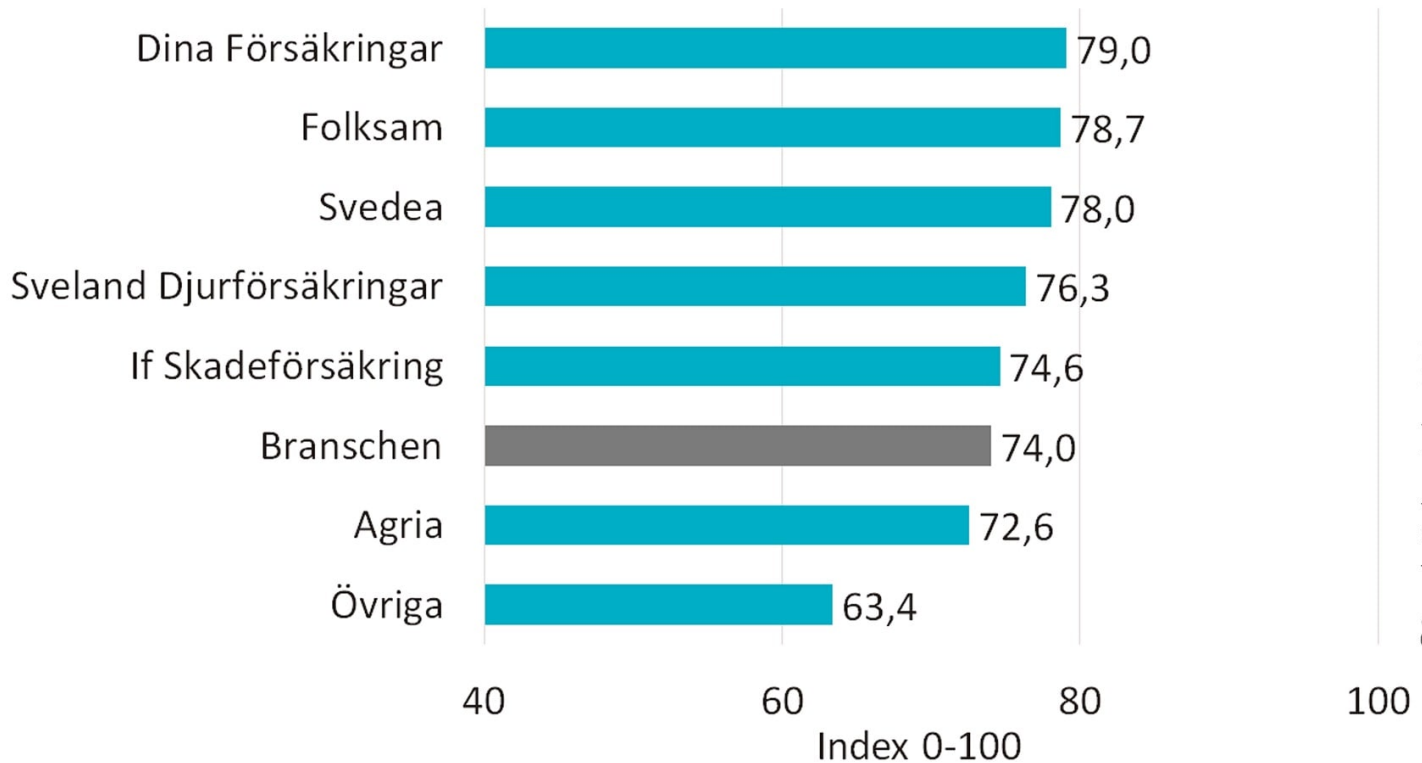


SKI Djurförsäkring (sällskapsdjur) privatkunder 2020



2020-11-16 06:00 CET

Hund- och kattägare är mycket nöjda försäkringstagare

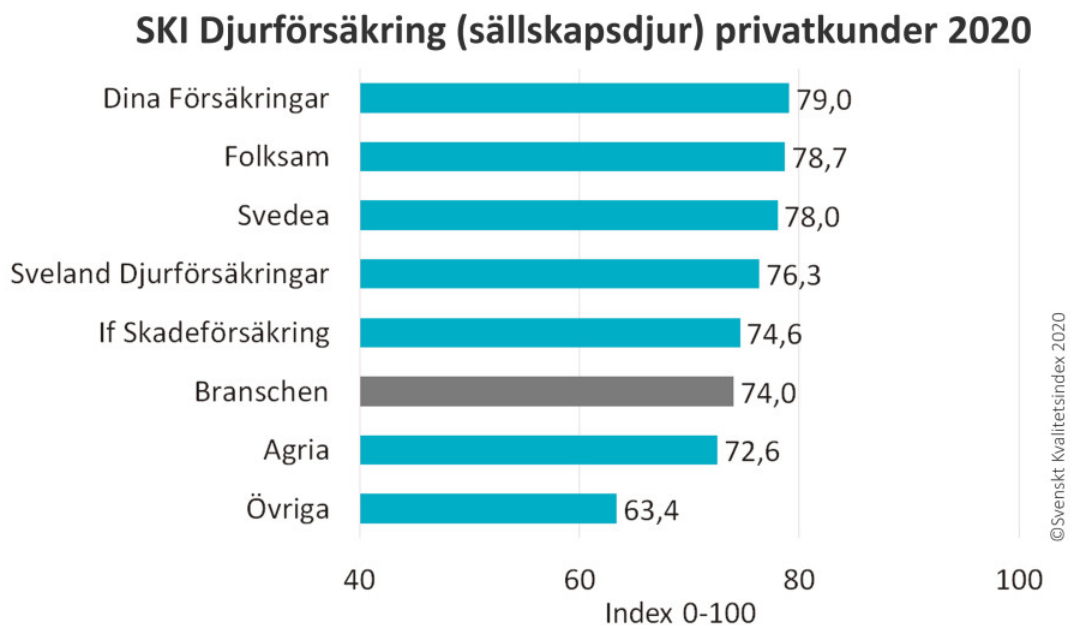
Svenskarnas intresse för att skaffa hund eller katt har ökat under pågående pandemi. Försäkringsbranschen noterar också en påtaglig ökning av antalet sålda hund- och kattförsäkringar. Därför har höstens SKI Försäkring kompletterats med två nya segment – försäkring för hund och katt. Och det visar sig 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.



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 kostsam 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.

För att skapa ett långsiktigt hållbart samhälle behöver vi se och förstå viktiga samband om vad som skapar värde för dem vi finns till för. Det kan vi bidra till. Våra undersökningar bygger på en vetenskaplig grund och ger insikter och råd om vad som skapar nöjda kunder och medarbetare och ger hållbar framgång – inte bara ur ett ekonomiskt perspektiv. Det har varit vår vision sedan starten 1989 och känns idag mer aktuellt än någonsin.

Kontaktpersoner



Johan Parmler

Presskontakt

VD

johan.parmeler@kvalitetsindex.se

0731517598