

## EPSI Rating

### Vakuutus 2020

Päivämäärä: 09-11-2020

#### Lisätiedot:

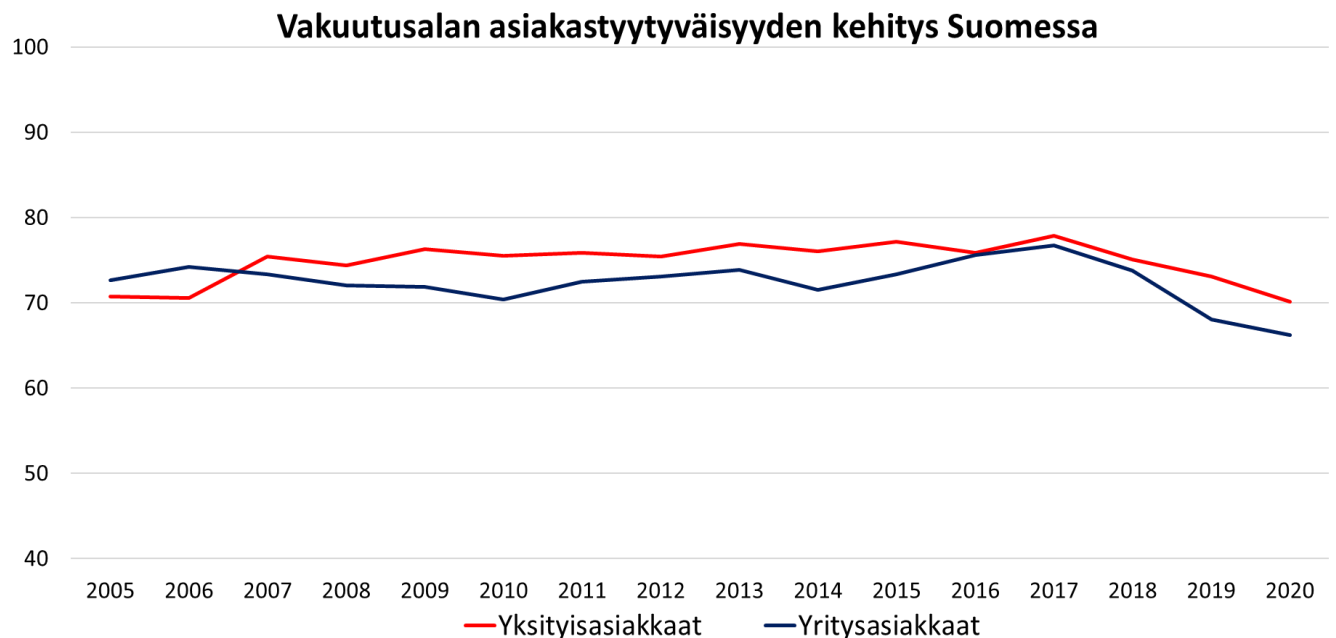
Heidi Laitinen, maajohtaja EPSI Rating Suomi

Puhelin: +358 50 406 8796

Sähköposti: heidi.laitinen@epsi-finland.org

## COVID-19 vaikuttaa merkittävästi eri vakuutusyhtiöiden asiakastytyvyyteen

EPSI Ratingin Vakuutus 2020 -tutkimuksen tuloksissa vakuutusalan asiakastytyvyys 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 asiakastytyvyys 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 indekspistettä ja yritysasiakkaiden osalta 1,8 indekspistettä. Laskutrendi on toimialalla siis kaikkiaan hyvin yleinen, mutta sen laskun volyymissa on merkittäviä eroja eri toimijoiden välillä.

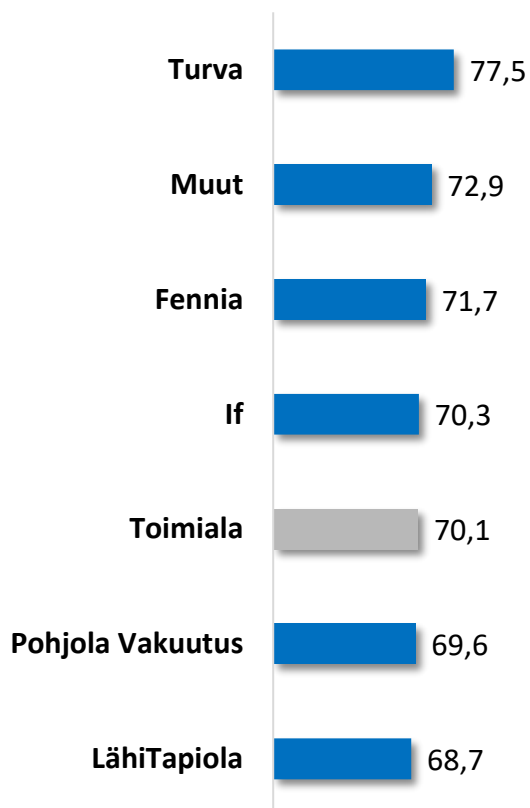
Yksityisasiakkaiden keskuudessa asiakastytyvyyden rankingin kärkeen vuonna 2020 sijoittuu Turva, jolle voitto on jo kahdeksas viimeisen vuosikymmenen aikana. Turva on onnistunut pitämään asiakastytyvyytensä tason ennallaan onnistumalla myös säilyttämään kaikkien eri osa-alueiden pisteet erittäin korkeina, erottuen eniten toimialan keskitasosta palvelulaadussa (n. 8 indekspistettä)..

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.

Yritysassiakkaiden 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.

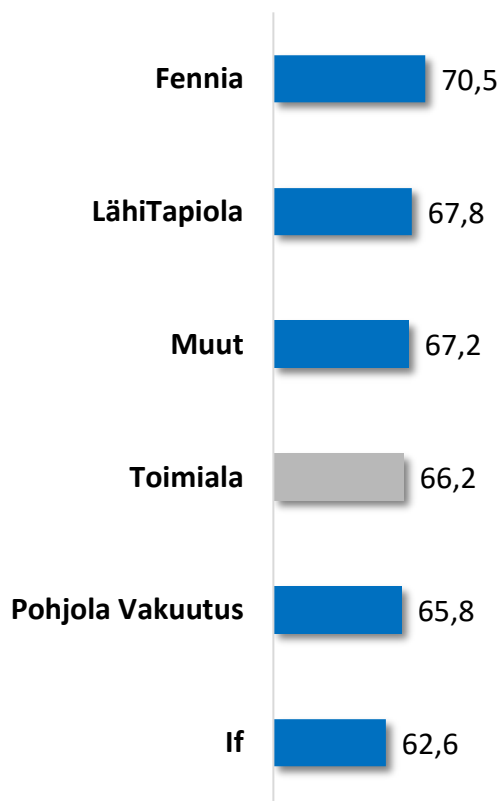
### Asiakastyytyväisyys 2020

Yksityisasiakkaat

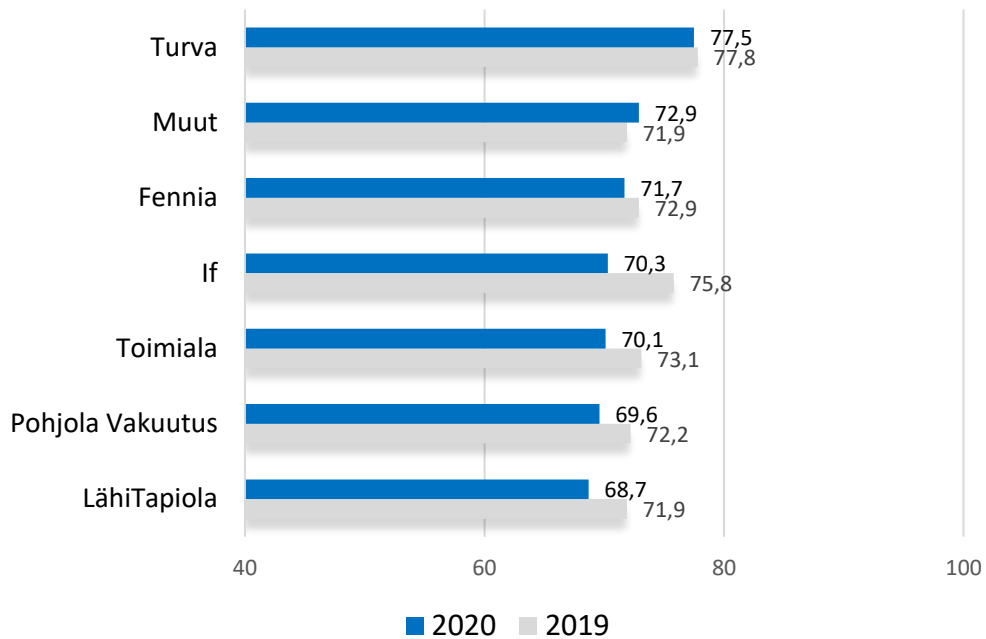


### Asiakastyytyväisyys 2020 -

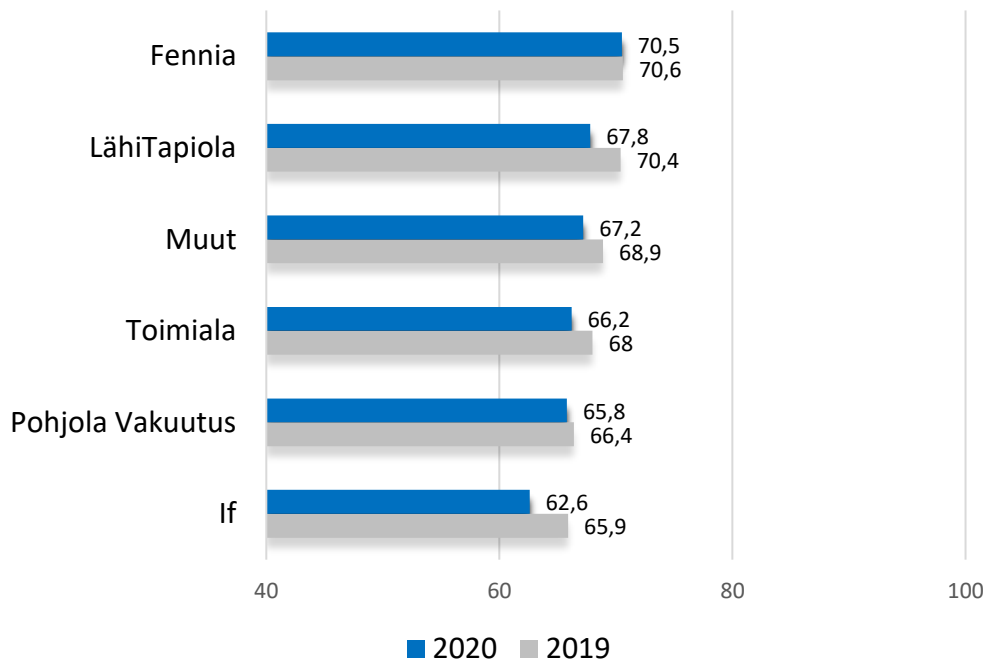
Yritysassiakkaat



### Asiakastyytyväisyyden kehitys 2019-2020 Yksityisasiakkaat

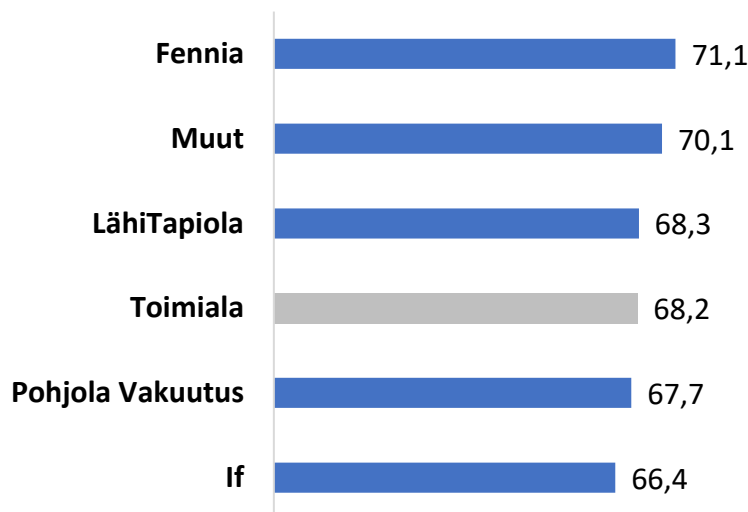


### Asiakastyytyväisyyden kehitys 2019-2020 Yrityisasiakkaat



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.

## 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 jäädään 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

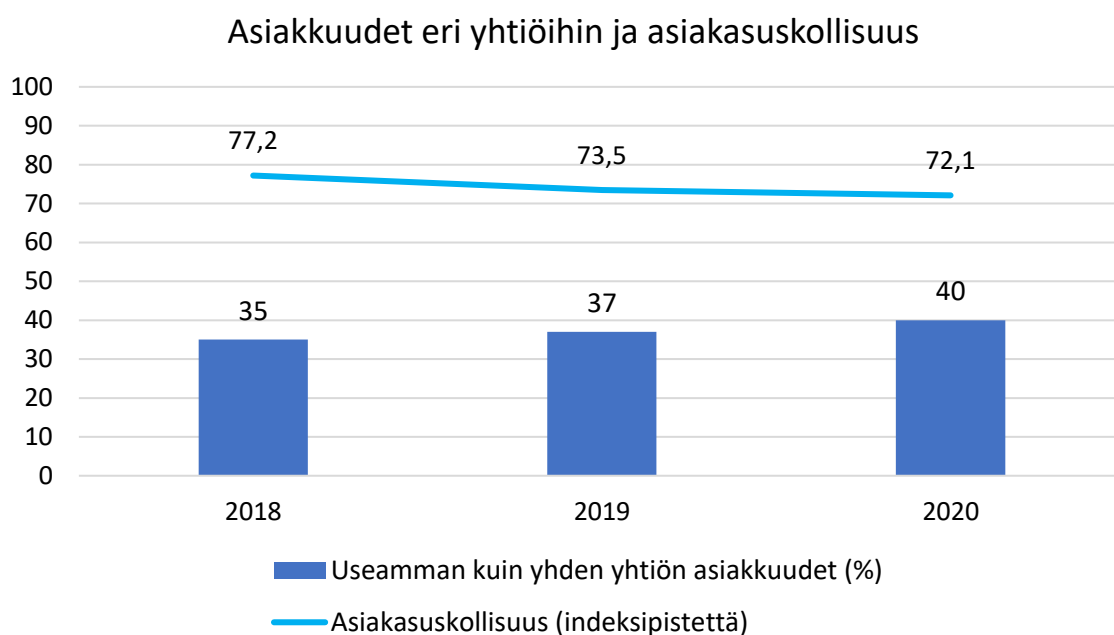
Myös eri asiakkuuksien pituuden kesken näkyy eroja. Yksityisasiakkaat, jotka ovat olleet asiakkaana 0-2 -vuoden ajan, ovat selvästi vähemmän tyytyväisiä kuin pidempään asiakkaina olleet. Uusien asiakkaiden

asiakastytyväisyyden taso on n. 62-63 indekspistettä kun taas pitkällä asiakkuuksilla tyytyväisyys nousee yli 70:n indekspisteen. Yrityisasiakkaiden parissa puolestaan erot ryhmien välillä ovat pienempiä, mutta sielläkin yli 10 vuotta asiakkaina olleet ovat selvästi muita tyytyväisempiä (68,6 indekspistettä).

”Tilanteen varjolla on myö 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.



Lisäksi niiden asiakkaiden osuus, jotka eivät osaa sanoa ovatko mahdollisesti vaihtamassa vakuutusyhtiötään, on ollut nousussa. Sama trendi on havaittu myös pankkialalla.

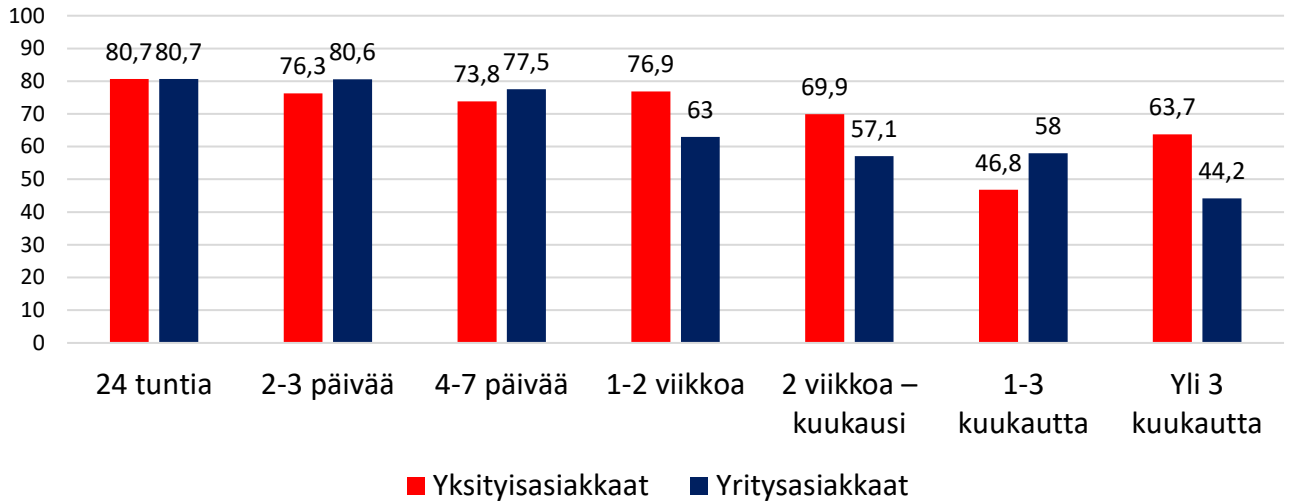
## Käsittelyn kestolla on merkitystä, mutta lopputulos on ratkaisevampi

Korvaushakemusten käsittelyajoissa ei ole suuria muutoksia verrattuna viime vuoteen. Yksityisasiakkaiden keskuudessa päätöksen ilmoitti vuonna 2020 saaneensa vuorokauden kuluessa hieman alle 30% hakemuksen viimeisten vuoden aikana tehneistä ja n. 70% ilmoitti saaneensa 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 asiakastytyväisyydellä vaikuttaisi olevan yrityisasiakkaiden keskuudessa suurempi kuin yksityisasiakkaiden keskuudessa. Yksityisasiakkaiden asiakastytyväisyys on korkeinta alle vuorokauden mittaisten käsittelyaikojen kohdalla ja pysyttelee suhteellisen korkealla aina kahden viikon käsittelyaikaan asti, tätä pidempien käsittelyaikojen parissa tyytyväisyyden ollessa hieman matalampaa.

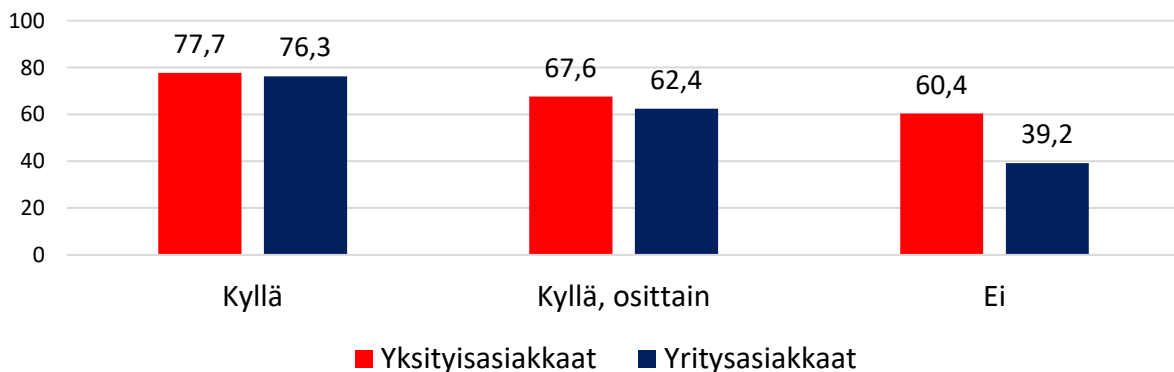
Yrityisasiakkaiden parissa tyytyväisyys puolestaan pysyttelee korkeana – jopa yksityisasiakkaita korkeampana – viikon käsittelyajan sisällä, mutta laskee tämän jälkeen selvästi.

### Asiakastyytyväisyys sen perusteella, miten kauan korvaushakemuksen käsittely kesti



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

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



## Tietoa Vakuutus 2020 -tutkimuksesta

Uppolumi Oy\* haastatteli Pankki ja rahoitus 2020 -tutkimukseen 805 Suomessa asuvaa yli 18-vuotiasta yksityisasiakasta, sekä 560 yritysasiakasta. Puhelinhaastattelut tehtiin 17.9.-16.10.2020. Indeksit 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) sekä ryhmä Muut (3,6), yritysasiakkaiden osalta Fennia (2,7) sekä If ja ryhmä Muut (4,8).

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*

## Asiakastyytyväisyys – Kuinka EPSI Rating mittaa sitä?

Asiakastyytyväisyyttä tutkitaan seuraavien kolmen kysymyksen avulla:

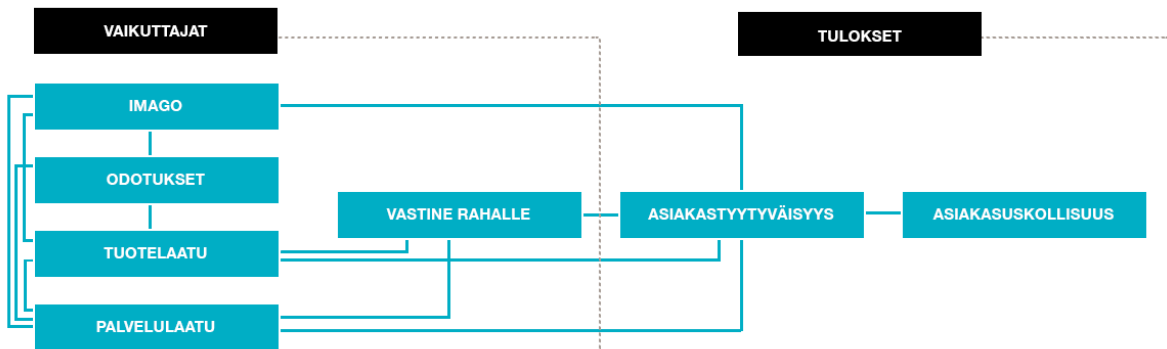
- Ajattele kaikkia kokemuksiasi, joita sinulla on pankistasi. Kuinka tyytyväinen olet?
- Missä määrin pankkisi täyttää kaikki odotuksesi?
- Kuvittele kaikin puolin täydellinen pankki. Kuinka lähellä tai kaukana pankkisi on tätä täydellistä pankkia?

Kunkin aspektin arvosana ilmoitetaan välillä 0-100. Mitä korkeampi arvosana, sitä paremman arvion pankki 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



*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.*