

EY: "Omnisumatorul", un nou tip de consumator, implicat si sofisticat, care își asuma un rol principal în tranzitia energetica (studiu)

Furtuna creata de politicile guvernamentale, de tendintele de consum si tehnologie accelereaza tranzitia energetica, însa, în timp ce majoritatea debaterilor se concentreaza asupra energiei regenerabile si infrastructurii, clientii sunt mai degraba ignorati, potrivit raportului EY Navigating the Energy Transition Consumer Survey.

Studiul derulat în rândul a 34.000 de consumatori de energie din 17 tari, care analizeaza schimbarile privind nevoile, valorile si asteptarile clientilor, identifica sase tendinte si oportunitati pentru furnizorii de energie care sunt dispusi sa își redefineasca activitatea.

"Costul ramâne cel mai important factor în determinarea deciziilor de cumparare pentru consumatorii actuali însa acest lucru nu este suficient pentru a avea succes pe termen lung. Cercetarile noastre sugereaza concentrarea pe sase imperative strategice, care pot ajuta furnizorii de energie sa se remodeleze pentru a construi un business centrat pe client, bazat pe tehnologie, care sa implice consumatorii si sa creasca adoptarea de noi servicii si sa determine pastrarea acestora. Constatările sunt deosebit de relevante în contextul liberalizării integrale a preturilor la energie din România", a declarat Mihai Draghici, director Consultanta, EY România.

Conform studiului, 92% dintre respondenti beneficiaza de cel puțin un produs sau serviciu nou din domeniul energiei în gospodarie, 86% sunt interesati de propriile surse de generare a energiei, 25% iau în considerare achizitionarea unui autovehicul electric si 13% se gândesc sa își instaleze capacitati de stocare în acumulatori în urmatorii trei ani.

"Aceasta combinatie între un interes crescut si o rata mai mare a adoptarii solutiilor energetice aduce schimbari fundamentale în relatia traditionala a sectorului cu utilizatorii de energie, în mare masura, pasivi. Observam aparitia unui tip de consumator mai activ si mai implicat, "omnisumatorul". Acesta este o persoana sau un operator economic care participa la un ecosistem dinamic al energiei, la nivelul mai multor zone, solutii si furnizori", se mentioneaza în comunicat.

Sursa citata semnaleaza ca, odata cu noul tip de consumator de energie, "omnisumatorul", cererea pentru solutii complete, simple, dar în acelasi timp sofisticate, si pentru experiente integrate va deveni noul punct de plecare pentru o interactiune facila. Vor avea de câstigat pe piata acei furnizori de energie care dezvoltă rapid un ecosistem matur si, în acelasi timp, simplificat, în care "omnisumatorii" pot face schimburi de valoare.

Potrivit studiului, consumatorii manifesta un interes crescut fata de adoptarea de noi produse si servicii energetice atunci când beneficiile converg înspre trei teme cheie: economia de bani, economia de timp si salvarea planetei.

Deși costul ramâne cel mai important factor în luarea deciziilor de cumparare pentru actualii adoptatori (53%), impactul asupra mediului (47%) si usurarea traiului (34%) reprezinta si ele criterii de baza. Acesti factori devin si mai importanti pentru consumatorii care au în vedere achizitii în urmatorii trei ani, costul fiind un element critic pentru 67% dintre respondenti, mediul pentru 51% si confortul pentru 36%.

De asemenea, studiul mai arata ca pandemia a accelerat o schimbare majora în modul în care muncim si traim, creând un nou segment de clienti rezidentiali, care se comporta mai degraba ca mici întreprinderi. Astfel, 64% dintre consumatorii care au declarat ca lucreaza de acasa si-au verificat consumul de energie cel puțin o data pe luna (cu 12% mai mult decât media), iar 70% si-au manifestat interesul fata de solutii de eficienta energetica (cu 8% mai mult decât media).

"Furnizorii de energie care reusesc sa înțeleaga acest nou segment pot sa vina cu oferte personalizate de cost si solutii energetice, adaptate celor care muncesc si studiaza permanent de acasa", spun consultantii EY.

Conform studiului, digitalul este preferat de consumatori pentru 8 din 10 interactiuni de baza cu furnizorul de energie. Totusi, acestia își doresc sa discute cu o persoana atunci când fac o reclamatie, când au de rezolvat o întrerupere în furnizare sau o urgenta sau când au probleme legate de utilizarea canalelor digitale.

62% dintre respondenti s-au confruntat cu probleme în utilizarea serviciilor digitale ale furnizorului lor de energie, iar 37% nu au încredere în ele, un procent care creste la 50% în rândul celor din generatia Z. Prin urmare, dezvoltarea componentei digitale este în mod clar un domeniu cheie pentru furnizorii de energie, însa cu integrarea optima a elementului uman, mentioneaza sursa citata.

Aceasta mai semnaleaza ca, începând cu 2020, membrii generatiei Y si ai generatiei Z au devenit cea mai mare grupa demografica din lume. Acesti consumatori sunt mult mai implicati în ceea ce priveste energia, sunt de doua ori mai înclinati sa își monitorizeze consumul saptamânal si prefera plata în avans sau pe loc, dupa cum declara 50% dintre respondenti în legatura cu optiunile lor în materie de energie.

Consumatorii constientizeaza tot mai mult problemele legate de sustenabilitate si au exigente ridicate fata de furnizorii de energie. 64% dintre respondenti considera ca e foarte important pentru ei sa primeasca produse si servicii sustenabile, în mod "corect", 36% sunt dispusi sa plateasca mai mult pentru acestea, dar numai 54% declara ca sunt multumiti de cele oferite în prezent.

În legatura cu demersurile pe care ar trebui sa le faca furnizorii de energie pentru a-si demonstra angajamentul fata de sustenabilitate, printre asteptarile exprimate de consumatori s-au numarat: furnizarea de noi produse si servicii energetice (52%), sprijinirea programelor locale de sustenabilitate (50%), oferirea de solutii energetice ecologice (50%) si utilizarea unei flote verzi (27%).

EY este una dintre cele mai mari firme de servicii profesionale la nivel global, cu 312.250 de angajati în peste 700 de birouri în 150 de tari si venituri de aproximativ 40 miliarde de dolari în anul fiscal încheiat la 30 iunie 2021. Prezenta în România din anul 1992, EY este liderul de pe piata serviciilor profesionale. Cei peste 800 de angajati din România si Republica Moldova furnizeaza servicii integrate de audit, asistenta fiscala, juridica, strategie si tranzactii, consultanta catre companii multinationale si locale.