SVENSKT KVALITETSINDEX
A part of EPSI Rating Group

FÖR MER INFORMATION
JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX
johan.parmler@kvalitetsindex.se
073-151 75 98

2019-11-11

Försäkringsbranschen lyckas möta kundernas behov

Kundnöjdheten inom försäkringsbranschen har länge haft en positiv utveckling och årets resultat från Svenskt Kvalitetsindex förstärker trenden. I en tid som präglas av instabilitet, ovisshet och snabb förändring lyckas försäkringsbranschen möta kundernas behov. Samtliga försäkringssegment som ingår i mätningen får förbättrade betyg. Studien vittnar också om en stor skillnad mellan kundernas inställning till hur viktiga hållbarhetsfrågorna är, och hur de i själva verket agerar.

I år visar Svenskt Kvalitetsindex branschstudier att svenska kunder generellt blir nöjdare, efter ett antal år av fallande nöjdhet. Den positiva trenden är särskilt tydlig i försäkringsbranschen, en av de branscher som Svenskt Kvalitetsindex följt sedan starten 1989. I en tid som präglas av instabilitet, ovisshet och snabb förändring lyckas försäkringsbranschen anpassa sina erbjudanden och möta kundernas behov av trygghet och service.

– Försäkringsbranschen kanske uppfattas som trist och byråkratisk, men faktum är att man genomgående får riktigt höga betyg av sina kunder, säger Johan Parmler, vd på Svenskt Kvalitetsindex. Jämfört med till exempel bankerna ligger försäkringsbranschen klart högre och flera aktörer har indexnivåer över 75 som vittnar om mycket goda kundrelationer. Man lyckas alltså förmedla viktiga värden som trygghet, stabilitet och god service.

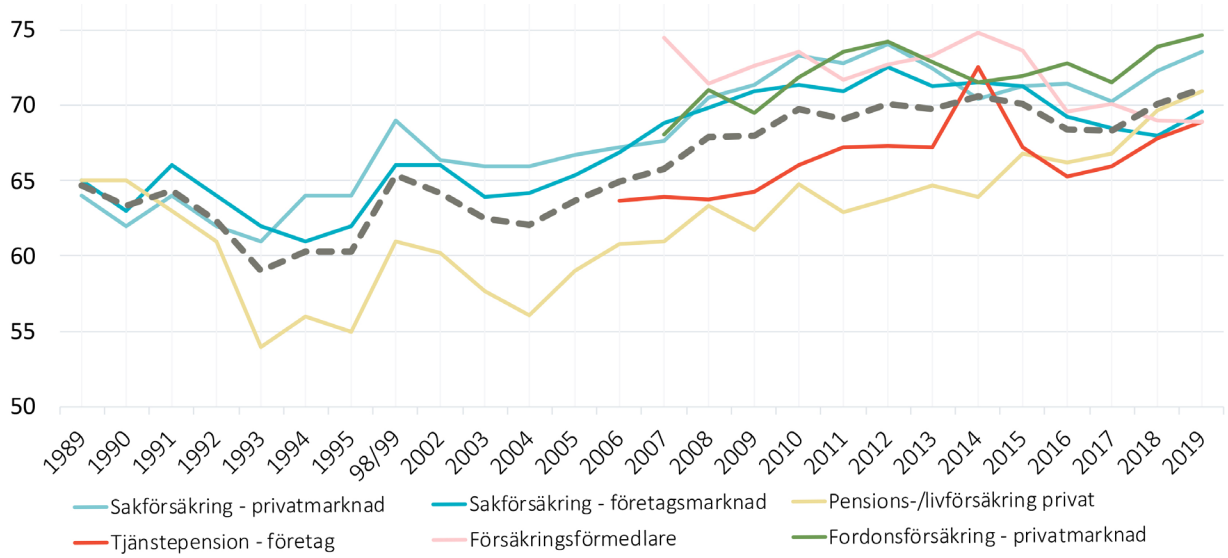
Bland både privat- och företagskunder inom sakförsäkring kommer Länsförsäkringar högst i årets ranking. För segmentet fordonsförsäkring delas toppnoteringen med Svedea.

Bland tjänstepensionsbolagens företagskunder kommer Skandia bäst ut även i år, medan det för privatkunderna (pensionssparande) är gruppen ”övriga” (mindre aktörer med låg marknadsandel) som får riktigt höga betyg även i år. Intressant att notera är att företag som blivit kunder via försäkringsförmedlare generellt är mer nöjda än de som har en direktrelation med sitt försäkringsbolag. Även om betygen är jämna mellan försäkringsförmedlarna är Söderberg & Partners den aktör som har nöjdast kunder.

Hållbart pensionssparande kan bli viktigt

Aspekter kring hållbarhet och samhällsansvar påverkar kunders val i alla branscher som mäts av Svensk Kvalitetsindex. I årets försäkringsstudie ställs därför ett antal fördjupade frågor kring om hållbarhet är en viktig aspekt vid val av pensionssparande. Svaren följer ett mönster som setts i andra branschstudier – mer än hälften svarar att man tycker att hållbarhet är viktigt i sitt pensionssparande, ändå är det relativt få som aktivt planerar att göra förändringar för att placera pensionen mer hållbart.

SKI kundnöjdhet försäkring 1989-2019

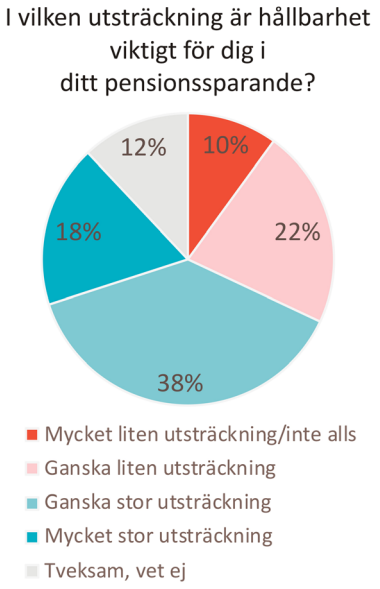


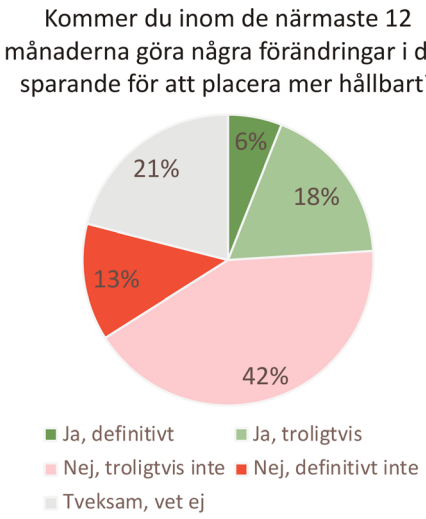
SKI kundnöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som får betyg under 60 i kundnöjdhet stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan företag och kund.

– Här finns ett glapp mellan retoriken och verkligheten. Vi har sett liknande tendenser i andra branscher, t ex inom transportsektorn. Hållbarhet är något som kunderna tänker på men för att skapa verklig förändring så behöver bolagen hjälpa till mer, säger Johan Parmler. Många kunder anser att de val man gör kring sitt pensionssparande skulle kunna påverka samhällsutvecklingen så här finns stora möjligheter för branschen att göra skillnad.

En orsak till att företagskunderna blivit nöjdare med tjänstepensionerna är att de upplever att initiativförmåga blivit bättre. 3 av 10 företagskunder upplever att deras leverantör på eget initiativ tagit kontakt.

– Bland de bolag som får allra bäst betyg av företagskunderna gällande tjänstepensioner är andelen som upplever initiativ från sin leverantör så många som 5 av 10 i år, berättar Johan Parmler. Det är inte bara initiativet i sig självt som gör kunderna extra nöjda, utan bolagen får höga betyg på sin kompetens och rådgivning i samband med kontakt, vilket skapar ett mervärde.





Mer än hälften av kunderna svarar att de tycker att hållbarhet är viktigt i deras pensionssparande, ändå är det relativt få som aktivt planerar att göra förändringar för att placera pensionen mer hållbart.

Rationell och emotionell nöjdhet

Försäkringsbranschen är en av de branscher som är duktiga på att värdesätta och ta hand om lojala kunder. Det är en stor anledning till att även kunder som inte haft en skada, eller ens en aktiv kundkontakt, ändå ger branschen goda betyg. Också här skiljer sig försäkringsbranschen från andra branscher.

– De försäkringstagare som alltid varit kund hos ett och samma bolag är bland de mest nöjda, säger Johan Parmler. Här skiljer sig försäkringsbranschen positivt från både bank- och telekomsektorn, där de kunder som stannar länge hos samma bolag blir allt mindre nöjda ju längre tiden går.

Under de senaste åren har kundupplevelsen av försäkringsbranschens produkter blivit bättre. Det handlar om att kunderna förstår villkoren, att informationen är tydlig och att kunderna upplever att de har den produkt eller tjänst som passar den enskilda kunden. Den här delen av kundupplevelsen är av mer rationell karaktär. Utmaningen framåt handlar mer om att bygga emotionell nöjdhet förklarar Johan Parmler.

– Branschen har påtagligt förbättrat produktinformation och villkor – kunden förstår numera också det finstilta. Men för att fortsätta bygga förtroende är det viktigt att förstärka kundupplevelser som ligger utanför själva försäkringsprodukten. Det kan handla om att bolagen behöver skapa en ännu bättre känsla av att man som kund är rätt försäkrad och att man upplever sig bli schysst behandlad vid en skada eller om man behöver snabb hjälp.

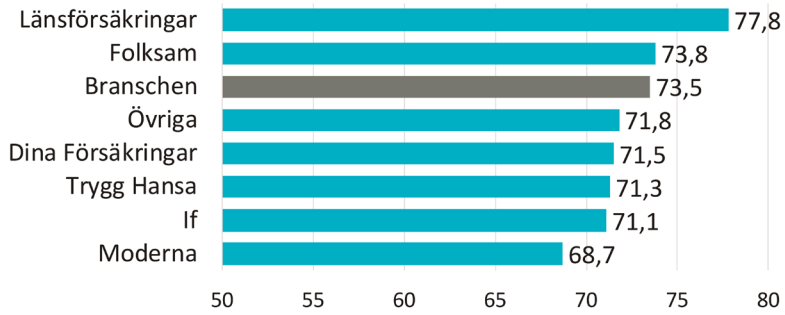
Sanningens ögonblick är många

Hantering av skador är ett moment där försäkringsbolagen får bekänna färg – det då kunderna på allvar blir varse om de varit rätt försäkrade.

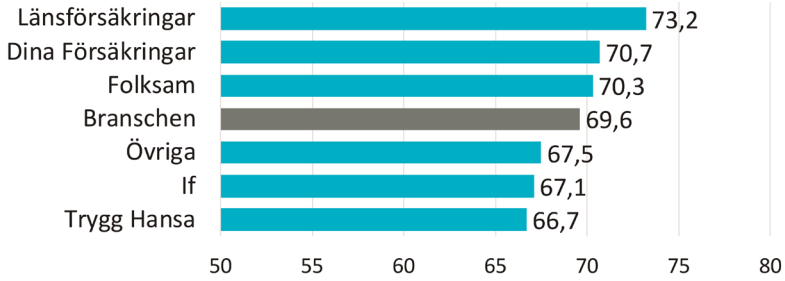
– Det är klart att försäkringsbolagen lägger stort fokus på skadehanteringen, säger Johan Parmler. Många aktörer får också riktigt bra betyg på olika moment i skadehanteringen. Samtidigt är det tydligt att kunderna ställer allt högre krav på att enkelt kunna både anmäla och följa hanteringen av ärendet digitalt. Denna transparens kan förbättras och här ser vi framtida branschutmaningar.

SKI kundnöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som får 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.

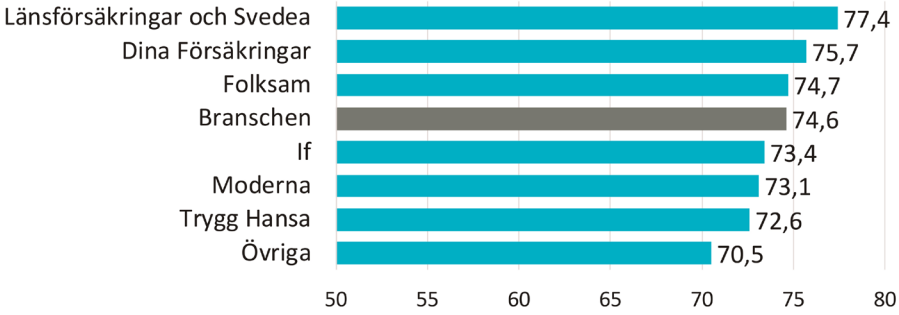
SKI kundnöjdhet sakförsäkring privatkunder 2019



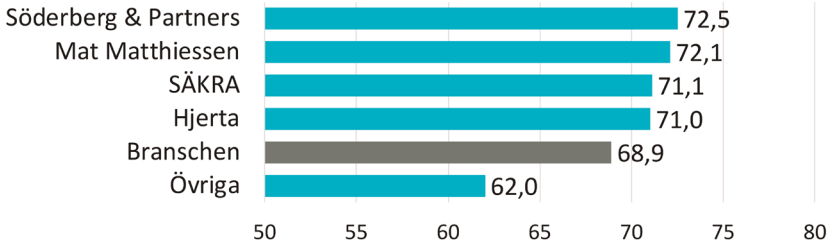
SKI kundnöjdhet sakförsäkring företagskunder 2019



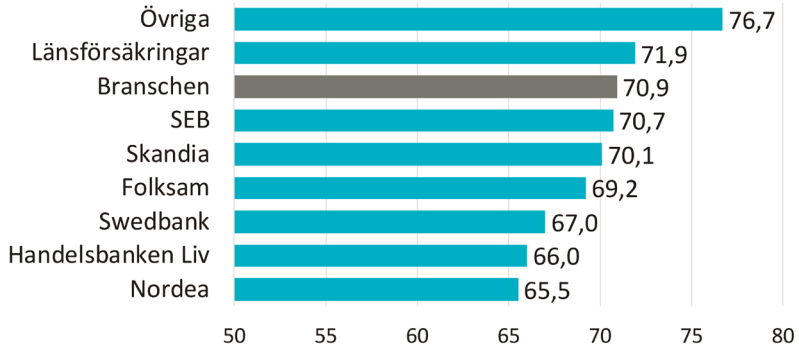
SKI kundnöjdhet fordonsförsäkring privatkunder 2019



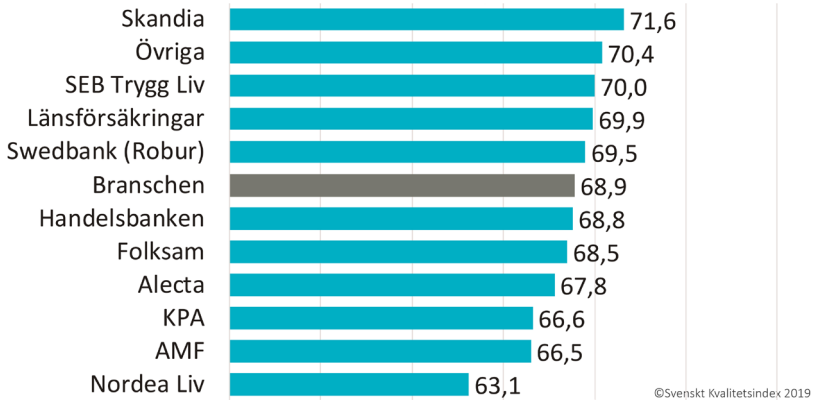
SKI kundnöjdhet försäkringsförmedlare företagskunder 2019



SKI kundnöjdhet pensionssparande privatkunder 2019



SKI kundnöjdhet tjänstepension företagskunder 2019



SKI kundnöjdhet mäts på en skala mellan 0 och 100. Generellt sett har branscher och företag som får 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.

Not, om studien 2019

Datainsamlingen genomfördes under oktober. 6 215 intervjuer gjordes.

SKI:s modellanalyser bygger på strukturella ekvationsmodeller och en analysmetod som kallas för partiellt minsta kvadratmetoden (PLS – Partial Least Square). Det är en metod som, förutom att beräkna index för exempelvis image, kundnöjdhet eller lojalitet, även tar fram styrkan i underliggande samband. Det är genom den valda metoden som SKI kan analysera kausala samband och göra utsagor kring vad som påverkar nöjdheten i störst utsträckning. Generellt är en skillnad på mer än 2 indexenheter statistiskt säkerställd. Svenskt Kvalitetsindex använder 95 % konfidensgrad som standard.

Vår erfarenhet är att branscher och aktörer som får betyg under 60 i kundnöjdhet har stora svårigheter att motivera sina kunder att stanna kvar hos sig, medan betyg över 75 pekar på en stark relation mellan aktör och kund. Fem områden förklarar vad som gör kunder nöjda. Som bakgrund mäts image, förväntningar, produktkvalitet, service och prisvärdhet.

Besöksadress
Kungsgatan 26
111 35 Stockholm
08-31 53 00
kvalitetsindex.se

SVENSKT KVALITETSINDEX
A part of EPSI Rating Group