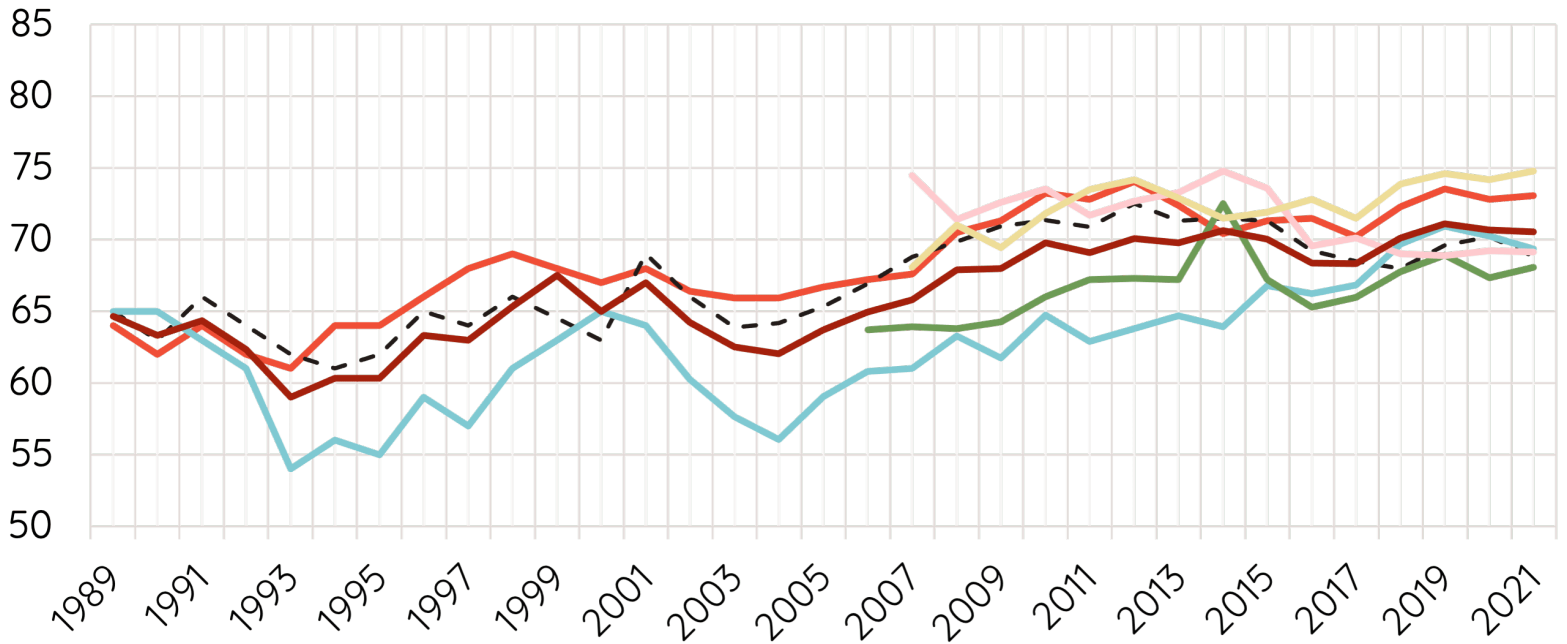


- Sakförsäkring - privatmarknad
- Pensions-/livförsäkring privat
- Försäkringsförmedlare
- Försäkringsbranschen
- - - Sakförsäkring - företagsmarknad
- Tjänstepension - företag
- Fordonsförsäkring-privatmarknad



2021-11-08 06:00 CET

## Kunderna önskar en proaktiv, transparent och hållbar försäkringsbransch

Årets SKI Försäkring visar att kundnöjdheten i branschen stabiliserats på en god nivå, efter flera års uppgång. Den fortsatta utmaningen är nu att möta försäkringstagarnas efterfrågan på förbättrad service, tydligare information och en hållbar branschutveckling.

Försäkringsbranschen har under många år kommit väl ut i Svenskt Kvalitetsindex mätningar av nöjdhet och andra centrala aspekter av kundupplevelsen. Det gäller även i årets studie som påvisar att försäkringsbranschen över lag klarat av att möta kundernas behov, krav och

förväntningar.

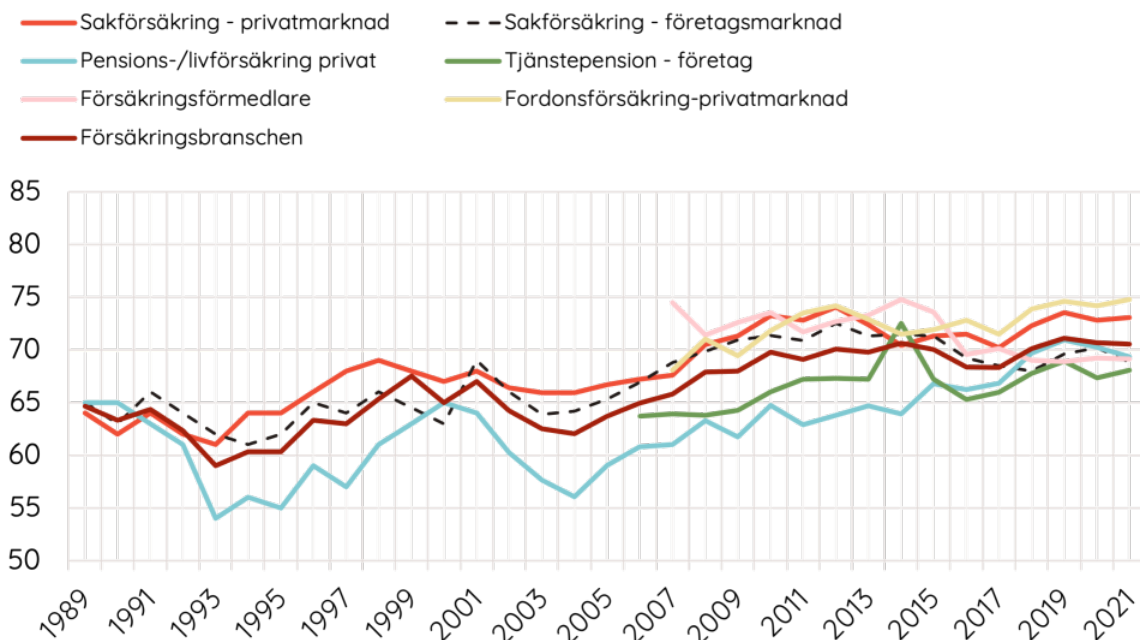
– Om man vill göra det enkelt så kan man säga att trenderna som vi såg förra året har förstärkts, säger Johan Parmler vd Svenskt Kvalitetsindex. Det handlar främst om att kunderna har högre krav kring proaktivitet och information. Det här är områden som branschen generellt behöver förstärka. Det gäller alla delområden och privat- och företagskunder.

Överlag får branschen bra betyg kring grundläggande aspekter som kundkontakt och effektiv skadehantering. När det gäller att leverera det lilla extra så når dock inte branschen upp till kundernas högt ställda förväntningar.

– Serviceaspekten är viktig, men vi konstaterar också hållbarhetsfrågorna nu är högre upp på kundens agenda. Här finns det stora möjligheter, eftersom ingen enskild aktör ännu tagit position som branschledande inom hållbar utveckling, säger Johan Parmler.

Bland privatkunder inom sakförsäkring får Dina Försäkringar högst betyg. Bland företagskunderna är det helt jämt i topp mellan Dina Försäkringar och Länsförsäkringar. Inom fordonsförsäkring får Svedea högst betyg, följt av gruppen Övriga och Dina Försäkringar. Bland tjänstepensionsbolagens företagskunder kommer Skandia bäst ut för fjärde året i rad, medan det för de privata pensionsspararna är gruppen "övriga" som i år igen toppar rankingen.

Företagskunder som kommit in via förmedlare är generellt mer nöjda än de som har en direktrelation med ett försäkringsbolag. Bland förmedlarna är det väldigt jämt och här är det Söderberg & Partners följt av Max Matthiessen som har nöjdast kunder.



## Engagemanget behöver uppgraderas

Förutom image och varumärkesrelaterade frågor, som alltid haft en stor inverkan på nöjdheten, så behöver den här branschen stärka både direkta och indirekta kundkontakter med avseende på snabbhet och relevans. Inom sakförsäkring kan det handla om transparent skadehantering och inom pension kan det handla om en närmare rådgivning. I de här momenten är många bra, men det räcker inte.

– Många försäkringsbolag når inte ända fram, enligt kunderna säger Johan Parmler. Det här gäller inte bara sakförsäkringsbolagen, där den löpande informationen under en skadereglering fortfarande är en akilleshäla. I en bransch där en relativt stor del av kunderna är passiva och kanske inte nyttjar sin försäkring, så behöver man hitta sätt att påminna kunden om man gjort ett bra val. Dessa mer indirekta kontakter blir viktiga för att skapa ökat kundengagemang och stärkt lojalitet.

4 av 10 kunder svarar nej på frågan om man upplever att försäkringsbolaget har god förståelse för kundens behov. Den siffran bör förbättras. Typiska kundkommentarer handlar här om en önskan om en mer relevant kontakt, tätare kunddialog och mer anpassade erbjudanden. Detta ger en signal om att det finns stor potential för branschen att stärka sina relationer med befintliga kunder.

– Tidigare år har vi lyft fram den här branschen som relativt bra på proaktivitet och initiativförmåga, men den bilden är inte lika tydlig längre.

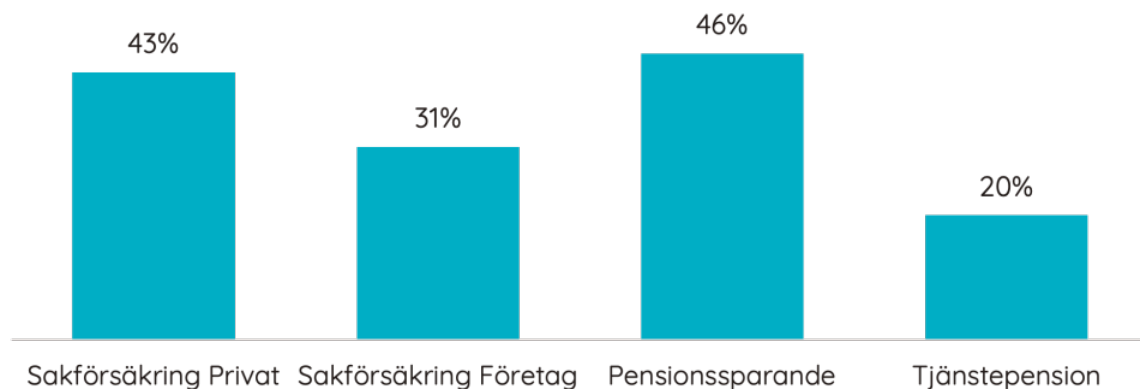
Uppenbart finns det nya kundbehov som försäkringsbolagen inte riktigt lyckats fånga upp än. Branschen behöver gå från ett produktorienterat synsätt till att mer fokusera på kundens unika behov. Det som idag kallas för ”business to me”, säger Johan Parmler.

## Hållbarhetsfrågor – lika viktigt som premier och villkor

Frågor kring kundernas syn på hållbar utveckling ställs i alla branschstudier som SKI gör och sammanfattas i ett nytt hållbarhetsindex.

– Vi vet att hållbarhet är högt upp på kundernas agenda. Det gäller främst företagskunder men även för vissa privatkunder är det här en aspekt som till stor del avgör vilken leverantör man väljer. Försäkringsbranschen, och många andra branscher för den delen, får dock långt ifrån godkänt när det gäller kommunikation kring hållbar utveckling, konstaterar Love Westin, analyschef på Svenskt Kvalitetsindex. Försäkringsbolagen är i regel bra på att informera kring premier, räntor och förändrade villkor men när det gäller hållbarhet så saknas något. Detta är ett område med stor potential och här behöver försäkringsbolagen, oavsett om det är sak- eller livförsäkring, bli mycket tydligare och beskriva hur man bidrar till en hållbar samhällsutveckling, avslutar Love Westin.

*Andel vet svar på frågan ”Ditt försäkringsbolag kommunicerar om hur man arbetar med hållbarhet?”.*



---

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](mailto:johan.parmeler@kvalitetsindex.se)

0731517598