



**FORSIKRING B2B**

**2022**

Transparens øger  
erhvervskundetilfredsheden

## Erhvervskundernes tilfredshed med deres forsikringselskaber er lavere end nogensinde før

Forsikringselskaberne har godt fat i privatkunderne, men på erhvervsforsikringer er trenden modsatrettet. Erhvervskundetilfredsheden er 69,5 – et niveau, der ikke er målt lavere før i Danmark for erhvervskundernes forsikringer. Det viser EPSI's Branchestudie for erhvervskundetilfredshed i forsikringsbranchen 2022. "Det er interessant, at erhverv og privat fulgtes ad indtil corona. Herefter har Erhverv fortsat faldet, mens privat har fået rettet op", siger Sofie Breum, Country Manager, EPSI.

### Højeste kundetilfredshed hos If Forsikring – skarpt efterfulgt af Gjensidige Forsikring

If Forsikring opnår en flot førsteplads i år. If Forsikring har en kundetilfredshed på 72,8 – skarpt efterfulgt af Gjensidige Forsikring med en erhvervskundetilfredshed på 72,4.

If Forsikring og Gjensidige Forsikring er begge meget højt vurderede på parametre som fx om kunderne føler sig "korrekt og tilstrækkeligt forsikret" (hhv. 83,3 og 84,4, respektivt, hvor branchen i gennemsnit vurderes til 76,4)

### Største stigning hos If Forsikring

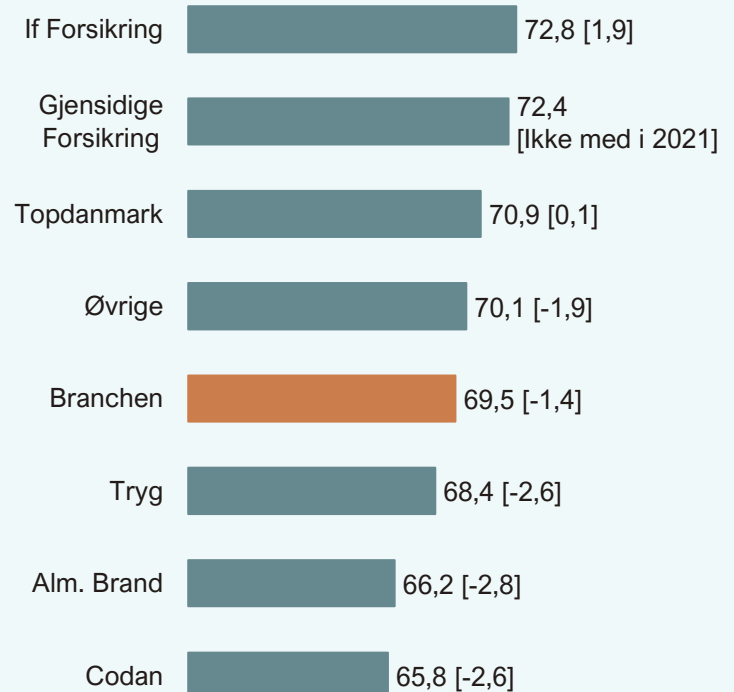
If Forsikring står for den største stigning fra 2021 til 2022 i erhvervskundetilfredshed: 1,9 indkxspoint.

"Det er en flot stigning, og det er især på parametre som god forståelse for kundernes behov og konkurrencedygtighed, at If forbedrer deres kundetilfredshed fra sidste år. Det er flot, for det er også nogle af de vigtigste temaer for netop If Forsikrings erhvervskunder," siger Sofie Breum.

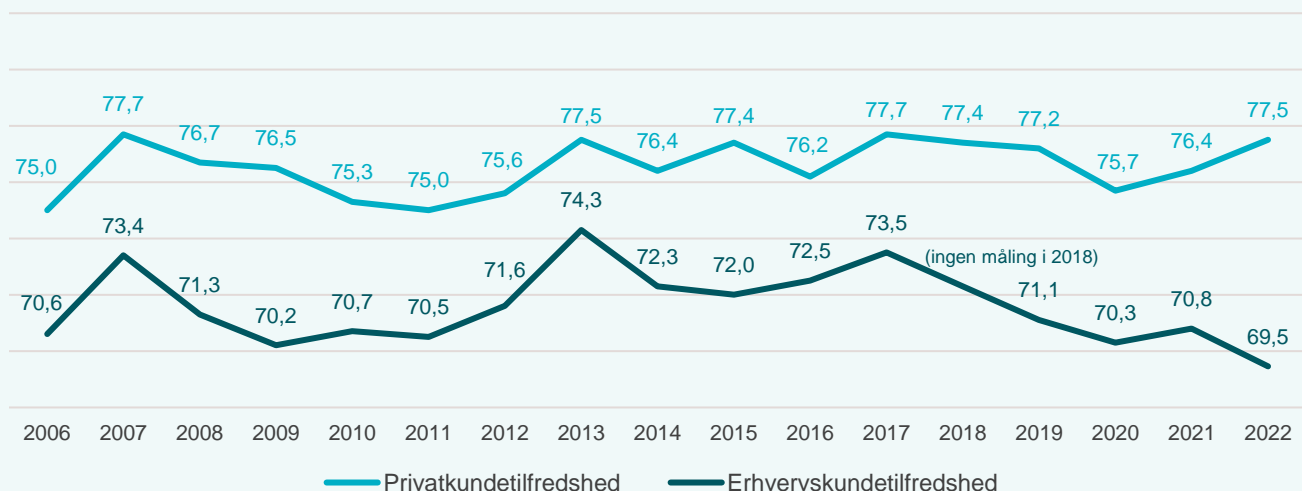
### Faldene skyldes især lavere vurdering af produkt- og service

De selskaber, der falder mest i kundetilfredshed, falder også på vurdering af oplevet service- og produktkvalitet, herunder om det er enkelt at forstå vilkårene i forsikringerne.

**FIGUR 2 Kundetilfredshed 2022**  
Erhvervskunder i danske forsikringselskaber



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



## Transparens øger kundetilfredsheden

### Transparens øger kundetilfredsheden – det betyder noget, at vilkår er nemme at gennemskue

66% af kunderne i de danske forsikringselskaber oplever, at det er nemt at gennemskue, hvad de betaler for. Og forskellen på brancheniveau mellem dem, der svarer ja og nej, er meget stor. Således er den gennemsnitlige kundetilfredshed for dem, der svarer ja til at vilkårene er gennemskuelige hele 75,7 – mens den tilsvarende tilfredshed for dem, der svarer nej er 53,7.

### Skade betyder noget

De kunder, der har indmeldt en skade, er i gennemsnit mindre tilfredse med deres selskaber, end dem, der ikke har.

«Skade betyder naturligvis en hel del for kunderne. Sidste år så vi, at processen for at indmelde en skade, var vigtig at sætte fokus på, i mange selskaber. Det er det igen i år – men det eneste selskab, der har en positiv udvikling på spørgsmålet «*hvor nemt eller besværligt var det at indmelde skaden*» er Alm. Brand. De øvrige selskaber går tilbage på den parameter,» siger Sofie Breum.

### Servicen er god – men opfølgningen er for dårlig

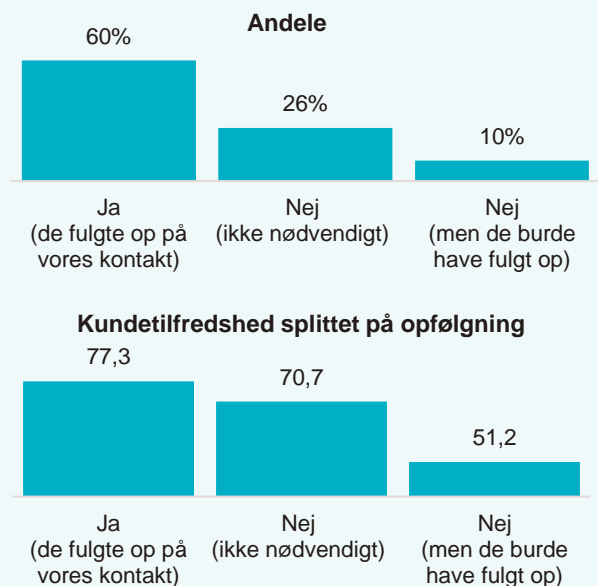
58% af de adspurgte kunder har på brancheniveau været i kontakt med deres selskab det seneste år (spændet varierer mellem 54% og 69%).

Når kunderne har været i kontakt, er servicen i selve kontakten god. Imødekommenheden vurderes til 80,4 på brancheniveau (hos If Forsikring er den helt oppe på 87,5), og kompetenceniveauet vurderes til 78,8 for branchen (hos Gjensidige er det helt oppe på 84,7).

Men kunderne savner opfølgning på deres kontakt. Laveste andel, der savner opfølgning, findes hos Gjensidige, hvor kun 2,3% af kunderne angiver, at de savner opfølgning. Men branchegennemsnit for kunder, der savner opfølgning, er 10%.

«Hvis man ekstrapolerer de høje andele op på selskabernes fulde kundeportefølje peger vores tal i retning af, at der er nogle selskaber, der skal hanke op i sig selv. Det går ikke, at der er så mange kunder, der savner opfølgning. Om det er fordi selskaberne fokuserer på nysalg eller noget andet, kan vi ikke se. Men de bør selv være nysgerrige...» siger Sofie Breum.

**FIGUR 3 Fulgte selskabet op på jeres kontakt?**



### NØGLETAL Erhvervskunder – forsikring 2022

**77%** Det er nemt at få adgang til rådgivning  
Spændet mellem laveste og højeste andel går fra 66% til 86% – Topdanmark Forsikring har størst andel.

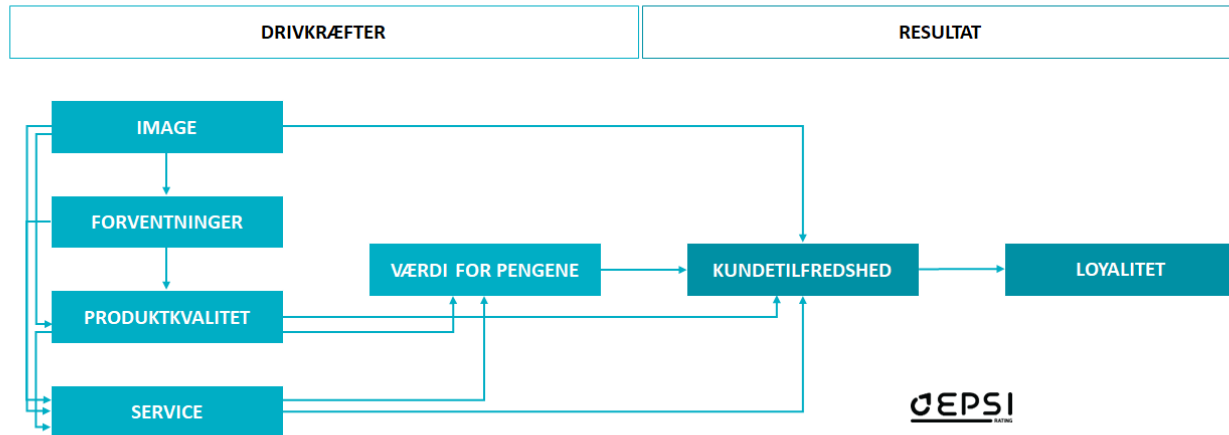
**51%** Har fået et forsikringstjek ved seneste kontakt  
Andelene svinger fra 40% til 55% - Øvrige forsikringselskaber har største andel.

**66%** Nemt at gennemskue hvad vi betaler for  
Andelene svinger fra 53% til 78% – If Forsikring har største andel.

**52%** Er blevet kontaktet af et andet selskab med tilbud  
Andelene svinger fra 47% til 59% på tværs af selskaberne. Det vidner om, at nogle selskaber er meget aktive i deres salgsfokus.

# OM STUDIET

## EPSI-modellen



### Publiceringsdato

Branchestudiet publiceres **16. 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 7/11 blev EPSI Forsikring B2C publiceret. Senere på måneden udgives 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 1.665 interviews med danske erhvervs kunder. Interviewene er foretaget som både telefoninterviews og web interviews i perioden 5. august til og med 6. oktober af hhv. Norstat og Bilendi for EPSI Rating Danmark. Respondenterne i undersøgelsen er danske virksomheder med et kundeforhold til et skadesforsikringsselskab.

Tilsvarende undersøgelser er gennemført i Sverige, Finland og Norge.

Resultater opgøres på en skala fra 0 til 100. Jo højere indeksværdi, 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.