



Kundperspektiv på värmemarknaden

Värmemarknad Sverige
Slutkonferens 1 juni 2023

Insikter och slutsatser

En segmentering baserad på drivkrafter och attityder ger en bra grund för förståelse och utveckling

Vi skönjer några trender sedan studien som gjordes under 2016

Prisutveckling och klimatmål återkommer som viktiga beslutspåverkande faktorer

Energieffektivisering är fortfarande högt på kundernas agenda

Effektfrågan har seglat upp på agendan

Kunderna beskriver framtidens värmelösning som en optimering av områden

Kunderna ser ett behov av att fler aktörer tar en ledande roll i utvecklingen mot framtidens värmelösning

Kunderna lyfter fram ett antal faktorer de är osäkra på inför framtiden

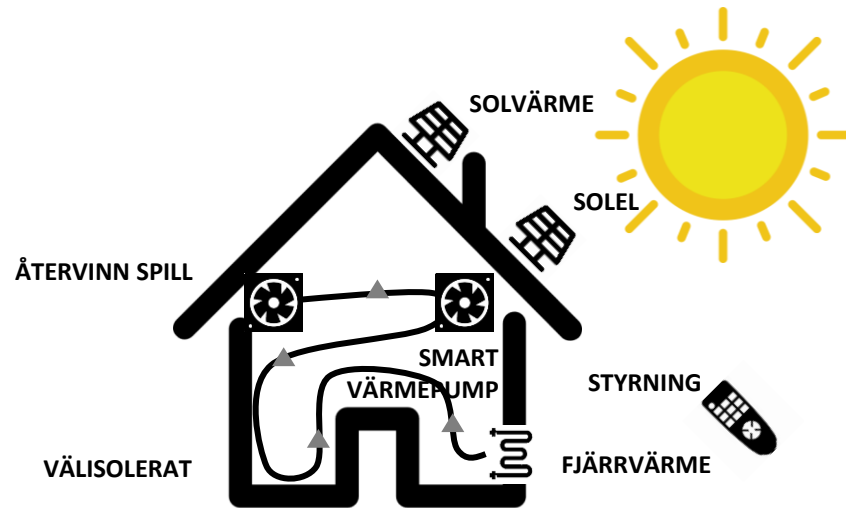
Kunderna är positiva till biobränsle, då det klassas som förnybart och fossilfritt

Kunderna har generellt en försiktig inställning till kyla

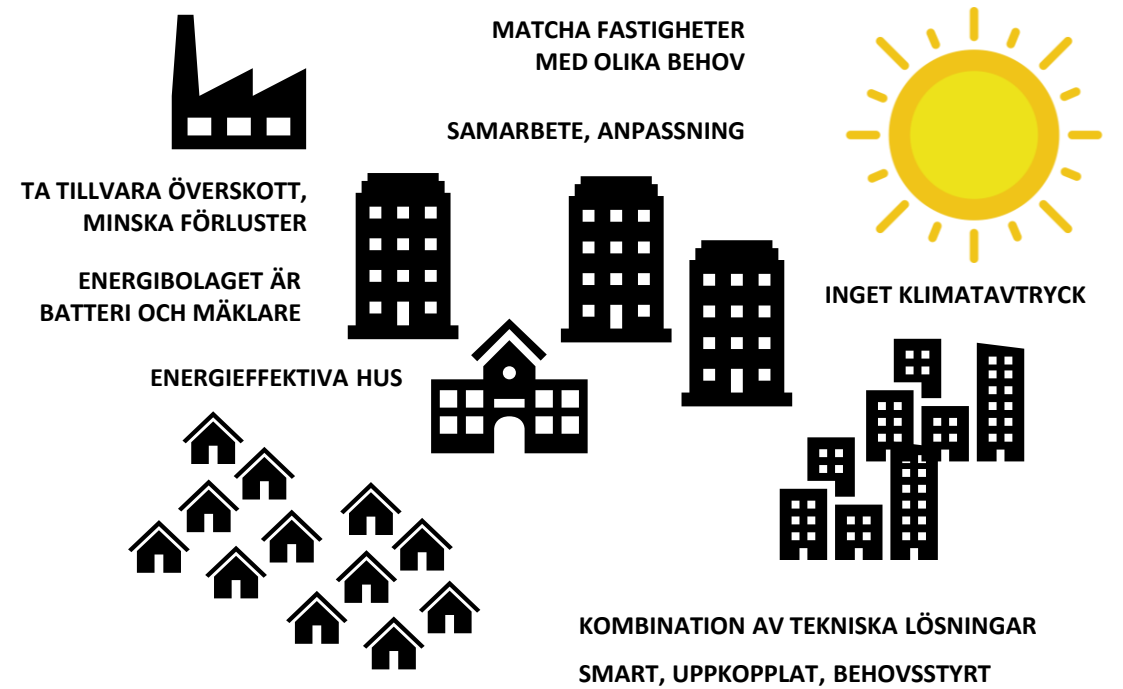


Kundernas syn på framtidens värmelösning

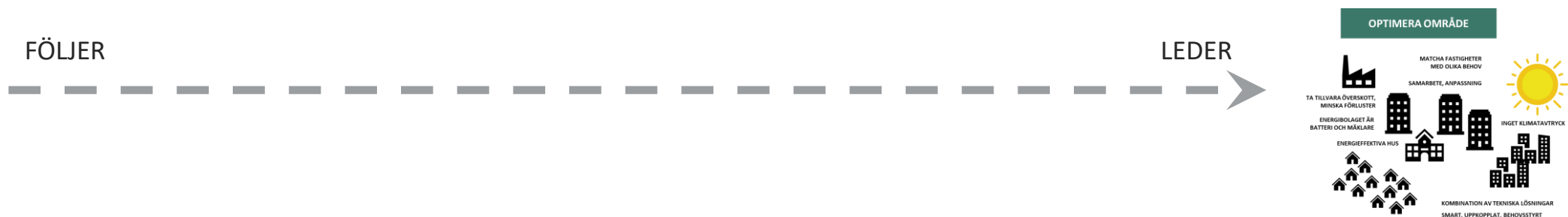
OPTIMERA BYGGNAD



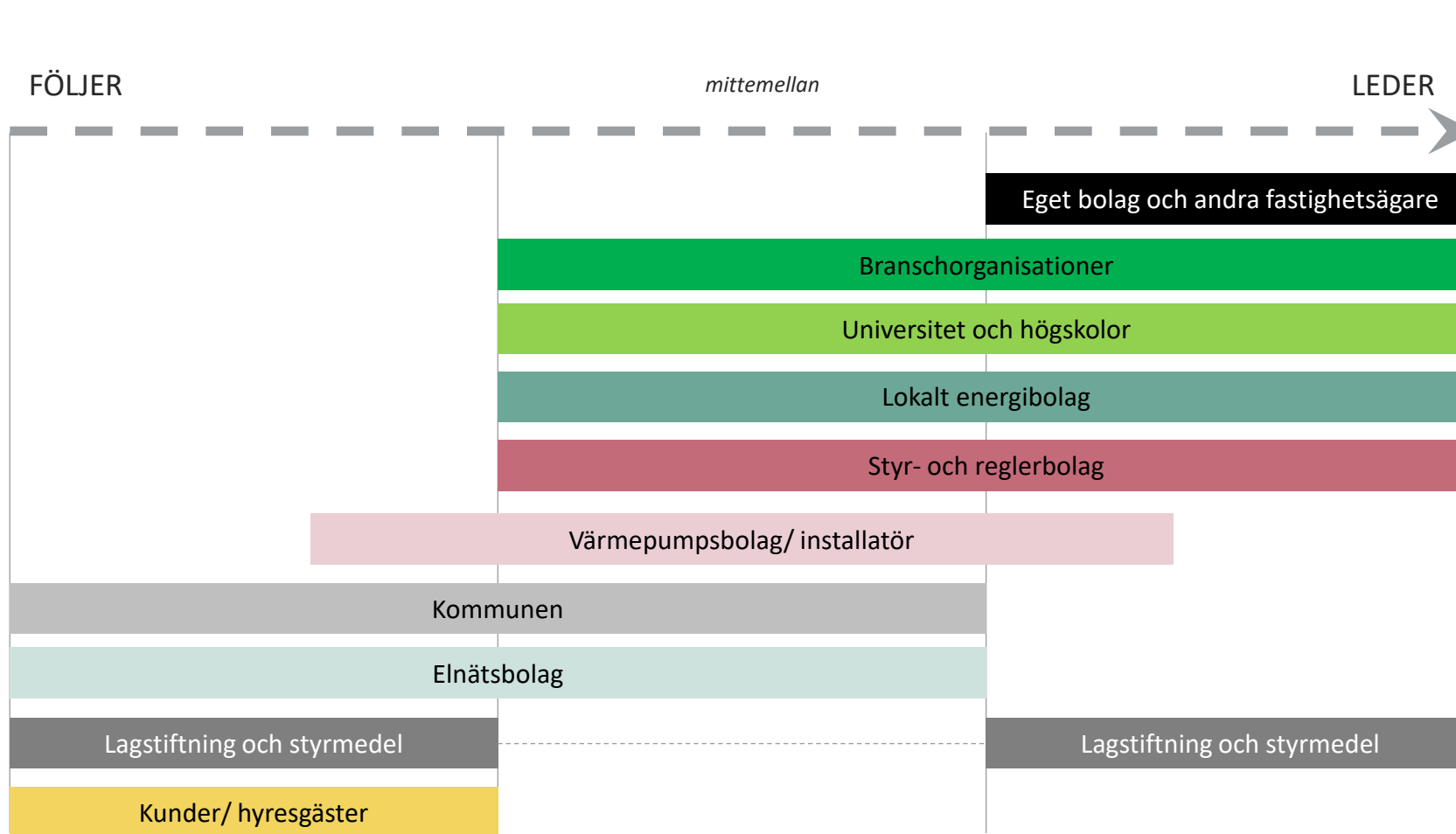
OPTIMERA OMRÅDE



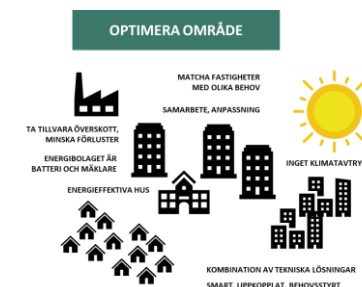
Vilka roller tar olika aktörer i utvecklingen av framtidens värmelösning?



Kundernas upplevelse av vilka aktörer som leder respektive följer utvecklingen



Att uppfattas som ledande



Att vara ledande:

- + Sätter höga mål eller ställer krav
- + Tänker nytt, ifrågasätter gamla sanningar.
- + Vågar prova även om allt inte faller väl ut
- + Driver på sin egen utveckling
- + Gör genomförbart
- + Samarbetar, delar med sig och släpper in andra

Har du frågor?



Kjerstin Ludvig
Profu

kjerstin.ludvig@profu.se
0708-42 33 22



Gunilla Jalbin
Grounded Brand Management

gunilla@groundedbrandmanagement.se
0723-10 17 77