

Hållbarhet i försäkringsbranschen

- tydliga samband mellan hållbarhet och kundnöjdhet

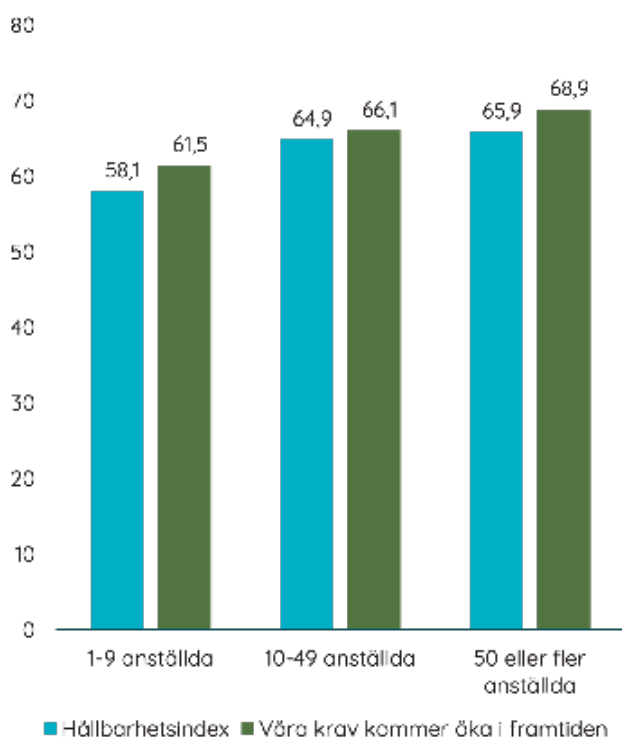
SKI har mätt kundnöjdhet i Sverige sedan 1989. Under 2022 lanseras ett nytt index som fångar kundernas syn på sina leverantörers hållbarhetsarbete. Tidigare har bank och telekombranschen presenterats, nu redovisas försäkringssektorn. Sambanden mellan hur nöjd man är som kund och omdömen kring hållbarhet är starka. Bland både privat- och företagskunder är det Skandia som totalt kommer bäst ut. Men här finns mer för många att göra, stora kundgrupper har lite eller ingen kännedom om sina försäkringsbolags hållbarhetsarbete.

SKI Hållbarhetsindex är baserat på ny forskning och fångar kundens syn på om dess leverantör investerar med tanke på framtida generationer, strävar efter ekonomisk framgång utan att ge avkall på sociala och miljömässiga faktorer samt om leverantören tar samhällsansvar socialt, miljömässigt och ekonomiskt. Varför ett nytt hållbarhetsindex?

- Vi vill att kundperspektivet ska få ta en större plats i hållbarhetsdebatten, säger Johan Parmler, VD Svenskt Kvalitetsindex. Våra Sverigestudier visar att 8 av 10 svenska konsumenter generellt tycker att hållbarhet är viktigt vid val av olika produkter och tjänster. Det är viktigt också i försäkringsbranschen både vad gäller hur kapital investeras och kring mer förebyggande åtgärder kring skador.

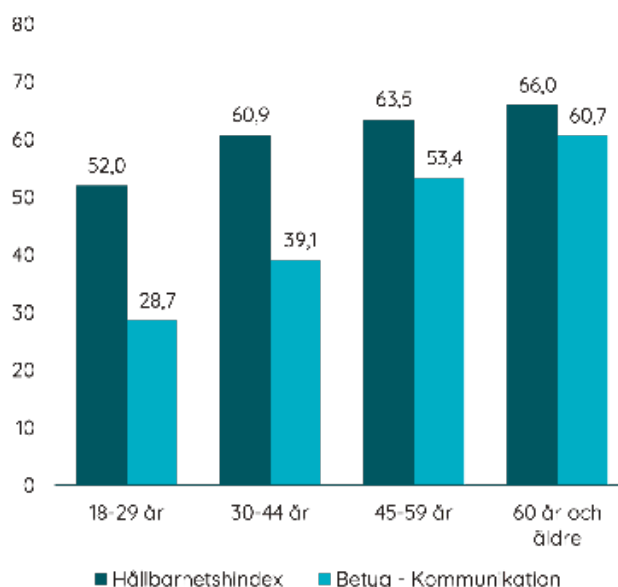
Hållbarhetsindex (0-100)

Uppdelat på antalet anställda hos leverantören



Hållbarhetsindex (0-100)

Uppdelat på kundens ålder



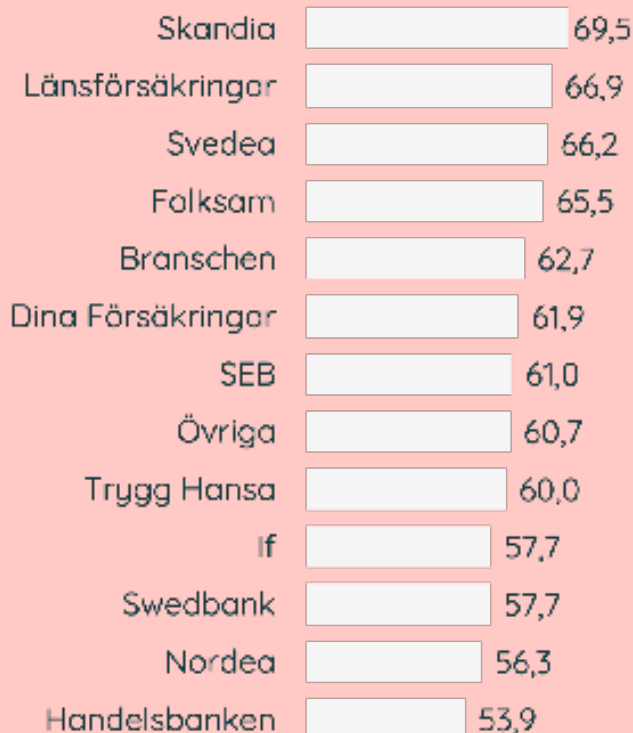
Paralleller kan dras till kvalitetsrörelsens framväxt på 1980-talet, då fokus flyttades från produkttegenskaper till kundupplevd kvalitet. Detta behöver nu ske inom hållbarhetsområdet. Fokus behöver, enligt Svenskt Kvalitetsindex, vara på kunders jordnära upplevelser och preferenser ur ett hållbarhetsperspektiv, i synnerhet i tider av osäkerhet och kris.

- Det är trots allt kunderna som väljer, köper och konsumerar de varor och tjänster som produceras. Vi tycker att kundens röst ofta saknas i hållbarhetsdebatten, därför kommer vi från och med i år att publicera separata hållbarhetsresultat i samtliga våra branschstudier, säger Johan Parmler.

I försäkringssektorn visar årets studie att det finns mycket mer att göra inom hållbarhetsområdet och det gäller både privat- och företagskunderna. I privatsektorn finns stora kundgrupper som inte tycker sig kunna bedöma sina aktörers hållbarhetsarbete.

Resultat - Privat

Hållbarhetsindex 0 -100



Bland företagskunderna är det mer framtida kundkrav kring hållbarhet som försäkringsbranschen behöver hantera. Gemensamt för hela branschen är att hos de kunder som är engagerade och insatta så är hållbarhet en central del av kundupplevelsen. Och sambandet mellan hållbarhet och kundnöjdhet är starkt.

- De aktörer som kommer bäst ut i vårt hållbarhetsindex får också bra betyg i våra kundnöjdhetsmätningar, säger Johan Parmler vd Svenskt Kvalitetsindex. Skandia får i årets studier kring privat pensionssparande och tjänstepension högst betyg på både kundnöjdhet och hållbarhet.

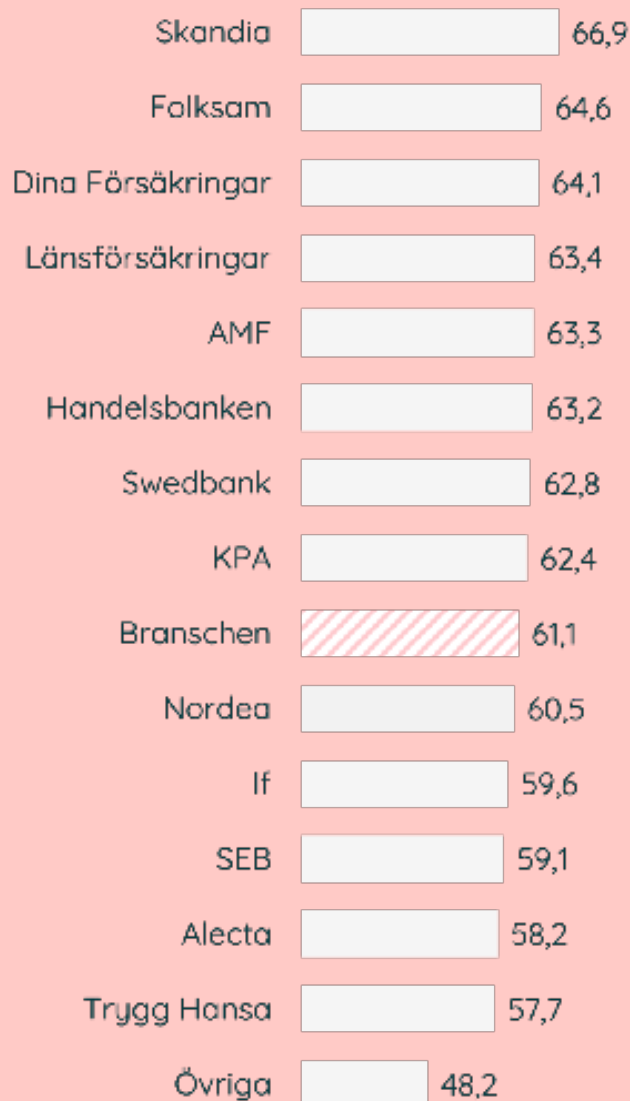
Om studien

Hållbarhetsindexet mäts som en del av våra årliga branschstudier.

Denna data kommer från kunder i försäkringsbranschen och bygger på drygt 7 500 intervjuer.

Resultat - Företag

Hållbarhetsindex 0 -100



Det som också framgår i årets studie är att skillnaden mellan olika kundsegment är relativt stor, när det gäller synen på branschens hållbarhetsarbete.

- Yngre privatkunder och större företagskunder är mer intresserade säger analyschef Love Westin. Det betyder dock inte att frågorna är mindre viktiga för äldre konsumenter eller mindre företag, kopplingen mellan hållbarhet och kundnöjdhet är lika stark i alla kundsegment. Skillnaden i betyg beror snarare på att kommunikationen och insatserna man gör behöver anpassas till olika målgrupper. Här finns en stor förbättringspotential, menar Love Westin.

Ansvariga för studien



Love Westin
Analyschef

▶ love.westin@kvalitetsindex.se
▶ 070 339 87 17



Karolina Kamra Kregert
Analytiker

▶ karolina.kregert@kvalitetsindex.se
▶ 070 381 65 55