

# *Energietransitie:* een reis samen met klanten!

ENECO WIL IN 2035 KLIMAATNEUTRAAL ZIJN. DE WEG DAARNAARTOE WIL HET BEDRIJF SAMEN MET DE KLANT AFLEGGEN. EN DAT GAAT VEEL VERDER DAN ALLEEN GROENE STROOM LEVEREN, ZEGGEN DICK VELINGS EN SANDRA VAN MAARSEVEEN VAN HET ENERGIEBEDRIJF.

Al in 2007 maakte Eneco duurzaamheid als eerste energiebedrijf onderdeel van de strategische agenda. Sindsdien is het onderwerp steeds belangrijker geworden. Zelfs zo, dat het bedrijf in het One Planet Plan dat in 2021 is opgesteld stevige ambities heeft neergelegd om in 2035 klimaatneutraal te zijn. Niet alleen in de eigen bedrijfsactiviteiten, maar ook inclusief de uitstoot van zijn klanten. Dat plan vormt sindsdien de basis van de huidige bedrijfsvoering van Eneco en mondt uit in concrete acties. "Een klimaatneutrale ambitie neerzetten kan iedereen. Maar dat ook echt vertalen in

acties en die uitvoeren, dat is een tweede. Dat vraagt er soms om je nek uit te steken en keuzes te maken", aldus Dick Velings, Managing Director Eneco B2B. Neem het besluit om in augustus 2022 al te stoppen met het aanbieden van grijze stroom aan zakelijke klanten en niet pas in 2026, zoals aanvankelijk de bedoeling was. "De markt was er rijp voor; klanten willen geen grijze stroom meer, dus hebben we die keuze versneld doorgevoerd. Het is een van de mooie stappen in de reis van Eneco op weg naar een volledig duurzame energievoorziening", zegt Velings. ▶





## ‘De huidige energiecrisis is een kans om strategisch na te denken over energie en verduurzaming’

### Regie

“Een reis die Eneco samen met klanten wil maken, door hen te ondersteunen in hun eigen energietransitie”, voegt hij toe. “De huidige energiecrisis brengt tenslotte ook voor het bedrijfsleven veel zorgen en uitdagingen met zich mee. Maar tegelijkertijd biedt het een kans om strategisch na te denken over energie, verduurzamen en beheersing van kosten. Door niet alleen naar de komende één à twee jaar te kijken, maar naar de komende tien tot vijftien jaar om de regie te krijgen over de eigen energievoorziening, zodat deze in de toekomst ook beschikbaar en betaalbaar is. Dat gaat hand in hand met werken aan verdere verduurzaming”, aldus Velings. Bedrijven zien dat ook in, maar vragen zich vaak af hoe ze het beste invulling kunnen geven aan de verwezenlijking van hun eigen klimaatdoelstellingen in combinatie met hun energievoorziening. Samenwerking met een deskundige partner als Eneco komt dan al snel als geroepen.

### Klantgedrevenheid

Die samenwerking kan op verschillende manieren. Waar Eneco vroeger een traditionele energieleverancier was, heeft het bedrijf in de afgelopen jaren allerlei nieuwe producten en diensten ontwikkeld om de klant te adviseren in diens vraagstukken rondom energie en verduurzaming. Zodoende kan die klant een goed, integraal beeld krijgen van zijn energiebehoeften op korte en lange termijn en daar samen met Eneco een roadmap voor maken. Zodat de klant over de lange termijn grip en controle op energiekosten heeft en tegelijkertijd werkt aan het realiseren van klimaatambities. Bijvoorbeeld door ver-

dere elektrificatie van het bedrijf via een langjarig stroomcontract uit duurzame assets (een zogeheten corporate Power Purchase Agreement), een e-boiler en eigen opwek via zonnepanelen, maar ook batterijopslag en flexsturing.

Het hangt helemaal af van de behoeften van de klant, zegt Sandra van Maarseveen, Director Customer Services Eneco. “Eneco wil echt een klantgedreven organisatie zijn. Een kleine winkel heeft totaal andere behoeften dan een klant als Schiphol of de NS, dus daar willen we in kunnen differentiëren. We hebben voor elk klantsegment specifieke proposities.”

### Bedrijfstransformatie

Voor Eneco zelf betekent een en ander een enorme transformatie van de organisatie. “Want”, zegt Van Maarseveen, “de toekomst vraagt om veel complexere oplossingen. Dat vraagt ook om een hoge mate van klantinzicht, proceskwaliteit en passie van onze medewerkers om hierop te kunnen leveren.”

Om zijn rol als energiepartner goed te kunnen vervullen, heeft het bedrijf daarom in de afgelopen jaren fors geïnvesteerd in organisatorische vernieuwing. Zo zijn er intern aanpassingen doorgevoerd om klanten de beste dienstverlening te leveren en is er veel geïnvesteerd in kennis en kwaliteit van medewerkers. De automatiseringssystemen lenen zich er nu beter voor om klanten op maat te bedienen. “Klanten kunnen de hele dag actueel inzicht krijgen in hun energiezaken. En ze kunnen online zelf van alles even regelen”, zegt Van Maarseveen. “Via data én klantgesprekken proberen we bovendien zo veel mogelijk inzicht te krijgen in waar onze klanten behoefte aan hebben, zowel qua producten als qua dienstverlening.” Ze spreekt van een ‘customer journey’-benadering. “Die komt steeds meer in het DNA van ons denken en handelen.” De komende jaren zal Eneco nog meer investeren in nieuwe systemen om klanten nog beter te kunnen begrijpen en in hun behoeften te kunnen voorzien.

Eneco is er nog niet, benadrukken Velings en Van Maarseveen. Maar de strategie waarin duurzaamheid en klantgerichtheid hand in hand gaan werpt nu al vruchten af, daar zijn ze van overtuigd. De gestegen waardering voor Eneco in de nieuwe MT1000-lijst geeft ze gelijk. ◀



DEEL ONLINE

