkdel. Vi har givetvis analyserat detta noga och ser att vi kommer



1 januari 2027 ska alla, enligt ett lagkrav, börja sortera allt i hemmen. Returstationerna med containrar för plast, metall, kartonger och så vidare kommer att försvinna från bostadsområden. Det är en stor utmaning.



Mattias Karlsson ser många fördelar med den eldrivna sopbilen: klimatnyttan, arbetsmiljön, ekonomin...

FOTO: ULF BERGLUND

att räkna hem den ökade inköpskostnaden så att bilen i slutändan även blir ekonomiskt lönsam. Det är viktigt för medborgarna i kommunen, förklarar Mattias.

TOBIAS THUNELL HAR varit miljöarbetare i åtta år – och trivs.

– Det är ett fritt arbete. Vi har våra distrikt och kan själva lägga upp det med raster och så vidare. På sommaren är det få problem, men på vintern är det lite slitigt ibland med både kyla och inte minst när man måste dra kärl i en decimeter blötsnö.

Som alltid med elbilar fanns frågetecken kring bilens elkapacitet, men Borlänge Energis beräkningar visar att det går bra.

– Vi leasar och är garanterade 80 procent av batterikapaciteten efter sju år. Det är bra! Kapaciteten i batteriet gör att vi med lätthet kan köra en dag eller mer med full insamling utan att behöva ladda. Det gäller även vintertid, men blir det 30 grader kallt har vi ju andra bilar, säger Mattias Karlsson.

Han, Tobias och deras kollegor märker att många är nyfikna på bilen.

Mattias Karlsson säger:

– Det är bra good will och bidrar till en bra bild av oss som bolag. Som kommunalt bolag är det viktigt att vi är med och driver de här frågorna kring miljö och klimat.

HAN KONSTATAR ATT hela branschen är under en stor utveckling när klimatnyttan sätts i första rummet.

– 1 januari 2027 ska alla, enligt ett lagkrav, börja sortera allt i hemmen. Returstationerna med containrar för plast, metall, kartonger och så vidare kommer att försvinna från bostadsområden. Det är en stor utmaning.

Alla kommuner letar nu lösningar som kommer att passa just deras kommun.

– Vi tittar runt både i Dalarna och hela Sverige. Vi samarbetar mycket med grannkommunerna, så Borlänge, Falun och Säter kommer att ta samma beslut men vilket det blir får vi se, säger Mattias Karlsson.

– Vi har nu anställt en högskoleutbildad logistiker som ska hjälpa oss att optimera ekonomin, optimera miljönyttan och så vidare inför de nya reglerna 2027.

Sedan tidigare sköter Borlänge Energi insamlingen även i Säter genom ett samarbetsavtal med Sätters kommun. På flera andra områden arbetar Borlänge Energi och Falu Energi & Vatten redan tätt tillsammans. ❧

Dala Energi står för elnätet i fyra kommuner – och ägs delvis av privatpersoner. Vi åkte till Leksand för att prata om den ovanliga ägarformen och, framför allt, hur bolaget väldigt konkret och effektivt får kundundersökningarna att bli en del av framgångsreceptet.

Veronica Bergström och Sofia Liljeblad, och Dala Energis kunder och ägare, bor och verkar i ett svenskt vykort.

FOTO: ULF BERGLUND

Här är ägarna även kunder »

” Cirka fyrtionio procent ägs av kommunerna Rättvik, Leksand och Gagnef. Resten ägs av privata aktieägare, 3 500 ägare. Många av de privata ägarna är även våra kunder. Det är ytterst ovanligt att kunna vara ägare i sitt lokala energibolag...

På elnätsbolaget Dala Energis hemsida kan man läsa att ”längs slingrande grusvägar, den brusande älven och de böljande bergen finns en energi du inte hittar någon annanstans”.

Och när man rullar mot huvudkontoret i Leksand får man verkligen uppleva detta. En sommarresa genom Gagnef, Säter, Rättvik och Leksand är, precis som i beskrivningen, som att åka i ett svenskt vykort.

Bolaget sticker ut i energi-Sverige. Många företag brukar säga att de har engagerade kunder.

Dala Energi tar det till en annan nivå.

– Cirka fyrtionio procent ägs av kommunerna Rättvik, Leksand och Gagnef. Resten ägs av privata aktieägare, 3 500 ägare, berättar Sofia Liljeblad, som är chef för enheten Kund & Affär och dessutom af-färsansvarig för Elnät.

Veronica Bergström, kommunikationsansvarig, fyller i:

– Många av de privata ägarna är även våra kunder. Det är ytterst ovanligt att kunna vara ägare i sitt lokala energibolag...

DET ÄR SOFIA LILJEBLAD och Veronica Bergström som tar emot den här dagen. De pratar som en väloljad duo där den ena säger något och den andra fyller i.

Sofia:

– ... men med många olika intressenter som ägare blir det många olika önskemål. En kommun vill kanske att vi bygger ut infrastruktur, andra privata investerar kanske mer kortsiktigt...

Veronica tar över stafettpippen:

– ... det är ett unikt samarbete, som kan ses som en form av Public Private Partnership, som säkert bidrar till det stora engagemang.

Och på tal om engagemang. De här båda har egentligen semester ”men det spelar ingen roll, vi ser till att vara på plats”.

ETT BOLAG ÄR ingenting utan sina kunder, i det här fallet 34 000.

– Därför tar vi in Supportföretaget för att göra vår NKI regelbundet. Jag har arbetat här i sju år och vi har haft Supportföretaget som leverantör hela den tiden. Det blir väldigt hands-on, vi får resultat, ser styrkor, vad vi ska jobba mer med och så inte minst alla listor med kundernas alla kommentarer, berättar Veronica.

Med många år i branschen ser Sofia och Veronica en förändrad typ av kunder nu.

– Tidigare tänkte nog inte folk så mycket på sitt energibolag, mer än när det var dags att betala sin faktura. I dag är kunderna så mycket mer medvetna. Vi får frågor om förbrukning, solceller, var elen kommer från och så vidare.

Sofia konstaterar:

– Även om vi givetvis tar in feedback från kunder löpande blir NKI:n heltäckande och ger en viktig helhetsbild. Supportföretaget är så otroligt påläst, så vi har lärt oss mycket av dem också. Vi läser undersökningen noga, lyssnar på analysen vi får och tar den till ledningsgruppen och ser vad vi 84 medarbetare ska gå vidare med. Den blir ett tydligt underlag för vårt målarbete.

SOM ETT KONKRET exempel tar de upp hemsidan.

Den fick 2020 högsta betyg. Men vid nästkommande NKI upplevdes den plötsligt som lite rörig. Sofias och Veronicas teori är att den boost som digitaliseringen fick genom pandemin gjorde att många kunder ställde högre krav.

Sagt och gjort.

– Vi skapade en helt ny hemsida, utifrån kundernas önskemål, och lanserade den. Det kändes faktiskt så viktigt att få respons på den att vi sköt upp nästa NKI, 2024, några månader så att kunderna skulle hinna testa hemsidan innan undersökningen.

Resultatet? Tillbaka på toppbetyg.

De ser att hemsida och app löser väldigt många av kundernas problem. Även den senaste undersökningen förvånade när det visade sig att majoriteten av kunderna fortfarande vill ha möjligheten att ringa – och att de flesta av dem var unga.

– Kanske för att det är viktiga frågor? De vill prata med någon så att det blir korrekt från den dag de flyttar in. NKI:n blev ett kvitto på att vi hade förutfattade meningar, analyserar Sofia.

Veronica berättar:

– En annan effekt av NKI:n var att den visade att nio av tio kunder vill få avbrottsinformation på sms. Vi lanserade den och kunde i marknadsföringen av den tjänsten trycka på att vi verkligen lyssnat, säger Veronica.

DE FICK FÖR övrigt en fråga från energibolaget Härjedalen i Härjedalen om de kunde rekommendera något företag för en kundundersökning, och, om man säger så, svaret var ganska givet. «



Två engagerade kvinnor, Sofia Liljeblad och Veronica Bergström, ser kundundersökningen som en del av Dala Energis framgångsrecept.

FOTO: ULF BERGLUND

Ett steg framåt tack vare kund- undersökningen

Tierps Energi & Miljö har gjort sin första kundundersökning med Supportföretaget. Resultatet blev ett fint MVG men, inte minst, gav djupintervjuerna mycket material att arbeta vidare med. Vi drog till expansiva Norduppland för att kolla läget.

När Tierps Energi & Miljö bildades 2016 blev det en del utmaningar – som ganska ofta när tidigare kommunala verksamheter ska bolagiseras.

Efter två år rekryterades Tomas Ulväng, som tidigare varit vd för ENA Energi i Enköping, och han såg som ett av målen att bolagets affärsområden (Fjärrvärme, Gata/Park, Renhållning/Avfallshantering och Vatten/Avlopp) verkligen skulle både kännas som ett och samma bolag.

– Det handlade förstås om ekonomiska aspekter men också om att hitta synergieffekter genom att jobba ihop. Det hade kanske gått lite för fort i starten vilket lett till konflikter, berättar han.

Det blev därför stort fokus på att hitta konstruktiva lösningar.

Hur det gått?

– Det har hänt mycket och jag måste säga att vi har lyckats otroligt bra. I dag hjälps vi åt på ett helt annat sätt. Automatiskt kan folk rycka in där det behövs, säger Tomas Ulväng.

Han betonar att Daniel Jonsson, som anställdes som chef för Gata/Park och som kommunikatör, betytt mycket i förändringsarbetet. Han hade bott länge i USA och arbetat med detaljhandel över hela världen men ville hem till Tierp.

– Han kunde förstås inte energibranschen men kom in med en helt annan förståelse för kunder och kundfokus. Även internt i bolaget har han varit viktig, säger Tomas Ulväng.

TIERPS ENERGI & MILJÖ har 60 anställda och då menar Ulväng att en viss flexibilitet är en förutsättning för att nå ett bra resultat.

Och då pratar vi inte bara om siffror.

Allt Tierps Energi & Miljö gör görs ju för de 21 000 medborgarna i Tierps kommun, så vad de ger för betyg är den kanske viktigaste vägvisaren.

– När jag kom hit hade det gjorts någon undersökning och vi gjorde någon till. Men det var bara frågor och svar som skulle kryssas i. Jag hade på ENA Energi arbetat med Supportföretaget och kände efter ett tag i Tierp att vi hade kommit så långt i vår resa att en mer djuplodande kundundersökning behövdes, berättar han.

– Supportföretaget gör djupintervjuer och på en helt annan nivå än någon annan undersökning. Det är unikt, skulle jag säga.

Resultatet, MVG, överraskade honom efter en stökig vinter med mycket snö och irritation från kunder. Vid leveransen från Supportföretaget fick de förut- om betyget även 72 sidor med kundkommentarer. »



Full fart framåt. När Tomas Ulväng kom in som vd för Tierps Energi & Miljö såg han som ett primärt mål att få flera affärsområden att kännas som ett och samma bolag.

FOTO: PETER CEDERLING



Om vi skulle göra så här... Mattias Eskilsson, chef för verksamhetsutveckling, och Tomas Ulväng tar ett snack i lunchrummet.

FOTO: PETER CEDERLING

” Jag uppskattar dessutom att vi får hjälp med en analys. Det gör att man inte släpper undersökningen lika snabbt som andra kundundersökningar. Här är det så mycket mer som kommer fram som vi tänker på och arbetar vidare med.

– Det är fantastiskt! Jag uppskattar dessutom att vi får hjälp med en analys. Det gör att man inte släpper undersökningen lika snabbt som andra kundundersökningar. Här är det så mycket mer som kommer fram som vi tänker på och arbetar vidare med, säger han.

DE 72 SIDORNA med kommentarer har han skickat ut till verksamhetscheferna.

– De kommer att följa upp det med all personal. Jag vill nämligen inte bara dra det här på ett stormöte. Det här är ju något vi gjort tillsammans, varenda medarbetare är delaktig i de fina resultaten, så alla måste få känna det. Det är också ett sätt att bygga varumärke.

Några synpunkter som de tar till sig handlar om återkoppling.

– Vi har börjat arbeta mer med sms och snabbare kommunikation, till exempel skickar V/A direkt ut information via sms vid störningar på vattenleveranser och vi uppdaterar kontinuerlig status på hemsidan. Vi märker i kundundersökningen att många vill komma i kontakt med oss, få återkoppling och veta vad som händer, berättar Tomas.

DE SKAPAR NU därför en ny förbättrad kundportal.

En bra kundundersökning bjuder också svart på vitt på överraskningar.

– Något som förvånade mig var att hela 75 procent vill ha kontakt på telefon. Många av dem var unga. Vi trodde nog att många hellre ville mejla eller chatta men så var det inte. Det tar vi till oss. Vi har en bra kundtjänst som även sköter all fakturering och en del annat. De kan ofta lösa problemen direkt. ◀

Tack, alla VME:s kunder! Joshua Bender, chef Gata/Park, och Elin Granberg, VA-chef, tog del av en kundundersökning som gav bra resultat och ett kvitto på att företaget är bra – men även pekade på förbättringsmöjligheter.

FOTO: ULF BERGLUND



De fick svart på vitt att de är bra »



Hallå där...

... Marie Kilbo, fjärrvärmechef på VME, hur var kundundersökningen för er?

– Veldig positivt är att våra kunder ger oss bra betyg, tycker att vi inger förtroende och är en trygg leverantör. Det som ger negativt intryck är att vår information om fjärrvärmerna inte når ut till alla kunder och kunderna saknar bladet Fjärrvärmenytt.

Vad tar ni till er?

– Vi har startat ett arbete hur vi bättre kan kommunicera och informera ut till kund. Under hösten ska vi bland annat bjuda in kunder till träffar och damma av ett Fjärrvärmenytt i pappersformat.

Vad händer mer?

– VME bygger en ny anläggning för biobränsle i Arboga som kommer att förse kunderna i Köping, Arboga och Kolsva med hållbar fjärrvärme genom förbränning av rester från skogsindustrin. Vi ser fram emot en höst med färdigställande av byggnationerna och driftsättning av den nya pannan. «



Nya hälsoparken i Köping heter Agda Östlunds Park och är uppkallad efter en av de första kvinnorna i riksdagen. Elin Granberg, VA-chef, och Joshua Bender, chef Gata/Park, konstaterar att den blev ett lyft för Köping.

FOTO: ULF BERGLUND

En djuplodande kundundersökning pekar på förbättringsmöjligheter. Men också på vad som redan är bra. Det senare inte minst viktigt. Vi träffade VME i Köping efter deras senaste stora undersökning.

Elin Granberg är sedan många år VA-chef på Västra Mälardalens Energi & Miljö, eller VME som alla säger. Hon konstaterar att hon, och många med henne förstås, brukar tänka att om kunder inte hör av sig är de nöjda.

– Därför är det skönt att få resultatet svart på vitt när Supportföretaget levererar sin kundundersökning. Det blir ett kvitto på att vi gör mycket bra. Styrkan i undersökningen är, som jag ser det, att de faktiskt pratar med våra kunder, det är inte kryssfrågor. Här får vi direkt feedback.

Hennes kollega Joshua Bender, chef för Gata/Park, är inne på samma linje:

– En A4-sida är inte intressant och jag är inte intresserad av vad vi har för placering i förhållande till andra. Man kan inte jämföra eftersom man har olika förutsättningar i olika kommuner och bolag. Det är äpplen och päron. Jag vill veta vad våra medborgare tycker om oss och vad vi faktiskt kan påverka för att de ska vara nöjdare med oss nästa gång vi kommer i kontakt med dem.

HAN UPPSKATTAR DÄRFÖR Supportföretagets redovisning.

– I deras modell får vi se alla frågor och alla svar. Det är en jättestor skillnad jämfört med andra. Först sitter jag själv och läser över 100 sidor med kunders kommentarer. Jag läser allt, sorterar och återkopplar till de medarbetare som är berörda av synpunkterna. Ibland är det så specifikt att de skriver att ”Kaj var här och fixade vår värmepump och gjorde det så bra”. Det är skönt att läsa och viktigt att förmedla, säger han.

Redan 2010 levererade Supportföretaget kundundersökningar till Västra Mälardalens Energi & Miljö. Före bolagseringen handlade det framförallt om Fjärrvärme. Numera är det tre affärsområden som undersöks: Fjärrvärme, Vatten/Avlopp och Gata/Park.

Elin Granberg berättar att de, vid sidan av mycket positivt, alltid genom en undersökning hittar saker som kan förbättras.

– I förra undersökningen visade det sig att vi på V/A var lite anonyma. Det är viktigt att folk vet vilka vi är när vi kliver in och ska byta vattenmätare. Det där har vi jobbat med sedan dess och ser i den nya undersökningen att det gav resultat, säger hon.

NÄR VI TRÄFFAS ska hon nästa dag träffa rörnätsgänget för att gå igenom resultatet. Då kan hon peka på olika kommentarer i svaren som verkligen visar på vikten av bra bemötande.

Joshua Bender minns att det i den senaste undersökningen kom fram att just bemötandet behövde arbetas med även på hans avdelning.

– Det handlade mycket om att vi behövde bli bättre på att förklara när vi lämnar besked till folk, oavsett om det är negativa eller positiva besked. Vi tog till oss det och har jobbat med det.

Och?

– Det har blivit bättre på den punkten, visar den nya undersökningen. Det gladdde mig! Det intressanta är att det krävde inte särskilt mycket arbete. Vi tog del av resultatet och pratade i omgångar med medarbetare. Förutom att förklara tydligt behövs också en förståelse för den som har hört av sig till oss. Den har ju gjort det av en anledning och det måste vi respektera.

SOM I ALLA energibolag finns inom VME många avdelningar. Men, betonar de båda två, för kunden är det ”kommunen” eller ”VME” som de vänt sig till. Därför ser de det som viktigt att, precis som VME gjorde, göra en kundundersökning för hela bolaget.

För grunden är ju, menar de, att alla ska utvecklas för att på bästa sätt serva och hjälpa kunderna oavsett vilken avdelning man råkar tillhöra. ◀

” I Supportföretagets modell får vi se alla frågor och alla svar. Det är en jättestor skillnad jämfört med andra. Först sitter jag själv och läser över 100 sidor med kunders kommentarer. Jag läser allt, sorterar och återkopplar till de medarbetare som är berörda av synpunkterna. Ibland är det så specifikt att de skriver att ”Kaj var här och fixade vår värmepump och gjorde det så bra”. Det är skönt att läsa och viktigt att förmedla.

Hallå där, Erland Martinson, specialistintervjuare på Supportföretaget, vad innebär det?

– Att jag får det stora privilegiet att ta mig an specialkategorier, ofta inom våra existerande projekt. Det kan handla om internationella intervjuer på engelska och spanska men även på svenska när intervjuer ibland kan komma att bli extra krävande och mångfacetterade.

Engelska och spanska?

– Ja, jag är helt och hållet trespråkig vad gäller svenska, engelska och spanska i tal och skrift. Därtill kan jag konversera på hygglig franska och norskt bokmål då jag studerat franska i ett antal år och jobbat i Östfold i Norge i tre år.

Du har visst bott länge i USA?

– Ja, jag var utbytesstudent i USA under mina gymnasieår och bodde hos mina släktingar i Minnesota. Jag kom att tycka mycket om USA och bodde i Colorado i bortåt 20 år. Jag var gift med en amerikanska och vi fick tre barn, varav två bor i USA och ett i Mikronesiska federationen. Jag har under mina förvärvsarbetande år jobbat som översättare och som frilanstolk i det amerikanska rättssystemet.

Har du nytta av det nu?

– Verkligen! Färdigheter jag fick i samband med det yrket var att det gällde att få med precis allt man hör utan att varken lägga till eller dra ifrån. Som intervjuare har jag alltid detta i fokus så att jag, i största möjliga utsträckning, kan återspegla allt som sägs på ett nyanserat sätt.

Var i Sverige kommer du från, förresten?

– Bengtsfors i Dalsland. Min uppväxt, då min pappa var klassisk tenor och min mamma också musiker och körsångare, var helt och hållet präglad av musik av flera olika genrer. Jag är i botten trummis och blev under 80-talet fängslad av det vi då refererade till ”fusion” eller ”jazz fusion”.

– Parallellt med mitt musikintresse, som senare i livet kom att handla alltmer om min egen bana som klassisk tenor, låtskrivare och textförfattare, påbörjade jag språkstudier både på Göteborgs universitet och i Salamanca i Spanien.

Vad är viktigt för att intervjuer ska bli bra?

– Att ha människokänedom och att vara inlyssnande. Att använda humor och samtidigt visa på en seriositet är också viktigt. Man får känna in sig på en kunds eget tempo och sinnesstämning, ha respekt för dessa och möta den man intervjuar på ett plan som får honom eller henne att känna sig så bekväm som möjligt.

Känner du att du lär dig saker av att intervju?

– Det är helt fantastiskt och man får faktiskt, när man intervjuar folk från hela landet, ett slags bild av landets variationer vad gäller kulturliv, mentalitet och sinnesstämning, tycker jag.



– Detta kanske låter lite flummigt, men jag upplever att man får en bra inblick i folks perspektiv och välmående på olika orter i landet. I en befolkningsundersökning vi gjorde berörde vi djupare ämnen som hur folk uppfattar eller definierar glädje i sina liv. Jag var helt fängslad över de olika svaren och uppfattningarna. Ibland väcktes starka känslor hos många och det finns ingen tvekan om att man ibland blev rejält berörd som intervjuare. «

Erland Martinson har nytta av sina språkkunskaper som specialistintervjuare på Supportföretaget.

FOTO: PRIVAT

Framtiden kräver stor ökning av elproduktionen

Klimatomställningen innebär elektrifiering. Det medför att energipolitiken blir hetare än någonsin. Från att ha en ganska konstant elproduktion och elkonsumention under många år visar alla prognoser att svenska elkonsumention kommer att mer än fördubblas de närmaste 20 åren, och elproduktionen behöver hänga med i utvecklingen.

Det innebär också att elnätspolitiken har gått från att vara ett område för tekniknördar till kanske det hetaste energipolitiska området. Alla energipolitiska debatter i dag kommer in på elnätsubyggnad, tillståndsfrågor för elnätsubyggnad och regleringar för elnäten. Inom Ebba Buschs revir i regeringen jobbar man intensivt med utredningsdirektiv och översyn av spelregler och villkor för elmarknaden och elnätutvecklingen.

DE NYA PROGNOSENA kräver alltså storskalig utbyggnad av elproduktionen, och kommer att innefatta mycket ny vindkraft och kärnkraft. Inom rödgröna vänstern luckras kärnkraftsmotståndet stegvis upp. Inom blå och mörkblå högern är vindkraftsmotståndet utbrett, och det måste också luckras upp för att vi ska klara de nya målen.

Det är Bryssel och EU som håller i taktspinnen för den nya klimatpolitiken och klimatomställningen. De svenska ambitionerna att gå före har skruvats ned med nuvarande regering, och klimatmålen utformas i sammanträden i Bryssel. I den svenska energi- och klimatplanen som skickats till Bryssel under sommaren, pratar man mer om att använda EU:s flexibla mekanismer för att nå de EU-fastställda målen, än att Sverige på egen hand ska vara bäst i klassen och klara alla utsläppsminskningar på egen hand.

Vi har nyligen haft ett val till Europaparlamen-



SWÄRDS VÄRLD

tet. Prognoserna pekade på stora framgångar för partier längst ut på högerkanten. Det skulle också kunna innebära en uppmjukning av EU:s ambitiösa klimatpolitik.

HÖGERSVÄNGEN BLEV DOCK mer måttlig än vad man hade räknat med. Den fortsatt största partigruppen i Europaparlamentet blev European Peoples Party, EPP, där Moderaterna och Kristdemokraterna ingår från svenska sidan. Den ökade några mandat till 184 av de 720 platserna i Europaparlamentet. Att EPP behöll sina ställningar i parlamentet har också banat väg för att Ursula von der Leyen har omvalts som EU-kommissionens ordförande.

Den näst största gruppen i Europaparlamentet blev det som kallas för S&D, Group of Progressive Alliance of Socialists and Democrats, som fick 139 mandat, en viss tillbakagång men ändå med bred marginal den näst största gruppen i parlamentet. Kan dessa två partigrupper fortsätta samarbeta

på liknande sätt som man har gjort senaste mandatperioden, medför det att EU:s klimatpolitik och energipolitiska inriktning ligger fast.

TILLSAMMANS MED PARTIGRUPPEN Renew Europe Group, där Liberalerna och Centerpartiet ingår från svenskt håll, utgör man en storcoalition som efter EU-valet har 56 procent av alla mandat i Europaparlamentet. Man kommer knappast att riva upp redan

fattade beslut på klimat- och energiområdet. Att förhandla fram ett nytt klimatmål för 2040 är första prioritet för det nyvalda Europaparlamentet och den nya EU-kommission som ska tillträda vid årsskiftet. ◀

Passion för Energis krönikör Stefan Svärd är doktor i statskunskap och har arbetat med energi/miljö i 30 år.

» Motståndet mot kärnkraft och vindkraft måste luckras upp för att vi ska klara de nya målen.

Returadress
Supportföretaget
Stenby 12
731 91 Köping

B

PORTO BETALT
PORT PAYÉ



Dags att genomföra en kundundersökning värd namnet?

Ett 90-tal av landets energibolag väljer Supportföretaget för sina kundundersökningar – och de blir stadigt fler.

Är ni också nyfikna på oss? Behöver ni också ta ett nytt grepp om era kundundersökningar? Oavsett var i landet ni finns och oavsett storlek på er energikoncern träffar vi gärna er för ett kostnadsfritt möte, antingen ses vi på plats hos er eller via Teams.

Vi lovar dessutom en sak:

Efter mötet kommer vi *inte* att jaga er eller tjata på er om samarbete. Så arbetar inte vi. Vill ni efter kontakten med oss skapa ett samarbete är vi tack-samma, men väljer ni en annan leverantör som känns bättre för er respekterar vi det.

Men börja gärna med ett mejl till oss så tar vi det därifrån: **energi@supportforetaget.se**.



Support Företaget

www.supportforetaget.se
energi@supportforetaget.se
Kundservice: +46 (0)221 42 000

Passion för Energi är en miljömärkt energibranschtidning, kostnadsfri och helt fri från reklamfinansierade reportage. Den är vårt sätt att ge tillbaka inspiration till en fantastisk bransch. Vi som ger ut Passion för Energi är ett ledande marknadsundersökningsföretag inom energibranschen. Vi tror på marknadsundersökningar utöver det vanliga och träffsäkra analyser där statistiken får gå hand i hand med innovationen, känslan och upplevelsen. Här får ni ta del av allt det spännande som händer i vår värld, ute hos våra kunder och inom energipolitiken. Oavsett om du är kund hos oss i dag eller inte, låt dig inspireras. Varmt välkommen!