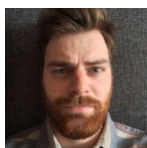




'Toon® over twee jaar in 1 miljoen huizen'



door Floris Poort

leestijd: 6 min

Toon® van Eneco is aan het uitgroeien van een handige thermostaat tot het middelpunt van je smart home. Eneco verkoopt Toon zelfs aan klanten die geen stroom of gas bij Eneco afnemen. Erik van Engelen, directeur consumenten bij Eneco, vertelt hoe dat zo gekomen is en waar Toon zich naartoe ontwikkelt.

Waarom ben je als energieleverancier een thermostaat gaan verkopen?

"In 2009 zijn we in gesprek geraakt met het bedrijf *Quby*, die hadden het idee voor een thermostaat waarmee je je energieverbruik kon zien", zegt Erik van Engelen. Inmiddels is *Quby* door Eneco overgenomen en kennen we de thermostaat als Toon. "Twee belangrijke inzichten speelden daarin een rol: ten eerste was de energierekening altijd een soort *black box*. Het is eigenlijk heel gek dat je een heel groot deel van je maandelijkse uitgaven besteedt aan een dienst waarbij je aan het eind van het jaar pas je afrekening krijgt. Je wist toen tussentijds niet wat de eindafrekening zou gaan worden. Wij vonden het heel belangrijk om mensen wel dat inzicht te kunnen bieden. Zodat ze gericht kunnen besparen als ze dat willen."

"Het tweede punt is dat wij als Eneco tot dat moment een heel eenzijdige relatie met onze

klant hadden. Wij leveren elektriciteit en gas, één keer per jaar stuurden we de rekening en dat was het wel qua interactie. Voor ons bood de slimme thermostaat echt de ideale oplossing om mensen aan de ene kant inzicht te geven in hun energieverbruik en -kosten, en aan de andere kant een heel andere klantrelatie met ze op te bouwen."

Mensen kijken elke dag wel even op Toon. Vroeger hadden we vier minuten per jaar contact met de klant, nu eerder vier keer per dag. Gebruikers wijzigen de temperatuur, vergelijken met vrienden, kijken naar het weerbericht of schakelen hun lampen aan of uit. Daarnaast zoeken we de interactie met de klant op door via Toon tips te geven hoe je energie kan besparen. En het aantal functies groeit enorm. Waar we voorheen dus redelijk onzichtbaar waren, hebben we nu een heel prominente plek in het huis. Opeens ben je relevant geworden, waar je dat vier jaar geleden nog niet was."

Hoe is de reactie van Toon-gebruikers, en is die door de jaren heen veranderd?

"Toen we begin 2011 met ons marktonderzoek begonnen, zag je dat mensen graag inzicht wilden hebben in hun energieverbruik. Maar als je ze toen vroeg daar 200 euro voor te betalen, plus 3,50 servicekosten per maand, reageerden klanten toch in de trant van 'maar ik heb thuis nog een goed werkende thermostaat hangen'."

"Toch is Toon wat dat betreft misschien een beetje te vergelijken met de iPad: als Steve Jobs de mensen had gevraagd wat ze wilden hebben was dat waarschijnlijk geen iPad geweest. Wij geloven op dezelfde manier in Toon, omdat het ook de kern van onze duurzame strategie is, waarbij klanten steeds vaker zelf energie opwekken en met slimme toepassingen 'in control' zijn. Toen we begin 2012 de registratie voor Toon openden waren we verrast over het aantal mensen dat interesse had in Toon. Binnen no time hadden we tienduizend mensen die geïnteresseerd waren."

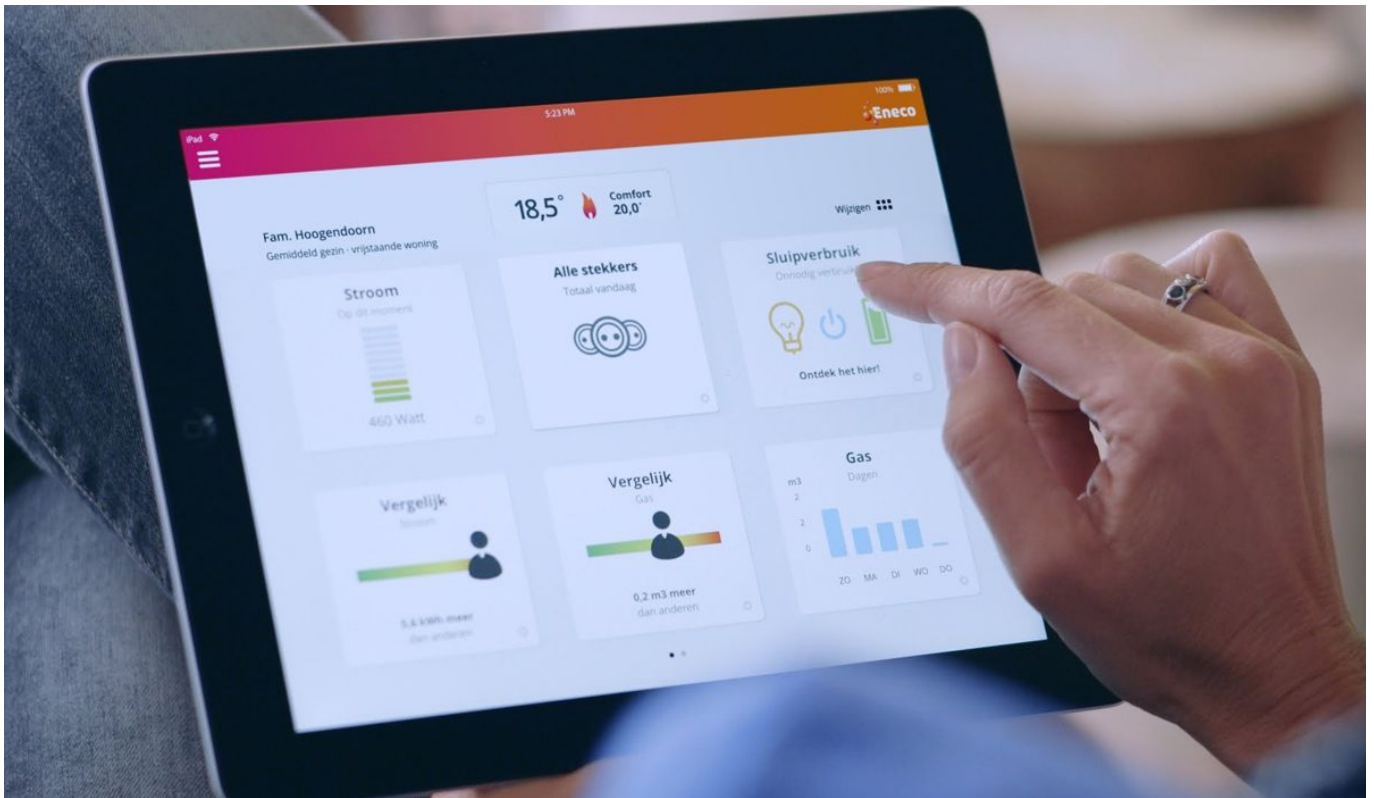
"In het begin kwamen de mensen denk ik heel erg af op het gadget-gehalte van Toon. Inmiddels zien we een erg hoge klanttevredenheid, en krijgen we positieve scores in een markt van energieleveranciers die normaal gesproken vrij negatief beoordeeld worden. En we zien dat huidige klanten niet meer weggaan, wat in de energiemarkt toch wel het hoogst haalbare is. Dus als je kijkt naar die nieuwe relatie met de klant die we een aantal jaar geleden wilden opbouwen, dan hebben we die echt gevonden. Bovendien verkopen we nu elke minuut een Toon, om maar aan te geven hoe de vraag naar het apparaat is."

Toon spreekt inmiddels dus meer mensen aan dan alleen gadget-liefhebbers. Denk je dat Toon op die manier kan uitgroeien tot het centrale punt, de hub van het smart home?

"Ik heb wel de neiging daar ja op te zeggen, ik denk dat ook, maar de toekomst moet dat natuurlijk uitwijzen. We zijn in ieder geval flink aan het ontwikkelen op dat vlak: je kunt Philips Hue-lampen via Toon bedienen, de opwek van je zonnepanelen inzien, je rookmelder koppelen, en we werken aan een koppeling met de NS Reisplanner."

"En de vraag is of we het over vijf jaar nog over een thermostaat aan de muur hebben, of dat Toon dan veel meer een dienstenplatform is, waar allemaal smart home-oplossingen op

draaien. Ik denk dat we nu in een tussenfase zitten, en we ontwikkelen naar een hub met aansturing van zonnepanelen, elektrische auto, de Tesla-batterij die in je huis hangt."



Toon was in eerste instantie alleen beschikbaar voor Eneco-klanten. Nu wordt Toon ook verkocht aan mensen die bij een andere leverancier energie afnemen. Trekt dat nieuwe Toon-klanten aan?

"Dat trekt zeker nieuwe klanten aan. Voorheen trokken we nieuwe klanten aan die om Toon naar Eneco overstapten. Maar nu zien we ook dat het apparaat onder klanten van andere aanbieders aanslaat. Wij willen gaan uitbreiden en eind 2017 1 miljoen Toons verkocht hebben. Als je die ambitie hebt, waarom zou je het dan beperken tot je eigen klantenbestand?"

"Daarnaast: wat is je eigen klant nog? Je kunt heel beperkt zeggen: iemand met een energiecontract is een klant. Wat mij betreft is iedereen die een relatie heeft met één van onze producten een klant. De strategie voor ons is echt om Toon aan zoveel mogelijk mensen te verkopen, en een zo groot mogelijk platform te bouwen. Als je vooruit wil moet je juist niet achterover gaan leunen. We hebben nu ruim tweehonderdduizend Toons verkocht, maar we willen verder vooruit."

Als platform ligt Toon nu nog volledig in jullie handen. Gaat dat veranderen?

"We hebben inderdaad de bedoeling om binnenkort een open API van Toon te introduceren. Want om verder te komen heb je aan je eigen ontwikkelaars niet genoeg, en dat moet je ook niet willen. We willen juist een platform gaan bieden waar straks misschien wel tienduizenden mensen toepassingen voor verzinnen en maken."

Biedt het openstellen van een apparaat als Toon ook nog gevaren, op bijvoorbeeld het vlak van privacy?

"Privacy is een ontzettend belangrijk punt voor ons, zeker omdat wij bij de gratie van vertrouwen leven. We zijn er altijd zeer voorzichtig mee en verkopen ook geen data. We slaan data ook lokaal op, zodat we er zelf ook geen toegang toe hebben. Als we een dienst aanbieden waarbij we data van klanten wel nodig hebben, dan vragen we altijd toestemming van de klant."

"Binnenkort komen we bijvoorbeeld met de dienst KetelComfort, waarbij de staat van de cv-ketel op een afstand kan worden afgelezen. Wil je daar gebruik van maken, moet je ons daar eerst zelf toestemming voor geven. We moeten volgens mij koste wat het kost een Big Brother-situatie vermijden, waarin dingen zomaar worden aangepast op basis van wat jij doet."

"Ik heb ook met een privacydeskundige gesproken over Toon, en die was heel erg huiverig over smart home-oplossingen, totdat hij begreep dat wij een maandbedrag voor de service rekenen. Toen begreep hij ons businessmodel. Want zodra de service gratis is, moet je je toch wel gaan afvragen of er geen ander verdienmodel is waar je als klant geen weet van hebt. Dat is bij ons niet nodig, wij maken heel duidelijk dat we geld voor Toon vragen, daar zit voor ons de waarde."

Hoe ziet de toekomst van energie in huis er met Toon uit?

"Begin 2017 verandert de manier waarop tarieven worden berekend. Dan zou je dus ook kunnen aansturen op wanneer je bepaalde apparaten wil laten draaien, om zo op de laagst mogelijke rekening uit te komen. Dan wordt het dus nog interessanter om Toon te hebben. Denk dan bijvoorbeeld aan het geven van opdrachten. Zo zou je bijvoorbeeld in kunnen stellen op Toon 'doe mijn was' of 'zet de droger aan wanneer het tarief het voordeligst is'."

Is Toon wat dat betreft een omslagpunt in wat Eneco als bedrijf is?

"Helemaal. Toon en het aanbieden van diensten is de toekomst. Het verdienen aan de levering van stroom en gas zal nog wel even doorgaan, maar dat is niet waar het naartoe gaat. Dat droogt een keer op. Het is moeilijk om aan zoiets als stroom veel toegevoegde waarde te geven. Dat zie je ook terug in de markt: het aantal aanbieders neemt toe terwijl de marges kleiner worden."

"Wij zien een wereld voor ons waarin we ons geld niet meer voornamelijk verdienen met de levering van energie, maar met de diensten die we in en om het huis gaan leveren."

AUTEUR

Floris Poort ([@florispoort](#)) begon twee jaar geleden als stagiair bij Bright. Hij bleef hangen, is vaste blogger bij Bright en is nu eindredacteur van Bright Ideas. Daarnaast is hij werkzaam voor NUtech. Houdt van alles met een batterij er in of stekker er aan.