



FÖR MER INFORMATION

JOHAN PARMLER, VD SVENSKT KVALITETSINDEX

► johan.parmler@kvalitetsindex.se

► 073-151 75 98

2020-11-16

Hund- och kattägare är mycket nöjda försäkringstagare

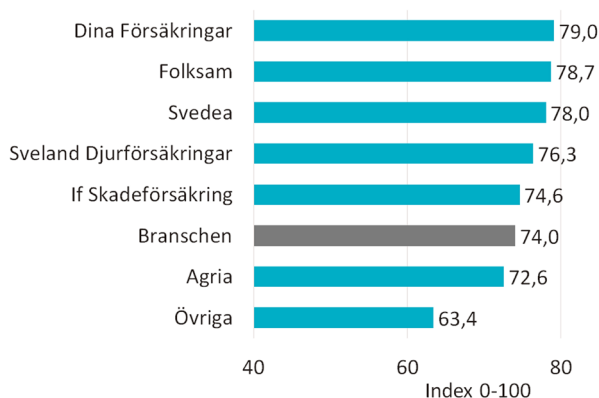
Svenskarnas intresse för att skaffa hund eller katt har ökat under pågående pandemi. Försäkringsbranschen noterar också en påtaglig ökning av antalet sålda hund- och kattförsäkringar. Därför har höstens SKI Försäkring kompletterats med två nya segment – försäkring för hund och katt. Och det visar sig att hund- och kattägare överlag är riktigt nöjda försäkringstagare, jämfört med branschen i stort.

Årets studier har visat att Covid-19 har påverkat kundupplevelsen i alla branscher som Svenskt Kvalitetsindex mäter. Arbete från hemmet och en ökad användning av digitala tjänster för möten och samverkan har snabbt blivit en ny vardag för såväl kunder som medarbetare. Med det följer nya behov och beteenden såväl privat som professionellt. Exempelvis har fler skaffat sällskapsdjur och även försäkrat dessa. Branschens nöjdhet på 74,0 visar på att kunderna är mycket nöjda med sina leverantörer.

Högst kundbetyg får Dina Försäkringar samt Folksam. Lägst betyg får kategorin "Övriga", dvs mindre aktörer med liten marknadsandel och få respondenter i denna studie. En viss skillnad finns mellan katt- och hundägare, där kattägare överlag är något mer nöjda.

– 74,0 är ett riktigt bra branschindex, noterar Johan Parmler, vd Svenskt Kvalitetsindex, när han jämför med övriga försäkringsbranschen. Det handlar om att aktörerna inom detta segment överlag har en god image, ger en bra service och har effektiv skadehantering. Toppnoteringar med index över 78 är ovanliga, dessa aktörer har verkligen lyckats skapa en stark och nära kundrelation.

SKI kundnöjdhet djurförsäkring (sällskapsdjur) privatkunder 2020



En emotionell försäkring

En kundupplevelse – oavsett bransch – är både rationell och emotionell. Känslomässigt nöjda kunder är mer genuint nöjda och lojala. När det gäller skyddet av våra sällskapsdjur är detta extra påtagligt, eftersom det väl utbyggda svenska försäkringssystemet är sammanlänkat med utvecklingen av svensk djursjukvård och ofta en förutsättning för mer avancerade veterinärbehandlingar.

– För många kunder handlar det i just detta segment om möjligheten att ta hand om och skydda en familjemedlem, fortsätter Johan Parmler. Försäkringsbolaget blir ju då extra viktigt, både rationellt och emotionellt. Känslan av att man känner sig värdesatt som kund får större genomslag jämfört med hur det är med övriga försäkringsbranschen.

Digitaliseringen skapar nya krav

Ett sällskapsdjur är i högsta grad fysiskt och kräver stor omvårdnad. Men när många mänskliga relationer sker digitalt skapas även inom detta segment nya behov, krav och förväntningar. Detta ser vi framförallt när det gäller skadehanteringen men också i den allmänna kundkommunikationen. Här jämförs försäkringsbranschen med andra aktörer.

– När appar från olika tjänster och branscher trängs i samma smartphone blir jämförelsen av funktionalitet mera gränslös, förklarar Johan Parmler. Snabb och smidig skadehantering är helt centralt för att få nöjda och lojala kunder. Här finns ett välutvecklat samarbete med djursjukvården som får bra kundfeedback, men kundkraven skärps nu i takt med ökad digitalisering.

Skadehanteringen, dvs när hunden eller katten behandlas hos veterinär och kostnaden ska betalas, är en helt central del av kundupplevelsen. Men branschens utmaning ligger snarare i att hålla den passiva kunden nöjd. Djursjukvård kan bli kostsamt och premienivå inom segmentet är generellt hög. Här gäller det för branschen att skapa ett större upplevt mervärde hos de ca 70 % av kunderna som inte behöver utnyttja sin försäkring. Då kan nöjdheten i branschen stärkas ännu mer.

Not, om studien 2020

Datainsamlingen genomfördes under oktober. 1 701 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.