



Effectory, Medewerkers- en klantenonderzoek

---

[Home](#) > Greenchoice en Delta hebben de meest loyale klanten

## Greenchoice en Delta hebben de meest loyale klanten

Ruim 9 op de 10 ondervraagden van zowel Delta als Greenchoice geeft aan loyaal te zijn naar hun energieleverancier. Bijna 60% van de klanten van Greenchoice is zelfs supporter. Deze groep klanten verwacht zaken met Greenchoice te blijven doen én raadt de energieleverancier actief aan bij anderen. Het imago van beide energieleveranciers is ook bovengemiddeld: het meest betrouwbaar en het meest klantgericht.

14 Jan 2010

Verder blijkt uit onafhankelijk onderzoek dat ongeveer 1 op de 10 ondervraagden zich niet bewust is dat hij of zij ieder moment van energieleverancier kan switchen. Laagopgeleiden zijn zich daar veel beter bewust van dan hoger opgeleiden. Saillant detail is dat vrouwen significant meer tevreden zijn dan mannen als het gaat om het afhandelen van klachten door de energieleverancier. Dit blijkt uit onafhankelijk onderzoek van Effectory, grote marktspeeler in klantenonderzoek en marktleider op gebied van medewerkersonderzoek. Het onderzoek is uitgevoerd onder de volgende energieaanbieders: Essent, Nuon, Eneco, Delta, Nederlandse Energie Maatschappij, Greenchoice, Cogas, Energie Direct, Oxxio en Electrabel, waarbij ruim 300 consumenten zijn ondervraagd.

### 1 op de 3 consumenten loyaal

Guido Heezen, directeur van Effectory: “Opvallend is dat afgelopen jaar maar liefst 1 op de 4 consumenten een switch qua energieleverancier heeft gemaakt. Dat terwijl uit het onderzoek ook blijkt dat circa 1 op de 3 respondenten loyaal is en meer dan 10 jaar klant is bij dezelfde energieleverancier. Focus daarom niet alleen op het binnenhalen van nieuwe klanten, maar juist op de loyale klanten en creëer supporters. Supporters zijn essentieel voor het organisatiesucces, zij praten positief over de organisatie en dragen zo proactief bij aan klantwerving.”

### Grote regionale verschillen

Ondervraagden uit het zuiden van Nederland zijn het meest tevreden met hun energieleverancier en hebben gemiddeld een rapportcijfer van 8,5 gegeven. Consumenten uit regio Oost zijn het minst tevreden (rapportcijfer 6,9). Respondenten uit regio Oost hebben dan ook de meeste klachten gestuurd (25%) en het zuiden het minst (9%). Klanten die tussen de 1 en 3 jaar klant

zijn, zijn het minst tevreden en hebben de hoogste switchintentie. Als het om leeftijd en tevredenheid gaat, dan geldt hoe ouder de klant is, des te hoger de tevredenheid over de energieleverancier blijkt te zijn. De belangrijkste reden voor Nederlanders om van leverancier te switchen, is de prijs en als tweede de service.

**Door: Annette Capelle, specialist in Klantenonderzoek**  
**[Annette.Capelle@effectory.nl](mailto:Annette.Capelle@effectory.nl)**

Meer: [Klanten](#), [Klantenonderzoek](#), [Klantgerichtheid](#), [Klanttevredenheidsonderzoek](#), [Loyaliteit](#)

## Klantenonderzoek

Organisaties die in goed contact staan met hun klanten, presteren beter! Hoe zorgt u dat klanten niet alleen tevreden over u zijn, maar echt supporter van uw organisatie worden? Zodat ze positief over u spreken en u aanraden bij anderen? Dat is alleen mogelijk als de gehele organisatie werkt aan de klantgerichtheid. [Meer...](#)

Het kwaliteitsonderzoek van ORTEC is zo ingericht dat niet alleen het imago en de toegevoegde waarde achterhaald worden. Ook de tevredenheid over product en dienstverlening, de loyaliteit van klanten en de concurrentiepositie van ORTEC worden onderzocht.



**ORTEC**

[Meer »](#)

---

Méér dan traditioneel tevredenheidsonderzoek:

- Medewerkerstevredenheidsonderzoek
  - Klanttevredenheidsonderzoek
- Intern klanttevredenheidsonderzoek

© 2010 Effectory.  
Medewerkers- en klantenonderzoek

[Disclaimer](#) | [Algemene Voorwaarden](#)