

A photograph showing a pair of brown leather shoes standing on a floor covered in broken glass. The shoes are positioned in the lower center of the frame, with the broken glass scattered around them. The background is a dark teal color.

## FORSIKRING B2C

# 2022

STÆRKT KUNDEFOKUS SIKRER  
FORSIKRINGSSKABERNE  
ET HØJT TILFREDSHEDSNIVEAU

# Høj kundetilfredshed hos forsikringselskaberne vidner om et konstant kundefokus

De danske skadesforsikringselskaber har løftet sig til niveauet før covid – og har som branche en gennemsnitlig kundetilfredshed på 77,5. Niveaulet er markant højere end hos de øvrige nordiske lande, hvor EPSI udfører lignende branchestudier. Danskerne er ganske enkelt mere tilfredse med deres forsikringselskaber, end deres nordiske naboer.

«Et så højt gennemsnitligt tilfredshedsniveau er noget, hele branchen kan være stolte af. Det kræver et konstant fokus på kunderne. Selskaberne bekræfter løbende over for kunderne, at de lever op til deres værditilbud, fx i skadesituationer. Stigningen på 1,1 indekspoint er signifikant – og efterfølger en stigning på 0,7 point fra i fjor. Altså en positiv tendens. Og at vi er så tilfredse sammenlignet med Norge, Sverige og Finland er interessant – for det er ikke samme mønster vi ser hos fx banker eller pensionsselskaber,» siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

## Fire trends fylder i studiet

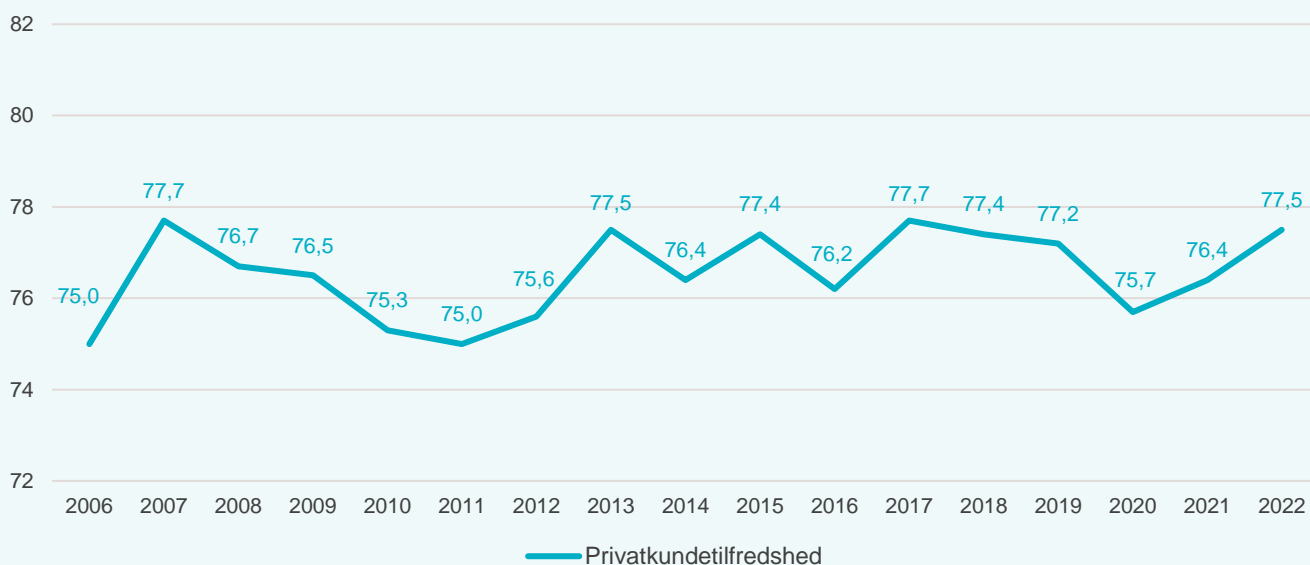
**Forebyggelse betaler sig** – selskaberne sætter i stigende grad fokus på forebyggende initiativer – og kunderne kvitterer for det med øget kundetilfredshed og oplevelse af at være værdsatte som kunder.

**Digitale løsninger virker** – automatisering og personalisering virker. Kunderne kvitterer for at blive genkendt som type hos selskaberne, og selvbetjeningsløsningerne er nemme at bruge. Segmentering er en nøgle til at komme langt ift. forståelse og skræddersyet kommunikation, og de selskaber, der har styr på, hvem deres kunder er, vinder på en række temaer.

**Relevant proaktivitet er nødvendig** – kunderne forventer den relevante proaktivitet, men selskaberne falder i vurdering på relevant proaktivitet i år. Formodentligt fordi kundernes forventninger stiger, mens selskaberne gør mere af det samme. Det er ikke nok, og her er der behov for et øget fokus.

**Kundefokus gennemsyrrer branchen** – generelt er de danske skadesforsikringselskaber eminente til kundeservice. Kunderne oplever meget høje niveauer af imødekommenhed og kompetencer når de er i kontakt med selskaberne, og forsikringselskaberne er gode til at få kunderne til at mærke, at de er interesserede i, at de er korrekt forsikrede (bl.a. gennem såkaldte love-calls, forsikringstjeks og andre initiativer, som bekræfter kundefokus).

**FIGUR 1 Kundetilfredshed i de danske skadeforsikringselskaber, privatkunder 2006-2022**



## Højeste kundetilfredshed hos Vestjylland Forsikring

Vestjylland Forsikring har generobret førstepladsen fra Popermo Forsikring, der opnår en flot andenplads i år. Vestjylland Forsikring har en kundetilfredshed på 86,9 – det højeste målte niveau for kundetilfredshed i skadeforsikringsselskaber i Danmark nogensinde.

*”Det er et meget flot niveau, som man ikke kommer sovende til. Der er ikke plads til mange negative eller neutrale kunder hvis man skal ende på så højt et niveau,”* siger Sofie Breum.

## Stærk Top 4

Top Fire er den samme som sidste år, og er kendetegnet ved scores på 84 og derover. Det er selskaber, der har godt tag i kunderne. Toppen består af Vestjylland Forsikring (86,9), Popermo Forsikring (85,5), Aros Forsikring (84,2) og Lærerstandens Brandforsikring (84,0).

Aros Forsikring er for syvende år i træk det ”landsdækkende selskab, tilgængeligt for alle”, der har den højeste kundetilfredshed.

## Største stigninger hos Tryg og Alka

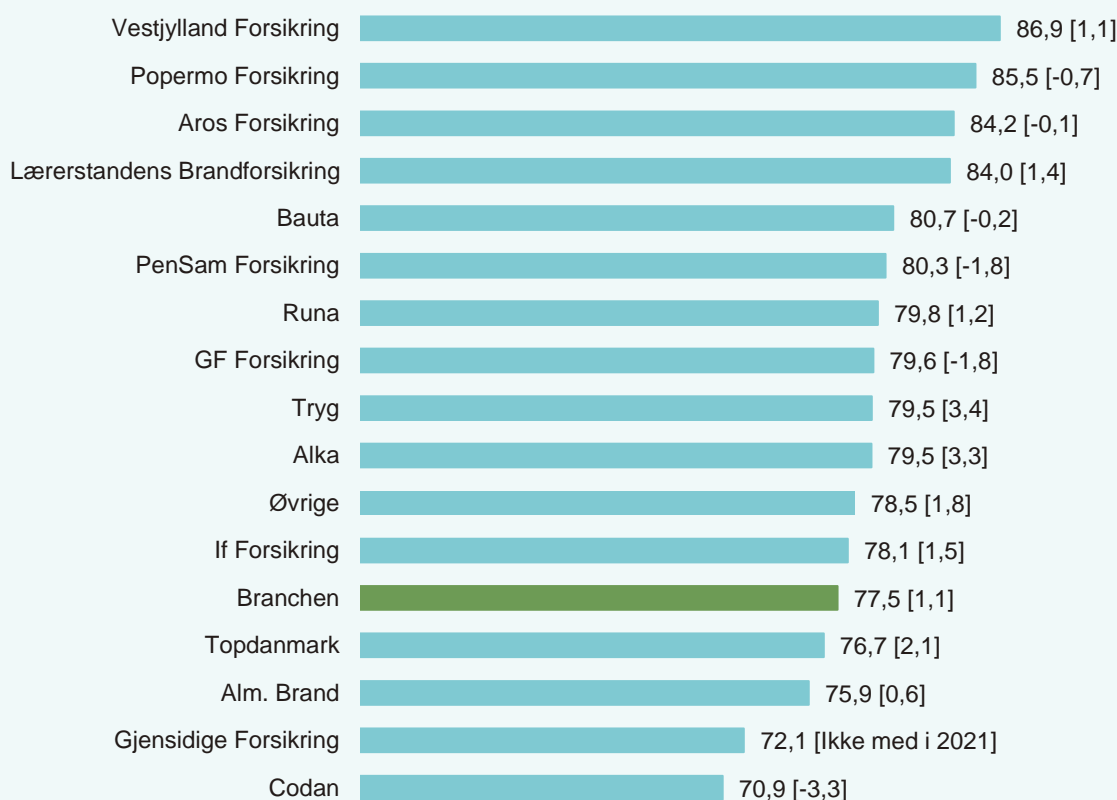
Forsikringsselskaberne på Klausdalsbrovej i Ballerup står for de største stigninger i kundetilfredshed i 2022 (hhv. 3,4 og 3,3 indekspoint). Således har de begge brudt den negative tendens med faldende kundetilfredshed for de foregående år.

*”Det er en flot stigning, og det er tydeligt at se, at kunderne i højere grad end tidligere føler sig værdsatte som kunder hos Alka og Tryg. De er desuden de to selskaber, der har den højeste andel kunder, der har en oplevelse af at have fået et forsikringstjek ved deres seneste kontakt med selskabet (tjek af om de er korrekt forsikrede),”* siger Sofie Breum.

## Faldene tilskrives primært formindsket oplevelse af kundefokus, mens stigningerne bl.a. skyldes bedre rådgivning

De forsikringsselskaber, der falder mest i kundetilfredshed, falder også på især vurderingen af oplevet kundefokus og service i relation til prisen. De selskaber, der stiger mest, har især forbedret kvaliteten af den rådgivning, kunderne har modtaget.

**FIGUR 4 Kundetilfredshed 2022 – Privatkunder i danske skadeforsikringsselskaber**



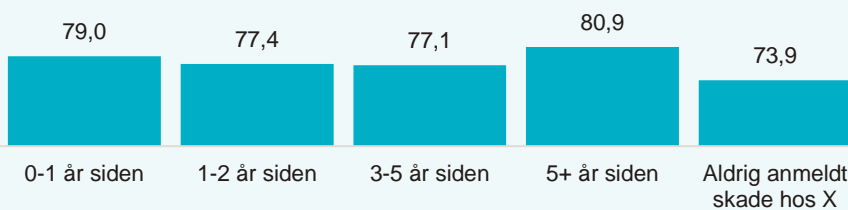
# Danskerne har styr på deres forsikringer – og selskaberne bidrager

## Relevant proaktivitet falder

På trods af en fremgang i kundetilfredsheden, falder kundernes vurdering af «relevant proaktivitet» med 2,2 indekspoint.

«Mange selskaber ser ud til at gøre, som de gjorde sidste år. Men det ser ud til, at kundernes forventninger stiger,» siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI Rating Danmark.

**FIGUR 2 Kundetilfredshed splittet på seneste skadesanmeldelse**



## Kunderne husker skadeoplevelser længe

Kunder, der har haft en skade inden for det seneste år, er mere tilfredse, end dem, der aldrig har anmeldt en skade. Men de mest tilfredse kunder er dem, der angiver, at de har haft en skade for mere end fem år siden hos selskabet. Og netop disse kunder er også værd at give ekstra fokus.

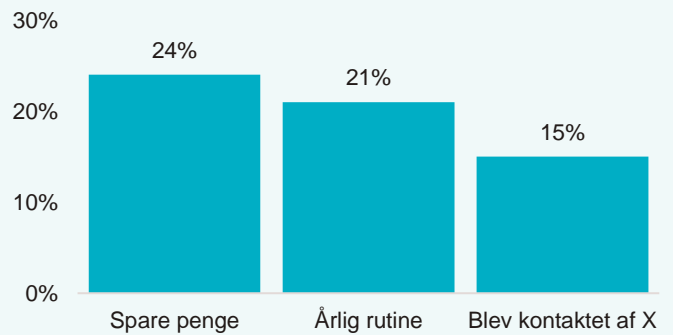
## Forsikringstjek virker

61% af danskerne har gennemgået deres forsikringer inden for det seneste år. De tre hyppigste årsager for tjek er: Et ønske om at spare penge, en del af årlig rutine eller at de er blevet kontaktet.

For hver fjerde har forsikringsgennemgangen resulteret i et skift af selskab. Og de 75%, der er blevet hos deres selskab er signifikant mere tilfredse end dem, der ikke har fået tjekket deres forsikringer.

«Det er højt, at mere end seks af ti danskere har gennemgået deres forsikringer inden for det seneste år. Danskerne er meget engagerede i deres forsikringer, sammenlignet med resten af Norden,» siger Sofie Breum.

**FIGUR 3 Hvorfor tjekker kunderne forsikringerne?**



Note: "Andet" er i top tre, men fremgår ikke af ovenstående figur.

## NØGLETAL Privatkunder – tilgængelighed, kontakt og rådgivning

**72%** Det er nemt at ændre/tilføje efter behov  
Spændet mellem laveste og højeste andel går fra 63% til 86% – Popermo Forsikring har størst andel.

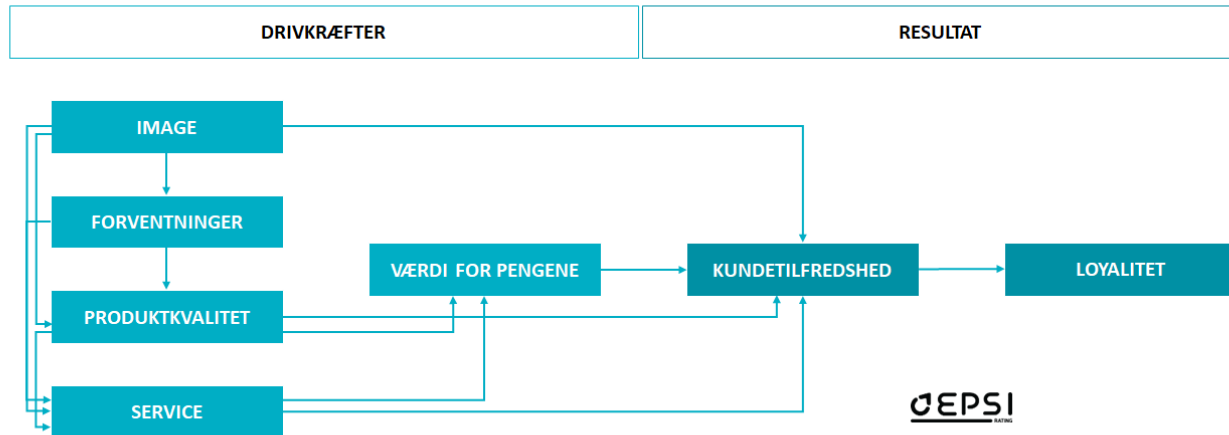
**40%** Er blevet proaktivt kontaktet det seneste år  
Andelene svinger fra 28% til 56% – Aros Forsikring har den højeste andel.

**78%** Mit selskab er interesseret i om jeg er korrekt dækket af mine forsikringer  
Andelene svinger fra 64% til 92% – Vestjylland Forsikring har største andel.

**35%** Giver tips og råd om forebyggelse af skader  
Andelene svinger fra 27% til 53% på tværs af selskaberne – Vestjylland Forsikring har den højeste andel.

# OM STUDIET

## EPSI-modellen



### Publiceringsdato

Branchestudiet publiceres **7. november 2022** og inkluderer resultater på en lang række temaer direkte relateret til EPSI-modellen, men også relevante temaer som digitalisering, bæredygtighed, kontakt, klager, tillid, relation mv. Den 16/11 publiceres EPSI Forsikring B2B, og senere på måneden et særligt bæredygtighedstillæg.

### Om EPSI Rating

EPSI Rating har målt kundetilfredsheden i Danmark siden 1999 på tværs af en række brancher, herunder banksektoren.

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 hedder vi Svenskt Kvalitetsindex - SKI).

*Handlingsorienterede indsigter til forbedring af kundetilfredshed.*

### Om studiet

Undersøgelsen af kundetilfredsheden i forsikringsbranchen er baseret på i alt 4.234 interviews med danske privatkunder. Interviewene er foretaget som både telefoninterviews og web interviews i perioden 9. august til og med 14. oktober af hhv. Norstat og EPSI Data Collection Services for EPSI Rating Danmark. Respondenterne i undersøgelsen er danske privatkunder med et kundeforhold til et skadesforsikringselskab (som er fyldt 18 år).

Tilsvarende undersøgelser er gennemført i Sverige, Finland og Norge.

Resultater opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indekxsværdi, desto 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 kundegrundlag. EPSI Rating anvender som standard 95% konfidensinterval for sandsynlighed.