



FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

► johan.parmler@kvalitetsindex.se

► 073-151 75 98

2018-11-12

Försäkringsbranschen bra på att premiera lojala kunder

Trenden från Svenskt Kvalitetsindex branschstudier visar att de svenska kunderna generellt är nöjdare i år än i fjol. Detta gäller även för försäkringsbranschen. Ett branschbetyg på 69,2 i nöjdhet på skalan 0-100 får betraktas som ett bra betyg och är betydligt bättre än exempelvis både bank- och telekombranschen som presenterats tidigare under hösten.

Nu kan Svenskt Kvalitetsindex rapportera om kundnöjdheten för sakförsäkring, pensions- och livförsäkring, försäkringsförmedlare samt tjänstepension 2018 i en undersökning med närmare 8 000 intervjuer genomförda under oktober.

Pensionssparande (livförsäkring) privat och tjänstepension företagskunder fortsätter att få allt högre kundnöjdhet vilket gör att branschen totalt sett ökar. Inom två andra områden minskar däremot kundnöjdheten, försäkringsförmedlare och sakförsäkring företagskunder. Försäkringsförmedlare, som historiskt haft väldigt hög kundnöjdhet, fortsätter att tappa även om skillnaden mot förra året är marginell.

Sakförsäkring företagskunder har haft en negativ trend sedan 2012 och kundnöjdheten minskar även i år. Företagskunder som använder en försäkringsförmedlare är fortsatt nöjdare än de som har en direktrelation med ett försäkringsbolag.

Bland företag inom tjänstepension företagskunder kommer Skandia och Länsförsäkringar bäst ut. Bland privatkunder (pensionssparande) så är det gruppen "övriga" som får riktigt höga betyg. I den gruppen ingår exempelvis aktörer som Avanza och Nordnet. Inom sakförsäkring kommer Länsförsäkringar bäst ut bland både privat- och företagskunderna och bland försäkringsförmedlare så är Söderberg & Partners aktörer som har nöjdast kunder.

En särskild studie genomförs också för fordonsförsäkring och här noterar vi särskilt höga kundnöjdhetsbetyg (73,9). I den studien kommer Dina Försäkringar bäst ut.

Noterbart är att i studierna av sakförsäkringar (inklusive fordonsförsäkring) är det relativt liten skillnad mellan de som får lägst respektive högst betyg.

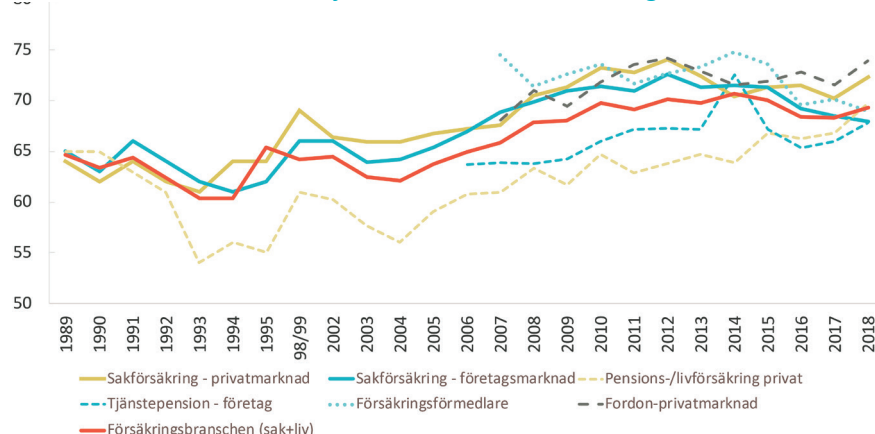
– Det här indikerar att branschen tar kundupplevelsen på allvar och att konkurrensen om kunden hårdnar, säger Johan Parmler, vd på Svenskt Kvalitetsindex. Försäkringsbolagen behöver hela tiden vara på tårna och helt enkelt tänka i banor som: Om man inte alltid vill bli bättre, då slutar man vara bra.

Kunderna har stor egen kunskap idag

– Det som dock skiljer sig extremt mycket åt är de underliggande drivkrafterna som gör kunderna nöjda och lojala, förklarar Johan Parmler, vd på Svenskt Kvalitetsindex. Dessutom är det tydligt att drivkrafterna förändrats över tiden. Detta gäller inte minst för livförsäkring där både privat- och företagskunder är mer engagerade och kunniga idag, vilket gör att exempelvis prisvärdhet blivit viktigare än tidigare.

Svenskt Kvalitetsindex har under de senaste åren noterat att kunder inte byter leverantörer i så stor utsträckning, utan istället skaffar sig olika leverantörer. Antalet kunder med bara

Svenskt Kvalitetsindex kundnöjdhet 1989-2018 för försäkringsbranschen



Nöjdhet 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 bransch och kund.

en leverantör minskar betydligt. Den stora skillnaden mellan försäkringsbranschen och andra branscher är att i försäkringsbranschen är "delkunderna" nöjda. Så är det inte i samma utsträckning i andra branscher, där är delkunderna mer missnöjda.

Fler "moment of truth"

Trenden i många år har varit att de sakförsäkringsskador som använt sin försäkring också har varit betydligt nöjdare än de som inte gjort det. För tredje året i följd noterar vi att skillnaden minskar betydligt, ibland är det till och med tvärtom.

När en kund drabbats av en skada är det viktigaste för kunden att ha en kontaktperson under hela processen och få löpande information. För att de kunder som inte haft skada ska vara nöjda behöver försäkringsbranschen öka sin initiativförmåga och arbeta aktivt med att förebygga skador. Betyget på detta är relativt lågt visar Svenskt Kvalitetsindex undersökningar.

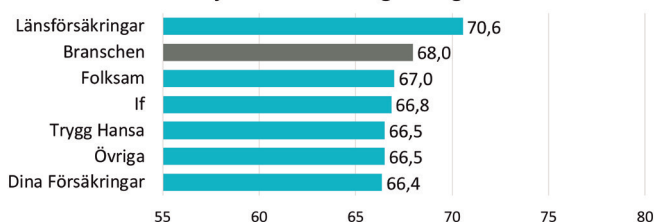
– I regel brukar initiativ till kontakt vara något som lyfter kundupplevelsen och nöjdheten, förklarar Johan Parmler vidare. Här ser vi att många bolag inte riktigt lyckas fullt ut. Det är tydligt att många kunder förväntar sig det lilla extra vad gäller uppföljning och återkoppling, vilket är särskilt påtagligt bland företagskunder.

Försäkringsbranschen – värdesätter lojala kunder

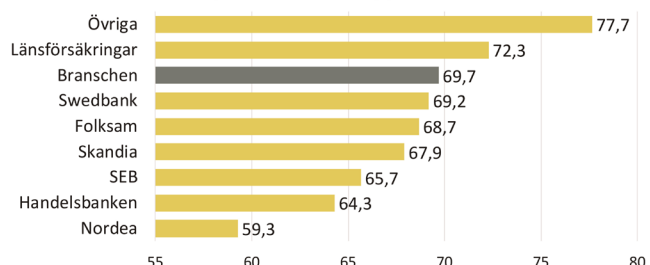
Något som särskilt sticker ut jämfört med andra branscher är att kunderna upplever att försäkringsbolagen värdesätter lojala kunder. Nästan 5 av 10 privat- och företagskunder upplever det i sin relation till sak- och livförsäkringsbolagen.

Detta är en viktig förklaring till att branschen över tiden klarat sig relativt bra i Svenskt Kvalitetsindex mätningar. Det här är också ett område som blir allt viktigare när en stor del av kundrelationen sker genom digitala gränssnitt. Nyckeln framåt för försäkringsbranschen, liksom många andra branscher, är att hitta sätt att uppskatta att kunden är just kund.

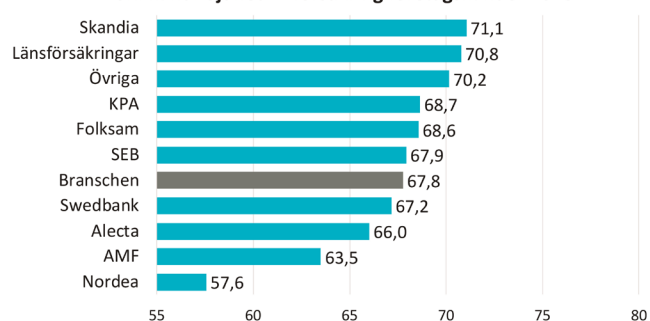
SKI kundnöjdhet Sakförsäkring företagskunder 2018



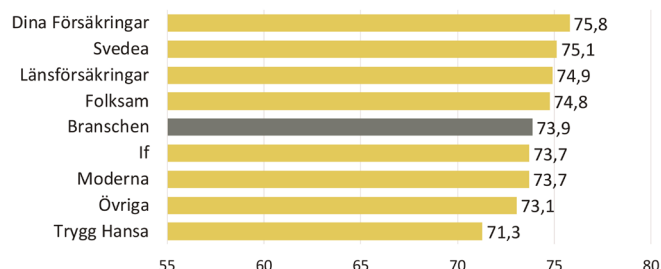
SKI kundnöjdhet Livförsäkring privatkunder 2018



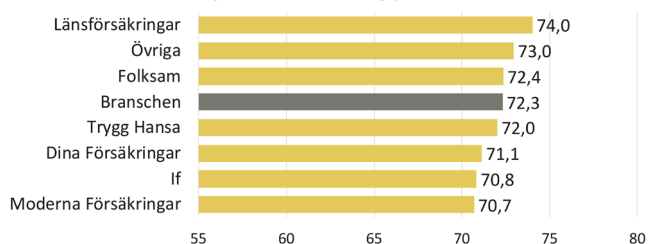
SKI kundnöjdhet Livförsäkring företagskunder 2018



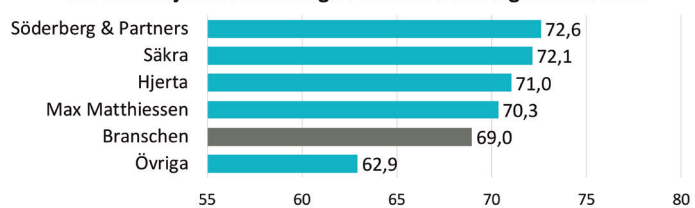
SKI kundnöjdhet Fordonsförsäkring privatkunder 2018



SKI kundnöjdhet Sakförsäkring privatkunder 2018



SKI kundnöjdhet Försäkringsförmedlare företagskunder 2018



Not, om studien 2018

Intervjuerna genomfördes under oktober 2018. Totalt gjordes 7643 intervjuer.

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.