

## E.ON wordt 2 keer zo vaak aanbevolen dan collega-aanbieders

### Het onderzoek

In maart en april heeft een onderzoek plaatsgevonden naar de Net Promoter Score onder zakelijke klanten van E.ON, Essent, Nuon en Eneco. Het onderzoek is uitgevoerd door het bedrijf Management Consult uit Mannheim. Van elke genoemde energieleverancier zijn 300 klanten benaderd.

De klanten, in dit geval bedrijven, zijn gebeld en hebben vragen gekregen als: Wat is uw kennis over de energieleverancier? Wat is uw switchintentie? Hebt u iets over uw leverancier in de media gehoord en hoe waarschijnlijk is het dat u uw leverancier aanbeveelt aan een vriend of collega? Dit gebeurt op een schaal van 1-10.

### Wat is Net Promoter Score (NPS)?

De Net Promoter Score is een vraagwijze waarmee we kunnen zien hoe tevreden klanten over haar leverancier zijn.

Hoe wordt de NPS berekend?

- Wie een 9 of 10 geeft, is een 'promotor'.
- Wie een 7 of 8 geeft, is 'passief'.
- Wie een cijfer van 0 tot 6 geeft, is een 'tegenstander'.

De uiteindelijke Net Promoter Score = het aantal promotors minus het aantal tegenstanders.

Promotors en passieven zijn minder bereid om naar een concurrent over te stappen dan tegenstanders. Het is dus belangrijk het aantal tegenstanders zo laag mogelijk te maken en te houden.



E.ON gebruikt dit instrument al in Engeland, Duitsland, Italië en Zweden. In de Benelux, Spanje en Tsjechië ging het NPS-programma eind vorig jaar van start. Het is de ambitie van E.ON Benelux om in de top 3 te komen van elektriciteitsproducenten met de hoogste klantenloyaliteit.

## Resultaat

Uit het onderzoek blijkt dat E.ON procentueel gezien 2 keer zo vaak wordt aanbevolen (de promotors) vergeleken met de grote 3: Essent, Nuon en Eneco. Het percentage tegenstanders (detractors) is bij E.ON tevens het laagst.

