

Kerstin Sernhed har tillsammans med kollegan Jessica Englund skrivit rapporten "Från bulkleverantör till energipartner. En kartläggning av energitjänster i svenska fjärrvärmeföretag".

I rapporten har författarna kartlagt hur vanligt det är att fjärrvärmeföretag erbjuder energitjänster samt vilka hinder och möjligheter som företagen upplever att det finns i inom detta affärssegment. I studien kartläggs företagens erbjudanden utifrån nio olika typer av energitjänster: energistatistik, energibesiktning, energideklaration, energirådgivning och analys, energieffektivisering, laststyrning, serviceavtal, energitjänsteavtal för drift och underhåll, samt funktionsavtal.

I den enkät, som studien delvis baseras på, svarar 80 procent fjärrvärmebolagen att de erbjuder en eller flera typer av energitjänster. De som erbjuder flest energitjänster är de energibolag som har flera verksamhetsområden utöver fjärrvärme.

– De typer av energitjänster som de flesta fjärrvärmeföretag erbjuder är serviceavtal och statistiktjänster. Vad som ingår i tjänsterna och hur pass avancerade tjänsterna är skiftar dock mycket mellan olika företag, säger Kerstin Sernhed och fortsätter:

– Att det är just dessa tjänster som erbjuds känns naturligt eftersom det rör sig om områden som företagen har arbetat med länge.

Behov av direkta energitjänster

Förutom serviceavtal och statistiktjänster finns det ett stort behov hos fastighetsägare av direkta energitjänster, det vill säga tjänster som hjälper kunden med att spara energi.

Fastighetsägarna har ofta inte så bra kunskap om energieffektivisering och därför kan energibolaget få en viktig roll genom att erbjuda energitjänster. Men det finns många aktörer på energitjänstemarknaden och det gäller därför att visa framfötterna nu.

– Fjärrvärmeföretag är vana att sälja sin produkt på en volymorienterad marknad, men med tanke på den vikande försäljningen kan energitjänster bli ett nytt och viktigt affärsområde. Indirekta energitjänster som till exempel analys, besiktning och deklarerationer kan utgöra viktiga instegsaffärer till de direkta energitjänsterna som innebär att man energieffektiviserar hos kund. Därför är det viktigt för företaget att ha en genomtänkt strategi för hela energitjänsteportföljen.

Krävs kompetens

Det som oroar Kerstin Sernhed är att de företag som idag inte erbjuder några energitjänster alls är de företag som oftast enbart säljer fjärrvärme och

– Energitjänster är en växande bransch – även i en lågkonjunktur. Många energibolag erbjuder energitjänster idag, men endast ett fåtal har kommit så långt att de erbjuder avancerade tjänster som de kan ta betalt för. För att lyckas krävs en tydlig satsning från ledningen och att det finns rätt kompetens i bolaget, anser Kerstin Sernhed på Grontmij.

Energitjänster en outnyttjad affärsmöjlighet

det är de som egentligen är i störst behov av att utveckla bolagen.

Vad krävs då för att lyckas med energitjänster?

– Att arbetet med energitjänster förankras internt.

Det kan vara svårt för en volyminriktad bransch att ställa om från volymförsäljning till ett tjänsteperspektiv där kundens behov ställs i fokus på ett helt annat sätt. Det krävs därför att ledning och personal är med på detta arbete.

– Det krävs också kompetent personal inom företaget som kan lägga tid och resurser på att arbeta med energitjänster på ett bra sätt. Organisationen kan behöva anpassas, speciellt om energitjänsteutbudet växer och kan utvecklas till ett eget verksamhetsområde.



Kerstin Sernhed.

Marknadsföring eftersatt

– Ytterligare en viktig faktor för att lyckas med energitjänster är marknadsföring. Det är idag ett mycket eftersatt område i branschen, både när det gäller att undersöka vad kunderna vill ha och när det gäller att marknadsföra färdiga tjänster. Ibland informerar företagen enbart om energitjänsterna på hemsidan, där kunden själv tvingas leta reda på informationen.

– För att fånga kundernas uppmärksamhet krävs en mycket aktivare strategi än så och som i all marknadsföring krävs det repetition för att ett budskap ska sätta sig i folks medvetande, avslutar Kerstin Sernhed.

FLERA | faktorer

För att lyckas med en satsning på energitjänster krävs flera samverkande faktorer:

- Att det finns en vision och ett intresse för energitjänster i företaget. Intresset måste komma uppifrån för att utvecklingen av energitjänster ska prioriteras.
- Att det finns ett kundbehov som kan tillfredsställas genom tjänsten.
- Att det finns resurser i form av investeringsbudget och tillgång till personal.
- Att det finns möjligheter till anpassning i organisationen, speciellt då energitjänsteutbudet växer och kan utvecklas till ett eget verksamhetsområde.
- Att det finns tekniska förutsättningar för att utveckla energitjänster, till exempel fjärravlästa mätare.
- Att energitjänsterna marknadsförs.

L Ä S | mer

- Rapporten "Från bulkleverantör till energipartner. En kartläggning av energitjänster i svenska fjärrvärmeföretag" kan laddas ner från www.svenskfjarrvarme.se/fjarrsyn

◀ ANN-SOFIE BORGLUND