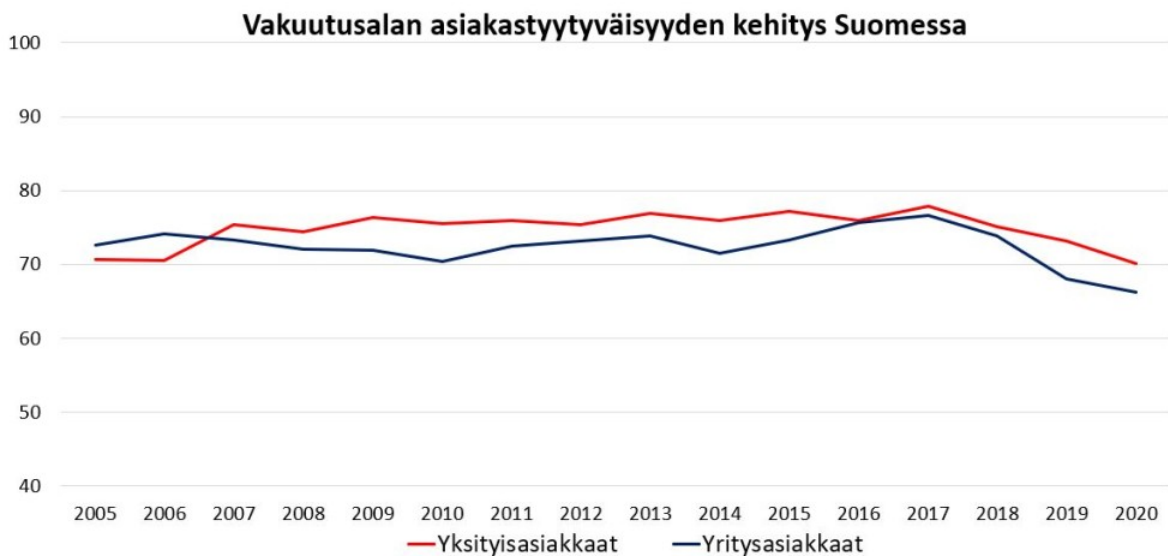


2020-11-09 06:00 EET

COVID-19 vaikuttaa merkittävästi eri vakuutusyhtiöiden asiakastytyvyyteen

COVID-19 vaikuttaa merkittävästi eri vakuutusyhtiöiden asiakastytyvyyteen

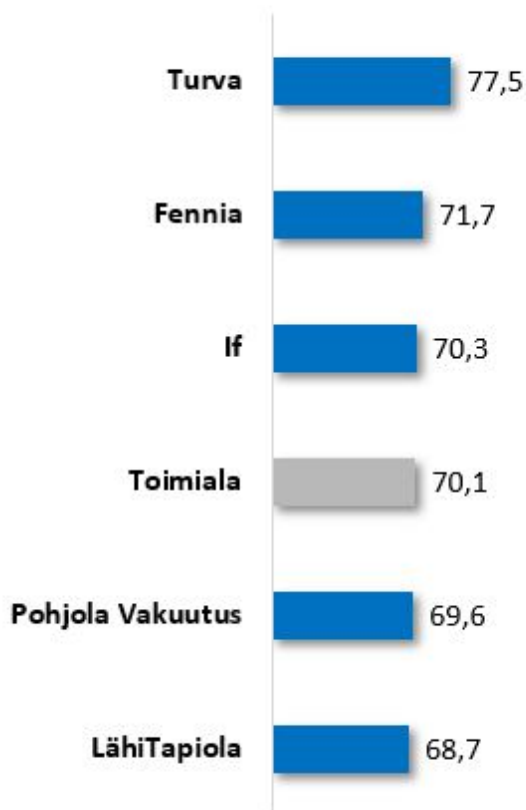
EPSI Ratingin Vakuutus 2020 -tutkimuksen tuloksissa vakuutusalan asiakastytyväisyys Suomessa laskee mittaushistorian alimpiin lukemiin. Monin tavoin poikkeuksellinen vuosi 2020 selittää osin muutosta. Vuoteen 2019 nähden eniten asiakastytyvyyden osa-alueista laskua havaitaan yksityispuolella imagossa ja palvelulaadussa, yrityspuolella palvelulaadussa.



Vuoteen 2005 ulottuvan seurannan aikana toimialan asiakastyytyväisyys pysytteli yksityisasiakkaiden keskuudessa varsin stabiilina vuodesta 2009 alkaen ja yritysasiakkaiden keskuudessa selvän nousujohteisena vuodesta 2014 alkaen, molempien sektoreiden saavuttaessa mittaushistorialliset lakipisteensä vuonna 2017. Tämän jälkeen alkoi kuitenkin jyrkähkö lasku, joka jatkuu edelleen. Viime vuoteen nähden laskua on yksityisasiakkaiden osalta kolme indeksipistettä ja yritysasiakkaiden osalta 1,8 indeksipistettä. Laskutrendi on toimialalla siis kaikkiaan hyvin yleinen, mutta sen laskun volyymissa on merkittäviä eroja eri toimijoiden välillä.

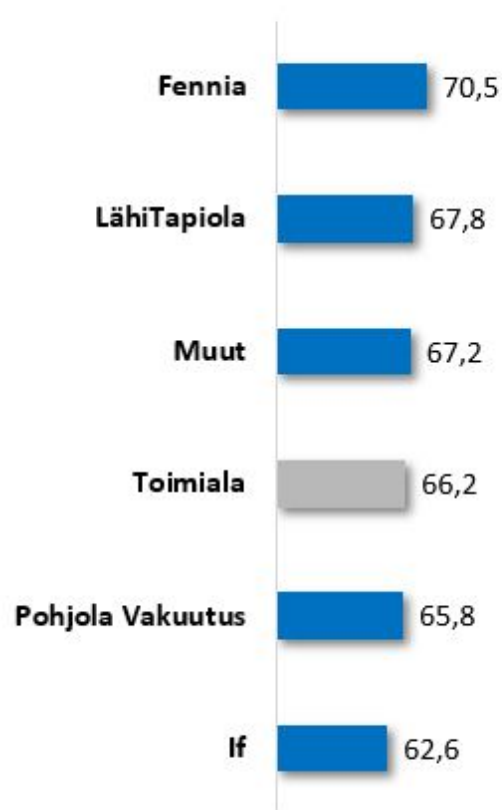
Asiakastyytyväisyys 2020

Yksityisasiakkaat

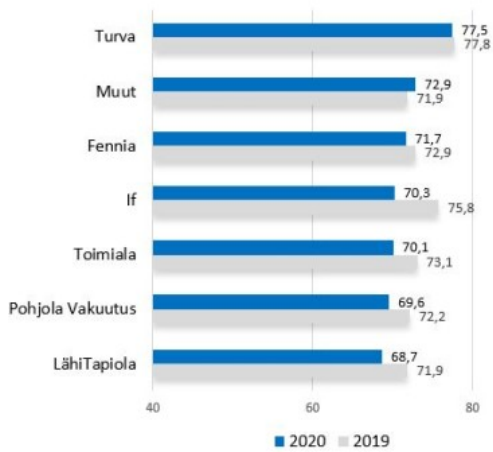


Asiakastyytyväisyys 2020 -

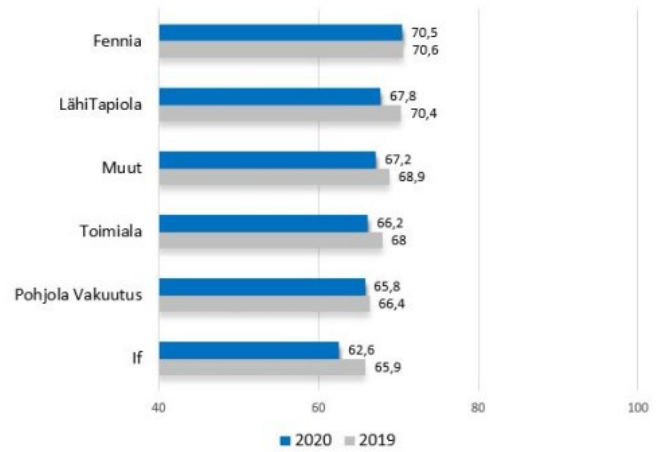
Yritysasiakkaat



Asiakastyytyväisyyden kehitys 2019-2020
Yksityisasiakkaat



Asiakastyytyväisyyden kehitys 2019-2020
Yrityisasiakkaat



Yksityisasiakkaiden keskuudessa asiakastyytyväisyyden rankingin kärkeen vuonna 2020 sijoittuu Turva, jolle voitto on jo kahdeksas viimeisen vuosikymmenen aikana – ja yhdeksäs, mikäli huomioidaan vain yksittäiset toimijat, eikä Muut-ryhmää. Turva on onnistunut pitämään asiakastyytyväisyytensä tason ennallaan onnistumalla myös säilyttämään kaikkien eri osa-alueiden pisteet erittäin korkeina, erottuen eniten toimialan keskitasosta palvelulaadussa (n. 8 indeksipistettä).

”Uskomme, että menestyksemme takana on upea henkilöstömme ja systemaattinen tapamme kuunnella asiakkaita toimintamme kehittämisen pohjana”, arvioi tuloksia Turvan liiketoiminnan kehittämisjohtaja Satu Rinta-Jaskari.

Toiseksi sijoittuvan ja suhteellisen lähellä viime vuoden tulosta pysyttelevän Fennian tapauksessa paras suoriutuminen suhteessa toimialalla havaittavaan laskutrendiin on tuotelaadussa, jota Fennia kykeni yleisen trendin vastaisesti ainoana toimijana jopa hieman nostamaan viime vuodesta. Rankingin häntäpäässä puolestaan niukasti alle 70:n indeksipisteen jäävät Pohjola Vakuutus ja LähiTapiola ovat onnistuneet säilyttämään rahalle saatavan vastineen viime vuoden tasolla, mutta laskeneet muilla osa-alueilla.

Yrityisasiakkaiden keskuudessa viime vuoden voittaja Fennia säilyttää paikkansa kärjessä. Fennia on kyennyt pitämään asiakastyytyväisyyden tason samana viime vuoteen nähden ja samalla ero Fennian hyväksi on kasvanut sekä suhteessa toimialan keskitasoon että lähimmäksi yltäneeseen haastajaan (LähiTapiola sekä vuosina 2019 että 2020). Fennian kärkisijan taustalta löytyy sijoittuminen jokaisen osa-alueen kärkeen, mutta toimialan laskutrendiin peilaten merkittävimpiä ovat viime vuoteen nähden

parantuneet tulokset tuotelaadussa ja rahalle saatavassa vastineessa. Palvelulaatu puolestaan on tekijä, jossa Fennia suoriutuu vuoteen 2019 nähden toimijoista selvästi parhaiten.

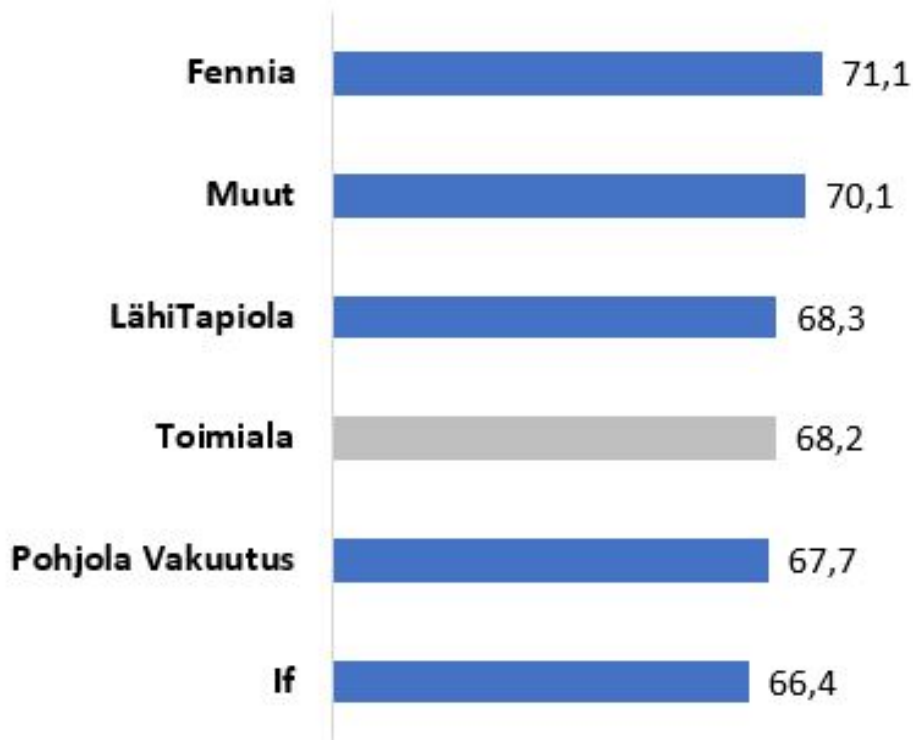
Mikäli vertailu laajennetaan kattamaan sekä yksityis- että yritysasiakkaat, toimijoiden väliset erot ovat pienemmät kuin sektorikohtaisten rankingien sisällä. Tässä tarkastelussa parhain pistein erottuu molemmilla puolilla korkealle sijoittunut Fennia.

”Asiakkaat ovat strategiamme keskiössä ja tahdomme pitää heistä hyvää huolta. Kirkkain tavoittemme on tuottaa alan paras asiakaskokemus ja tuntuu erityisen hyvältä, että tänäkin vuonna meillä on kokonaispisteissä vakuutusalan tyytyväisimmät asiakkaat”, avaa EPSI Rating toimialatutkimuksen tuloksia Fennian konsernijohtaja Antti Kuljukka.

”Maailma muuttuu yhä nopeammin. Digitalisaatio muuttaa tapaamme asioida, ja se on korostunut entisestään koronapandemian aikana. Tämä vaikuttaa myös vakuuttamiseen ja asiakkaidemme odotuksiin hyvästä palvelusta. Siksi kehitämme monivuotisessa uudistamishankkeessamme, Tulevaisuuden Fenniassa, muun muassa digitaalisia kanaviamme ja järjestelmiämme sekä panostamme brändiimme, kulttuuriimme ja sitä kautta asiakaskokemukseemme. Tahdomme vastata asiakkaidemme, henkilöstömme ja yhteistyökumppaneidemme tarpeisiin muuttuvassa toimintaympäristössä. On upeaa nähdä, että tähän saakka tehty työ on jo nyt tuottanut näin hienoja tuloksia”, Kuljukka jatkaa.

Asiakastyytyväisyys 2020

Yksityis- ja yritysasiakkaat



COVID-19-pandemian vaikutukset ovat kovia toimialasta riippumatta

COVID-19 on vaikuttanut asiakkaiden vaatimuksiin kaikilla toimialoilla, jonka myötä myös asiakastyytyväisyys laskee hyvin monella toimijalla toimialasta riippumatta. Tiedotus, sekä ajan tasalla pitäminen ovat nousseet entistä tärkeämmiksi, ja yritykset, jotka onnistuvat olemaan aktiivisia asiakkaitaan kohtaan, pitävät asiakkaansa tyytyväisempinä. Asiakkaat kokevatkin, että vakuutusyhtiöt eivät ole yhtä aloitteellisia ja eivät pidä heitä yhtä hyvin ajan tasalla vuoteen 2019 verrattuna, laskua on yrityspuolella -4,2, ja kuluttajapuolella jopa -6,6 indeksipistettä.

Myös tuotteiden laadun merkitys asiakastyytyväisyydelle on noussut. Asiakkaat eivät tunne itseään yhtä hyvin vakuutetuiksi (75,2 indeksipistettä), kuin vuonna 2019 (77 indeksipistettä). Yritysasiakkaiden keskuudessa muutos on vastaavaa luokkaa, sillä vuoden 2020 73:n pisteen tuloksella jäädyään n. kaksi indeksipistettä vuoden 2019 lukemista (75,2). Myös vakuutuksen kattavuus on tärkeää yleiselle asiakastyytyväisyydelle.

”Olemme seuranneet koko vuoden asiakkaiden kokemuksia vakuutusalaan kohtaan. Olemme nähneet selvästi, että ne yhtiöt, jotka ovat onnistuneet kommunikoimaan selkeästi asiakkaidensa suuntaan, ovat myös luoneet tyytyväisempiä asiakkaita, joilla on turvallinen ja luottavainen olo omaan vakuutusyhtiönsä”, kertoo Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland.

”Tilanne on luonut hämmennystä asiakkaiden keskuudessa. Tämän vuoden toimialatutkimuksen kärkisijoilla olevat Turva sekä Fennia ovatkin onnistuneet luomaan asiakkailleen tätä luotettavaa sekä turvallista kuvaa, joka on ehdottoman tärkeää tässä tilanteessa”, lisää Laitinen.

Uudet asiakkaat vähemmän tyytyväisiä

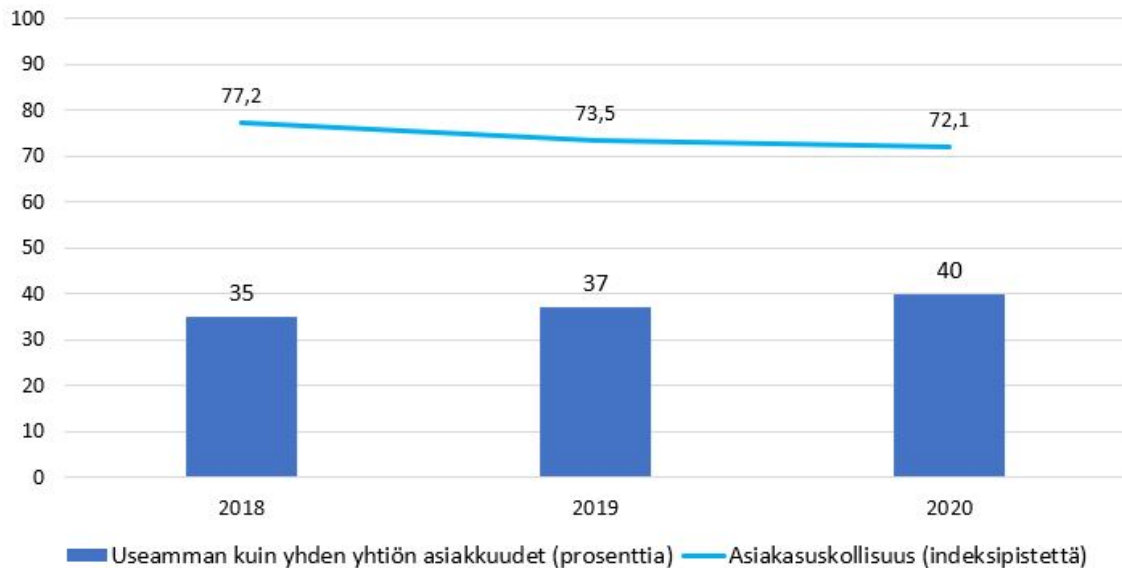
[Myös eri](#) asiakkuuksien pituuden kesken näkyy eroja. Yksityisasiakkaat, jotka ovat olleet asiakkaana 0-2 -vuoden ajan, ovat selvästi vähemmän tyytyväisiä kuin pidempään asiakkaina olleet. Uusien asiakkaiden asiakastyytyväisyyden taso on n. 62-63 indeksipistettä kun taas pitkällä asiakkuuksilla tyytyväisyys nousee yli 70:n indeksipisteen. Yritysasiakkaiden parissa puolestaan erot ryhmien välillä ovat pienempiä, mutta sielläkin yli 10 vuotta asiakkaina olleet ovat selvästi muita tyytyväisempiä (68,6 indeksipistettä).

”Tilanteen vuoksi on myös uusien asiakkaiden tyytyväisenä pitäminen ollut haaste vakuutusalan toimijoille”, lisää Laitinen.

Vaihtoaikheet vähäisiä, mutta uskollisuus laskussa

Vakuutusyhtiön vaihtamista suunnittelevien yksityisasiakkaiden määrä ei ole kasvanut viime vuosina. Sen sijaan useamman kuin yhden vakuutusyhtiön asiakkaana olevien osuus on kasvanut tasaisesti muutaman prosentin vuodessa ja samaan aikaan asiakasuskollisuus on ollut laskusuunnassa.

Asiakkuudet eri yhtiöihin ja asiakasuskollisuus



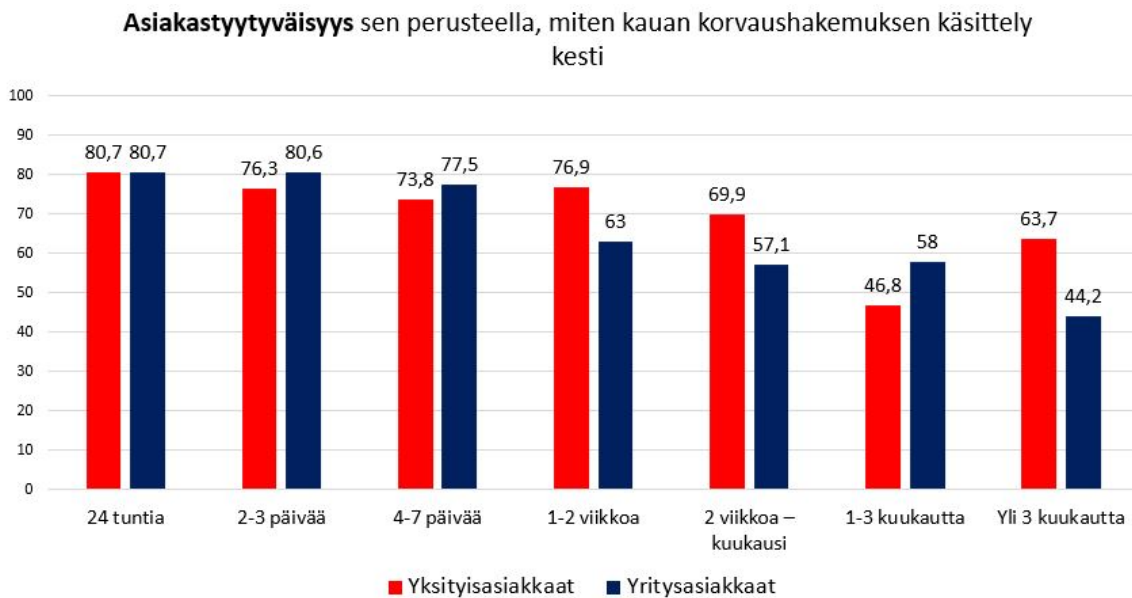
Lisäksi niiden asiakkaiden osuus, jotka eivät osaa sanoa ovatko mahdollisesti vaihtamassa vakuutusyhtiötään, on ollut nousussa. ”Uusemman kuin yhden toimijan asiakkuus on näkynyt nousevana trendinä Pohjoismaisesti eri toimialoilla jo joitain vuosia. Suomessa tämä käyttäytyminen on ollut kasvussa lähivuosina, ja asiakasuskollisuuden laskiessa toimijoita myös vaihdetaan astetta helpommin”, lisää Laitinen.

Käsittelyn kestolla on merkitystä, mutta lopputulos on ratkaisevampi

Korvaushakemusten käsittelyajoissa ei ole suuria eroja verrattuna viime vuoteen. Yksityisasiakkaiden keskuudessa päätöksen ilmoitti molempina vuosina saaneensa vuorokauden kuluessa hieman alle 30% ja n. 70% ilmoitti saaneena päätöksen viikon kuluessa. Yrityisasiakkaiden keskuudessa puolestaan alle vuorokauden mittaisia käsittelyaikoja (17%) oli hivenen vähemmän kuin edeltävänä vuonna (21%), samoin alle viikon mittaisia (2020: 57%, 2019: 60%).

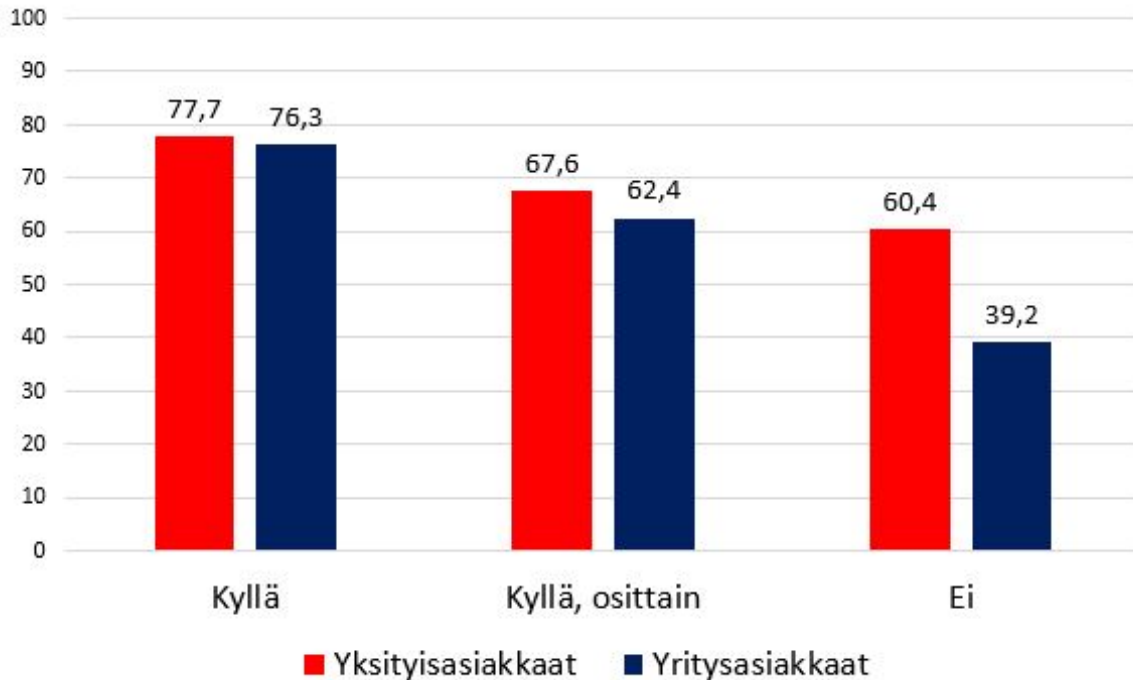
Käsittelyajan vaikutus asiakastyytyväisyydelle vaikuttaisi olevan yrityisasiakkaiden keskuudessa suurempi kuin yksityisasiakkaiden keskuudessa. Yksityisasiakkaiden asiakastyytyväisyys on korkeinta alle vuorokauden mittaisten käsittelyaikojen kohdalla ja pysyttelee suhteellisen korkealla aina kahden viikon käsittelyaikaan asti, tätä pidempien käsittelyaikojen parissa tyytyväisyyden ollessa hieman matalampaa. Yrityisasiakkaiden parissa tyytyväisyys puolestaan pysyttelee korkeana – jopa

yksityisasiakkaita korkeampana – viikon käsittelyajan sisällä, mutta laskee tämän jälkeen selvästi.



Käsittelyaikoja suurempi yhteys tyytyväisyyteen on kuitenkin sillä, onko korvausta päätetty myöntää ja etenkin, onko myönnetty korvaus ollut linjassa asiakkaan odotusten kanssa. Sekä yksityis- että yritysasiakkaiden parissa odotustensa mukaisen korvauksen saaneet ovat selvästi tyytyväisempiä kuin ne asiakkaat, joille myönnetty korvaus on ollut vastannut heidän odotuksiaan vain osittain. Näiden asiakkaiden tyytyväisyys puolestaan on huomattavasti korkeampaa kuin niiden asiakkaiden, jotka eivät ole kokeneet korvauksen vastanneen heidän odotuksiaan. Erot ryhmien välillä ovat yritysasiakkailla jyrkempiä kuin yksityisasiakkailla.

Asiakastyytyväisyys sen mukaan, onko myönnetty korvaus ollut linjassa asiakkaan odotusten kanssa



Tietoa Vakuutus 2020 -tutkimuksesta

Uppolumi Oy* haastatteli Vakuutus 2020 -tutkimukseen 805 Suomessa asuvaa yli 18-vuotiasta yksityisasiakasta, sekä 560 yritysasiakasta. Puhelinhaastattelut tehtiin 17.9.-16.10.2020. Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0-60 on tyytymätön, 60-75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Asiakastyytyväisyyden virhemarginaalit ovat yksityisasiakkaiden osalta yleisesti haarukassa n. +/- 3 ja yritysasiakkaiden osalta n. +/- 3,5 indeksipistettä asteikolla 0-100. Poikkeuksena yksityisasiakkaiden osalta Turva ja Pohjola Vakuutus (2,5), yritysasiakkaiden osalta Fennia (2,7) sekä If ja ryhmä Muut (4,8). Muut-ryhmää ei ole yksityisasiakkaiden osalta otettu julkiseen rankingiin pienen otantamäärän vuoksi.

Tilastollinen luottamustaso on 95% ja mallin selitysaste vaihtelee toimijoittain välillä 73-94 %.

**Vertailtavuuden vuoksi pieni osa tutkimuksen kentästä tehtiin yhteistyössä*

Userneeds A/S:n kanssa

Lisätietoa tutkimuksesta:

Heidi Laitinen, maajohtaja EPSI Rating Finland

+358 50 4068 796

heidi.laitinen@epsi-finland.org

<https://www.epsi-finland.org/toimialatutkimukset/>

Asiakastyytyväisyys – Kuinka EPSI Rating mittaa sitä?

Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan seuraavien kolmen kysymyksen avulla:

Ajattele kaikkia kokemuksiasi, joita sinulla on vakuutusyhtiöstäsi. Kuinka tyytyväinen olet?

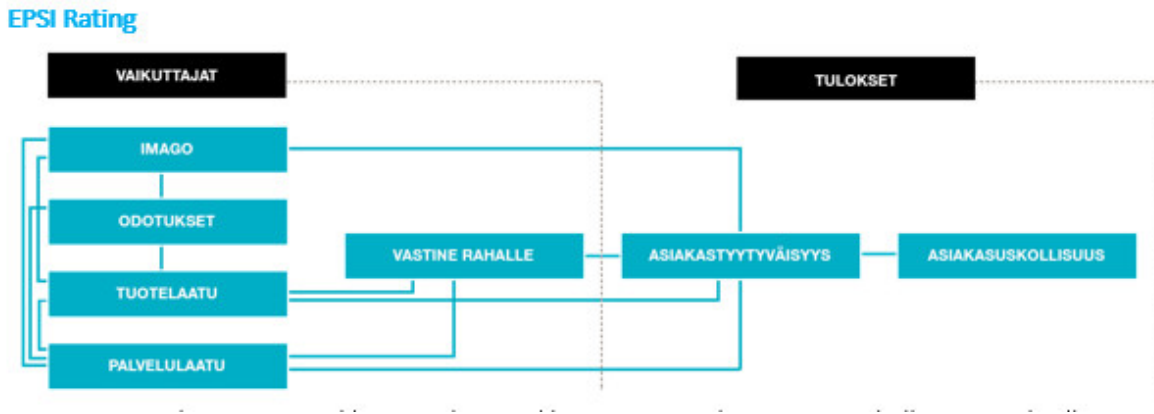
Missä määrin vakuutusyhtiösi täyttää kaikki odotuksesi?

Kuvittele kaikin puolin täydellinen vakuutusyhtiö. Kuinka lähellä tai kaukana vakuutusyhtiösi on tätä täydellistä vakuutusyhtiötä?

Kunkin aspektin arvosana ilmoitetaan välillä 0-100. Mitä korkeampi arvosana, sitä paremman arvion vakuutusyhtiö on saanut asiakkailtaan. Yleisesti voidaan sanoa, että yrityksillä, joiden asiakastyytyväisyyden arvosana on alle 60, on suuria vaikeuksia motivoida asiakkaita pysymään asiakkaina. Sen sijaan yli 75:n arvosana kertoo vahvasta yrityksen ja asiakkaan välisestä suhteesta.

Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus ovat kaksi tärkeää avainindikaattoria yrityksille ja organisaatioille. Näiden kahden indikaattorin mittaamisen lisäksi EPSI-menetelmä tutkii viittä muuta aspektia, joiden avulla voidaan selvittää, mikä tekee asiakkaista tyytyväisiä ja uskollisia.

Kukin aspekti sisältää tietyn määrän kysymyksiä. Alla oleva kaavio kuvaa niitä alueita, joihin EPSI-menetelmä perustuu.



EPSI Rating tutkii, miten asiakkaista tulee asiakkaita ja miten he pysyvät uskollisina yritykselle. EPSI Ratingin tutkimukset selvittävät asiakkaiden kokemusten ja yrityksen kanssa käydyn vuorovaikutuksen avulla, mitä mieltä asiakkaat ovat yrityksestä. EPSI Ratingin tutkimusmenetelmä on Tukholman kauppakorkeakoulun suunnittelema ja toimii perustana puolueettomille ja luotettaville tutkimuksille.

Yhteyshenkilöt



Heidi Laitinen

Lehdistökontakti

Maajohtaja

heidi.laitinen@epsi-finland.org

+358 (0)50 4068 796