

## EPSI Rating

### EPSI Forsikring 2017

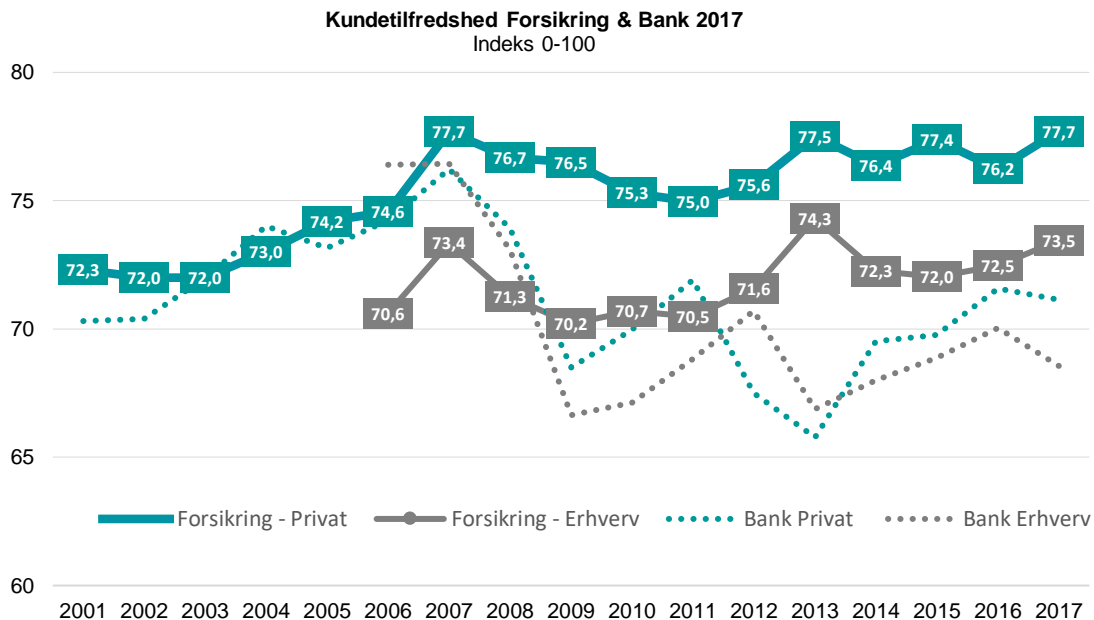
Dato: 2017-11-13

For yderligere information besøg vores hjemmeside ([www.epsi-denmark.org](http://www.epsi-denmark.org)) eller kontakt Direktør, Helene Söderberg.

Telefon: 31 75 40 38

E-mail: [helene.soderberg@epsi-rating.com](mailto:helene.soderberg@epsi-rating.com)

## Høj kundetilfredshed i forsikringsbranchen - men også høj mobilitet



Forsikringsbranchen har gennem de sidste 10 år opnået en høj score på kundetilfredshed. Det gør branchen igen i 2017 med hele 77,7 i score på privatmarkedet og 73,5 på erhvervsmarkedet. Branchen præges af høj konkurrence, og der er et tæt løb mellem forsikringselskaberne. Dog er privatkunderne er mere tilfredse med deres forsikringselskab end erhvervs kunderne.

### Forsikringsbranchen versus bankbranchen

I modsætning til bankbranchen, er forsikringsbranchen inde i en positiv udvikling. Der er nu en øget afstand mellem brancherne på 6,6 enheder på privatmarkedet og 4,9 på erhvervsmarkedet. Tilliden til forsikringsbranchen er højere end tilliden til bankbranchen, selvom forsikringsbranchen i år lider et mindre fald. Forsikringskunderne har dog stadigvæk markant mere tillid til deres eget forsikringselskab, end de har til branchen generelt. I forhold til bankbranchen har forsikringsbranchen et markant højere image og skaber mere værdi for pengene for deres kunder. Branchen opleves som mere pålidelig og god til at give indtrykket af, at selskabet vil kunden det bedste.

### Høj mobilitet i branchen

Forsikringsbranchen står overfor den udfordring, at selvom der er høj kundetilfredshed, så er der også en høj mobilitet, hvor flere kunder i dag skifter forsikringselskab. EPSI Ratings studie viser, at mobiliteten er øget og at selskaberne nu har en større andel af kunder med kortere kunderelationer. I 2013 var 22% af branchens kunder nye kunder (mindre end 4 års anciennitet), hvor tallet i 2017 er 35%. Dette er en stigning på 13 procentpoint på 5 år. I bankbranchen er mobiliteten lavere, hvor kun 15% af branchens kunder er nye. De kunder, som har en lang relation til deres forsikringselskab, er mere tilfredse, end de kunder der har en korterevarende kunderelation, selvom afstanden nu

mindskes. I bankbranchen ser vi den modsatte tendens, hvor bankkunder, med en lang relation til samme bank, er mindre tilfredse end nye kunder.

Den høje konkurrence i branchen udfordrer forsikringsselskaberne på fastholdelsen af deres kunder, da der kun er en meget lille andel af kunderne, som siger, at de vil skifte selskab, men studiet viser, at mange faktisk gør det.

## Branchen forbedrer produkter og service

I forhold til sidste år, har branchen forbedret sin score på forsikringsprodukter og service. Kunderne oplever en højere grad af gennemsækelighed af deres forsikringer. De har en oplevelse af, at føle sig korrekt og tilstrækkeligt forsikret. Branchen er blevet bedre til at opdatere deres kunder med klar og relevant information og kunderne oplever, at selskaberne har en højere tilgængelighed.

De selskaber, som er placeret i top, har et meget stærkt og tydeligt brand blandt deres kunder. De udviser oprigtig interesse for kunden, og giver kunden en oplevelse af, at ville dem det bedste. Kunderne oplever, at de er gode til at informere dem og give tydelig og relevant information. Det giver kunderne oplevelsen af, at de får en høj værdi for pengene. Undersøgelsen viser en øget spredning af prioriteringsområder for det enkelte forsikringsselskab. Derfor bliver det endnu mere vigtigt for de individuelle virksomheder, at kunne tilpasse sig specifikt til deres kunders behov og ønsker.

## Kundetilfredshed Danmark 2017

Privatkunder	2017 (Indeks 0-100)	Sammenlignet med 2016
Popermo Forsikring	85,7	-
Vestjylland Forsikring	85,6	1,5
Lærerstandens Brandforsikring	84,7	0,7
Aros Forsikring	83,4	1,9
PenSam	82,8	1,5
Bauta	82,5	0,0
Alka	80,8	1,8
GF Forsikring	80,2	-0,8
Runa	80,1	0,2
Øvrige	78,6	2,4
If	77,7	3,6
<b>Branchen</b>	<b>77,7</b>	<b>1,5</b>
Codan	77,3	1,1
Topdanmark	76,8	2,3
AlmBrand	76,7	0,8
Købstædernes Forsikring	76,0	-0,6
Tryg	74,7	0,4



- På privatmarkedet ser vi høje kundetilfredshedsscores. Der er meget tæt løb mellem selskaberne. Det er igen de mindre selskaber, samt nicheaktørerne, som får den højeste kundetilfredshedsscore.
- Popermo Forsikring, en nicheaktør som henvender sig til politiansatte og andre udvalgte medlemsgrupper, har i år Danmarks mest tilfredse kunder på privatmarkedet. De er meget tæt fulgt af Vestjylland Forsikring og Lærerstandens Brandforsikring. Disse forsikringsselskaber får især høje scores på image, værdi for pengene og loyalitet.
- If og Topdanmark er de selskaber, der signifikant forbedrer sig i forhold til sidste år. If og Topdanmark markerer sig på store forbedringer på både image og service.

Erhvervskunder	2017 (Indeks 0-100)	Sammenlignet med 2016
Øvrige	75,4	1,9
Tryg	74,4	0,7
AlmBrand	73,5	1,4
Topdanmark	73,5	0,0
<b>Branchen</b>	<b>73,5</b>	<b>1,0</b>
Købstædernes		
Forsikring	72,3	1,6
Codan	70,3	0,9

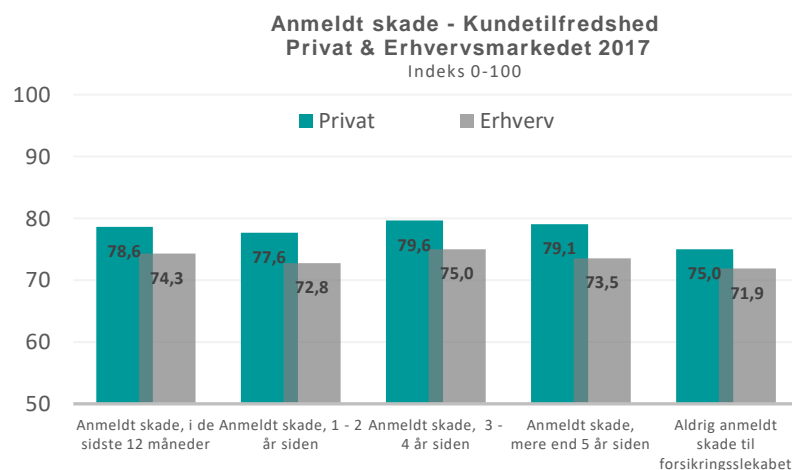
\*Gruppen 'Øvrige' indeholder analyseresultater fra interviews med kunder fra andre forsikringselskaber end de nævnte

- På erhvervsmarkedet er der tæt løb mellem de individuelt målte forsikringselskaber. Tryg er igen i år placeret i top - men tæt fulgt af Topdanmark og AlmBrand.
- Tryg får en høj score på service, samt på evnen til at bygge personlige relationer til kunderne. Det sker blandt andet via rådgivningsmøder og personlige kontaktpersoner.
- Der er en tendens til positiv udvikling for AlmBrand, som for andet år i træk har forbedret sin score, samt for Købstædernes Forsikring, som har forbedret sin score i forhold til sidste år.

## Bløde værdier har fået større betydning

Forsikringskunderne forventer i dag i højere grad mere end bare et forsikringselskab – de bløde værdier har fået større betydning. Det er den samme tendens som viste sig i år i EPSI Ratings studie af bankbranchen, hvor service nu er blevet et vigtigt parameter for kundetilfredsheden. Tendensen viser sig tydeligst på erhvervsmarkedet. Det er i dag ikke nok kun at have fokus på produkterne. Selskaberne skal i endnu højere grad opbygge en personlig relation til deres kunder, som er baseret på oprigtig interesse. Det gælder for forsikringselskaberne om at blive endnu bedre til at servicere deres kunder; bl.a. gennem personlig rådgivning, proaktivitet og tilknyttede kontaktpersoner. Selvom dette også er et forbedringsområde for bankbranchen, så er det et område, hvor bankbranchen er på forkant og hvor forsikringsbranchen kan hente inspiration.

## Skadeshåndtering påvirker kundetilfredsheden



De kunder, der har haft skader og anmeldt dem, er mere tilfredse og loyale overfor deres forsikringselskab, end de kunder som aldrig har anmeldt en skade til selskabet. Det kan have en langvarig effekt for forsikringselskabet. Generelt får forsikringselskaberne høje ratings omkring deres skadeshåndtering, og privatmarkedet har forbedret deres indsats fra sidste år. Der er dog store forskelle mellem

selskaberne. Der er nu en større andel af skader, som er anmeldt digitalt via forsikringselskabernes hjemmeside, end sidste år. Majoriteten af skaderne anmeldes dog stadig per telefon. I mere end halvdelen af sagerne, får kunden afgørelsen inden for en uge. Det påvirker tilfredsheden positivt.

## Forsikrings-Danmark i procent

- 52% af erhvervs kunderne og 35% af privatkunderne har anmeldt en skade til sit forsikrings selskab inden for de sidste 12 måneder.
- 39% af privatkunderne oplever, at deres forsikrings selskab giver råd og tips om forebyggelse af skader. Disse kunder er markant mere tilfredse. Modsvarende tal på erhvervs markedet er 35%.
- 43% af **privatkunderne** har været i kontakt med deres forsikrings selskab i løbet af de sidste 12 måneder, med undtagelse af at anmelde en skade. Modsvarende tal i 2014 var 49%.
- 56% af **erhvervs kunderne** har været i kontakt med deres forsikrings selskab i løbet af de sidste 12 måneder, med undtagelse af at anmelde en skade. Modsvarende tal i 2014 var 65%.
- 18% procent af privatkunderne oplever i år, at det er let at sammenligne forsikrings produkter og priser selskaberne imellem. Modsvarende tal i 2016 var 27%.
- 10 % af privatkunderne følger deres forsikrings selskab på de sociale medier. Modsvarende tal i 2016 var 8 procent. 30 procent af kunderne forventer at forsikrings selskaberne er aktive på sociale medier.
- 36% af privatkunderne oplever, at deres forsikrings selskab er på forkant med digitaliseringen. Modsvarende tal for bankbranchen er 60%.

## Kundetilfredshed 2013-2017

KUNDETILFREDSHED – PRIVATKUNDER					
Selskab	2013	2014	2015	2016	2017
Alka	81,9	79,3	79,8	79,0	80,8
AlmBrand	76,3	74,1	76,1	75,9	76,7
Aros Forsikring	-	-	-	81,5	83,4
Bauta	82,6	81,6	83,0	82,5	82,5
Codan	73,1	73,5	74,2	76,2	77,3
GF Forsikring	82,4	78,5	77,3	81,0	80,2
If	-	-	-	74,1	77,7
Købstædernes Forsikring	76,7	78,3	79,7	76,6	76,0
Lærerstandens Brandforsikring	84,4	83,2	85,1	84,0	84,7
PenSam	80,4	78,7	81,2	81,3	82,8
Popermo Forsikring	-	-	-	-	85,7
Runa	79,2	79,5	80,3	79,9	80,1
Topdanmark	78,7	75,5	75,9	74,5	76,8
Tryg	76,3	75,7	76,8	74,3	74,7
Vestjylland Forsikring	-	-	-	84,1	85,6
Øvrige	78,8	79,0	78,4	76,2	78,6
Branchen	77,5	76,4	77,4	76,2	77,7

KUNDETILFREDSHED – ERHVERVSKUNDER					
Selskab	2013	2014	2015	2016	2017
AlmBrand		70,3	70,3	72,1	73,5
Codan		71,4	69,4	69,4	70,3
Købstædernes Forsikring		74,4	72,4	70,7	72,3
Topdanmark		70,9	72,3	73,5	73,5
Tryg		71,4	71,5	73,7	74,4
Øvrige		74,5	75,3	73,5	75,4
Branchen	74,3	72,3	72,0	72,5	73,5

## Om forsikringsundersøgelsen 2017

Interviewene bag undersøgelsen er gennemført som telefoninterviews i perioden d. 8. september – d. 23. oktober 2017 af Norstat Danmark. Respondenterne for undersøgelsen vedrørende privatmarkedet udgøres af personer mellem 18 og 79 år, der er bosat i Danmark og som er kunder i et forsikringselskab. Respondenterne for undersøgelsen af erhvervsmarkedet består af virksomheder og organisationer, der er registreret i Danmark, som har en forsikringsforbindelse og som har mindst én medarbejder ansat. I alt er der gennemført mere end 5.300 interviews på privat og erhvervskundemarkedet.

Ud over de udvalgte forsikringsselskaber på markedet, rapporteres også på gruppen Øvrige Forsikringsselskaber, som består af de andre forsikringsselskaber, der er aktive på forsikringsmarkedet (Består bl.a. af Nykredit Forsikring, Gjensidige, Himmerland Forsikring, IDA Forsikring, Nem Forsikring, Sønderjysk Forsikring, Thisted Forsikring, Tjenestemændenes Forsikring etc). Resultaterne præsenteres i form af en score på en skala fra 0 til 100. Når indeks eller scores er diskuteret, er det således ikke en procentdel, men enheder. Jo højere indekxværdi, des bedre oplever kunderne, at produkter og leverandører lever op til deres krav og forventninger.

I gennemsnit er fejlmarginen for både privat- og erhvervskunder 2,5 enheder. Fejlmarginen viser sammen med middelværdien et konfidensinterval som med en vis sandsynlighed dækker det resultat man ville få, hvis hele populationen blev spurgt. EPSI anvender som standard 95% sandsynlighed.

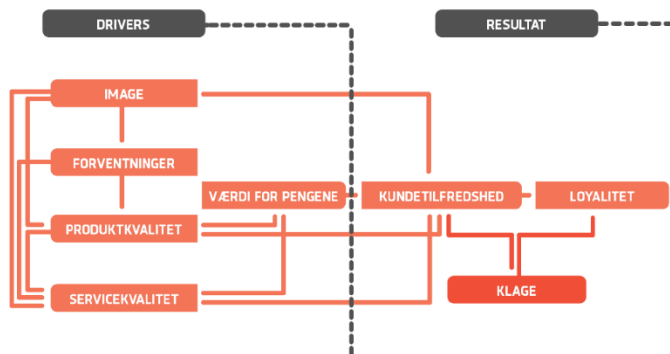
Tilsvarende undersøgelser er ligeledes gennemført i Finland, Norge og Sverige.

For mere information om studiet kontakt: Helene Söderberg, Direktør, telefon: 31 75 40 38, e-mail: helene.soderberg@epsi-rating.com.

## Kundetilfredshed – Hvordan beregner EPSI Rating det?

EPSI Ratings forskningsbaserede metode skaber grundlaget for en uafhængig og troværdig undersøgelse. Ved at stille spørgsmål om, hvordan kunder, eller andre interessenter, oplever kvaliteten af en vare eller serviceydelse, skabes en erfaringsbaseret undersøgelse, der giver værdifuld indsigt i egen og andres kundebaser. Kundetilfredshed og loyalitet er to nøgletal for virksomheder og organisationer. EPSI modellen undersøger desuden fem andre områder (aspekter), der bidrager til at forklare, hvad der gør kunderne tilfredse og loyale. Hvert aspekt består af en række underliggende spørgsmål. Figuren viser de aspekter, EPSI Rating-modellen er baseret på. Samtlige indeks opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indekxværdi, des bedre

oplever kunderne deres leverandører. Gennemsnittet for virksomhederne findes normalt i området fra indeks 60 til 75. Virksomheder, som har et indeks på over 75, har en stærk position blandt deres kunder, mens virksomheder, som har et indeks under 60, har en risiko for at miste sit kundeunderlag.



## Om EPSI Rating

I EPSI måles og analyseres en række aspekter af kunderelationer til aktører i samfundet. Undersøgelsen er udført ved hjælp af en statistisk model, der muliggør analysen af årsagerne til kundernes vurdering, samt den tillid kunderne føler til deres leverandør. Som baggrund måles image, forventninger, produktkvalitet, service og værdi for pengene. EPSI Rating Danmark er en del af EPSI Rating-Group, der udfører uafhængige og regelmæssige målinger af kundetilfredshed i forskellige brancher i de nordiske lande og i flere andre europæiske lande (i Sverige findes vi under navnet Svenskt Kvalitetsindex - SKI).