

## **Svenskt Kvalitetsindex**

### **SAKFÖRSÄKRING OCH FÖRSÄKRINGSFÖRMEDLARE**

Svenskt Kvalitetsindex

Vi visar vad som driver kunder att bli och förbli kunder.

[www.kvalitetsindex.se](http://www.kvalitetsindex.se)

## OM SKI SAKFÖRSÄKRING OCH FÖRMEDLARE 2013

Kundnöjdhet och kundlojalitet är två viktiga nyckelindikatorer för företag och organisationer. Utöver att mäta dessa undersöks även fem andra områden/aspekter (image, förväntningar, upplevd produkt- och servicekvalitet samt prisvärdhet) för att förklara vad som gör kunder nöjda och lojala.

Betygen för respektive aspekt presenteras på en 0:100-skala. Ju högre betyg desto bättre omdöme har företaget 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.

Målpopulationen i undersökningen gällande privatpersoner utgörs av personer mellan 18 och 79 år som är bosatta i Sverige och har en relation till ett sakförsäkringsbolag. En intervju har i genomsnitt tagit ca 12 minuter.

Målpopulationen i undersökningen gällande företagskunder utgörs av företag med minst en anställd som är registrerade i Sverige och har en relation till ett försäkringsbolag eller en försäkringsförmedlare. Företagsdatabasen PARAD har använts som urvalsram. En intervju har i genomsnitt tagit ca 11 minuter.

I genomsnitt är felmarginalen både för privat- och företagsstudien 2,5 enheter. Felmarginalen bildar tillsammans med medelvärdet ett konfidensintervall som med en viss sannolikhet täcker det sanna värdet man vill uppskatta i en population. SKI använder som standard 95 % sannolikhet.

Förklaringsgraden är i genomsnitt 66 procent. Förklaringsnivån (eller förklaringsgraden) anger hur mycket av den totala variationen i nöjdhet som kan förklaras av modellen (i detta fall image, förväntningar, upplevd kvalitet och prisvärde).

Samtliga intervjuer har genomförts via telefon och har pågått under perioden 27 september – 22 oktober 2013. Totalt har 2 500 intervjuer genomförts och svarsfrekvensen uppskattas till 63 procent.

### FÖRTROENDE OCH SE TILL KUNDENS BÄSTA

Förtroende, trygghet och se till kundens bästa är de viktigaste frågorna och något som försäkringsbranschen är bättre på jämfört både med bank och telekom. Bolagen är bättre på att tydliggöra vad man får för "pengarna" jämfört med exempelvis bankerna.

### KONKURRENSEN OM PRIVATKUNDERNA HÅRDNAR

Skillnaden mellan de olika aktörerna inom sakförsäkring har minskat betydligt de senaste åren. Det är tydligt att kundernas ändrade beteende där man idag "shoppar" runt och inte är lika trogen en enskild leverantör slagit igenom.

### PROAKTIVITET "PÅ RIKTIGT"

Försäkringsbolagen måste bli mer aktiva i att se till kundens bästa och erbjuda en paketering utifrån detta. Proaktivitet handlar inte "bara" om att kontakta sina kunder utan man måste även erbjuda en produkt som passa kunden. Här kan många fortsatt bli bättre.

### ATT SKAFFA SIG KUNDER PÅ RÄTT SÄTT

De kunder som generellt är mest missnöjda är de som blivit kunder genom en jämförelsesajt eller genom att man blivit kontaktad av sitt nuvarande försäkringsbolag. Det senare säger att man måste bli mycket bättre i sitt kundarbete. De mest nöjda är de som blivit kund genom att själva kontakta ett försäkringsbolag.

### HÅLL KUNDIALOGEN VID LIV

Försäkringsrelationen är i många avseenden en låg-intensiv affärsrelation. Desto viktigare är det därför att försäkringsbolagen anstränger sig att hålla kontakten och dialogen med sina kunder vid liv. De som varit i kontakt med sitt bolag (behöver inte bara gälla skadereglering) under det senaste året är betydligt mer nöjda än de som inte varit det. Detta oavsett om det är kunden eller försäkringsbolaget som tagit initiativet till kontakten.

### SERVICE – NÄR DET VÄL GÄLLER

Är det något både bank och telekom kan lära sig av försäkringsbranschen så är det att erbjuda en service när kunderna efterfrågar det. I försäkringsbranschen så är det i samband med skadereglering som försäkringsbolagen måste kunna leverera en hög servicenivå, vilket man också gör. Här får dock Trygg-Hansa sämre betyg än övriga vad gäller skadereglering men även If:s företagskunder är här missnöjda.

### RÄTT FÖRSÄKRAD

Majoritet av kunderna känner sig rätt försäkrade. Dock upplever man villkoren och det "finstilta" i försäkringen som otidligt och svårförståeligt. Detta är också en orsak till klagomål.

### RÅD OCH INFORMATION – AVGÖRANDE BLAND FÖRETAGSKUNDERNA

En av de viktigaste frågorna bland företagskunderna är att man får bra information och råd från sitt försäkringsbolag. Det är den viktigaste frågan för branschen när det gäller att erbjuda bra service förutom en bra skadereglering.

### FÖRETAGEN FORTSATT NÖJDA MED SINA FÖRSÄKRINGSFÖRMEDLARE

De företag som använder en försäkringsförmedlare för sina sak och liv-försäkringar är fortsatt nöjda. Det är tydligt att skillnaden mellan aktörerna minskat. Agera oberoende, vara proaktiv och ha bra service till sina kunder är här utslagsgivande och de som lyckas med det har också nöjdare och lojalar kunder.

För ytterligare information besök vår hemsida ([www.kvalitetsindex.se](http://www.kvalitetsindex.se)) eller kontakta;

Johan Parmler, VD, telefon: 073 151 75 98, e-post: [johan.parmler@kvalitetsindex.se](mailto:johan.parmler@kvalitetsindex.se)

#### Kundnöjdhet Sakförsäkring Privatkunder

| Aktör             | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------|------|------|------|------|------|
| Dina Försäkringar | 77,1 | 76,9 | 76,5 | 75,8 | 73,0 |
| Folksam           | 67,4 | 70,3 | 70,6 | 71,4 | 69,7 |
| Gjensidige        |      | 67,4 | 66,3 | 68,3 | 64,7 |
| If                | 68,9 | 71,2 | 70,4 | 72,3 | 72,5 |
| Länsförsäkringar  | 74,3 | 77,6 | 75,0 | 76,5 | 75,2 |
| Trygg Hansa       | 70,8 | 70,7 | 72,6 | 71,7 | 70,6 |
| Övriga            | 73,9 | 73,1 | 75,0 | 71,9 | 71,1 |
| Branschen         | 71,3 | 73,2 | 72,8 | 74,1 | 72,4 |

#### Kundnöjdhet Bilförsäkring Privatkunder

| Aktör             | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------|------|------|------|------|------|
| Dina Försäkringar | 76,6 | 77,9 | 77,2 | 77,3 | 77,9 |
| Folksam           | 68,4 | 72,6 | 74,3 | 75,3 | 71,3 |
| If                | 66,3 | 68,9 | 71,9 | 74,3 | 73,2 |
| Länsförsäkringar  | 73,7 | 75,5 | 76,6 | 77,2 | 75,4 |
| Trygg Hansa       | 67,8 | 69,4 | 70,6 | 68,6 | 70,4 |
| Övriga            | 71,3 | 74,2 | 71,8 | 74,0 | 70,9 |
| Branschen         | 69,5 | 71,8 | 73,5 | 74,2 | 72,9 |

#### Kundnöjdhet Sakförsäkring Företagskunder

| Aktör             | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|-------------------|------|------|------|------|------|
| Dina Försäkringar | 73,0 | 76,6 | 75,1 | 74,8 | 73,6 |
| If                | 68,5 | 68,7 | 70,3 | 71,1 | 69,4 |
| Länsförsäkringar  | 72,4 | 73,2 | 73,1 | 74,8 | 74,7 |
| Trygg Hansa       | 69,2 | 69,4 | 67,4 | 70,0 | 68,7 |
| Övriga            | 71,5 | 71,5 | 70,4 | 72,3 | 70,3 |
| Branschen         | 70,9 | 71,4 | 70,9 | 72,5 | 71,3 |

#### Kundnöjdhet Försäkringsförmedlare Företagskunder

| Aktör                  | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|------------------------|------|------|------|------|------|
| Max Matthiessen        | 73,2 | 73,8 | 69,9 | 69,7 | 71,0 |
| SÄKRA                  | 71,2 | 71,7 | 74,0 | 68,9 | 71,6 |
| Söderberg och Partners | 71,8 | 72,6 | 70,4 | 73,3 | 73,6 |
| Annan                  | 74,1 | 75,0 | 72,1 | 76,3 | 75,6 |
| Branschen              | 72,7 | 73,6 | 71,3 | 72,7 | 73,3 |