



BRAND COMPARISON INDEX 2022

DODAVATELÉ
ENERGÍ



Obsah

01

úvod

02

Metodologie

03

Shrnutí
výsledků

04

Síla měřených
značek v oboru

05

BC Index

06

BC Index
výkonnost
sledovaných
značek v oboru

07

BC Index
demografická
analýza

08

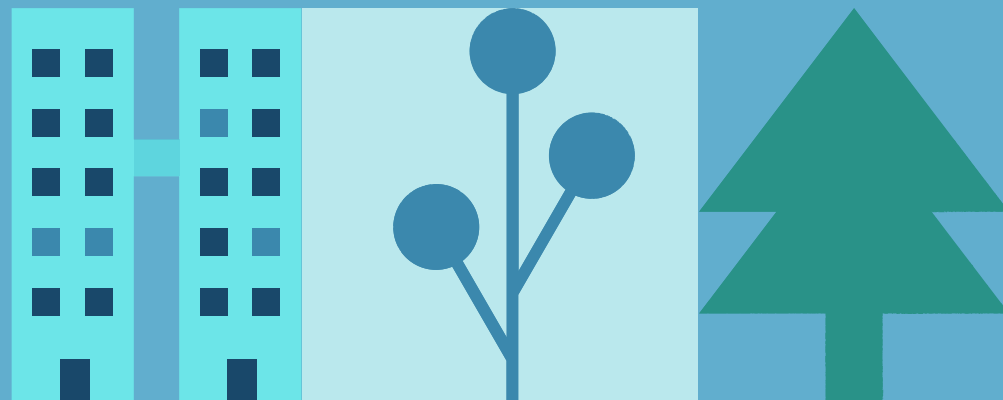
Doplňkové
ukazatele
výkonnosti
značek

09

Diagnostika
silných a
slabých
stránek

10

Slovníček
pojmů



Slovo Jany Hamanové

V době vzniku BC Indexu se zdálo, že je vše kolem nás v určitém normálu, změny zákaznických preferencí se odehrávaly postupně a nic nenasvědčovalo žádné velké krizi. Následně přišel rok 2020, který přinesl nové a nezvyklé parametry pandemie,, jejíž projevy pokračovaly a gradovaly v roce 2021.

V letošním roce se mnozí těšili na určitou novou "normálnost", ale 24. února 2022 nás válka vyléčila i z tohoto optimismu. Zatím jde život v naší zemi dál a tak si můžeme dovolit ten luxus a zabývat se zákaznickými preferencemi na trhu. Važme si toho a přejme si opět pouze mírové soutěžení jednotlivých značek.



Jana Hamanová

ředitelka, jednatelka SC&C

BRAND COMPARISON INDEX

SPOKOJENOST
DOPORUČENÍ
OBLÍBENÁ ZNAČKA



Úvod

Brand Comparison Index vznikl v roce 2019 jako jednotná a standardizovaná míra pro vybrané obory B2C trhu.

Vždy přináší pohled zákazníků na trh v posledních 12 měsících.

V jednotlivých letech dochází k mírným změnám, protože některé značky zanikají a jiné naopak vznikají. Také se snažíme zařazovat každý rok některé novinky – v roce 2021 byly dodány otázky na útratu v rámci zákaznického vztahu, v roce 2022 jsme rozšířili oblast spokojenosti také o pohled zaměstnanců na svého zaměstnavatele.

O čem je BC Index?



Vitalita

Každá značka má v rámci indexu změřenou:

- znalost / povědomí
- zákaznickou zkušenost
- preferenci / oblíbenost
- spokojenost



NPS

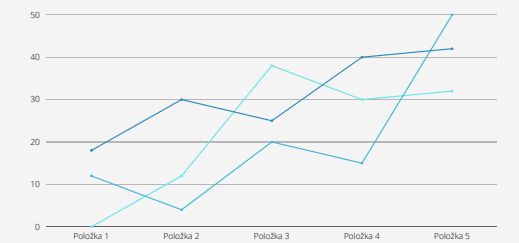
Zákazníci hodnotí možnost doporučit dané značky svému okolí, takže jsme schopni poskytnout informace o:

- NPS
- promotérech
- detractorech



Benchmark

Můžete srovnávat výsledky svých zákaznických výzkumů s našimi. Můžete také využít možnost srovnat se s jiným oborem nebo jen výběrem některých značek.



Monitoring

Výzkum probíhá každý rok, takže jsme schopni sledovat trendy. Seznam oborů a značek je aktualizován průběžně.

METODOLOGIE



Metodologie

Celkem: 2340 respondentů

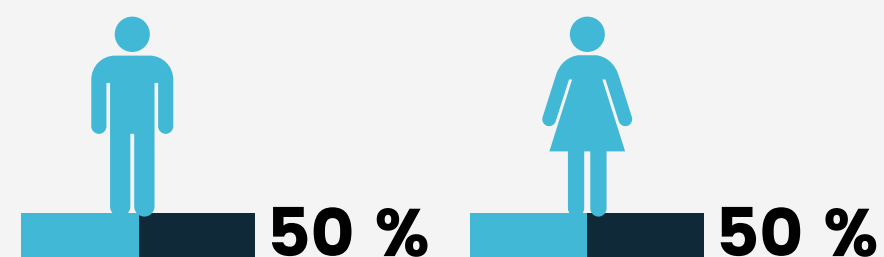
Sběr dat: 29.01.2022 – 07.03.2022

Průměrná délka rozhovoru: 30 minut

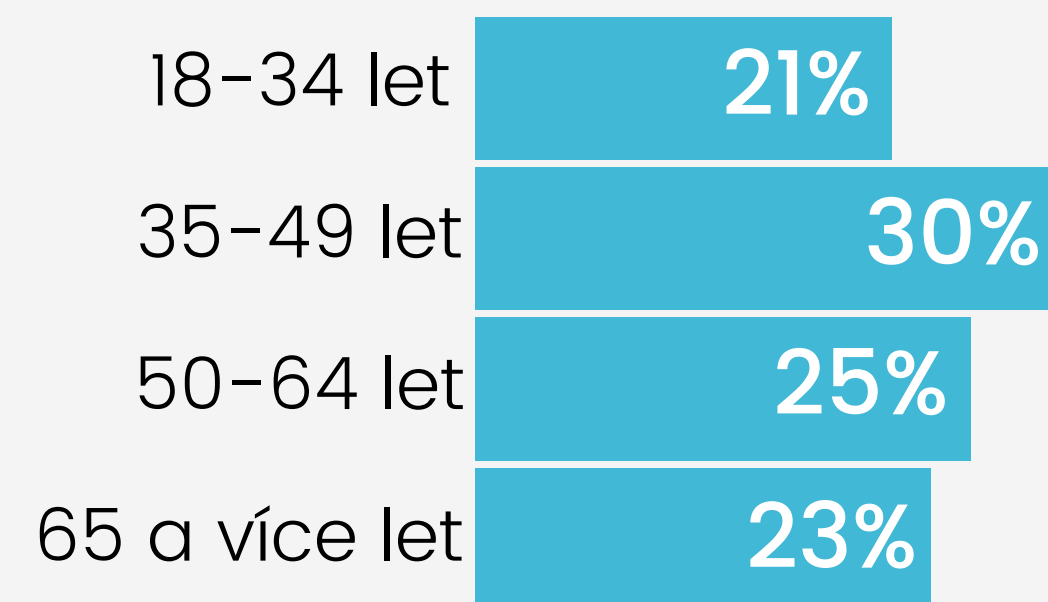


Struktura respondentů

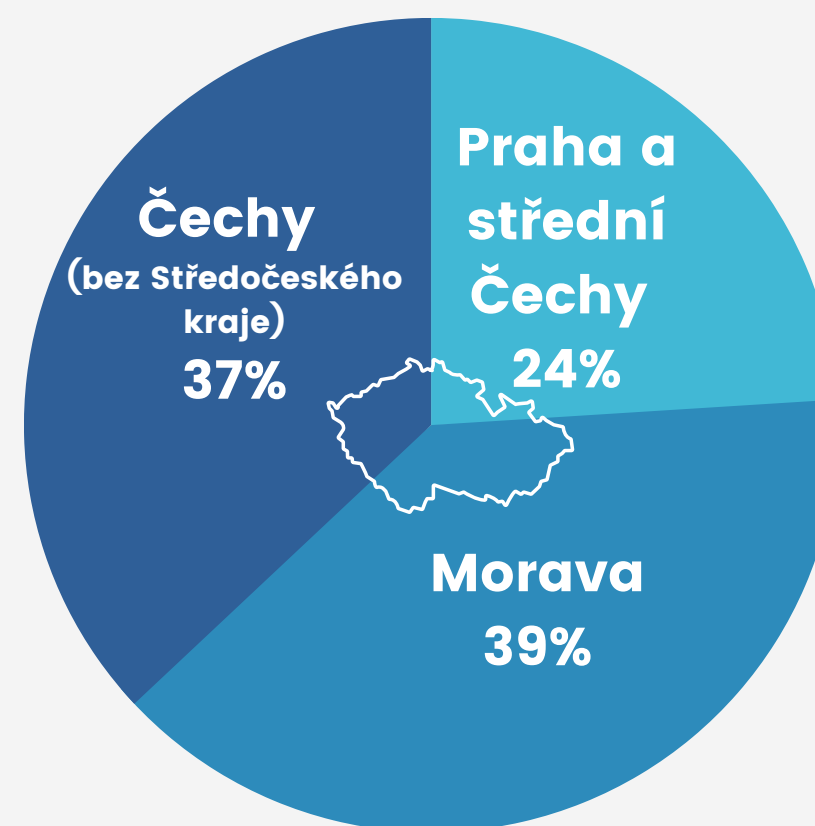
Pohlaví



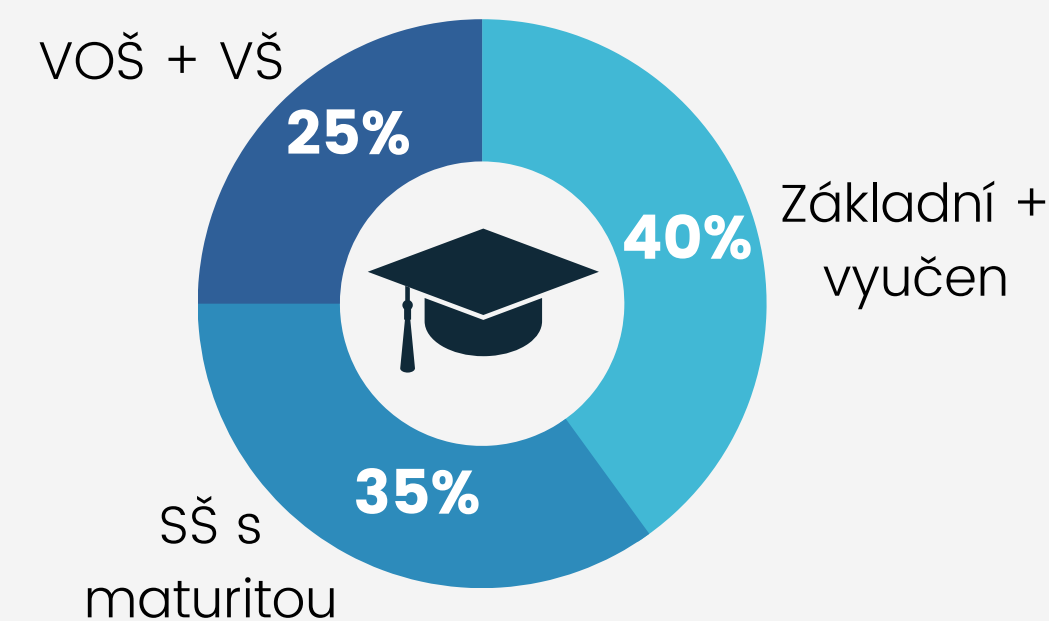
Věkové kategorie



Region



Vzdělání



SHRNUTÍ VÝSLEDKŮ



Shrnutí výsledků



- Nejlepší BC Index v oboru podle výsledků za rok 2022
- Nejmenší počet detractorů a nejlepší výsledek Net Promoter Score (NPS)
- Nadprůměrná úroveň spokojenosti doporučení, oblíbenosti a loajality
- Průměrný výsledek v míře konverze zákazníků
- Nejdražší na trhu



- Nadprůměrný výsledek BC Indexu
- Vysoká míra doporučení a nadprůměrný výsledek NPS
- Vysoká spokojenost zákazníků, síla značky i míra konverze
- Nadprůměrná cena za služby



- Jedna z nejlepších značek podle hodnocení zákazníků
- V trojici nejlepších z oboru podle BC Indexu za rok 2022
- Nadprůměrná míra spokojenosti, doporučení a míra konverze
- Loajalita klientů i síla značky je v průměru oboru
- Dvakrát více spokojených zákazníků než kritiků – vysoký NPS
- Podprůměrná cena za služby



- BC Index je nadprůměrný, ale za minulý rok se zlepšil jen o 1 bod
- Nadprůměrná spokojenost, oblíbenost i úroveň loajality
- Doporučení zákazníků, míra konverze jsou v průměru oboru
- Vysoký nadprůměrný NPS
- Nadprůměrná cena za služby



- $N < 50$
- Jedna z nejlepších značek – nemá podprůměrný výsledek
- Nadprůměrný BC Index
- Nadprůměrné NPS
- Nedprůměrná míra doporučení
- Průměrná míra spokojenosti, síla značky i loajalita
- Podprůměrná míra konverze
- Podprůměrná cena za služby



- Nadprůměrný BC Index
- Nadprůměrná míra konverze, síla značky i loajalita
- Doporučení a spokojenost je v průměru oboru
- Nadprůměrný NPS
- Nadprůměrná cena



Shrnutí výsledků



- N < 50
 - BC Index podprůměrný
 - Nadprůměrná spokojenost
 - i doporučení
 - Podprůměrná úroveň loajality, míra konverze i oblíbenost
 - NPS je nad průměrem v oboru
 - Nadprůměrná cena za služby, druhá nejvyšší v oboru
-



- N < 50
 - BC Index podprůměrný
 - Průměrná míra doporučení, síla značky i úroveň loajality
 - Podprůměrná míra konverze spolu se spokojeností
 - NPS je podprůměrné, ale dosahuje stále kladných hodnot
 - Cena za služby podprůměrná
-



- N < 50
 - Podprůměrný BC Index
 - Podprůměrný výsledek ve všech sledovaných oblastech: míra konverze, spokojenost, doporučení, oblíbenost
 - i úroveň loajality
 - Má zápornou hodnotu NPS
 - Cena za služby podprůměrná
-



- Nejnižší BC Index v oboru
- Průměrná konverze
- Nejnižší míra spokojenosti, míra doporučení, loajality i oblíbenost
- Nejnižší NPS v oboru, má záporné číslo -92
- Cena za služby pod oborovým průměrem



SÍLA MĚŘENÝCH ZNAČEK V OBORU

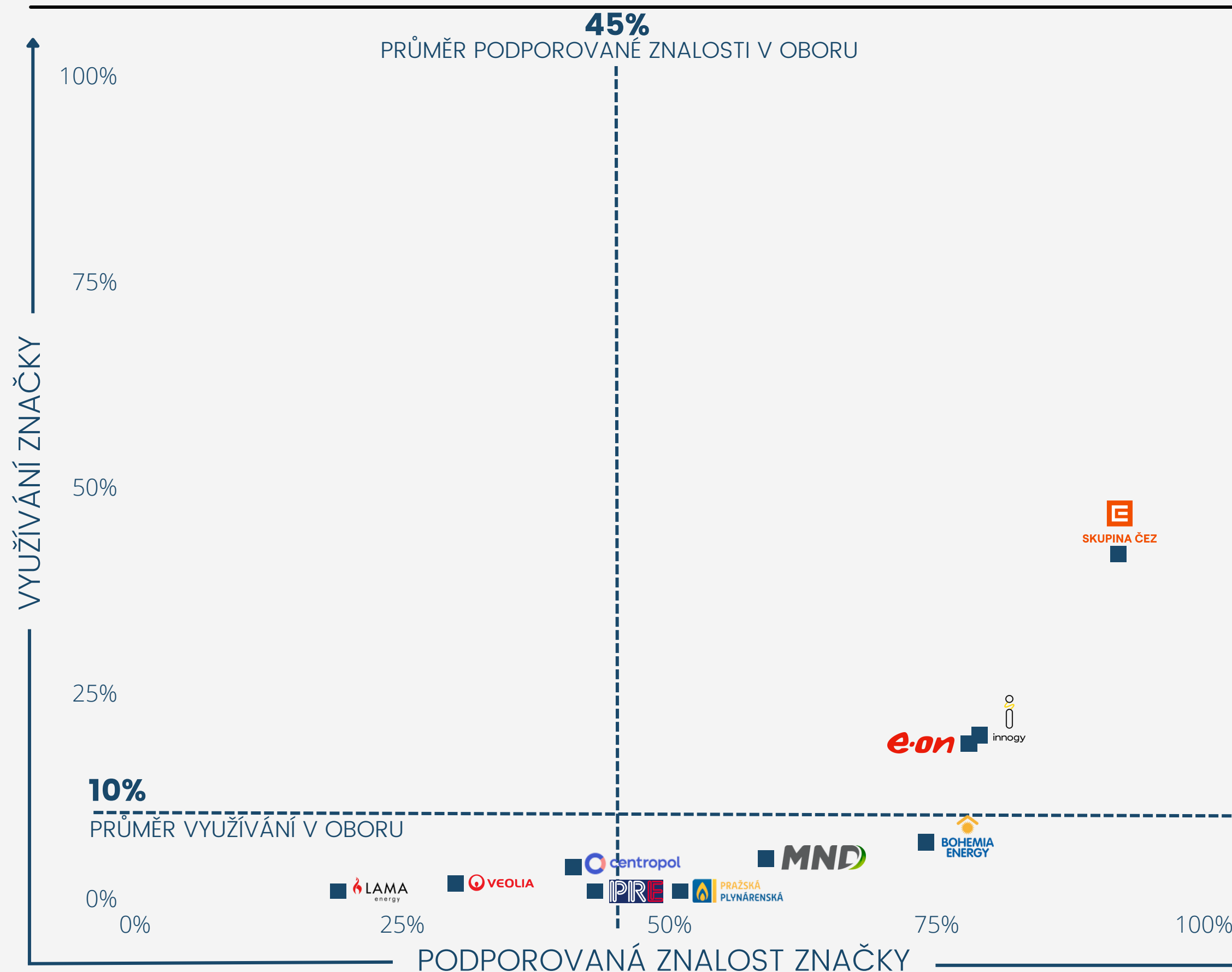


Mapa znalosti a využívání značek

- Značka s nejvyšší mírou znalosti patří zároveň mezi nejvyužívanější – ČEZ. S odstupem se na dalších příčkách s podobnou znalostí i využíváním řadí Innogy a E.on.
- Nadprůměrnou zákaznickou znalost, ale podprůměrné výsledky ve využívání mají Moravské naftové doly a Bohemia Energy.
- Mezi doposud podprůměrné značky v oblasti znalosti a používání patří značky Veolia a LAMA energy.

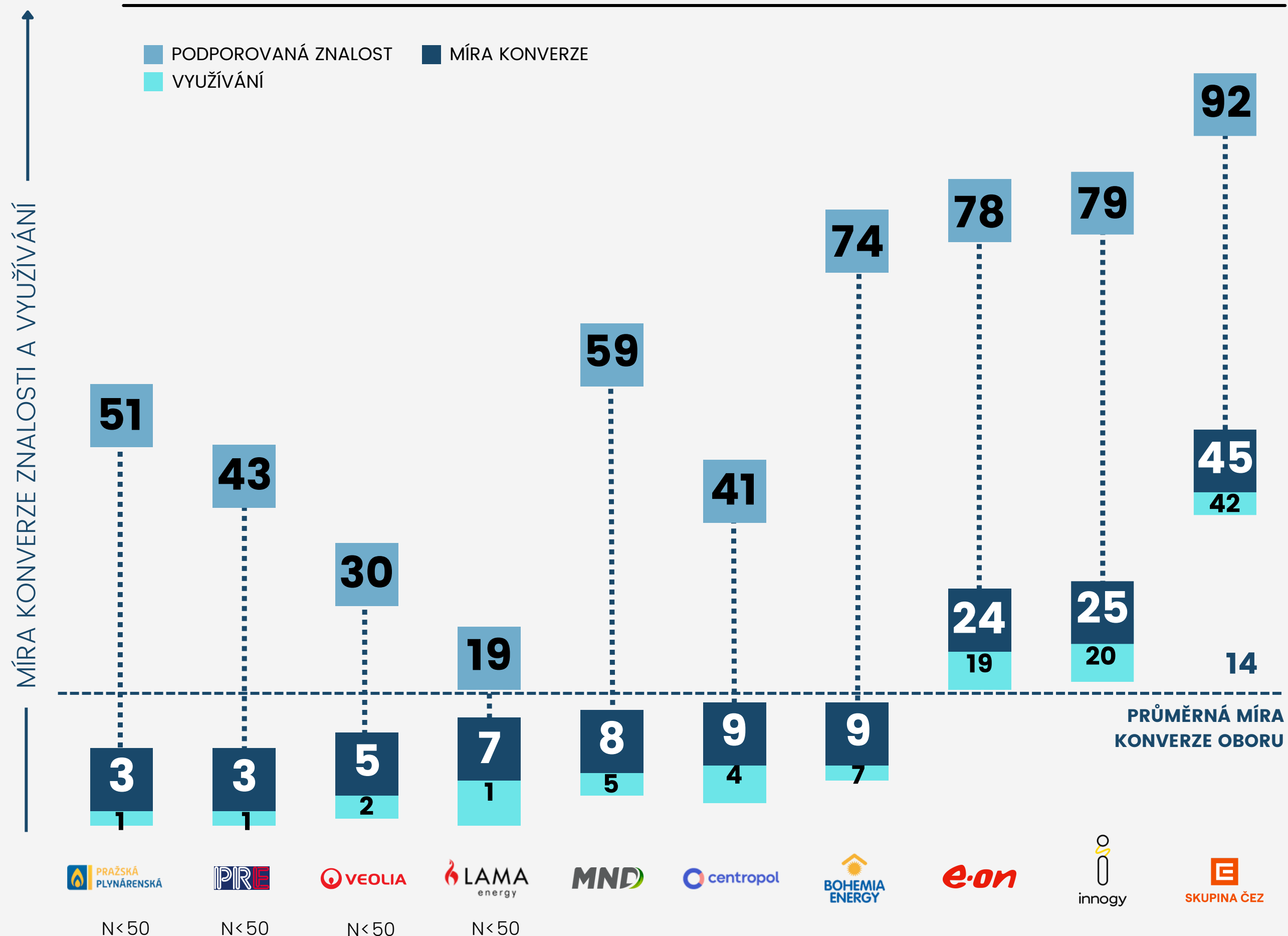


N=2340



Míra konverze

- Nejlepším hráčem v oboru z pohledu zákaznické konverze je ČEZ. Níže na žebříčku jsou E.on a Innogy - mají obdobný poměr znalosti a využívání.
- Ostatní značky v oboru mají podprůměrnou míru zákaznické konverze.
- Nejhoršími hráči z pohledu míry zákaznické konverze jsou Pražská plynárenská a PRE.

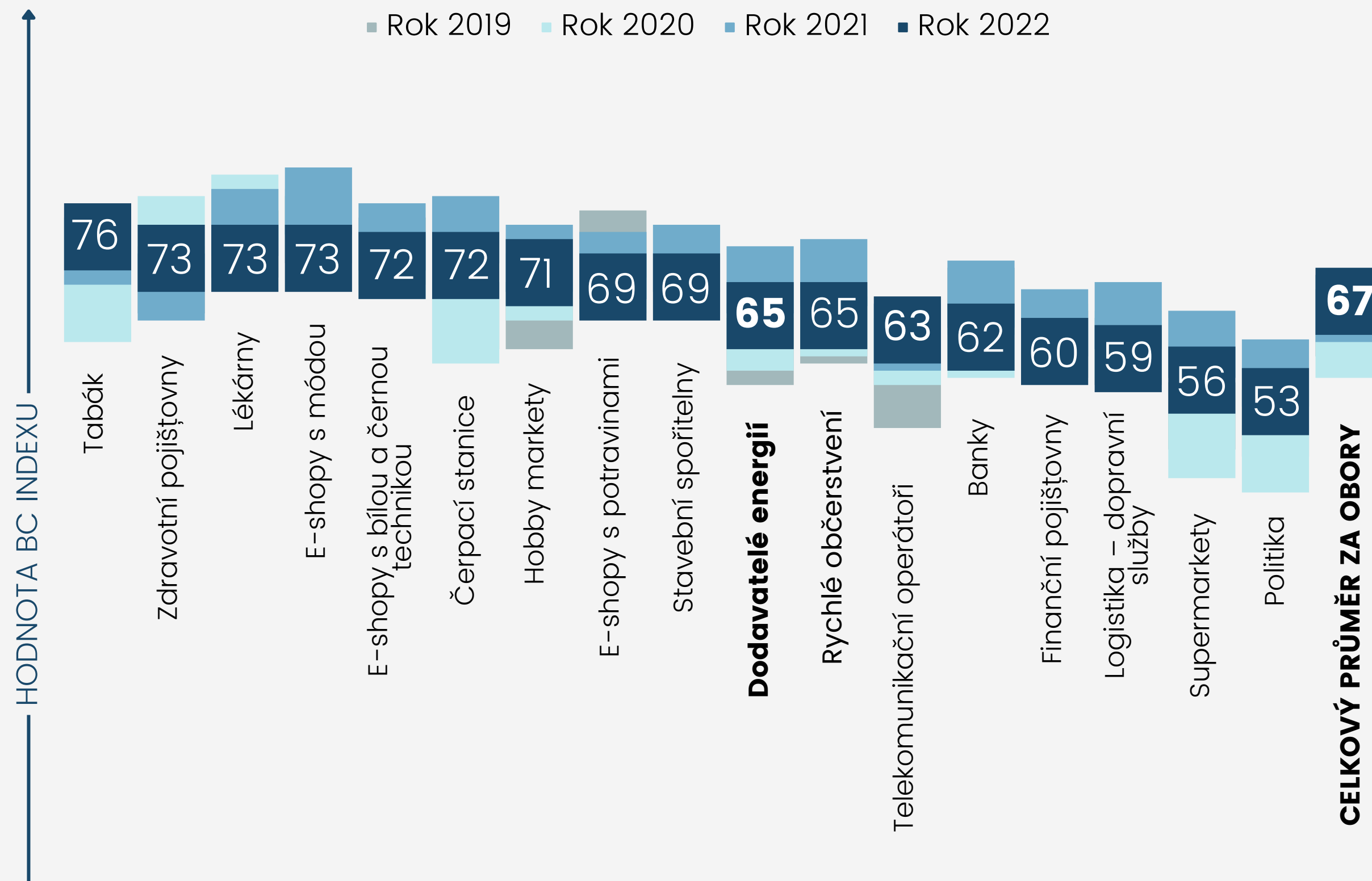


BC INDEX



BC INDEX za jednotlivé obory

- Obor energetika má podprůměrný BC Index, který je pro dodavatele energií za rok 2022 65. Mezioborový průměr indexu je 67.
- Dodavatelé energií mají v roce 2022 sníženou hodnotu oproti roku 2021. Ve srovnání s minulými roky nedošlo ke stabilnímu růstu, kvůli snížení v roce 2021 je vývoj mírně kolísavý.



BC INDEX — VÝKONNOST SLEDOVANÝCH ZNAČEK V OBORU



BC INDEX — DODAVATELÉ ENERGIÍ

■ Výzkumu se účastnili také respondenti, kteří hodnotili značky, které ale pro nízký objem dat nebyly do výzkumu zařazeny. Jednalo se o:

■ Pražská teplárenská

N<30

■ Yello Energy

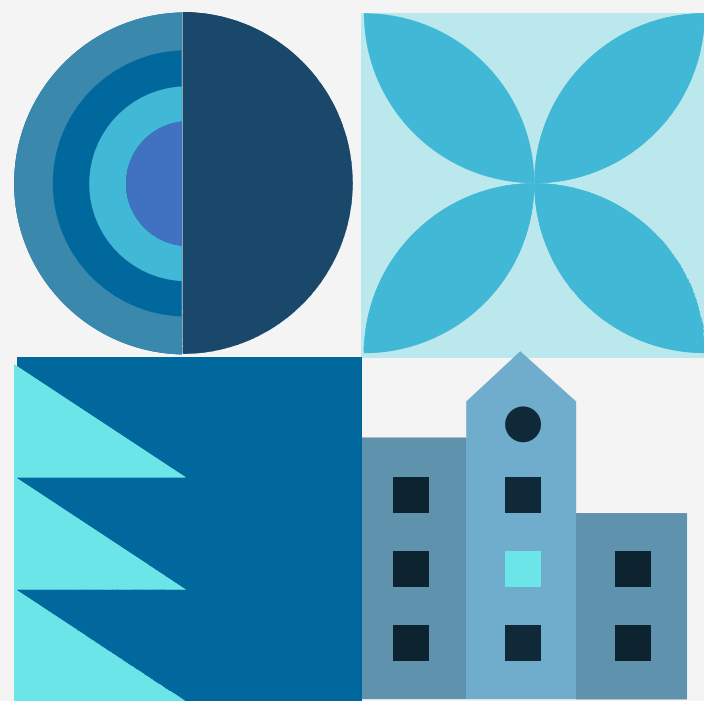
N<30

■ Dobrá energie

N<30

■ EP ENERGY TRADING (EPET)

N<30



PRŮMĚRNÝ BC INDEX DODAVATELÉ ENERGÍÍ



PRŮMĚRNÝ BC INDEX SLEDOVANÝCH OBORŮ

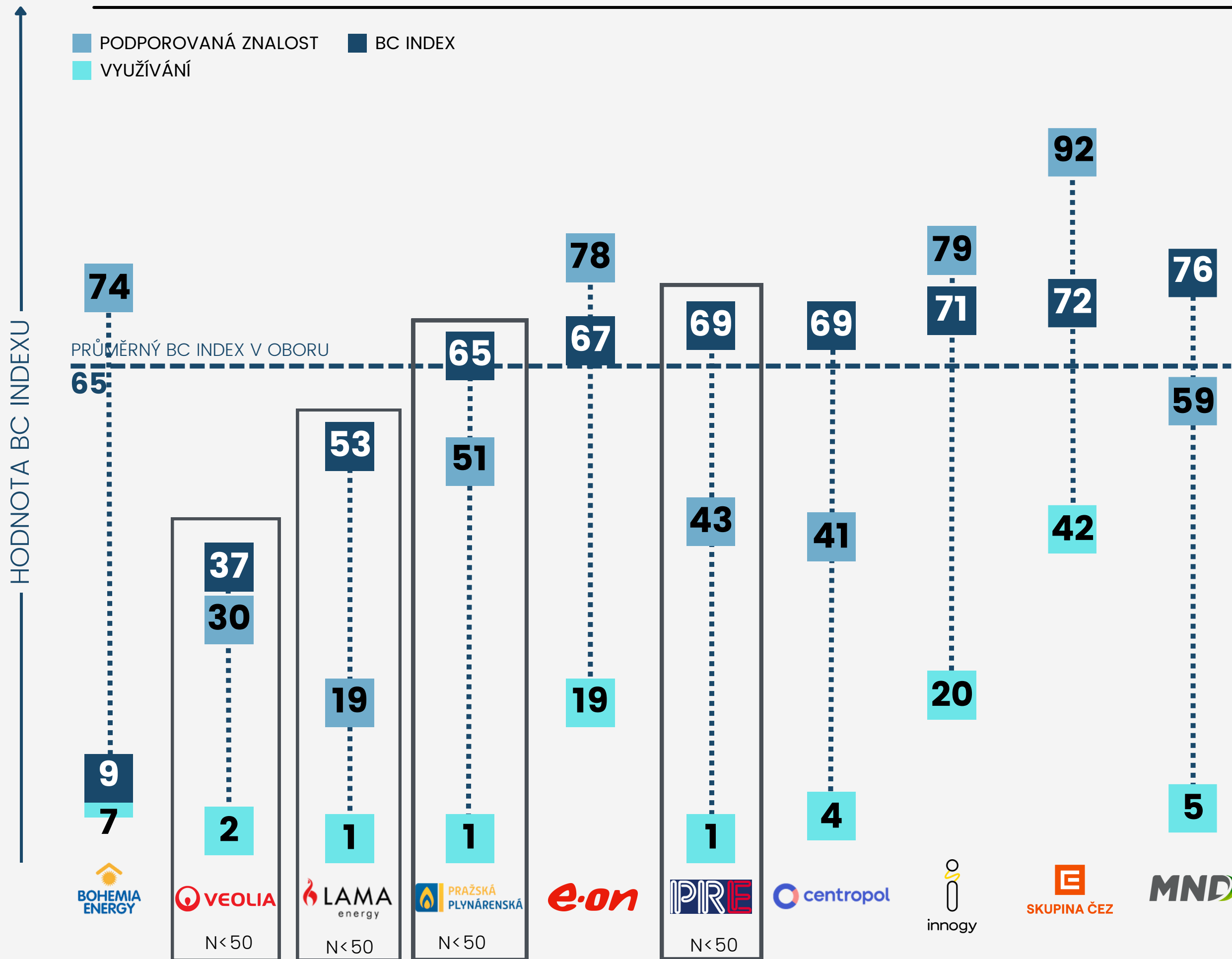
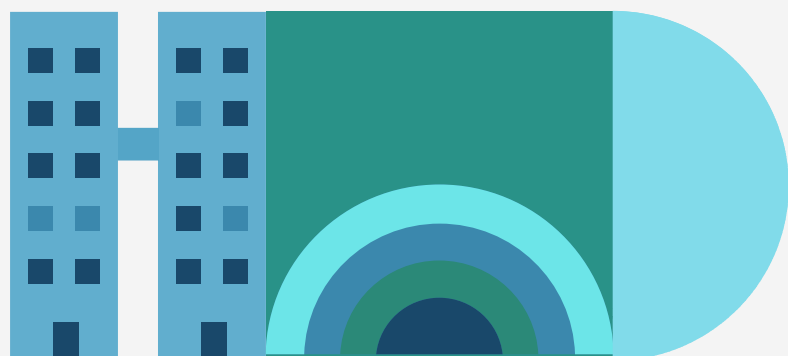


Počet záznamů pro výpočet BC Indexu

Bohemia Energy	163	
Centropol Energy	83	
ČEZ	967	
E.ON	439	
Innogy	461	
LAMA energy	31	N<50
MND (Moravské naftové doly)	113	
Pražská Energetika	30	N<50
Pražská plynárenská	31	N<50
Veolia	35	N<50

BC INDEX — DODAVATELÉ ENERGIÍ (2022)

- Rozdíl mezi minimem a maximem je 65 bodů.
- Nejvyšší Index má dodavatel Moravské naftové doly. Další v pořadí jsou ČEZ a Innogy, obě značky mají také BCI nad 70 bodů. Nejmenší BC Index měla v roce 2022 Bohemia Energy. Vyšší, ale podprůměrné hodnoty BCI mají LAMA Energy a Veolia.
- Nadprůměrnou úspěšnost mají také značky Centropol, PRE, E.ON. Pražská plynárenská má průměrnou hodnotu BCI.



BC INDEX— DODAVATELÉ ENERGIÍ (2019–2022)

- Stabilní a stálý vývoj, který by byl zároveň nadprůměrný, nemá v oboru dodavatelů energií žádná značka. Kolísavý, ale stále nadprůměrný BC Index mají Moravské naftové doly nebo Innogy.
- V roce 2022 bylo u třech značek, které byly sledovány poprvé, zjištěn nadprůměrný BC Index v oboru: Centropol, PRE, Pražská plynárenská. Značce E.on se v roce 2022 povedlo vrátit na nadprůměrnou hodnotu BCI.
- Nejhoršími dodavateli energií z pohledu BCI jsou Veolia a Bohemia Energy. LAMA energy, která byla v roce 2022 sledována poprvé, má také podprůměrné BCI.



nadprůměrný BCI
podprůměrný BCI
nedostatek dat

MND

SKUPINA ČEZ

innogy

centropol

PRE

e.on

PRAŽSKÁ
PLYNÁRENSKÁ

LAMA
energy

VEOLIA

BOHEMIA
ENERGY

BC INDEX			
2019	2020	2021	2022
79	74	84	76
57	59	73	72
61	57	70	71
			69
			69
60	54	60	67
			65
			53
	30	23	37
54	56	57	9

N<50

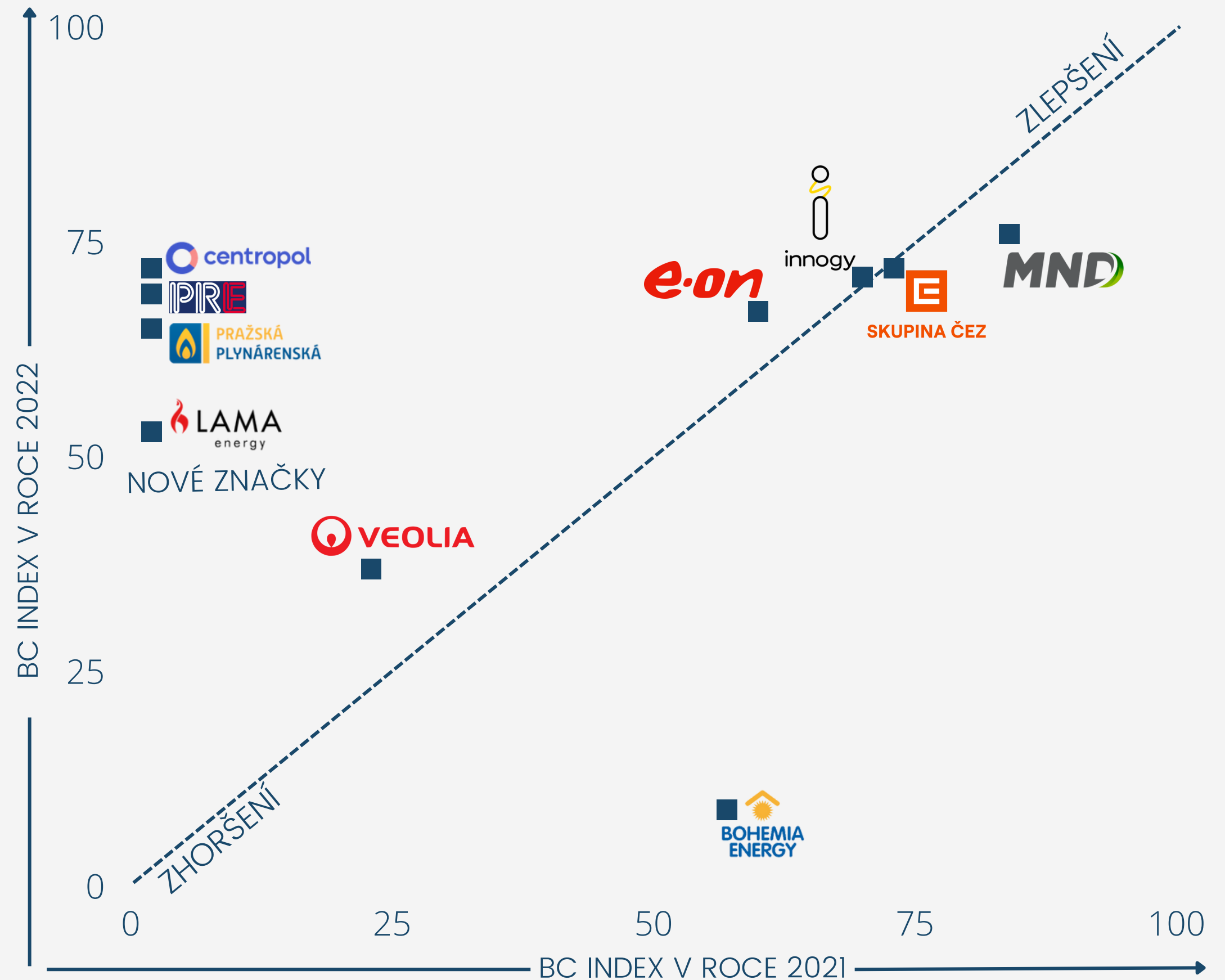
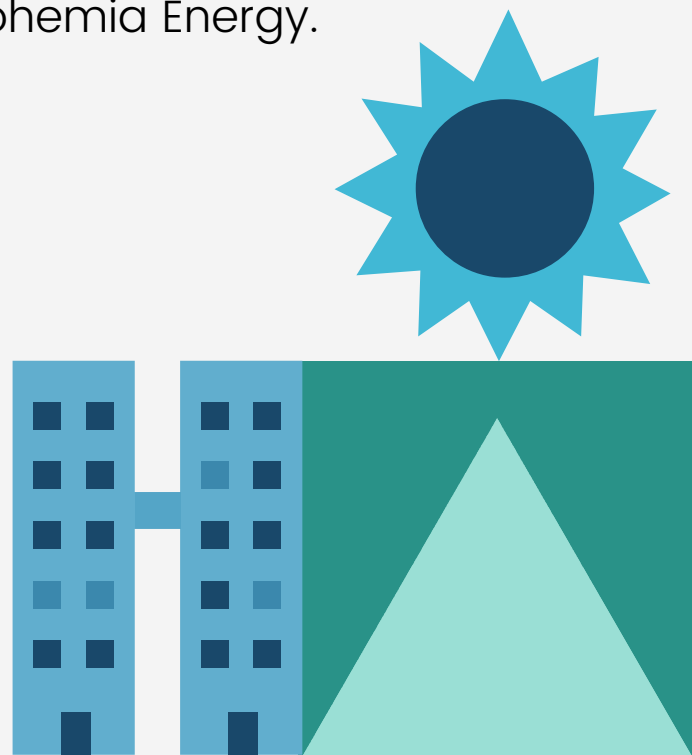
N<50

N<50

N<50

VÝVOJ BC INDEXU

- U nových značek dodavatelů energií došlo k výraznému zlepšení BCI v meziročním porovnání od roku 2021. Týká se to Centropol, PRE, Pražská plynárenská nebo LAMA energy.
- Ke zlepšení došlo také u firem E.on, které dosahuje v roce 2022 nadprůměrných výsledků a Veolia, které se ale hodnota BCI pohybuje pod průměrem.
- V meziročním srovnání zůstaly na obdobné nadprůměrné úrovni Innogy a ČEZ.
- Moravské naftové doly sice mají nejvyšší BCI v roce 2022, ale jejich hodnota v meziročním srovnání klesla. K největšímu propadu došlo u Bohemia Energy.



Demografický profil BC Indexu

- Velká značka jako ČEZ má vyrovnaný poměr BC Indexu mezi pohlavím a různými věkovými skupinami. Stejná situace je i u Innogy.
- Vyšší preference u žen se objevují u Moravských naftových dolů, PRE nebo LAMA energy.
- U ostatních značek se objevují preference u různých věkových skupin. Centropol a LAMA energy mají oblibu mezi lidmi ve věku 35–64 let. Mladší lidé ve věku 18–34 preferují častěji PRE nebo Pražskou plynárenskou. Starší lidé 65+ vedle PRE preferují častěji také Moravské naftové doly nebo Veolia.



BC INDEX

76	MND
72	SKUPINA ČEZ
71	innogy
69	centropol
69	PRE
67	e-on
65	PRAŽSKÁ PLYNÁRENSKÁ
53	LAMA energy
37	VEOLIA
9	BOHEMIA ENERGY

Pohlaví	
muž	žena

Věk			
18 – 34	35 – 49	50 – 64	65 +

N<50

N<50

N<50

N<50

Demografický profil BC Indexu

- Rozdíl v regionech nebo velikosti bydliště není v hodnocení klientů u značek Innogy nebo E.on.
- Vyšší oblibu u lidí v Praze a ve středních Čechách mají Centropol, PRE nebo Veolia. V Čechách lidé také lépe hodnotí Centropol, ale také ČEZ nebo Lama energy. Na Moravě se vyššímu úspěchu ze značek s nadprůměrným BCI těší Moravské naftové doly nebo Pražská plynárenská.
- Ze značek s nadprůměrným BCI hodnocením vedou na vesnicích Moravské naftové doly. V malých městech ČEZ nebo Centropol. Ve velkoměstech jsou to Centropol, PRE nebo Pražská plynárenská.



signifikantně vyšší BCI

signifikantně nižší BCI

srovnatelné BCI

BC INDEX

76	MND
72	SKUPINA ČEZ
71	innogy
69	centropol
69	PRE
67	e-on
65	PRAŽSKÁ PLYNÁRENSKÁ
53	LAMA energy
37	VEOLIA
9	BOHEMIA ENERGY

Region		
Praha + Střední Čechy	Čechy	Morava

Velikost bydliště		
Vesnice	Malé město	Velkoměsto

N<50

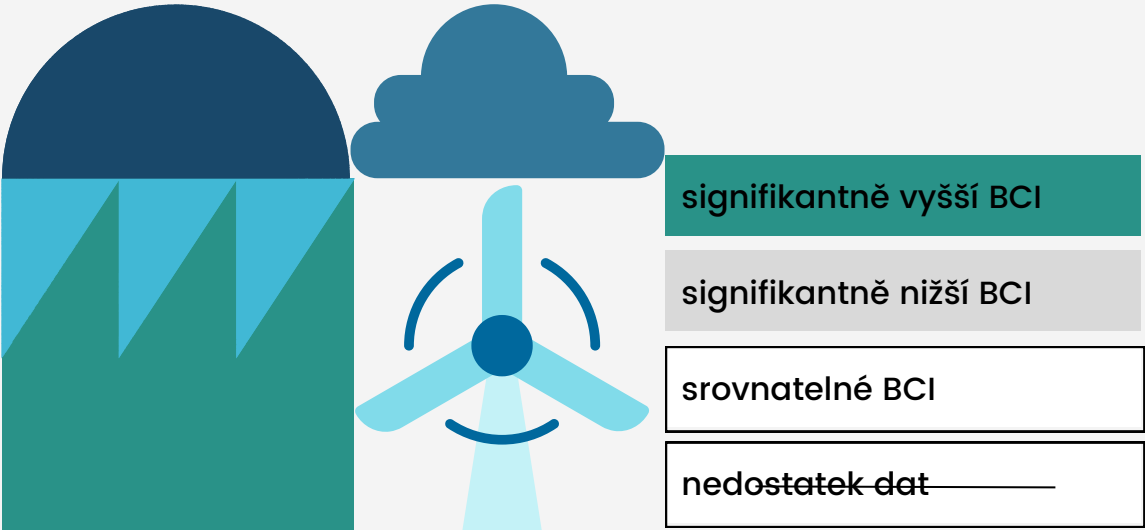
N<50

N<50

N<50

Demografický profil BC Indexu

- Lidé s nižším vzděláním lépe hodnotí Moravské naftové doly, ČEZ nebo PRE. Lidé s maturitním / středoškolským vzděláním více preferují Centropol, Pražskou plynárenskou nebo Veolia. U lidí s vyšším vzděláním se naopak objevují kritičtější postoje - podprůměrně hodnotí MND, Innogy i Centropol.
- Lidé napříč generacemi obdobně hodnotí značky ČEZ a Innogy.
- Nejhorší obsluhu v oboru má Generace Y. Lidé z generací Baby boomers nebo Generace X jsou ti nejméně kritičtí, nejčastěji se u nich objevují nadprůměrná BCI hodnocení u většího počtu značek. Pro Generaci Z bohužel není často dostatek dat.



BC INDEX

76	MND
72	SKUPINA ČEZ
71	innogy
69	centropol
69	PRE
67	e-on
65	PRAŽSKÁ PLYNÁRENSKÁ
53	LAMA energy
37	VEOLIA
9	BOHEMIA ENERGY

Vzdělání		
ZŠ + vyučen	SŠ s maturitou	VOŠ + VŠ

Generace			
Baby boomers	Generace X	Generace Y	Generace Z

N<50

N<50

N<50

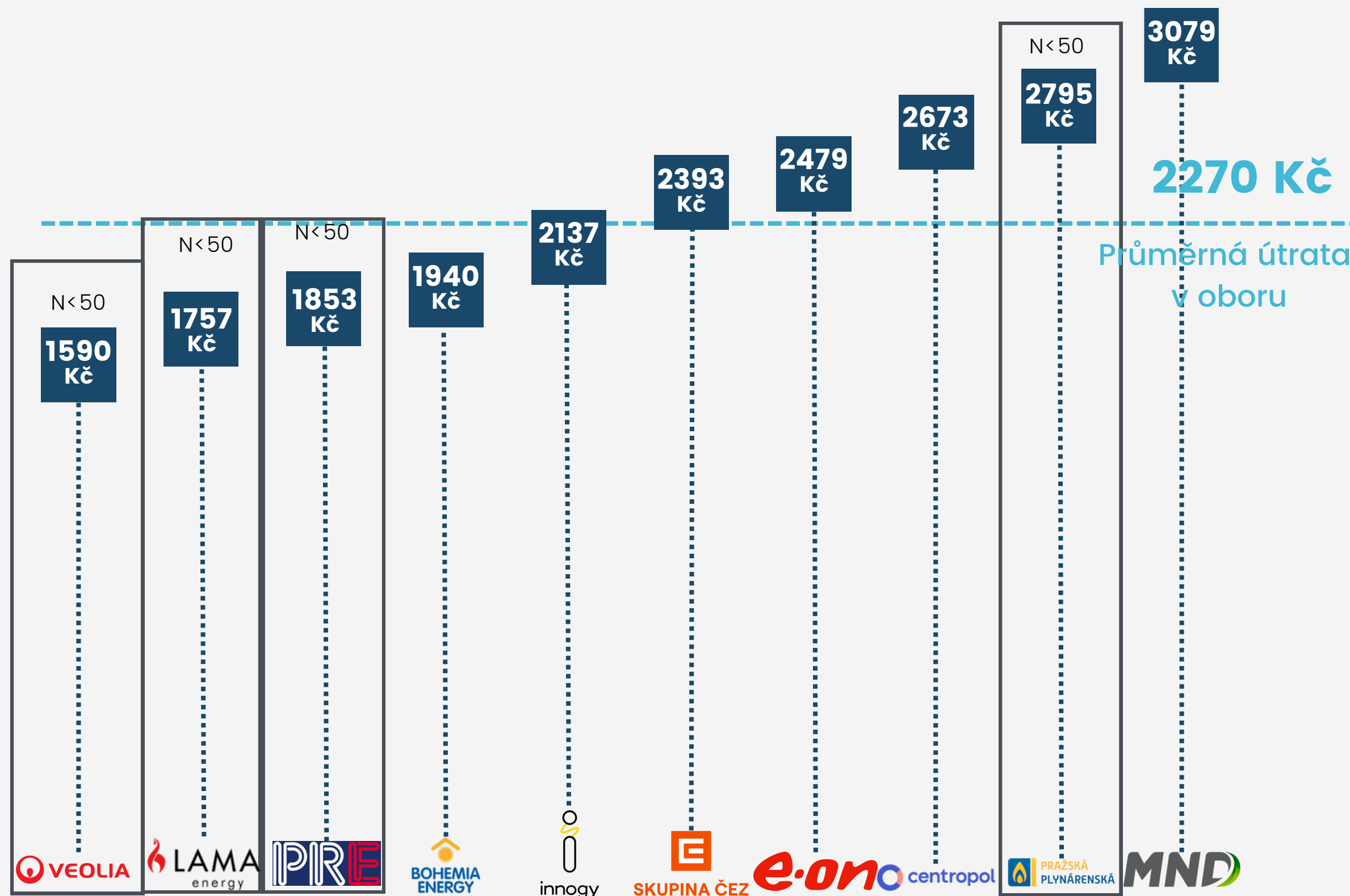
N<50

DOPLŇKOVÉ UKAZATELE VÝKONNOSTI ZNAČEK



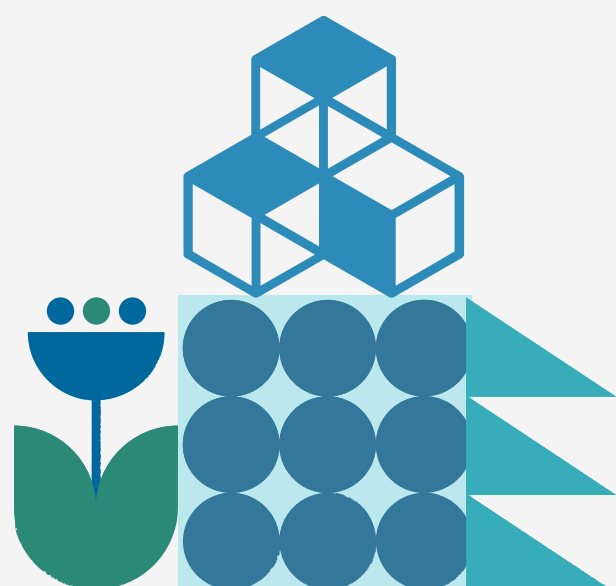
Průměrná útrata za všechny služby

- Nejdražší značkou v oboru na základě průměrné útraty za všechny služby jsou Moravské naftové doly. Nadprůměrnou útratu mají zákazníci také u dalších značek: Pražská plynárenská, Centropol, E.on nebo ČEZ.
- Ostatní značky jsou cenově podprůměrné.
- Rozdíl mezi minimem a maximem je 1 489 Kč.

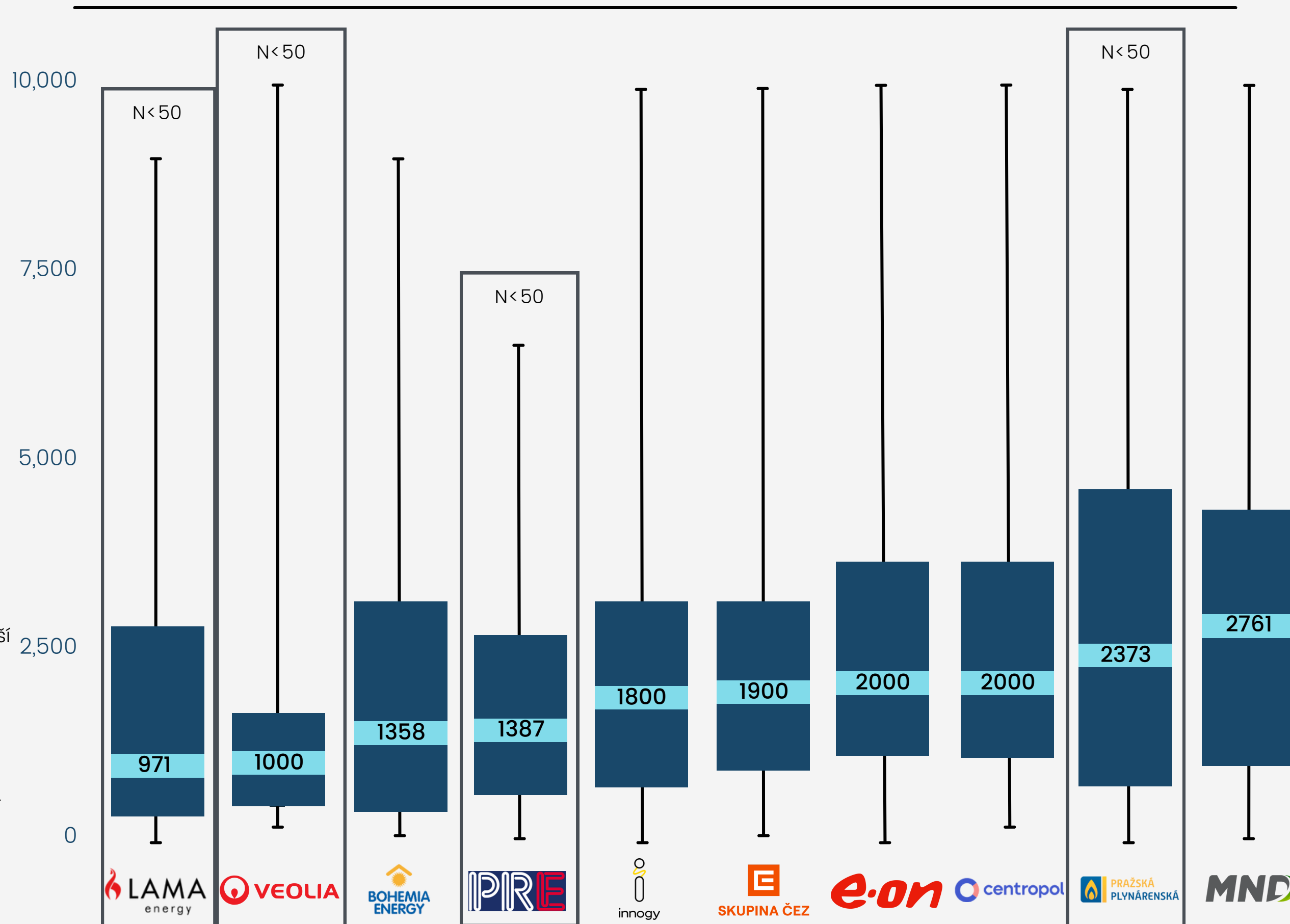


Mediánová útrata za všechny služby

- Mediánová hodnota útraty za služby u dodavatelů energií není vyrovnaná, jsou mezi nimi významné rozdíly.
- Sledované značky v oboru lze dělit na základě mediánových útrat na tři větší skupiny. S vysokým medianem 2000 a více se pohybují E.on, Centropol, Pražská plynárenská, MND. Většina značek má median mezi hodnotami 1358–1900: Bohemia Energy, PRE, Innogy, ČEZ. S nízkým medianem do 1000 se objevují LAMA energy, Veolia.

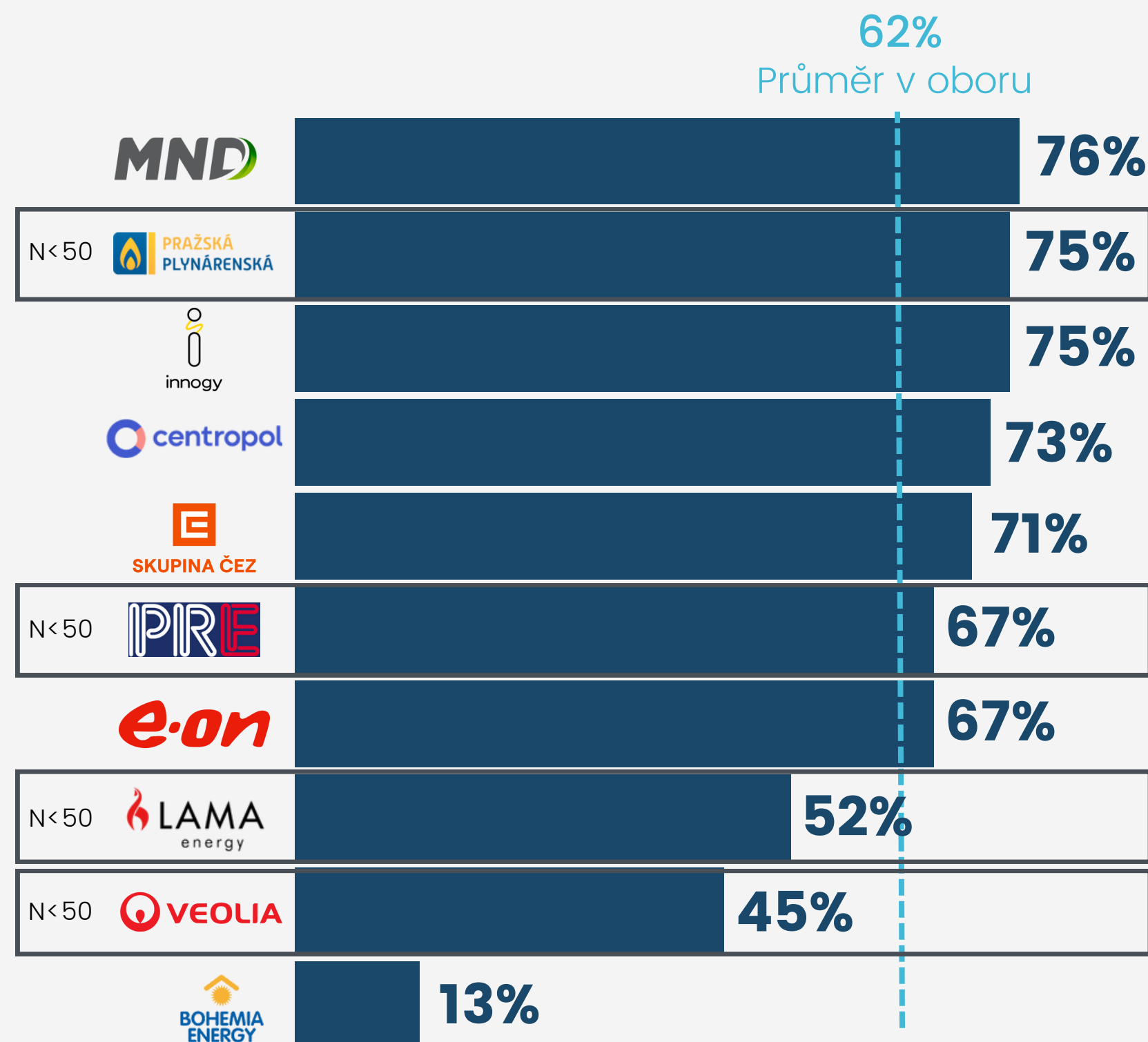


- Horní a dolní hranice v grafu ukazují na nejmenší a největší hodnotu ze souboru.
- Horní a dolní okraj boxu ukazují na spodní (25%) a horní (75%) kvartil.
- Čára v boxu označuje medián.



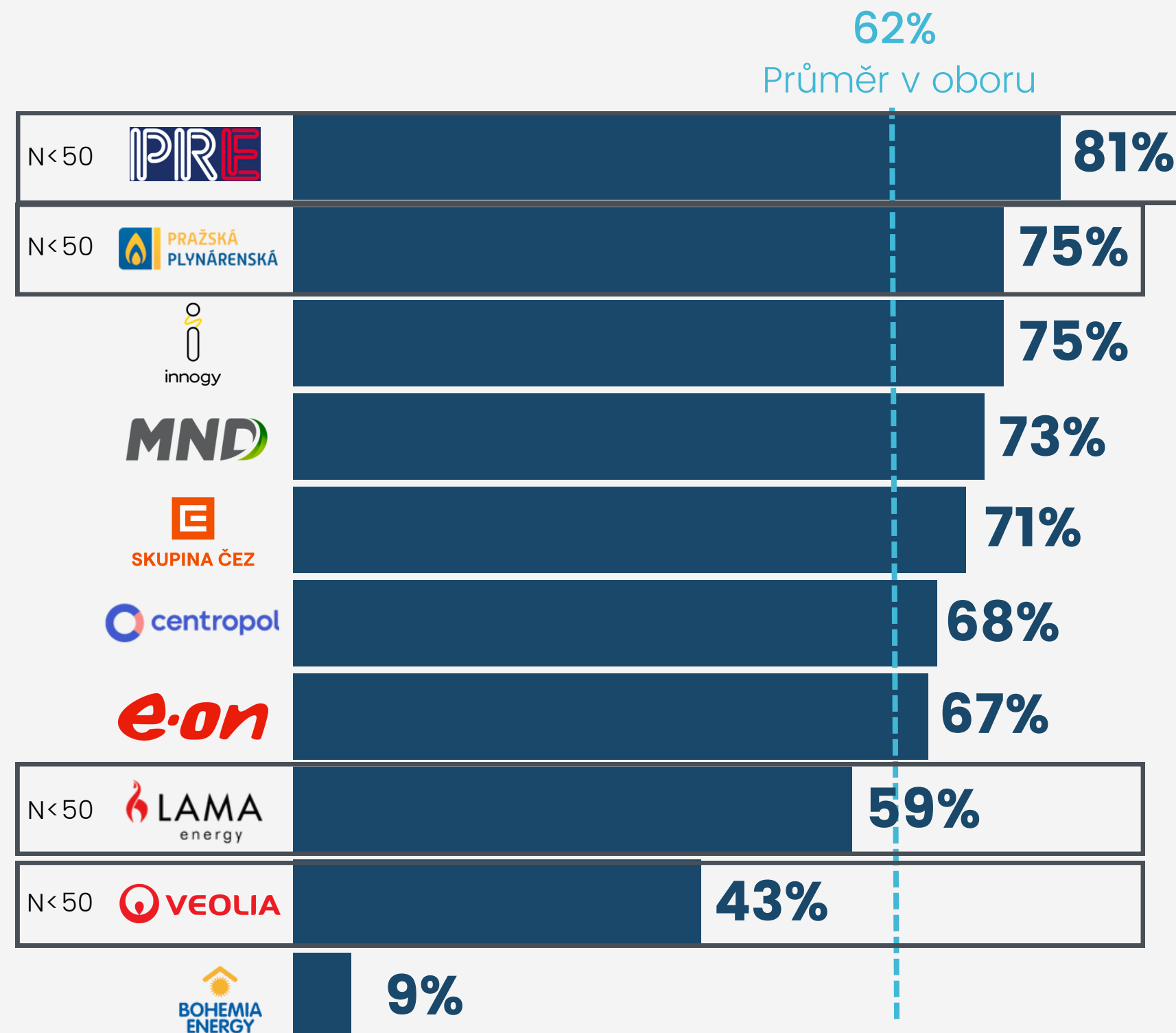
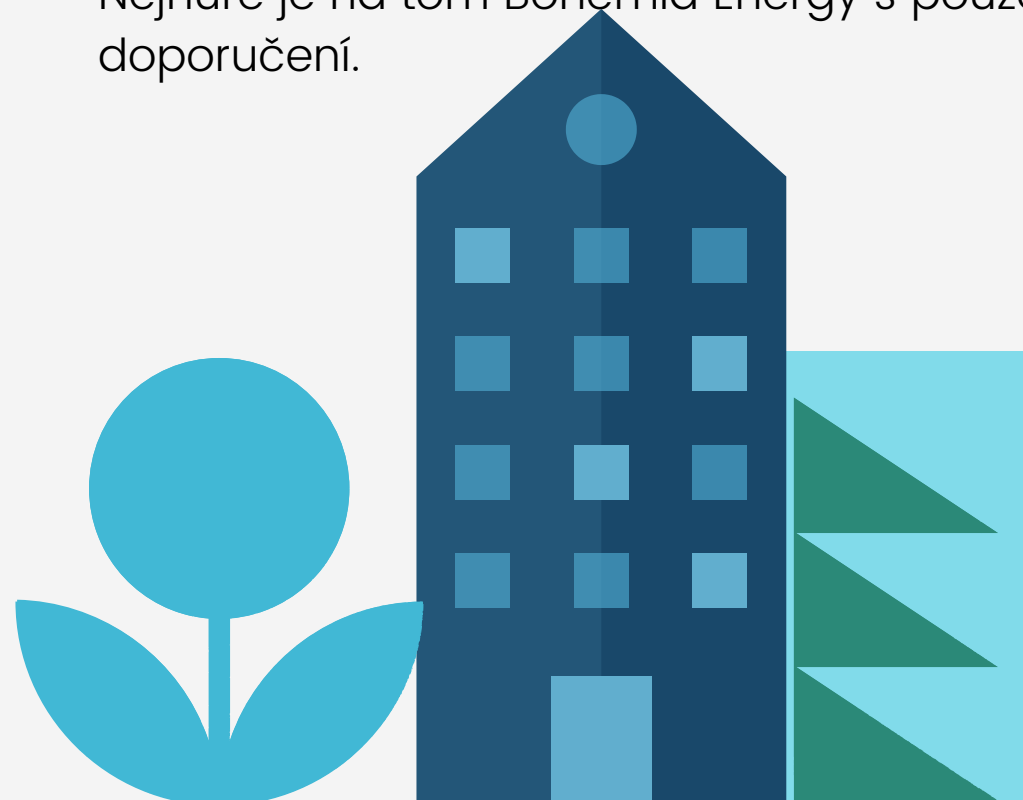
Míra spokojenosti

- Průměrná míra spokojenosti se značkou je v celém oboru 62 %.
- Většina značek dosahuje vysoko nadprůměrné míry spokojenosti. Těmi nejlepšími značky jsou: Moravské naftové doly, Pražská plynárenská, Innogy.
- Podprůměrnou míru spokojenosti pouze tři značky v oboru, a to LAMA energy, Veolia a Bohemia Energy, která má míru spokojenosti jen 13 %.



Míra doporučení

- Průměrná míra doporučení značky je 62 % v rámci celého oboru.
- Nejlepší výsledky v doporučení od svých zákazníků obdržely PRE, Pražská plynárenská nebo Innogy. Tyto značky jsou značně nadprůměrně doporučovány. Nadprůměrného hodnocení v míře doporučení dosahují také další čtyři značky.
- Nejméně doporučení od svých zákazníků mají pouze tři značky. LAMA energy, která se pohybuje těsně pod průměrem, Veolia, která se pod průměrem pohybuje o 20 %. Nejhůře je na tom Bohemia Energy s pouze 9 % doporučení.

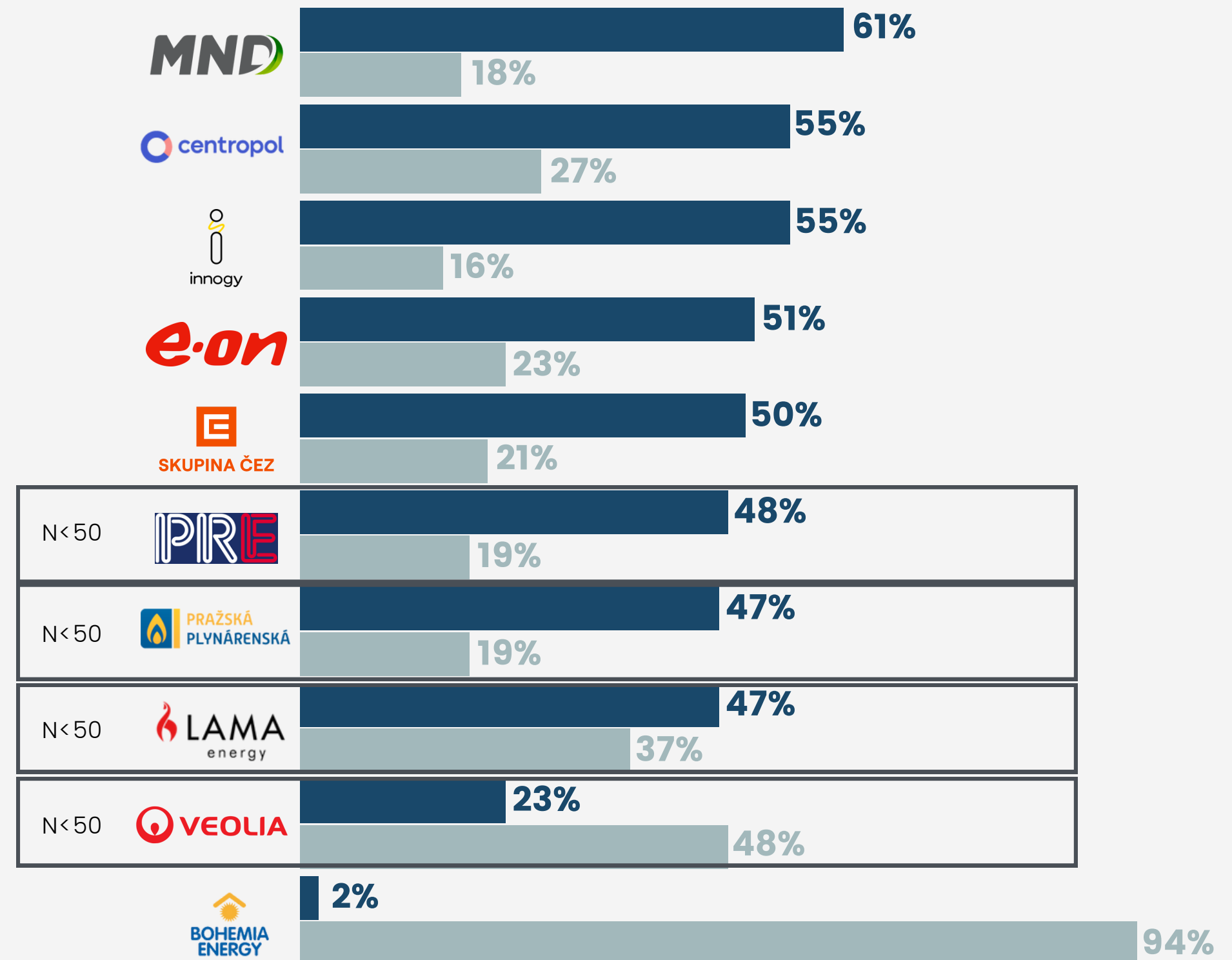


Promotéři vs. detraktoři

- Nejlepšími v podílu mezi detraktory a promotéry jsou Moravské naftové doly. U dalších 7 značek se udržuje vyšší podíl promotérů než detraktorů. Z nich se pouze LAMA energy dostává do kritické pozice kvůli malému rozdílu mezi detraktory a promotéry.
- Zbývající dvě sledované značky mají vyšší míru detraktorů. Veolia má téměř 50% podíl detraktorů. Jednoznačně nejhorší je Bohemia Energy, kde podíl detraktorů dosahuje 94 %!

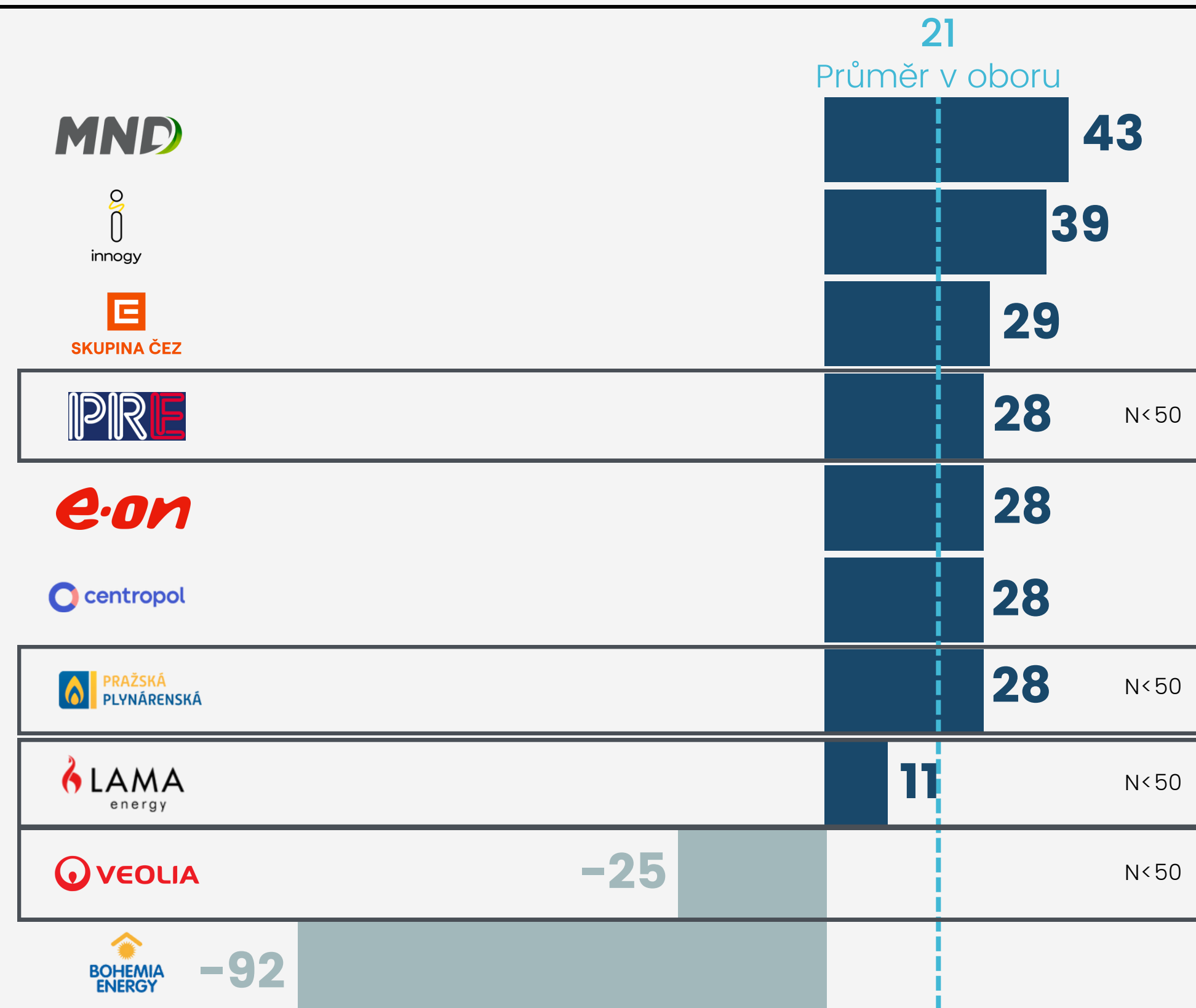


promotéři
detraktoři



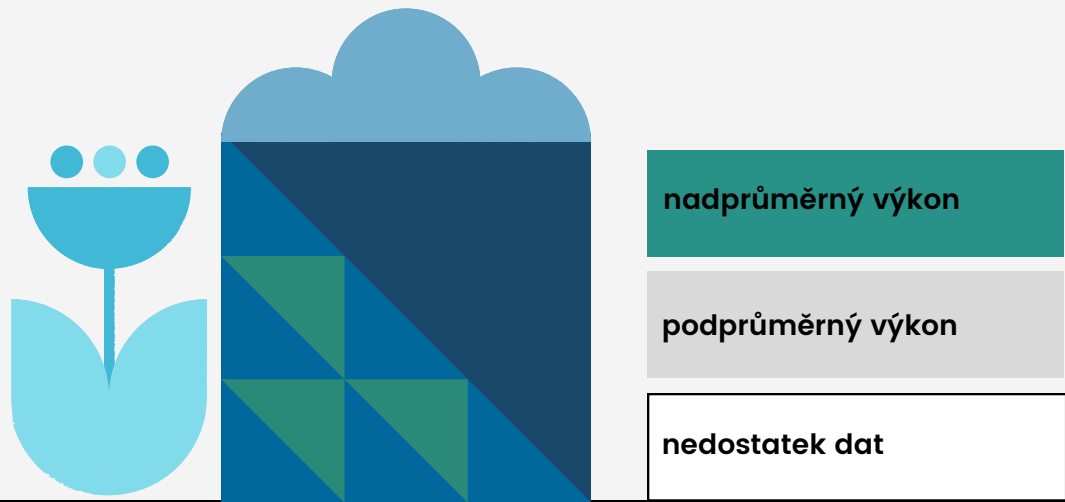
Net Promoter Score (2022)

- Více než polovina značek má nadprůměrnou hodnotu NPS. Nejlepšími jsou Moravské naftové doly a Innogy.
- Obdobné a stále nadprůměrné NPS hodnoty mají ČEZ, PRE, E.on, Centropol a Pražská plynárenská.
- Záporné hodnoty NPS mají Veolia a Bohemia Energy.



Net Promoter Score (2019-2022)

- Mezi lety 2019 - 2022 se v NPS zlepšila zejména značka Innogy. V meziročním srovnání si od roku 2021 nejvíce polepšil E.on.
- Hned tři značky, které v tomto oboru byly v roce 2022 sledovány poprvé, dosáhly nadprůměrného NPS: Centropol, PRE, Pražská plynárenská.
- Moravské naftové doly dosahují v roce 2022 stále nadprůměrného NPS v oboru, ale oproti roku 2021 se jeho hodnota snížila o 20 bodů. Vedle toho hodnota NPS značky ČEZ zůstala stejná.



BC INDEX

76	MND
72	SKUPINA ČEZ
71	innogy
69	centropol
69	PRE
67	e.on
65	PRAŽSKÁ PLYNÁRENSKÁ
53	LAMA energy
37	VEOLIA
9	BOHEMIA ENERGY

Net Promoter Score			
2019	2020	2021	2022
36	29	63	43
-4	1	29	29
10	3	32	39
			28
			28
2	-7	7	28
			28
			11
0	-41	-43	-25
-12	-6	4	-92

N<50

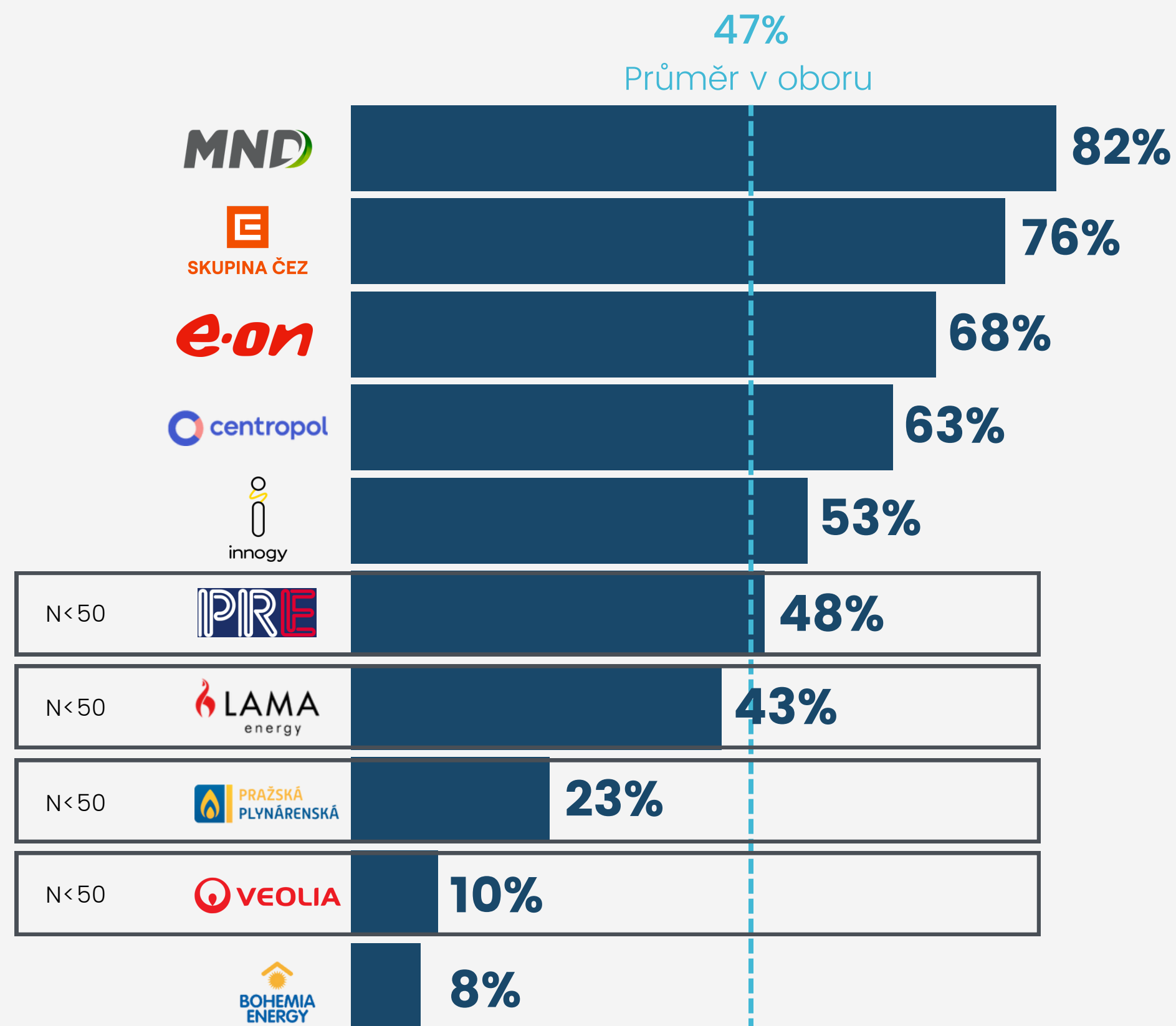
N<50

N<50

N<50

Oblíbená značka – síla značky (2022)

- Nejpreferovanějšími značkami v roce 2022 jsou Moravské naftové doly, ČEZ, E.on. Dále se nad průměrem pohybují značky Centropol, Innogy a PRE.
- Pod průměrem se objevuje Lama Energy. Níže, výrazněji pod průměrem, stojí Pražská plynárenská, Veolia a jako nejméně oblíbená značka stojí Bohemia Energy.



Oblíbená značka — síla značky (2019–2022)

- Za roky 2019–2022 byly nejstabilnějšími a nejoblíbenějšími značkami v oboru Moravské naftové doly, ČEZ a E.on. Většinou se v rámci oblíbenosti pohybovaly vždy nad průměrem v oboru.
- Výrazně nad průměrem byl hodnocen Centropol, který byl poprvé sledován v roce 2022. Nad průměr se ve stejném roce dostala značka Innogy, která byla sledována od roku 2019.
- Zbývající značky v oblíbenosti skoončily pod průměrem. Nejvýraznější meziroční skok nastal u Bohemia Energy: z 60% oblíbenosti poklesla na pouhých 8 %.



nadprůměrný výkon
podprůměrný výkon
nedostatek dat

BC INDEX

76	MND
72	SKUPINA ČEZ
71	innogy
69	centropol
69	PRE
67	e-on
65	PRAŽSKÁ PLYNÁRENSKÁ
53	LAMA energy
37	VEOLIA
9	BOHEMIA ENERGY

Oblíbená značka			
2019	2020	2021	2022
78%	73%	77%	82%
68%	66%	75%	76%
56%	50%	52%	53%
			63%
			48%
64%	61%	60%	68%
			23%
			43%
	10%	6%	10%
60%	57%	60%	8%

N<50

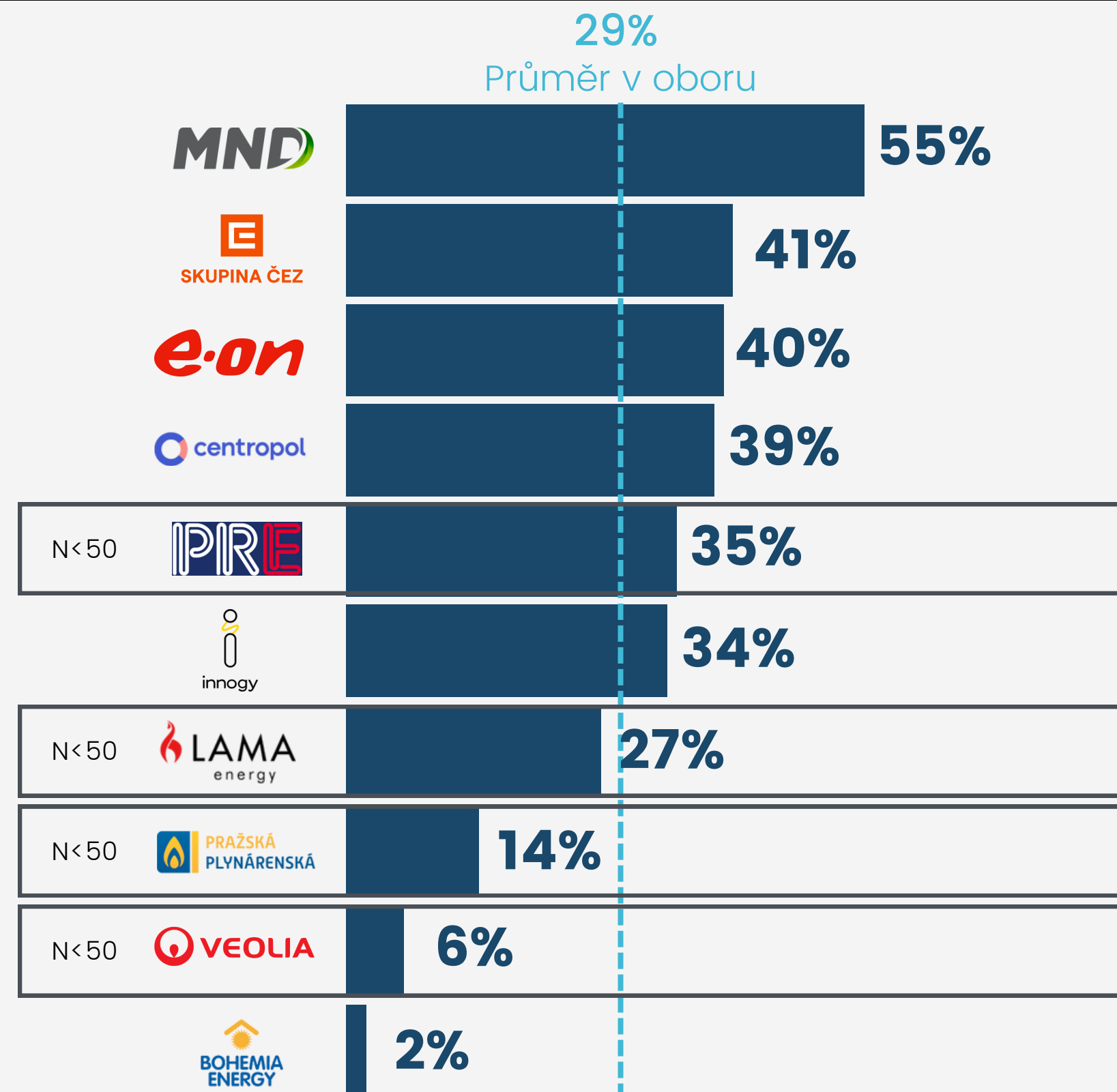
N<50

N<50

N<50

Úroveň loajality

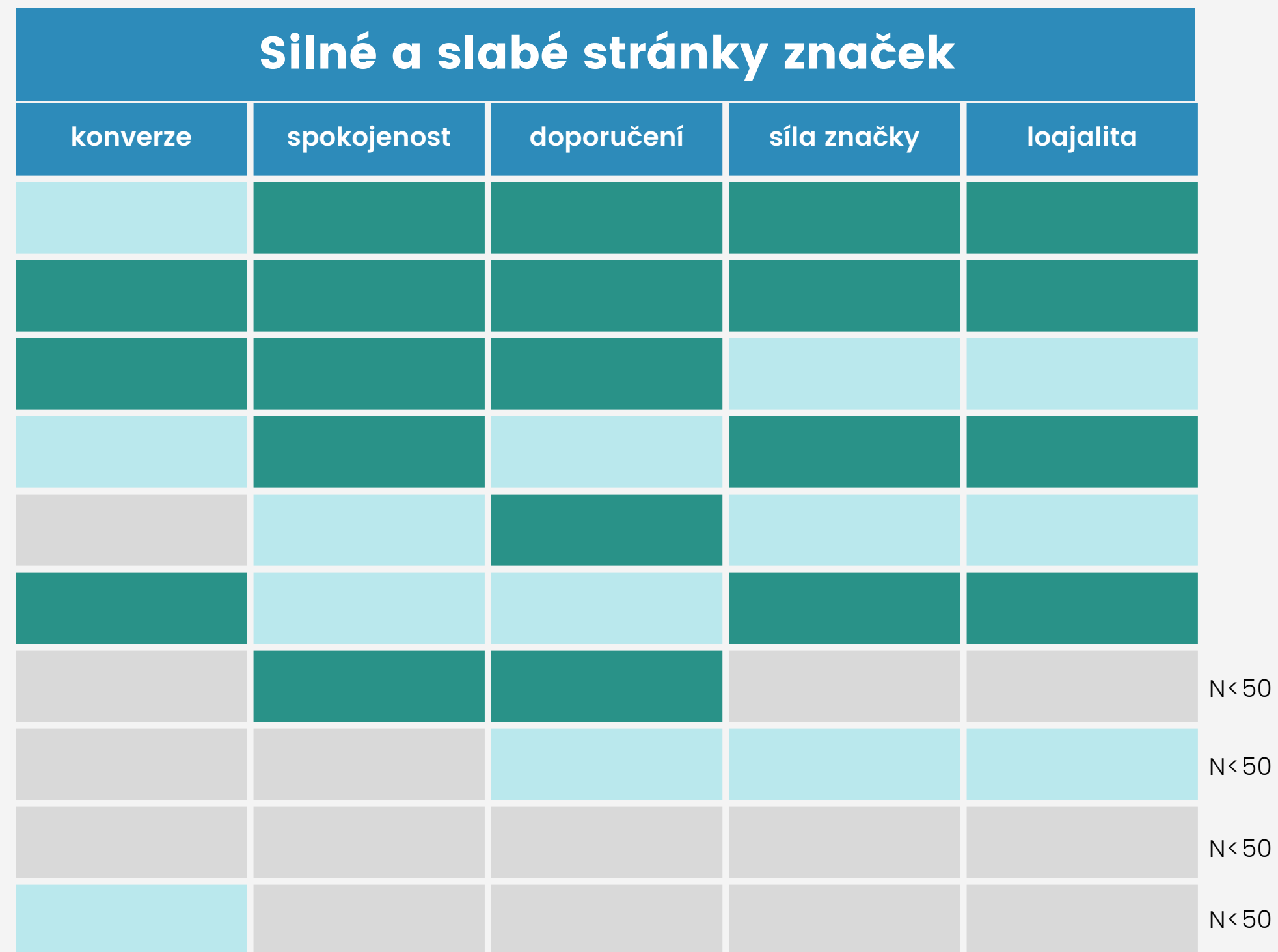
- Nejlepšími z pohledu loajality jsou Moravské naftové doly, ČEZ a E.on. Ti mají nadprůměrnou podporu zákazníků o 10 % a více.
- Dalšími značkami, které se pohybují nad průměrem, jsou Centropol, PRE a Innogy.
- Nejhorší značkou pro zákazníky se stalo Bohemia Energy, který má jenom 2 % loajálních klientů. Pod průměrem v úrovni loajality jsou také Lama Energy, Pražská plynárenská a Veolia.



DIAGNOSTIKA SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK



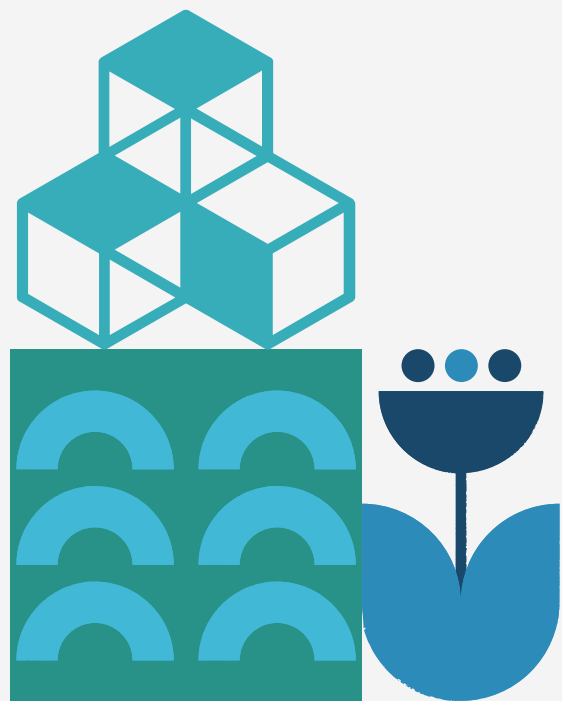
- Nejlepší značkou z pohledu všech sledovaných oblastí je ČEZ, má nadprůměrné výsledky. V závěsu stojí Moravské naftové doly, které jsou ve většině oblastí také nad průměrem, pouze v míře konverze dosahují průměru.
- Innogy a Centropol se ve většině oblastech pohybují nad průměrem, pouze ve dvou je jejich hodnocení průměrné.
- Kritickou pozici zastává značka Veolia, ve všech sledovaných oblastech dosahuje podprůměrných výsledků. Bohemia Energy v roce 2022 dosahovala také podprůměrných hodnot s výjimkou míry konverze, kde byl výsledek průměrný. Lama Energy dosahuje většinou průměrných hodnot s výjimkou míry konverze a spokojenosti, kde je pod průměrem.



SLOVNÍČEK POJMŮ



Slovníček pojmů



pojem	význam
znalost značky	% respondentů univerza, kteří dotazovaně znají danou značku
využívání značky	% respondentů univerza, kteří během posledních 12 měsíců využívali danou značkou
zákaznická konverze	% zákazníků dané značky z těch, co tuto značku znají
Brand Comparison Index (BCI)	Index vyjadřující úroveň zákaznické zkušenosti (konstruován na základě spokojenosti, doporučení a oblíbenosti značky)
spokojenost	hodnocení spokojenosti na škále 0 – 10, kde 0 = „naprosto nespokojen/a“, 10 = velmi spokojen/a”
doporučení	míra doporučení na škále 0 – 10, kde 0 znamená „určitě nedoporučil/a“ a 10 znamená „určitě doporučil/a“
Net Promoter Score (NPS)	indikátor zákaznické spokojenosti / loajality, podle odpovědí na otázku doporučení je definovaný % podíl promoters (odpovědi na škále doporučení 9,10) a detraktorů (odpovědi 0–6). NPS je pak vypočítáno jako % promoters --% detraktors
oblíbenost značky	% respondentů, kteří danou značku uvedli jako nejoblíbenější
loajalita	% respondentů, kteří mají danou značku jako nejoblíbenější a zároveň jsou s ní velmi spokojeni

Děkujeme za Váš
zájem a rádi Vám
odpovíme na
všechny dotazy

Kontakt

SC&C spol. s r.o.
Krakovská 7, Praha 1
IČ. 45280541
tel: +420 777 759 419
marketing@scac.cz
www.bcindex.cz
www.scac.cz