



Ta förtroende på allvar!

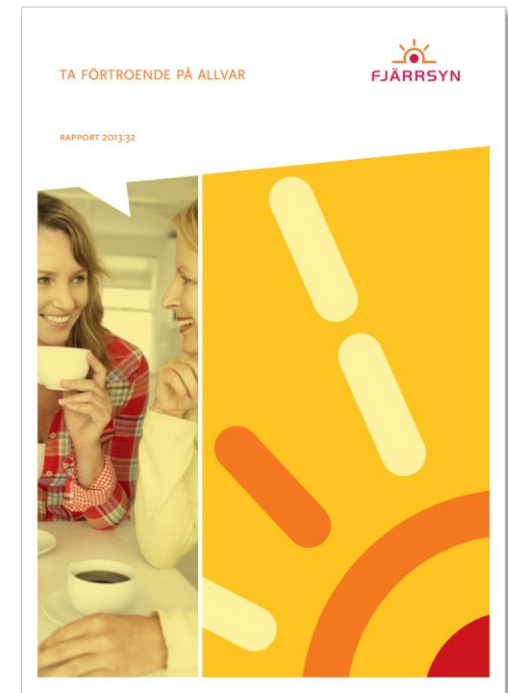
2016-05-31

Ebba Löfblad, Profu



Bakgrunden till våra projekt kring förtroende inom fjärrvärmebranschen

- Initierades i samband med projektet *Fjärrvärmens Affärsmodeller* (2010-2013)
- *Fjärrvärmens utmaningar* – ökad konkurrens, minskad efterfrågan och ändrade kundkrav



Prisreglering eller konkurrens
- ett vägval för fjärrvärmerna

Neapels sopor förorenar i Stockholm

Fortum öppnar näten, en eftergift under galgen?

Sopimport fel vägval för
kommunerna

Prishöjarprövning ska återupprätta
förtroendet för fjärrvärmebolagen

Insyn väntas sänka fjärrvärmepriset
Allt dyrare fjärrvärme

Fjärrvärmens förtroende förbättras
med restvärme och konkurrens

”Skrota monopolet på
fjärrvärme”



”Nackdelen med fjärrvärme är ju att man blir låst till en leverantör. De har ju monopol på ledningen, och kan alltså sätta vilket pris de vill. ”

Inlägg på internetforumet Familjeliv

”Fredrik Jonsson i Stockholm som tittat på vilket sätt familjen ska värma upp sitt nya hus beskriver fjärrvärmeföretagets information och försäljningsteknik nästan som utpressning.”

Ur inslag ”Kritik mot skillnader i fjärrvärmepreis”, Sveriges Radio

Vad är förtroende?

”vara villig att ta risken att i någon mening utlämna sig till någon, till exempel genom att gå in i en relation”

*”vara villig att ta risken att i någon mening utlämna sig till ett **företag**, till exempel genom att gå in i en **kundrelation**”*

Legitimitet är en grundsten och är nära förknippat med förtroende.

Tillförlitlighet och trovärdighet skapar grunden för förtroende och tillit.



Omgjord figur efter Sandoff m.fl. (2013). Kundens förtroende.

För att vara trovärdig krävs att företaget uppvisar:

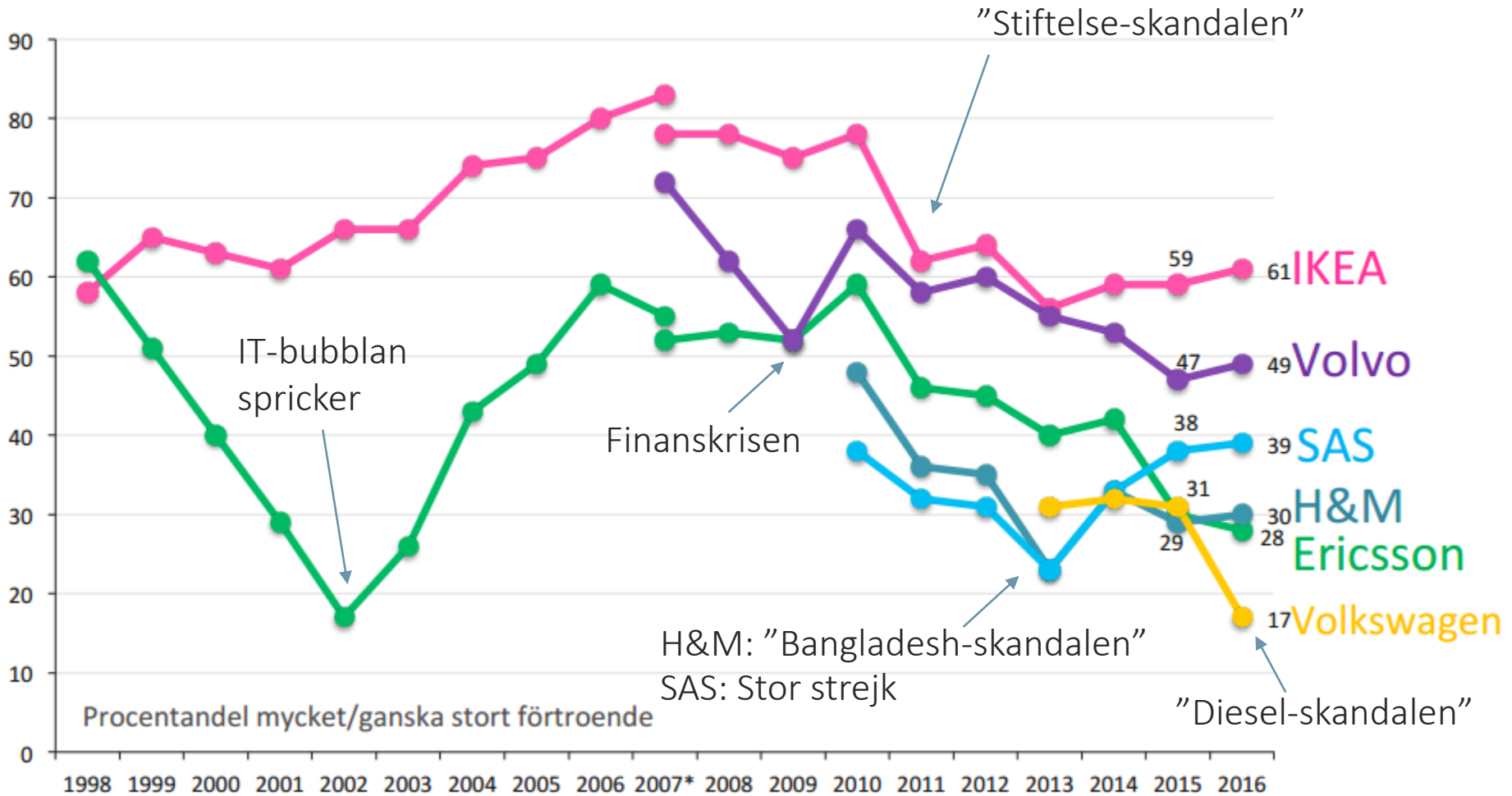
- Förmåga och vilja att kommunicera
- Självkontroll (kontroll över sin situation)
- Social kompetens; empati och anpassningsförmåga
- Karaktär; ärlighet, välvilja
- Kunskap som säkerställer tillförlitligheten
- Konsistens avseende hur man agerar idag och över tid

Förtroende och tillit är grunden till bra affärsrelationer, och nyckeln till att attrahera nya kunder.

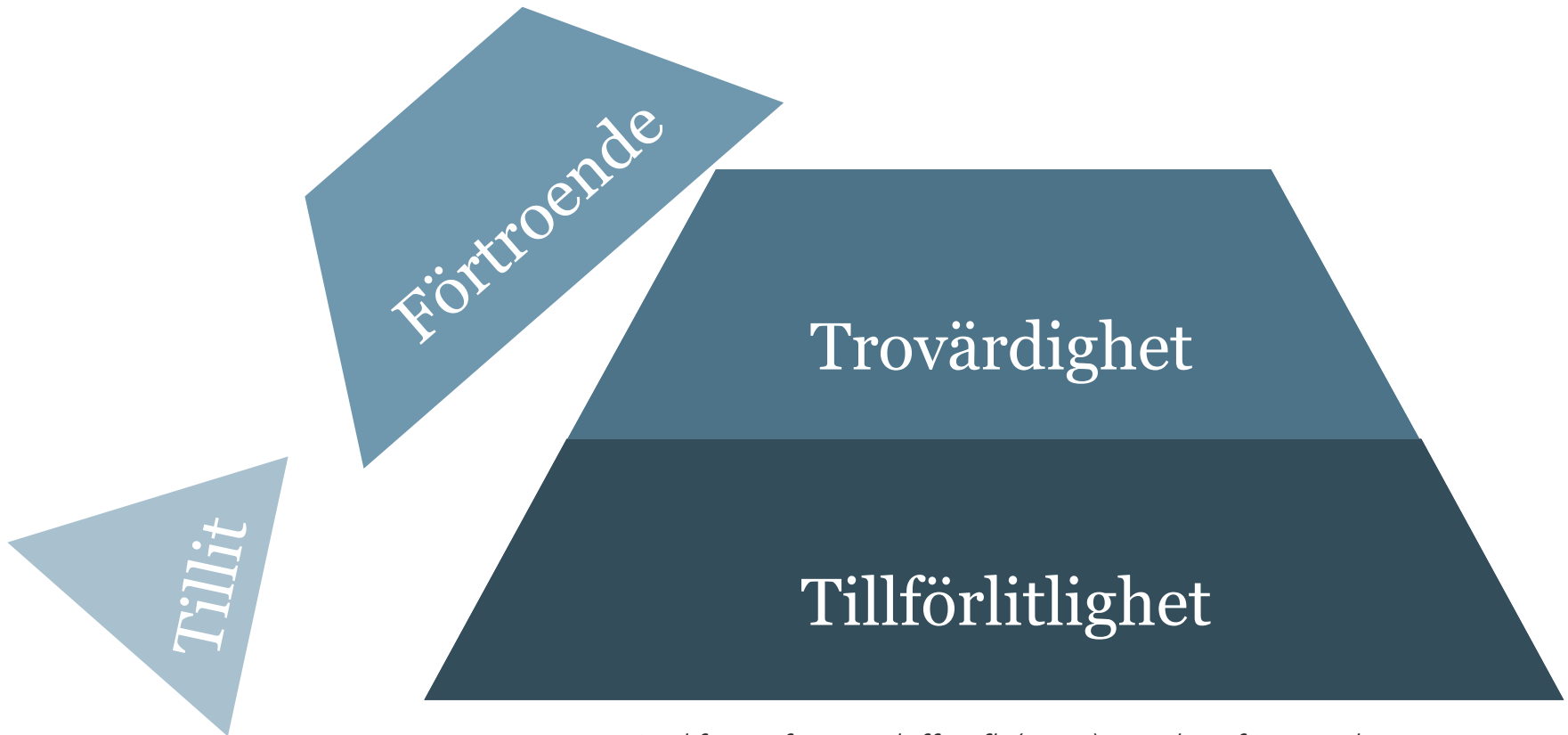
Kundens förtroende är avgörande för ett företags framgångar.



Förtroende för utvalda företag



Tillit och förtroende tar
lång tid att bygga upp, men
går snabbt att radera.



Omgjord figur efter Sandoff m.fl. (2013). Kundens förtroende.

Fjärrsyns forskning har bl.a. visat:

- Företagen är bra vad gäller att framstå som trovärdiga, men sämre på det relationella förtroendet.
- Fjärrvärmeföretagens syn på kundernas förtroende för det egna bolaget stämmer inte överens med hur kunderna faktiskt ser på företagen.

Förtroendetrappan inom Fjärrsyn

"Trappan". Fyra steg av förtroende- och legitimitetsbyggande



Kundernas råd

- Var kompetent – både på produkt- och kundsidan
- Visa återkopplingsvilja – förklara saker och håll mig informerad
- Visa respekt för vår verksamhet
- Var empatisk – lär känna min bransch och ligg steget före

Tack för att ni lyssnade!

Rapporterna går att ladda ner via:

www.fjarrvarmensaffarsmodeller.se/pdf/KF.pdf

www.energiforsk.se



profu

Ebba Löfblad

ebba.lofblad@profu.se