

# Vilka använder webbservicen?

Redovisning av delprojekt 2B i Verkningsgradsprojektet

Björn Calminder, K-konsult  
Per Bengtson, Grön idé AB  
Juni 2005

B1. Inledning .....	1
B2. Metod .....	2
B3. Resultat .....	3
B4. Diskussion .....	5
B5. Sammanfattning och slutsatser .....	6

## B1. Inledning

Energirådgivningen har en mycket omfattande hemsida, [www.energiradgivningen.se](http://www.energiradgivningen.se). Antalet besökare (visits) är drygt 100 000 per år. Exempel på de mest besökta sidorna är följande

- Tabell för beräkning av hushållselförbrukning
- Faktablad, bl a om bergvärmepumpar, pellets och isolering
- Frågor och svar
- Elsparprogrammet (energiberäkning för småhus)

Antalet hits är ca 1,6 miljoner per år. Med hits avses antalet träffar som sökningar med olika sökverktyg ger upphov till men inte leder till att någon besöker hemsidan. Hemsidan utvecklas kontinuerligt av K-konsult Energi, som också bedriver energirådgivningens telefonservice i de flesta kommuner.

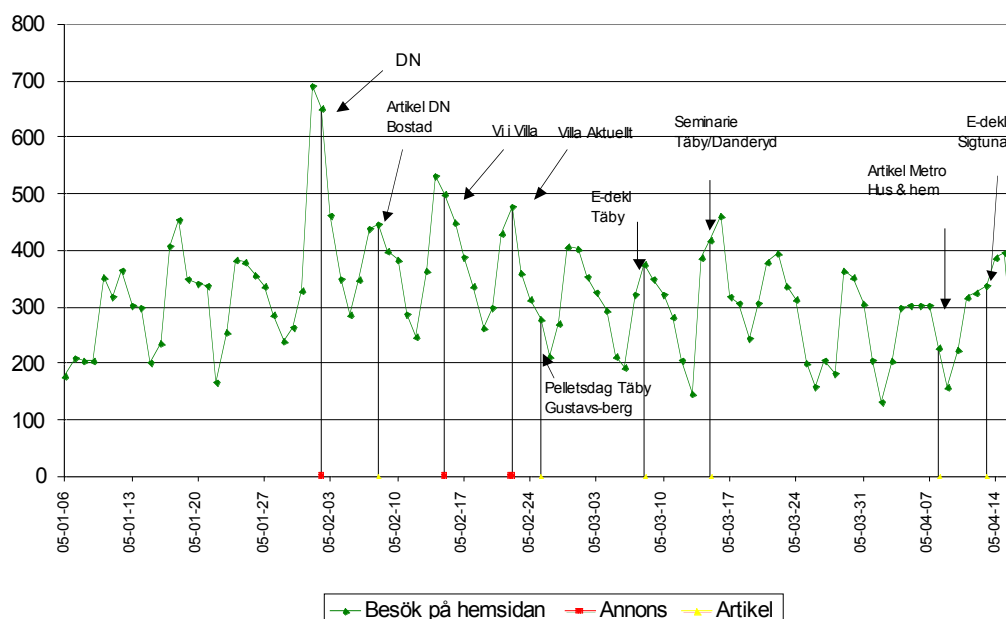
Antal besökande på hemsidan varierar kraftigt. Detta visas figur 1, där besöksstatistiken från 2005-01-06 – 2005-04-16. Det finns flera faktorer som påverkar besöksstatistiken, några exempel nämns här:

- **Utetemperatur.** Under vinterhalvåret är det betydligt fler besökare än under sommarhalvåret. Under kortare perioder är det svårare att se ett samband, sista veckan i januari 2005 var relativt kall med temperaturer mellan –5 C och –10C, antalet besökare var i slutet av veckan mycket högt. Första veckan i mars var ännu kallare, att antalet besökare inte vara högre under veckan kan eventuellt förklaras av att det var sportlov i Stockholmsregionen.
- **Veckodag.** Under lör- och söndagar sjunker antalet besökare kraftigt. Lägst antalet besökare per dag är det under jul- och nyårsafton då antalet besökare är ca 100 per dag.
- **Elbolagens fakturor,** om en elleverantör eller en nätägare skickar ut ett stort antal fakturor kan detta eventuellt påverka antalet besökare.
- **Annonsering** har betydelse, hur stor är svårt att fastställa då andra faktorer också påverkar. Den absolut högsta besöksfrekvensen sker den 1–2 februari i samband med ett annonsinförande i DN, som sker den 2 februari. Ett märkligt sammanträffande eftersom liknande uppgångar också syns i besöksstatistiken dagen före införanden av andra annonser.
- **Länkar från andra hemsidor.** Periodvis har tydliga länkar funnits och finns på första sidan på många kommuners hemsida, dessa har stor betydelse för att de besökande skall hitta till energirådgivningens hemsida.

- **Andra aktiviteter.** Under våren 2005 har 990 respektive 2450 energideklarationer delats ut i Täby respektive Sigtuna. Antalet är för få för att det skall gå att se om dessa har påverkat antalet besökare.

Antal besök på  
hemsidan per dag

### Antal besök på hemsidan samt annonsering mm



**Figur 1.** Besök på hemsidan [www.energiradgivningen.se](http://www.energiradgivningen.se) under våren 2005, jämfört med annonsering och andra händelser.

Hemsidan fungerar enligt energirådgivarna som en komplettering till telefonservicen. De hänvisar ofta till webbsidor när de talar i telefon med den rådsökande. Ofta kan de då göra beräkningar samtidigt eller visa var informationsskrifter kan tankas hem. Många som ringer energirådgivningen säger sig redan ha tagit del av informationen på hemsidan vilket underlättar telefonrådgivningen.

## B2. Metod

Under åtta olika perioder från hösten 2002 till våren 2005 har en enkät legat på hemsidan. Enkäten har öppnats som ett pop-up fönster när den besökande har lämnat sidan "Mitt hus". För varje period har ca 80 personer besvarat enkäten, totalt 636 personer. För att göra 2005 års enkät jämförbar med de tidigare valdes samma upplägg och omfattning. I fråga 1 gjordes ett tillägg. Enkäten har begränsats till följande fem frågor. Enkätens frågor och svarsalternativ visas nedan.

### 1. Hur har du hittat till [www.energiradgivningen.se](http://www.energiradgivningen.se)?

- Via länk på kommunens hemsida
- Via annan länk
- Via informationsmaterial från energirådgivningen
- Jag fick adressen via en bekant
- Via en sökmotor
- Via annons (from 2005)

### 2. Hur ofta besöker du [www.energiradgivningen.se](http://www.energiradgivningen.se)?

- Det här är första gången
- Några gånger per år

- Några gånger per månad
- Några gånger per vecka

3. Har du hittat den information du söker?

- Ja
- Ja, delvis
- Nej

4. Vilken information saknar du?

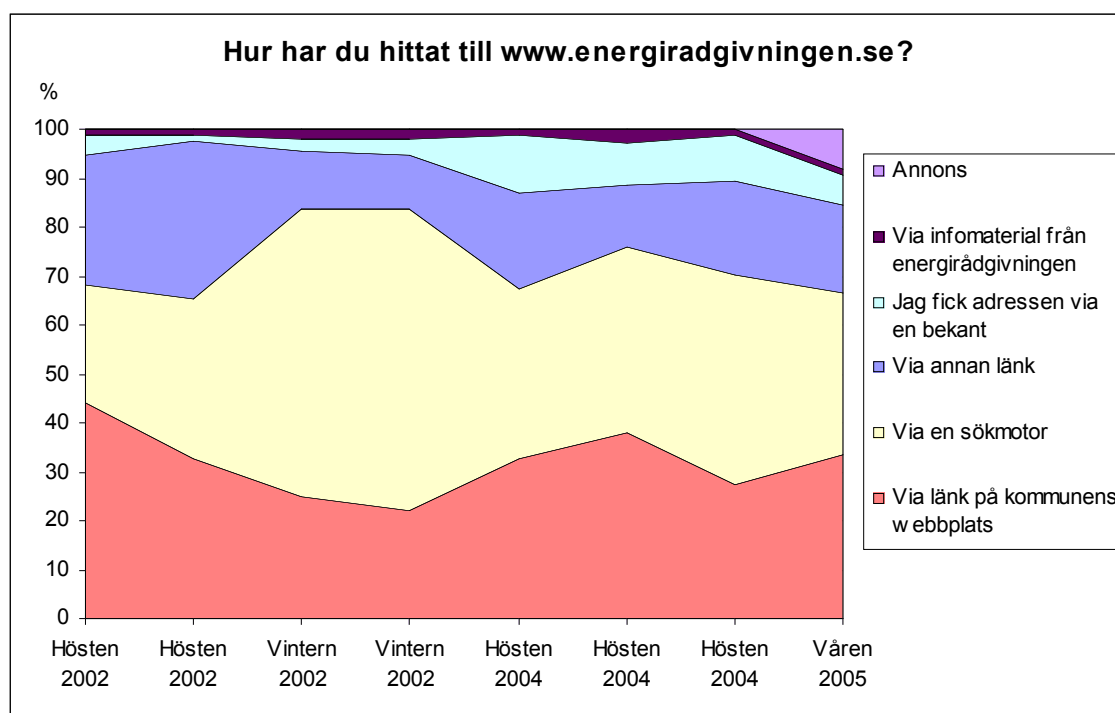
- Svar med fritext.

5. För att förbättra hemsidan är det viktigt att: (flera alternativ är möjliga att fylla i)

- minska nedladdningstiderna
- den innehåller mer information
- det blir enklare att navigera
- den har en mer tilltalande lay-out
- minska antalet krångliga facktermer

## B3. Resultat

### Fråga 1: Hur har du hittat till [www.energiradgivningen.se](http://www.energiradgivningen.se)?



**Figur 2:** Resultat, fråga 1.

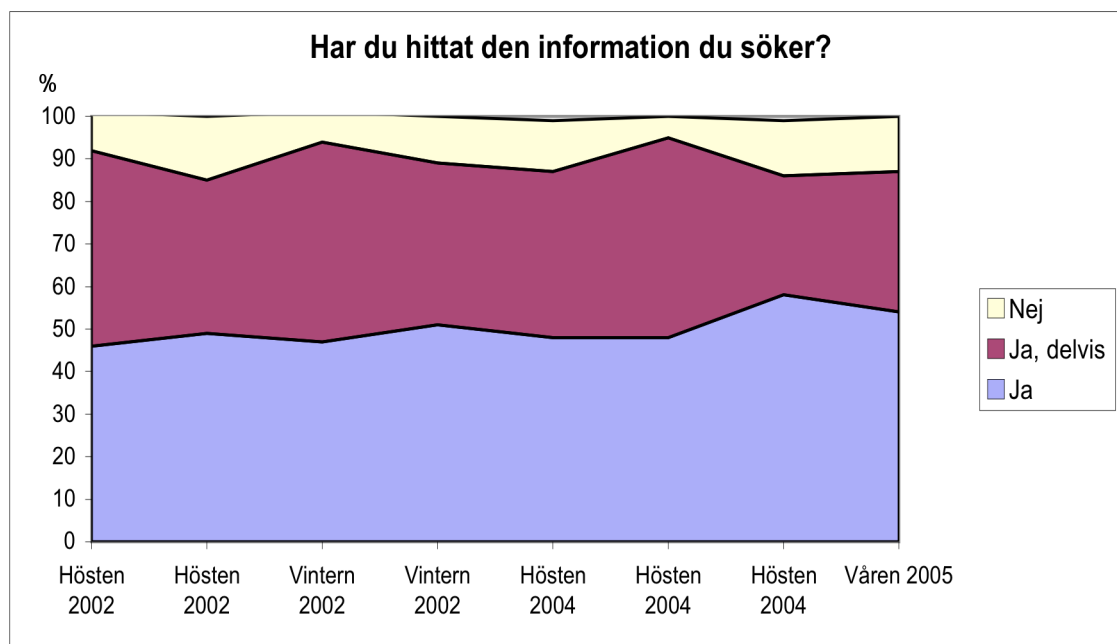
Under 2002 fick hemsidan som då hette [www.energiinfo.nu](http://www.energiinfo.nu) en allt högre placering på olika sökmotorer på internet, denna trend bröts hösten 2003 då namnet ändrades till [www.energiradgivningen.se](http://www.energiradgivningen.se). Sedan dess har hemsidan ofta en hög placering på olika sökmotorer. Under hösten 2003 utökades antal kommuner som är med på hemsidan med ytterligare åtta, samtidigt lanserades ny logotyp mm vilket medförde att information om energirådgivningen visades på första sidan på många kommuners hemsidor. 5-10% av de besökande har fått adressen av en bekant. Svarsalternativet om den besökande har "fått information via en annons" infördes först under 2005.

## Fråga 2: Hur ofta besöker du [www.energiradgivningen.se](http://www.energiradgivningen.se)?

För 359 besökare, mellan hösten 2004 och våren 2005, fördelar sig svaren enligt följande:

- 86% Det här är första gången
- 10% Några gånger per år
- 2% Några gånger per månad
- 2% Några gånger per vecka

## Fråga 3: Har du hittat den information du söker?



**Figur 3:** Resultat fråga 3

Under senaste året har de som "hittat den information de sökt efter" ökat till drygt 50%. Under hösten 2004 saknades sökfunktionen på hemsidan vilket är en möjlig förklaring till den svaga svacka som redovisas i diagrammet.

## Fråga 4: Vilken information saknar du?

Under fråga 4 kan den besökande i klartext ange vilken information som saknas på hemsidan. Av den information som efterfrågas finns det mesta på hemsidan men den besökande har av olika orsaker ej hittat den. Förklaringar till detta kan vara att enkäten visas för snabbt och att navigationsmöjligheten på hemsidan behöver förbättras.

### *Exempel på information som besökarna uppgivit saknas under mars och april 2005:*

14-03-2005 Hur jag blir av med min gamla uttjänta panna. kanske inte har med energirådgivning att göra, men ändå.

15-03-2005 Jag söker elpriset per kWh och fast kostnad för jag ska köpa hus och teckna nytt avtal.

18-03-2005 Information om andra ställen än Stockholm

18-03-2005 Slarvigt skriven text: "Nedan följer en beskrivning av de vanligaste uppvärmningssystemen för villor med installationskostnader för ett hus på ca 150 m<sup>2</sup>. Observera att de angivna kostnader endast är exempel som visar kostnadens storlek. Eftersom förutsättningarna varierar mellan olika hus och vart i landet huset är beläget kan variationerna vara stora." Vad i hela fridens namn är "vart i landet" för svenska? Det är också lätt att få till m<sup>2</sup> i HTML-kod på ett riktigt sätt...

29-03-2005 Rutan kom upp innan jag hann söka info.

30-03-2005 Vilka kan byta till bergvärme? Kan alla hus med de andra befintliga uppvärmningsformerna byta till bergvärme?

30-03-2005 Information om tillstånd att elda med ved i Nackas olika områden

31-03-2005 Jättebra sida. Jag kommer att ta kontakt med min kommunala elrådgivare nu.

31-03-2005 Priser per kWh för företag kontra privat

05-04-2005 Nytt uppvärmningssystem.

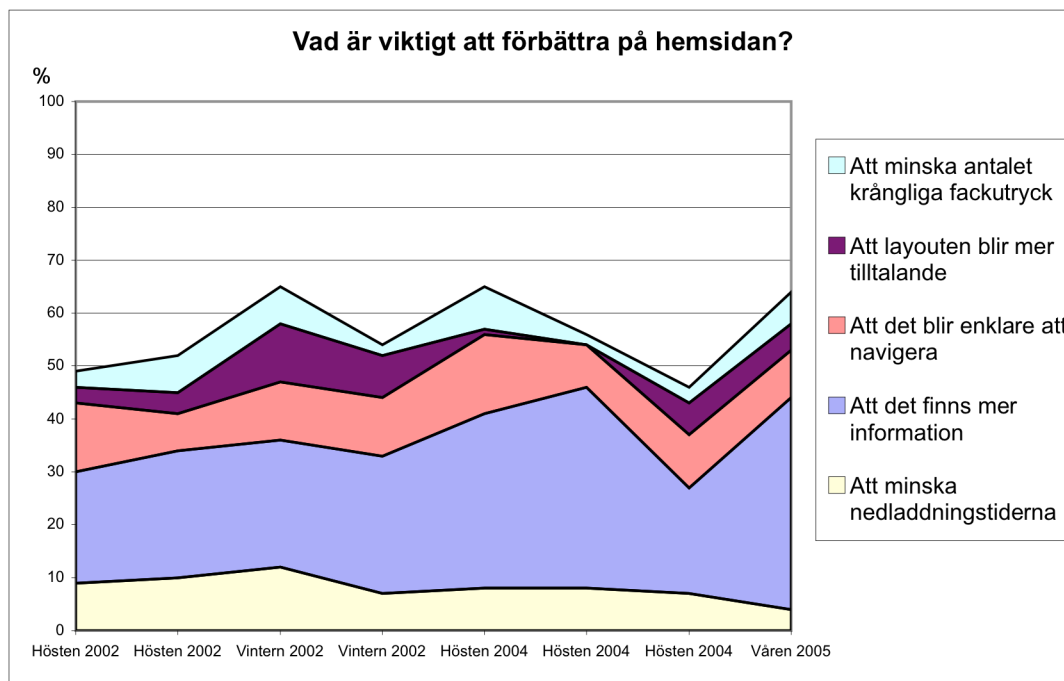
08-04-2005 Beräknad förbrukning för lägenhet.

11-04-2005 Regler var man får borra för värmepump.

12-04-2005 Abbonnemanget i medeltal t ex

13-04-2005 Ingen alls...

#### Fråga 5: Vad är viktigt att förbättra på hemsidan?



Figur 4: Resultat fråga 5.

Av de som svarat på enkäten är det drygt hälften som svarat på frågan "Vad är viktigt att förbättra på hemsidan". En tendens är att nedladdningstiden har fått mindre betydelse i takt med bredbandsutbyggnaden. Under 2003 fick hemsidan en ny layout vilket i viss mån uppskattades av de besökande.

## B4. Diskussion

Ett generellt problem med webb-enkäter är att det inte är ett statistiskt urval av besökarna som besvarar enkäten och det därigenom inte är möjligt att veta om de som besvarat enkäten är representativa för alla besökare. Detta innebär att man i denna undersökning inte kan dra säkra slutsatser med ledning av svaren utan att de snarast ska ses som indikationer<sup>1</sup>.

Svarsfrekvensen i denna enkät är mycket låg, 0,6% av besökarna på hemsidan har svarat. Detta medför att resultaten måste tolkas försiktigt. Alla besökare på webben har dock inte kommit till den plats där enkätens pop-up fönster visas, när de lämnar sidan "Mitt hus". Ett antagande är att de som väljer att besvara enkäten är sannolikt de som har mest tid och antingen är mest positiva eller mest negativa till enkäten. Dock har enkäten repeterats vid åtta tillfällen, under perioden från hösten 2002 till våren 2005.

<sup>1</sup> Malhotra, N. K. Marketing research, an applied orientation. Prentice-Hall, 1996.

## B5. Sammanfattning och slutsatser

Webbenkäten visar följande resultat för den grupp som besvarat enkäten:

- De flesta besökare har hittat till [www.energiradgivning.se](http://www.energiradgivning.se) genom en länk på kommunens webbplats (ca 30%) via en sökmotor (ca 30%) eller via en annan länk (ca 20%). (Se figur 2.)
- För de flesta (över 85%) är besöket det första på webbsidan. Resterande är återbesök.
- Drygt 50% säger sig ha hittat den information de söker. Ca 40% har delvis hittat informationen de söker. Under perioden hösten 2002 – våren 2005 finns en stigande tendens bland de som har hittat den information de söker.
- De som saknar information efterlyser mer detaljerad information inom en rad olika områden, t ex vedeldning, hur man blir av med uttjänta pannor, elpris-information, etc.
- Besökarna vill främst utöka informationen på hemsidan, när de tillfrågas om vad de vill förbättra. Ett fåtal efterlyser, bättre navigering, bättre lay-out, minskade nedladdningstider.

Webbenkäten visar mycket positiva resultat bland de som svarat på den, och "kundnöjdheten" kan betraktas som hög. Dock kan inte alltför långtgående slutsatser dras från enkäten eftersom den besvarats av ett fåtal av besökarna som kanske inte är representativa för alla besökare.

Webbsidan är energirådgivningens största informationskanal, genom att den har ungefär 300 besök per dag (figur 1). Sannolikt är den också den mest kostnadseffektiva kommunikationsvägen inom ramen för dagens energirådgivning. Enligt K-konsult kostar ett besök på hemsidan i medeltal 7,5 kr i medeltal per besökare, när samtliga kostnader för hemsidan divideras med antalet besökare<sup>2</sup>. Om denna kostnad räknas om till de 50% av besökarna i undersökningen som säger sig ha funnit den information de söker så blir kostnaden 15 kr per "nöjd" besökare.

Besöksfrekvensen varierar kraftigt mellan olika dagar. Flera olika faktorer tycks påverka antalet besök, både planerade, oplanerade och "naturliga" faktorer, som väderleken och årstiden. En regnig och kall dag sker fler besök, liksom under vintertid. Andra aktörer i samhället kan temporärt öka intresset för energirådgivning, t ex när frågorna belyses i media, eller när energibolag skickar ut räkningar och annan information. De planerade aktiviteterna som påverkar besöksstatistiken är exempelvis annonsering, införande av länkar på andra webbsidor, seminarier och aktivitetsdagar i kommunerna. Eftersom det är ett komplext samspel kan man i denna enkätundersökning inte vikta den inbördes betydelsen mellan de olika faktorerna. En del av de besökande kommer från andra delar än Stockholmsområdet, men andelens storlek är inte undersökt.

Energirådgivarna anser att hemsidan effektiviserar telefonrådgivningen då de kan hänvisa till dess olika funktioner. De upplever att många av de som ringer till rådgivningen är väl pålästa och använder under samtalet de formuleringar som finns i hemsidans texter. Mycket informationsmaterial kan hämtas hem som pdf-filer vilket kan vara en förklaring till att K-konsult har skickat allt mindre brev med broschyrer till de rådsökande, trots att antalet telefonsamtal ökat.

När arbetet med energirådgivningens webbsida påbörjades år 1999 var en av målsättningarna att ta fram ett verktyg som skulle leva kvar efter att energirådgivningen har upphört. Då var osäkerheten stor om hur länge det statliga bidraget skulle finnas kvar. I dagsläget har hemsidan mer blivit ett hjälpmedel som kompletterar och avlastar telefonrådgivningen.

---

<sup>2</sup> K-konsult 2005, Lars-Olof Södergren, Kostnadseffektivitet för olika aktiviteter inom energirådgivningens ram. PM för verkningsgradsprojektet.