



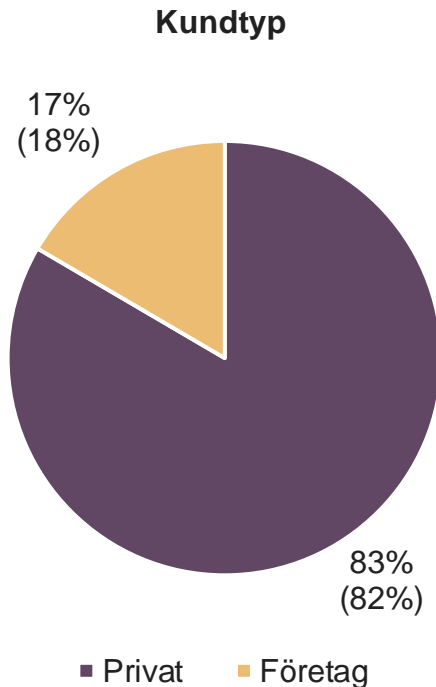
Trollhättan Energi

Varumärkesundersökning 2024

GENOMFÖRD AV ORIGO GROUP
APRIL 2024

Origo Group

Om respondenterna



Företagskunderna utgör ungefär sex procent av alla kunder och är på grund av urvalsförfarandet överrepresenterade i totalresultatet.

Det är i årets undersökning en lägre andel kunder som varit kund mer än 10 år, jämfört med fjölårets undersökning.

Hur länge har du varit kund hos Trollhättan Energi?	2023		2024	
	2023	2024	Privat	Företag
Mindre än 1 år	6%	5%	5%	2%
1-2 år	4%	7%	7%	6%
3-5 år	12%	10%	9%	13%
6-10 år	12%	12%	12%	14%
Mer än 10 år	63%	61%	62%	59%
Vet ej	3%	5%	5%	6%

Om respondenterna

Nästan samtliga respondenter köper **elnät** av Trollhättan Energi. Andelen är något högre bland privatkunder men det är även vanligaste produkten bland företagskunder.

Privatkunderna har i högre grad **fiber** hos Trollhättan Energi och företagskunder har i högre grad **vatten och avlopp**, **elhandel** och **fjärrvärme**.

Företagskunderna har i genomsnitt något **fler produkter** hos Trollhättan Energi jämfört med privatkunderna.

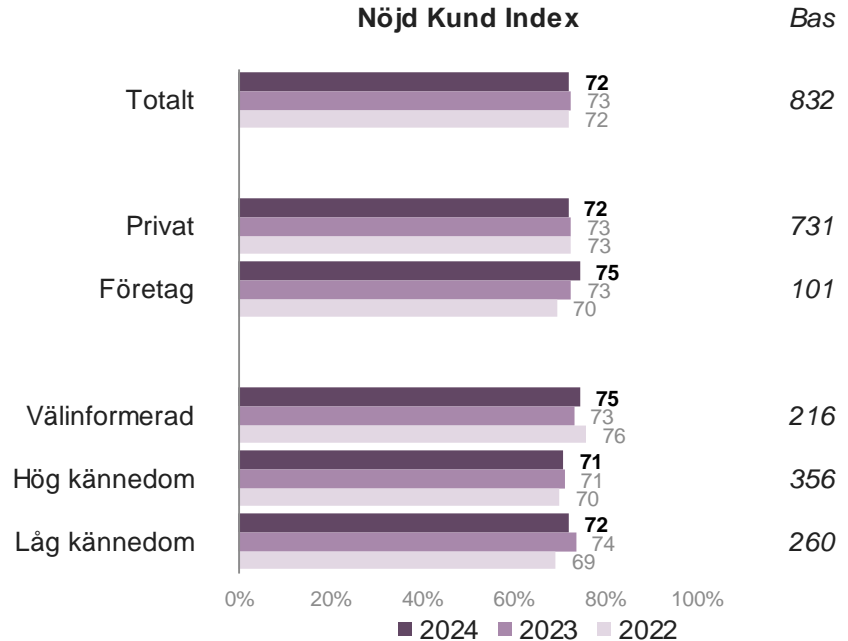
Det genomsnittliga antalet produkter per kund är i princip oförändrat jämfört med fjolårets undersökning.

Produktinnehav	2023	2024	Privat	Företag
Elnät	92%	92%	93%	86%
Avfall och återvinning	61%	63%	63%	65%
Vatten och avlopp	47%	50%	49%	56%
Elhandel	42%	44%	43%	49%
Fiber	39%	41%	44%	25%
Fjärrvärme	10%	9%	5%	38%

Antal produkter	2023	2024	Privat	Företag
1	19%	18%	17%	19%
2	26%	26%	27%	21%
3	17%	16%	16%	12%
4	24%	24%	24%	26%
5	11%	14%	14%	17%
6	3%	3%	2%	6%

NKI ökar för företagskunder och ligger totalt sett på en stabil nivå över tid

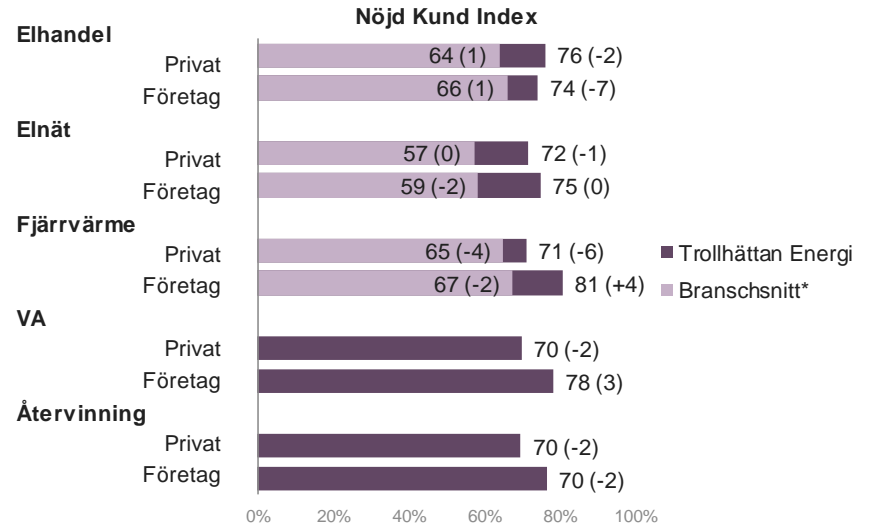
Liten skillnad för NKI bland kunder med hög respektive låg kännedom.



Trollhättan Energis NKI är högre än branschsnittet

NKI för Trollhättan Energi minskar tydligt för fjärrvärme bland privatkunder men ligger på en fortsatt högre nivå än branschgenomsnittet. NKI för elhandel bland företagskunder minskar också.

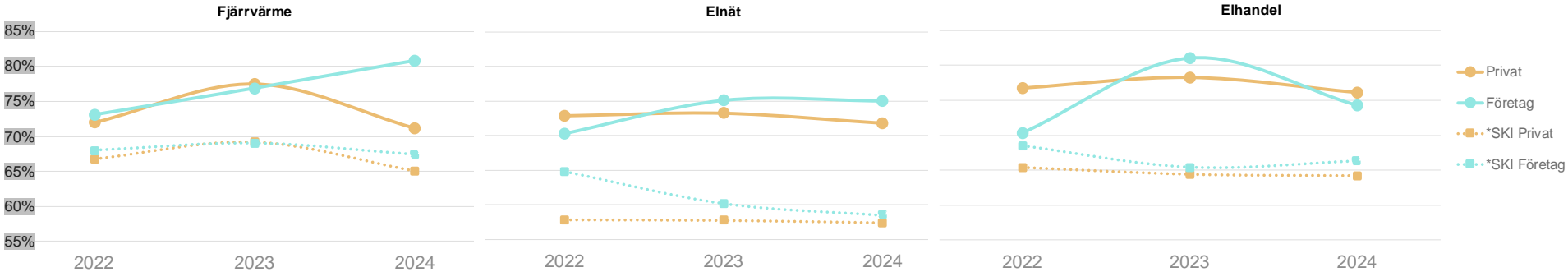
Notera att det finns viss överlappning i dessa grupper då många kunder köper mer än en produkt/tjänst från bolaget och nästan samtliga ingår i resultat för elnät.



*Källa: SKI Energi 2023, en undersökning som genomförs av Svenskt Kvalitetsindex. Branschsnitt saknas för VA och Återvinning. Värderna inom parentes indikerar förändring mot fjolårets resultat.

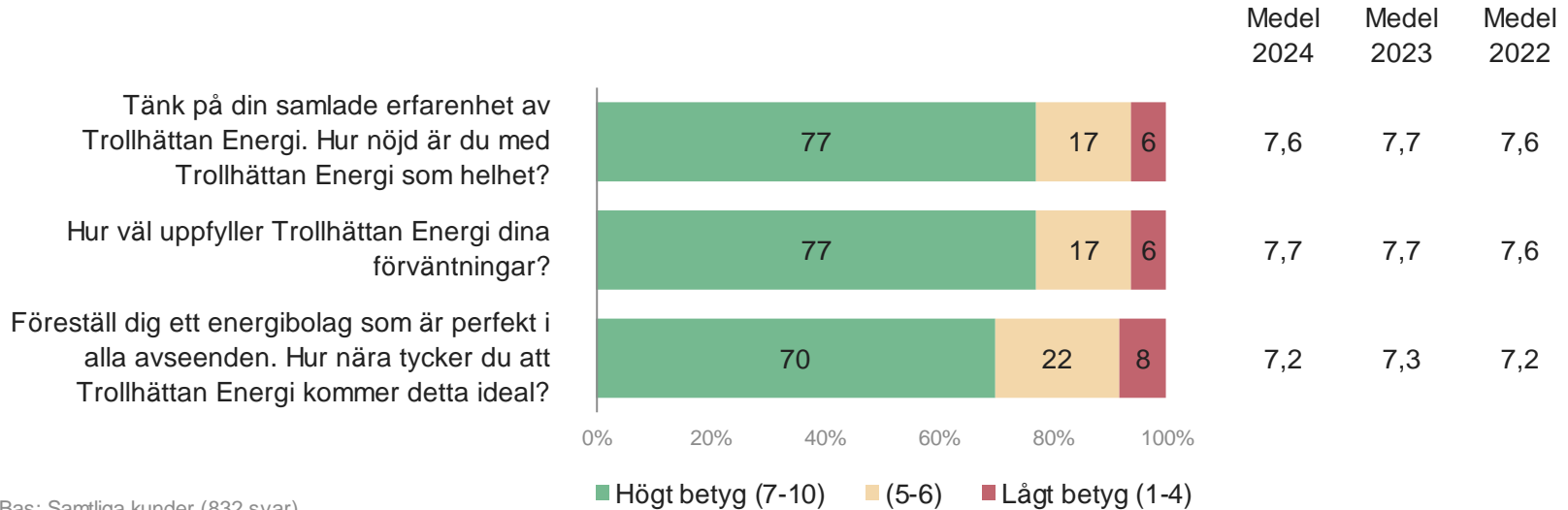
NKI är på en högre nivå än branschgenomsnittet över tid

NKI ligger tydligt högre än branschsnittet över tid på samtliga jämförbara områden. För fjärrvärme följer Trollhättan Energi den övergripande marknadstrenden sett till privatkunder, medan företagskunder avviker från marknadstrenden i en positiv riktning.



*Källa: SKI Energi 2023; 2022; 2021, en undersökning som genomförs av Svenskt Kvalitetsindex. Notera att årets resultat jämförs mot föregående års branschvärden. T.ex. jämförs 2024 års resultat för Trollhättan Energi mot SKI Energi rapport från november 2023. Observera att y-axel inte visar full skala.

Helhetsbetyget ligger på en stabilt hög nivå över tid



Bas: Samtliga kunder (832 svar).

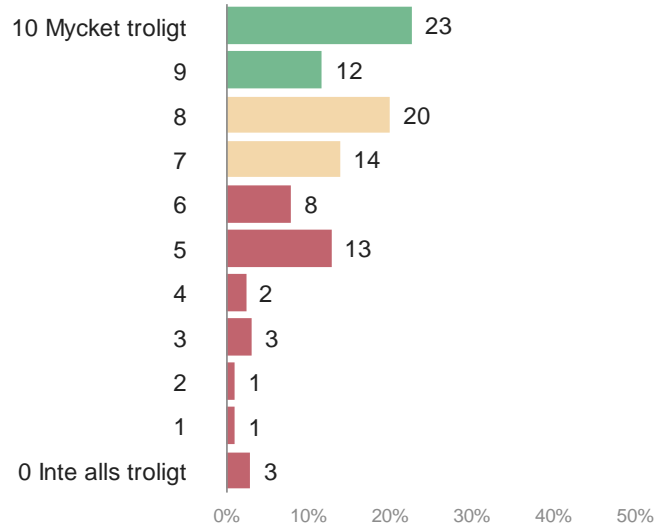
NPS visar positiva tecken men indikerar även möjligheter för förbättring

Trollhättan Energis NPS ligger på +3, vilket är på den lägre sidan men visar ändå på en övervikt av ambassadörer jämfört med kritiker.

Ambassadörer upplever i särskilt hög grad Trollhättan Energi som kunniga, bidragande till Trollhättans utveckling och ansvarstagande.

Kritikerna är genomgående minst positiva till Trollhättan Energi. Dessa personer vill framförallt få information från företaget via Facebook och brevtuskick.

Hur troligt är det att du skulle rekommendera Trollhättan Energi till andra?



Promoters:
34%

Passives:
34%

Detractors:
31%

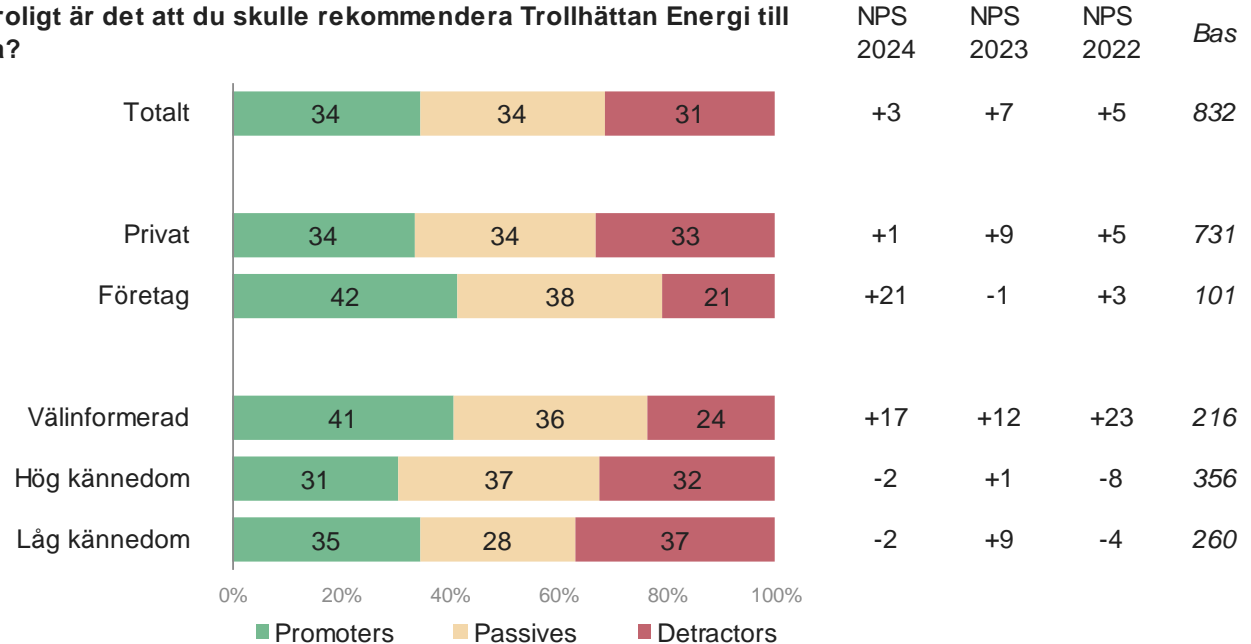
NPS: +3

	2023	2022
Promoters:	36%	34%
Passives:	35%	37%
Detractors:	29%	29%
NPS:	+7	+5

Rekommendationsviljan ökar avsevärt bland företagskunder

Jämfört med fjolårets mätning syns ett något lägre NPS bland de mest välinformerade kunderna. Det sker även en tydlig minskning bland privatkunder och de med lägst kännedom.

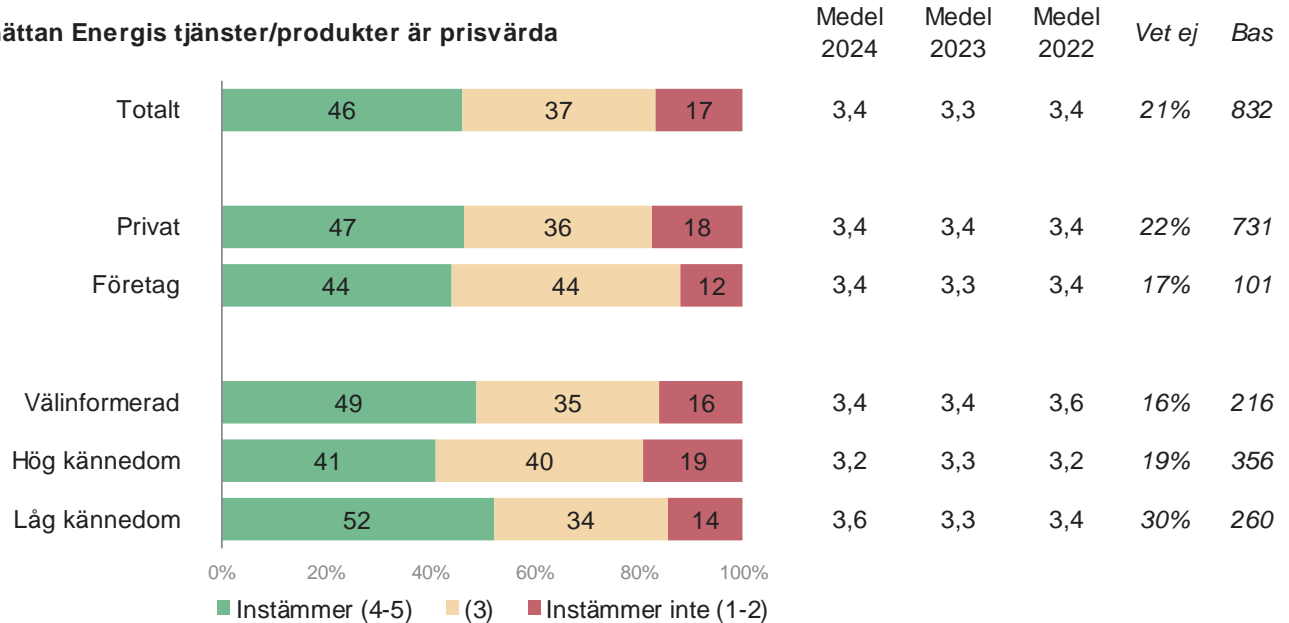
Hur troligt är det att du skulle rekommendera Trollhättan Energi till andra?



Prisvärdheten ligger på en stabil nivå och visar på förbättring bland kunder med låg kännedom

Prisvärdheten är högre bland kunder som känner att produkterna/tjänsterna motsvarar deras förväntningar.

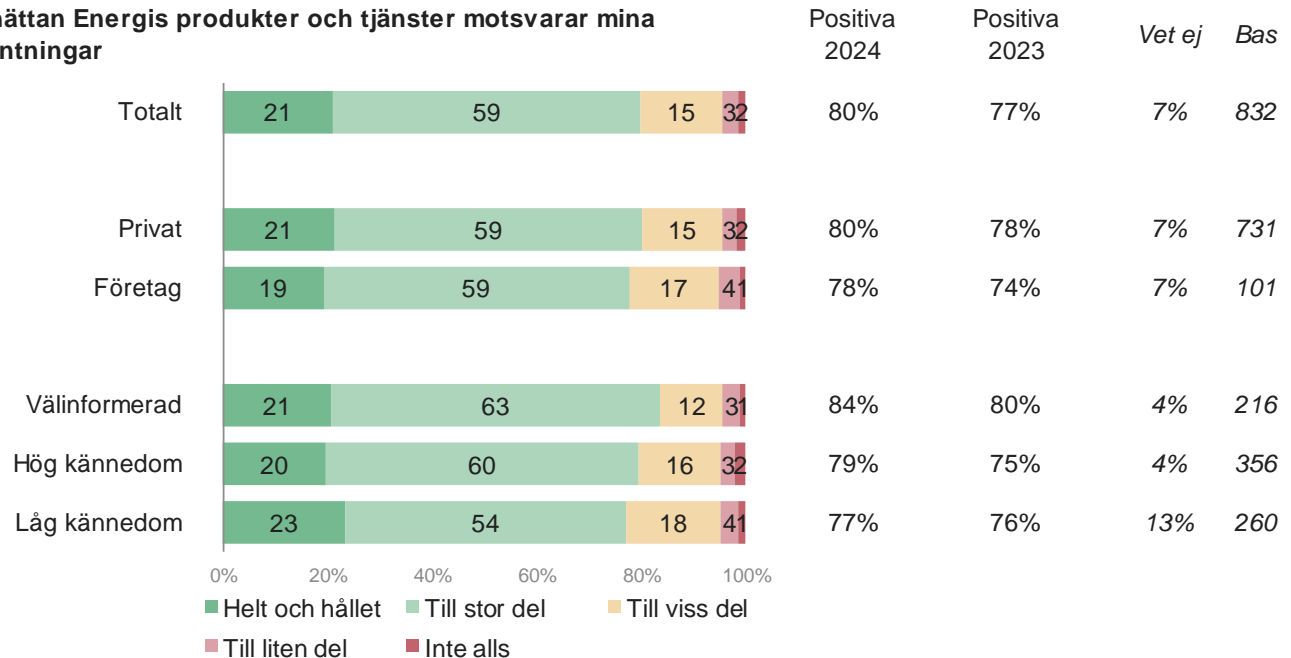
Trollhättan Energis tjänster/produkter är prisvärda



Fyra av fem upplever att deras förväntningar motsvaras i hög grad

De som i hög grad känner att deras förväntningar kring produkter/tjänster motsvaras upplever också att Trollhättan Energi har bra koll på dem som kunder.

Trollhättan Energis produkter och tjänster motsvarar mina förväntningar

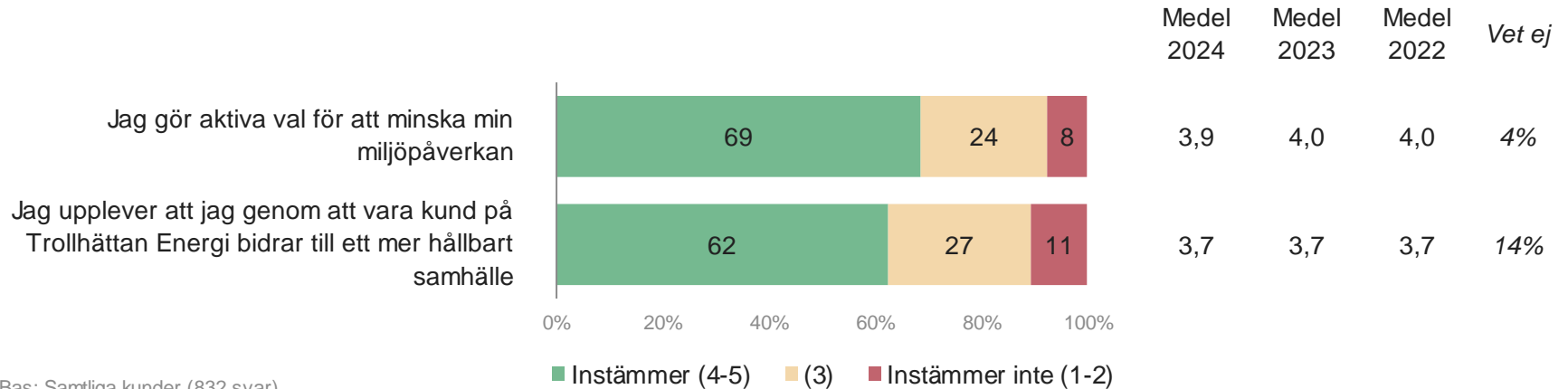


Ny fråga 2023.

Bas: Samtliga kunder (antal svar till höger om figur).

Omkring två tredjedelar instämmer i att de gör aktiva val för att minska miljöpåverkan

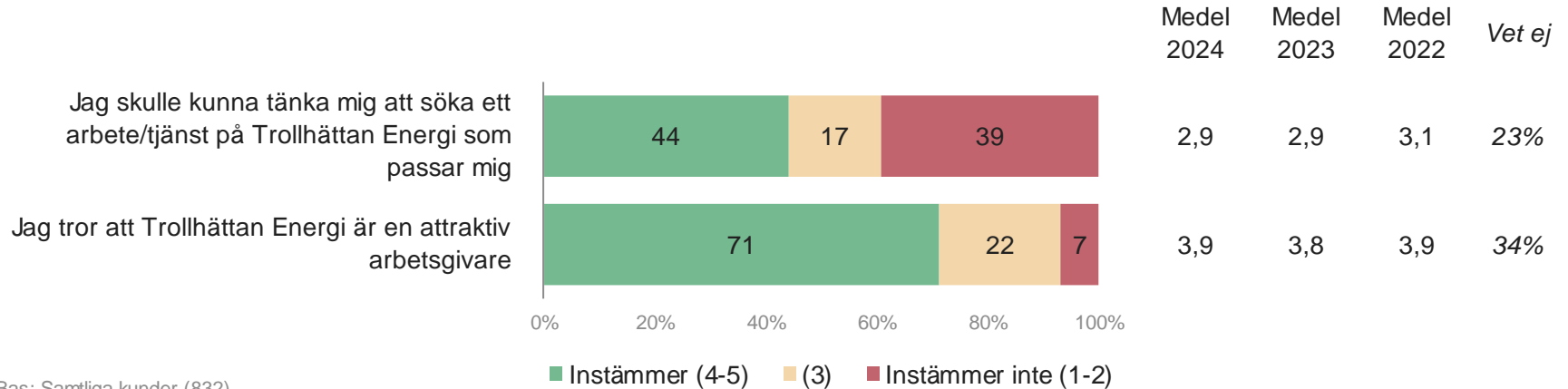
Andelen som upplever att de bidrar till ett mer hållbart samhälle genom att vara kund hos Trollhättan Energi är på en jämn nivå över tid.



Bas: Samtliga kunder (832 svar).

Majoriteten tror att Trollhättan Energi är en attraktiv arbetsgivare

Nära hälften av de som uttrycker en åsikt är öppna för att ansöka om jobb hos företaget, men en betydande del har ännu inte bildat sig en uppfattning om frågorna.



Bas: Samtliga kunder (832).