

# Kundrelationer, förtroende & förväntningar

- Djupintervjuer med "professionella" fjärrvärmekunder, företrädesvis fastighetsbolag, samt representanter för fjärrvärmebolag om kundrelationen:
  - *Innehåll & karaktär, service, kommunikation, förändring över tid, framtiden*
  - *Fokus vid s.k. mjuka faktorer som t.ex. (personliga) relationer och kontakt, förtroende och attityd*
- fyra teman om kundförväntningar på service
- fjärrvärmeföretagens och kundernas bilder av kundrelationen
- Vilken roll kan förtroende och förväntningar spela för fjärrvärmeföretag?

# Förväntningar 1.

## Var kompetent – på produkt- och kundsidan

*”När du börjar resonera med dom här människorna så har dom väldigt lätt att sätta sig in i vår sits och har väldigt lätt för att ta till sig resonemanget. ...*

*Alltså dom bygger dom här systemen, så man kan detta, men fokus är och har varit produktionsorienterat. (...)*

*Dom behöver interagera med sina kunder också, vi är ju en del av deras produktionsapparat och då behöver dom ha en bra relation.”*

- teknisk och produktkompetens, men kundsidan?

# Förväntningar 2.

## Visa återkopplingsvilja – informera och förklara

*“Det är ju inte väldigt lätt för en lekman att sätta sig i hur taxorna är konstruerade och hur man kan göra för att hålla nere sina kostnader.*

*Utan det är nästan så att man tror att dom är konstruerade för att vara så svåra att begripa som möjligt. För att dom ska kunna tjäna så mycket pengar som möjligt.”*

- pedagogisk uppgift

# Förväntningar 3.

## Visa respekt för kundens verksamhet

*”Det är mer att dom servar på förfrågan. Jag hade gärna sett att dom hade hört av sig och frågat ”hur går det?” och så. Det har inte hänt sedan 2008 när jag började här.”*

(kund som är beroende av säkra leveranser över lång tid med stort ansvar)

*“Dom bara kör- 'ja nu går vi in i det huset.' - precis som att det är dom som äger våra hus!”*

- respektfullt eller enväldigt?

# Förväntningar 4.

Var empatisk – lär känna min bransch, ligg steget före?

*”Man tog inte oss på allvar i detta utan genomförde sin prishöjning ändå och man har inte speciellt mycket kundmedvetenhet.”*

- hur intim är en sådan relation?

*“Vi har faktiskt under det senaste året startat ett ganska genomgående, djupgående samarbete vilket gör att när vi planerar en förändring av en skola som heter X skolan och som vi totalrenoverade för ett antal miljoner (...) ett jättestort projekt i våra perspektiv; där har vi, innan vi började, träffat ansvariga på X energi och diskuterat med dom om hur vi skulle göra en smart lösning som funkar för dom också”*

# Bilder av kundrelationen

## Fjärrvärmeföretagen:

- Löser tekniska problem...

*”Många saker växer fram när man är lyhörd, och så träffar man ändå kunden x gånger per månad eller år. Då gäller det att se möjligheterna när man kan gå in och göra något åt den kunden...”*

- ...men vill utveckla kundrelationen

*”... Då tror jag att det är väldigt viktigt att vi möter kunderna och att dom får berätta vad dom tycker och tänker.”*

## Kunderna:

- Framhåller brister i dialogen

*”Man är väldigt fyrkantig och har fokus utifrån sin produktionsverksamhet. Sedan har man en marknadsavdelning som ska vara mer kundorienterade och sitter och uppfinner saker hela tiden. Många gånger är det saker som vi inte vill ha.”*

**”Behandla mig som en kund åtminstone!”**

- ...och företagens marknadsmässighet

*”Det är ett oförstående och ett väldigt: 'Du ska inte tro att du får någonting extra'. Det är synen dom har på mig som kund.”*



# Positiva röster

”Vi vill helst ha fjärrvärme”

”Dom gör ett bra jobb”

”Nu förstår jag priset”

*Kunderna vill säga ...*

**Var kompetent – på produkt- och kundsidan**

**Visa återkopplingsvilja: Informera och förklara**

**Visa respekt för vår verksamhet**

**Var empatisk:**

**Lär känna min bransch och ligg steget före**

