

**Besparen op energieverbruik en daarmee op de kosten is een hot item. Vattenfall helpt zijn klanten daarbij. Nico Kruyswijk en Stieneke Hylkema leggen uit dat iedere klant op basis van zijn digitale verbruiks- en duurzaamheidsprofiel een persoonlijk advies kan krijgen om tot minder energieverbruik te komen.**

V

Vattenfall helpt zijn cliëntèle bewuster om te gaan met het energieverbruik en hoe dit te verduurzamen. Bijvoorbeeld door de inzet van warmtepompen en zonnepanelen. Dit is samengebracht in het bedrijfsbrede programma de Groene Routekaart. Nico Kruyswijk, manager van dit programma, stelt: "Vattenfall legt de focus op klanten laten verduurzamen en het verlagen van de CO<sub>2</sub>-uitstoot. Dat vloeit voort uit onze missie om fossielvrij te worden binnen één generatie. Vorig jaar was natuurlijk een exceptie-neel jaar, met de enorme stijging van de gas- en ook de elektriciteitsprijzen. Alles wat wij daarvoor al in gang hadden gezet om klanten extra te verduurzamen krijgt sindsdien extra aandacht. Klanten voelen zich door onze hulpmiddelen duidelijk gesteund bij energiebesparing."

Stieneke Hylkema, marketing manager, vult aan: "Klanten hebben verschillende behoeften. Sommige willen energie besparen uit kostenoverwegingen, andere vooral om duurzamer te zijn. Dan is er nog een groep die zich aan het oriënteren is en weer andere zijn heel gericht op zoek naar speci-

fieke oplossingen. En op al die verschillende klantvragen en -behoeften proberen wij een antwoord te geven; daar hebben wij allerlei checks voor. Overwegen klanten bijvoorbeeld om zonnepanelen te nemen? Dan geven we advies voor hun specifieke situatie. Voor zo'n 2 miljoen klanten in Nederland werken we dus zowel generiek als specifiek."

### Persoonlijk duurzaamheidsprofiel

Vattenfall maakt, om klanten te helpen met energiebesparing, veel gebruik van digitalisering en slimme inzet van data. Met instemming van de klant kan er een persoonlijk duurzaamheidsprofiel worden opgesteld, waarmee het veel verder gaat dan andere partijen in de markt. De spil hierin wordt gevormd door slimme verbruiksmeters, waarvan de individuele gebruikersdata worden gekoppeld aan en vergeleken met overeenkomstige situaties van andere klanten, al dan niet in dezelfde buurt.

Kruyswijk: "Zo kijken we bijvoorbeeld naar kenmerken als grootte en oppervlakte van het huis, aantal personen in het huishouden en woningtype.

# Digitaal naar duurzaam



Nico Kruyswijk

Stieneke Hylkema



Verder kijken we ook nadrukkelijk naar data voortkomend uit het bezoek aan onze site en het gebruik van onze app: zijn ze zich aan het oriënteren of heel specifiek op zoek? Daar hebben we aansluitende checks voor. De app gebruiken we ook interactief: afhankelijk van het zoekgedrag stellen wij specifieke vragen en ondersteunen we onze klanten daarmee verder in hun zoektocht. De gegevens uit deze verschillende bronnen combineren we tot gedetailleerde, makkelijk toegankelijke en gepersonaliseerde adviezen en inzichten. Daarmee kunnen

we onze klanten hun verbruik laten verminderen en laten 'vergroenen'. Zo gaan ze ons steeds meer als verduurzamingspartner zien. Daar doen we het voor!"

### Innovatie en digitalisering vanbinnenuit

Volgens Hylkema kan Vattenfall met deze gegevens nog een stap verder gaan en bepaalde situaties voorspellen, omdat er al een goed beeld van de klant is opgebouwd. Bijvoorbeeld of zijn of haar huis geschikt is voor een warmtepomp. Of meedenken over de beste oplossing voor een klant, omdat helder is wanneer de gemeente van het gas af gaat of overstapt op stads-warmte. Want wat betekent dat voor een voorgenomen investering in bijvoorbeeld isolatie, een warmtepomp en zonnepanelen? Voor de cv-ketel is het

dan in ieder geval einde verhaal. Hylkema: "Dat kunnen we allemaal meenemen in ons advies. We hebben ook een aantal checks klaarstaan om klanten verder te helpen, zoals de Duurzaam Wonen Check. Deze checks optimaliseren we continu, zodat klanten een steeds persoonlijker advies krijgen. We merken dat daar een grote behoefte aan is. Daar spelen we dus op in met innovatie en digitalisering. Dat trekt ook talentvolle collega's aan die gemotiveerd zijn om alles uit hyperpersonalisatie en data te halen. Vattenfall als werkgever stimuleert deze drive voor innovatie dan ook enorm."

Kruyswijk sluit hierop aan: "Wij hebben inmiddels met Feenstra Verwarming een innovatieve hoge-temperatuurwarmtepomp ontwikkeld die ook in oudere, matig geïsoleerde huizen prima presteert. De bewoner kan dan gebruik blijven maken van de bestaande radiatoren en hoeft niet te investeren in speciale 'lage temperatuur'-exemplaren. De nieuwe warmtepomp zit nu nog in de pilotfase en we hopen die eind dit jaar op de markt te brengen. Dan kunnen, zonder extreem te hoeven isoleren, in veel meer Nederlandse huizen de voordelen van de warmtepomp worden benut, een grote stap vooruit in verduurzaming en energiebesparing." ◀



**'Via onze app laten we klanten 'vergroenen' en hun verbruik verminderen'**