



PRESSMEDDELANDE 2017-11-13

Aktiv kundkontakt i försäkringsbranschen ger nöjda kunder även i år

I en tid när många branscher tappar i kundnöjdhet klarar sig försäkringsbranschen totalt sett bra. Branschen har mer nöjda kunder än både bank- och telekombranschen. Proaktiv information, samhällsengagemang och pålitlighet premieras av kunderna. Men försäkringsbranschen har också en utmaning – skadehanteringen driver inte nöjdhet.

På skalan 0-100 får försäkringsbranschen ett branschindex på 68,3 i nöjdhet, vilket får betraktas som klart godkänt jämfört med andra branschen som mäts av Svenskt Kvalitetsindex (SKI).

Bäst ut kommer bilförsäkring med ett index på 71,5 följt av sakförsäkring för privatpersoner och försäkringsförmedlare med index på 70. Sakförsäkring tappar något, men har fortfarande bra värden. Försäkringsförmedlarna tappade markant under förra året, då branschen var mycket omskriven i media, men återhämtar sig något i årets studie. Det är dock fortfarande en bit kvar till tidigare års toppvärden. Även privat livförsäkring privat och tjänstepension ökar något.

Många pratar proaktivitet men några gör det också

Orden på mångas läppar idag för att få nöjda kunder är proaktivitet och initiativförmåga. Ur ett kundperspektiv handlar det oftast om att förutse kundens behov – både uttalade och outtalade – och att förekomma kunden.

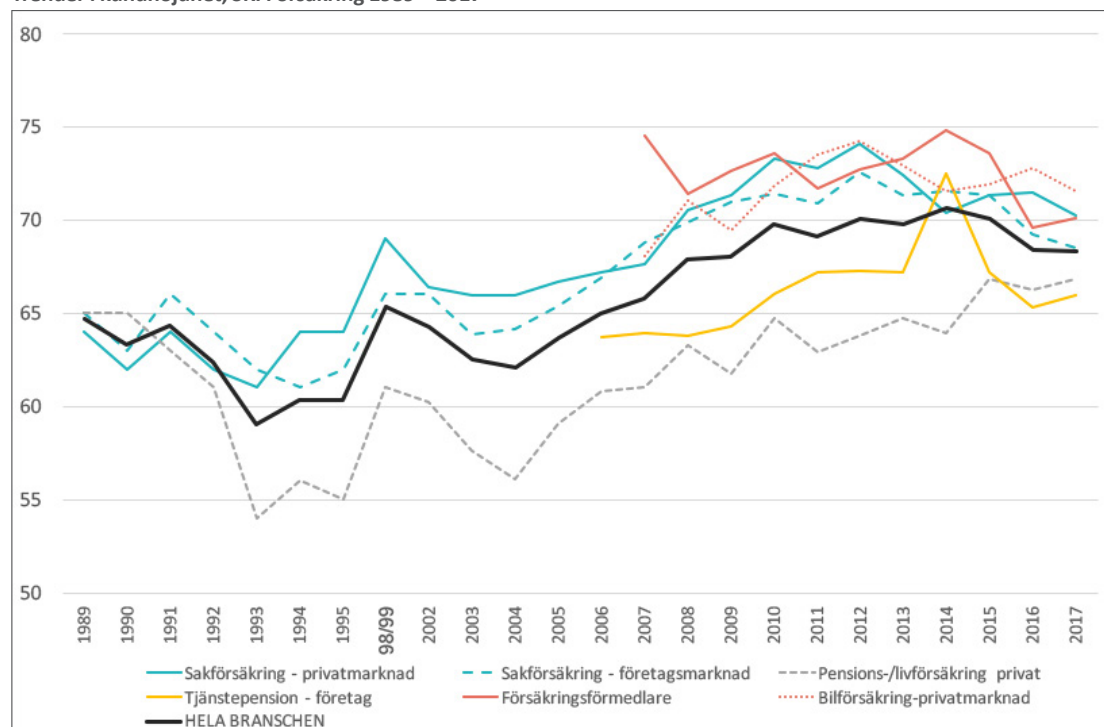
– Även om detta är en utmaning även för försäkringsbranschen tycks man ligga före många andra i de branscher som vi mäter, berättar Johan Parmler, vd Svenskt Kvalitetsindex. I en i övrigt passiv kund- och leverantörsrelation har försäkringsbranschen lyckats hitta så kallade behovspunkter hos sina kunder som ligger utanför det vi traditionellt förknippar med försäkring, det vill säga skadehantering och ersättningar.

Exempel på denna proaktivitet kan vara att kontakta kunden inför en semesterperiod för att informera om reseförsäkringar, att följa upp att kunden har rätt försäkringsskydd eller att aktivt föreslå förändringar som gör att kunden känner sig trygg inför framtiden. Här har många andra branscher en del att lära.

Kunder som haft en skada är inte mer nöjda

Trenden i många år har varit att de sakförsäkringskunder som använt sin försäkring också har varit betydligt mer nöjda än de som inte använt försäkringen. Så är det inte längre. Sedan två år noterar SKI att skillna-

Trender i kundnöjdhet, SKI Försäkring 1989 – 2017

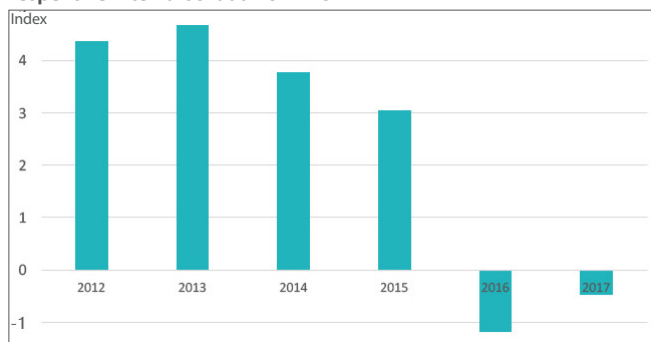


Nöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

den minskat betydligt och i vissa fall gått åt motsatt håll. Det handlar i första hand om att kunderna ställer betydligt högre krav kring den löpande information i samband med en skadehantering.

– Vi ser fortsatt höga betyg på bemötande och själva kontakten för anmälan men akilleshälen är just fortsatt den löpande informationen, förklarar Johan Parmler. En skadehändelse bygger ju till sin natur ofta på en negativ upplevelse och den kan förstärkas av att försäkringsbolaget blir "tyst" under handläggningen.

Skillnad i kundnöjdhet mellan kunder som haft respektive inte haft skada 2012-2017



– Det handlar om att kunder i dessa dagar jämför transparens och service mellan branscher. Man kan till exempel köpa varor på nätet och följa exakt var paketet befinner sig, men man kan inte följa sitt skadeärende någonstans, säger Johan Parmler.

Pålitlighet och samhällsengagemang gör livkunderna nöjda

Bland privatkunderna så kommer Skandia, Länsförsäkringar, Dina Försäkringar och Söderberg & Partners bäst ut i de olika kategorierna. Det som särskiljer dem jämfört med andra försäkringsbolag är en hög servicenivå, men kanske ännu mer mjuka faktorer som samhällsengagemang och pålitlighet. Här får dessa bolag höga betyg och det ger nöjda kunder.

– Samhällsengagemang och pålitlighet är också viktiga frågor när företagskunderna på tjänstepension gör sina bedömningar, avslutar Johan Parmler. Här kan man skapa ett mervärde. Hållbarhet och samhällsengagemang blir allt starkare drivkrafter i många branscher.



Not, om studien 2017

Intervjuerna har genomförts via telefon under oktober 2017. Personer i åldern 18 och äldre som är bosatta i Sverige samt företag i Sverige med minst en anställd ingår i urvalet. Totalt har 8 014 intervjuer gjorts i hela försäkringsstudien. Urvalet är taget från PAR Konsument och PARAD. Bilförsäkring privat redovisas separat men ingår även som en delmängd i sakförsäkring privat.

Nöjdheten är ett genomsnitt på tre frågor:

- Nöjdhet totalt sett
- Nöjdhet utifrån dina förväntningar
- Nöjdhet utifrån en tänkt perfekt leverantör

Generellt är en skillnad på mer än 2 enheter statistisk säkerställd. SKI använder 95 % signifikansnivå som standard. Liknande studie är genomförda i Norge, Finland och Danmark.

Kunderna anger sin nöjdhet på skalan 1 till 10. Medelvärde på respektive fråga sätts samman till ett index med skalan 0-100. Ju högre betyg desto bättre omdöme har banken fått av sina kunder. Generellt sett har branscher och företag som erhåller betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

Utöver dessa tre frågor utgår undersökningarna från 40-talet frågor om hur kunder upplever kvaliteten kring en vara eller tjänst visar SKI vad som får kunder att förbli kunder. Dessa fem områden för att förklara vad som gör kunder nöjda och lojala. Som bakgrund mäts image, förväntningar, produktkvalitet, service och prisvärdhet. Studien görs med hjälp av en statistisk modell som möjliggör analys av orsakerna till kundernas bedömning, liksom till hur lojala kunderna är mot sina banker. Svenskt Kvalitetsindex är en del av EPSI Rating Group som genomför syndikerade kundstudier i hela Norden och andra delar av Europa.



FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

➤ johan.parmier@kvalitetsindex.se

➤ 073-151 75 98

VAD FÖR MER INFORMATION FINNS DET I BRANSCHRAPPORTEM

- ✓ Detaljerad resultatsammanställning på bransch- samt företagsnivå inkl. öppna kommentarer.
- ✓ Visuell drifkraftsanalys om vad som driver kundnöjdhet och lojalitet i er organisation och konkurrenter.
- ✓ Resultat på kundsegment.
- ✓ Fördjupade resultat kring rekommendationsgrad.