



# VAKUUTUSALA 2024

4.11.2024

# SUUNTA KOHTI YKSILÖLLISEMPIÄ JA TURVALLISEMPIA PALVELUITA

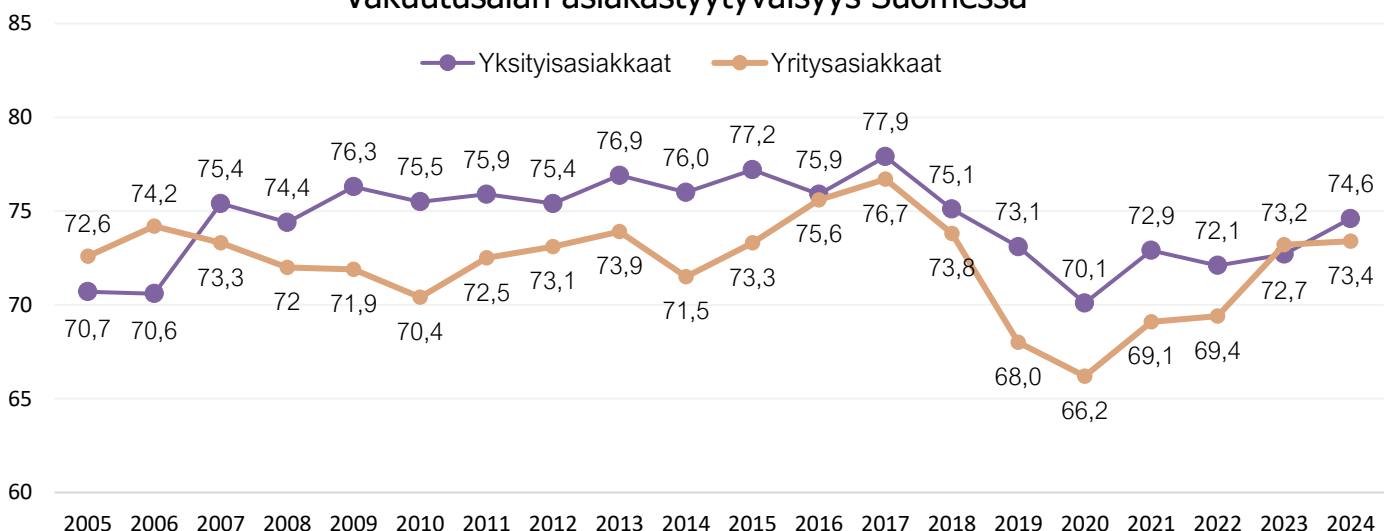
Maailma on viime aikoina kokenut merkittäviä muutoksia niin talouden, teknologian kuin ilmastonkin saralla. Pohjoismaissa finanssisektorin haavoittuvuus on tullut esiin, mikä on tuonut vakaat ja luotettavat vakuutuspalvelut entistä merkittävämpään asemaan. Vakuutusala toimii yhteiskunnan taloudellisena turvaverkkona, ja sen rooli on kasvanut ilmastonmuutoksen, taloudellisen epävarmuuden ja teknologian kehittymisen myötä.

Vuoden **2024 EPSI Rating -tutkimus** tarjoaa ainutlaatuisen katsauksen siihen, kuinka asiakastyytyväisyys ja -uskollisuus ovat kehittyneet tämän kasvavan paineen alla. Toimialan asiakastyytyväisyys saavutti vuonna 2017 lakipisteensä, mutta laski sitten dramaattisen nopeasti aallonpohjaansa kolmessa vuodessa. Alan asiakastyytyväisyys on kuitenkin myös elpynyt voimakkaasti, ja sekä yksityis- että yritysasiakkaiden tyytyväisyys on palannut vuoden 2018 hyvälle tasolle. Yksityisasiakkaiden parissa lukemat (74,6 indekspistettä) hätyyttelevät erittäin tyytyväisten asiakkaiden rajaa (75), erottuen jo selvästi vuoden 2020 lukemista (70,1). Yritysasiakkaiden tyytyväisyys (73,4) puolestaan säilyi vuoden 2023 tasolla (73,2), mutta taso on noussut vuoden 2020 (66,2) jälkeen yksityisasiakkaiden tyytyväisyyttä voimakkaammin.

Heidi Laitinen, EPSI Rating Finlandin maajohtaja, kommentoi tutkimusta seuraavasti: "Vakuutusala on viime vuosina osoittanut vahvaa sopeutumiskykyä muuttuvassa toimintaympäristössä, jossa kuluttajien odotukset kasvavat jatkuvasti. Asiakkaat arvostavat entistä enemmän sekä digitaalisia että henkilökohtaisia palveluita, ja alan toimijoilla on ollut merkittävä rooli tarjota näitä saumattomasti yhteen nivottuja palvelukokemuksia. Vakuutusyhtiöt, jotka kykenevät vastaamaan asiakkaiden korkeisiin laatuvaatimuksiin ja tarjoamaan joustavaa, turvallista palvelua, vahvistavat näin asiakkaidensa luottamusta ja pitkäaikaista sitoutumista."

Tutkimustulokset paljastavat yllättäviä eroja alan sisällä: jotkut toimijat ovat pystyneet vahvistamaan asiakastyytyväisyyttään menestyksekkäästi, kun taas toisilla on vielä haasteita tietyillä kriittisillä osa-alueilla. Tutkimus osoittaa, että tyytyväisimmät asiakkaat löytyvät niistä yhtiöistä, jotka ovat onnistuneet yhdistämään teknologian ja henkilökohtaisen palvelun saumattomasti. Tutkimustulokset herättävät kysymyksen: missä määrin alan eri toimijat ovat kyenneet vastaamaan asiakkaidensa odotuksiin näillä nopeasti kehittyvillä alueilla?

## Vakuutusalan asiakastyytyväisyys Suomessa



\*EPSI Rating on riippumaton ja voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka analyysimalli perustuu yli kolmen vuosikymmenen tutkimustyölle. EPSI Rating Groupin omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.

## Turvalla tyytyväisimmät yksityisasiakkaat, If kirii

Turvalle mitataan asiakastyytyväisyysvertailun korkeimmat lukemat jo kolmattatoista kertaa viimeisten neljäntoista vuoden aikana. Yhtiö erottuu asiakkaidensa mielestä toimialan keskitasosta tasaisesti keskeisimmillä osa-alueilla (imago, odotukset, tuotelaatu, palvelulaatu, vastine rahalle). ”Turvan tulokset ovat paitsi pitkän aikavälin vertailussa erinomaiset, myös nousseet 2,8 indekspistettä vuoden takaisesta”, Laitinen lisää.

Toiseksi vertailussa yltää 3,4 indekspistettä viime vuotta korkeamman asiakastyytyväisyysindeksin mittauttanut If, joka sekkin erottuu asiakkaiden arvioissa edukseen toimialan keskitasosta varsin tasaisesti, mutta erityisesti odotusten ja rahalle saatavan vastineen osalta. Kolmanneksi sijoittuu kahtena edellisenä vuonna toiseksi yltänyt POP Vakuutus, jonka tulos puhkaisee yhden indekspisteen nousun myötä nyt erittäin tyytyväisten asiakkaiden rajan.

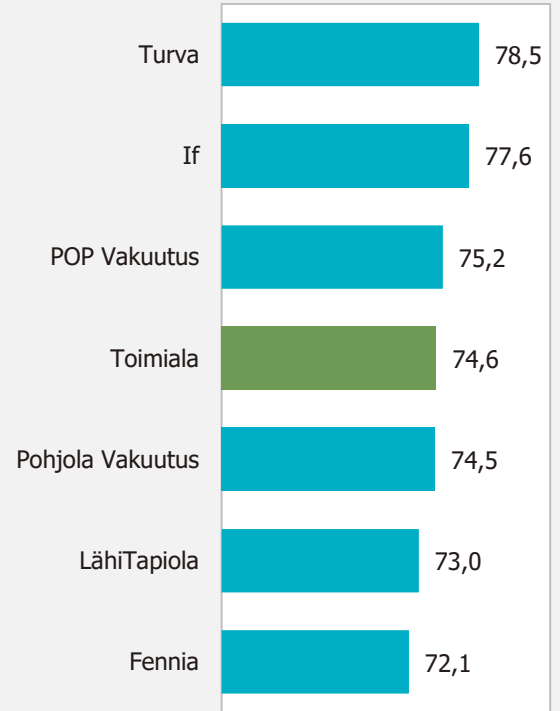
”Taso toimialalla on hyvä laajalla rintamalla”, tähdentää Laitinen. ”Esimerkiksi Fennian saamat arviot eivät millään osa-alueella mitenkään dramaattisesti toimialan keskitason alle, ja vertailun matalimmaksi jäävä asiakastyytyväisyysindeksi selittyy pitkälti yksittäisen asiakassegmentin tyytymättömyydellä.”

## Pohjola Vakuutus onnistuu erottautumaan yritysasiakkaiden arvioissa

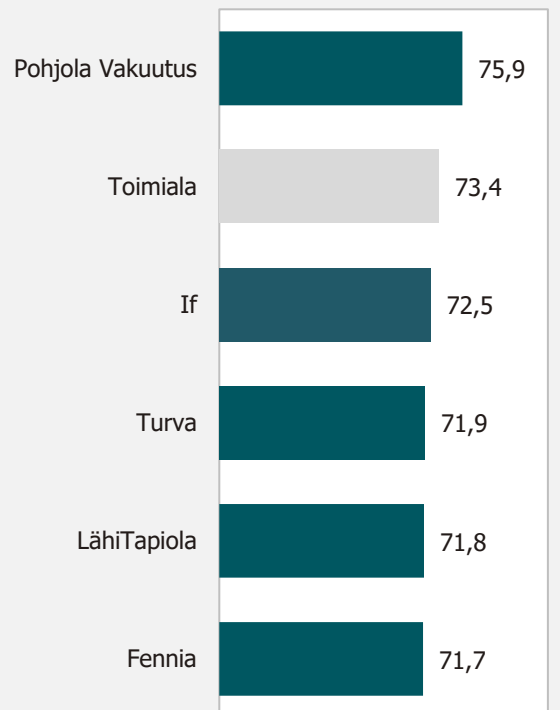
Yritysasiakkaiden arvioissa korkeimmat pisteet mitataan Pohjola Vakuutukselle, joka on onnistunut nostamaan arvioita 4,5 indekspistettä vuoden takaisesta. Toiseksi vertailussa sijoittuu yksityisasiakkaiden vertailun tapaan If, kolmanneksi puolestaan viime vuonna molemmat vertailut voittanut Turva.

”Erot yritysasiakaspuolella ovat selvästi kapeammat kuin yksityisasiakkaiden parissa”, huomauttaa Laitinen. ”Siinä missä yksityisasiakkaiden parissa yhtiöt sijoittuivat 6,4:n indekspisteen sisälle, yritysasiakkaiden keskuudessa haarukaksi riittää 4,2 indekspistettä. Merkittävän nousun tehnyt Pohjola Vakuutus onnistuu tällä hetkellä erottautumaan muista, mutta etenkin Turvan, LähiTapiolan ja Fennian välinen vertailu menee urheilutermistöä käyttäen senttipeliksi.”

### Asiakastyytyväisyys 2024 Yksityisasiakkaat



### Asiakastyytyväisyys 2024 Yritysasiakkaat



## Asiakkaat ovat nyt myös uskollisempia

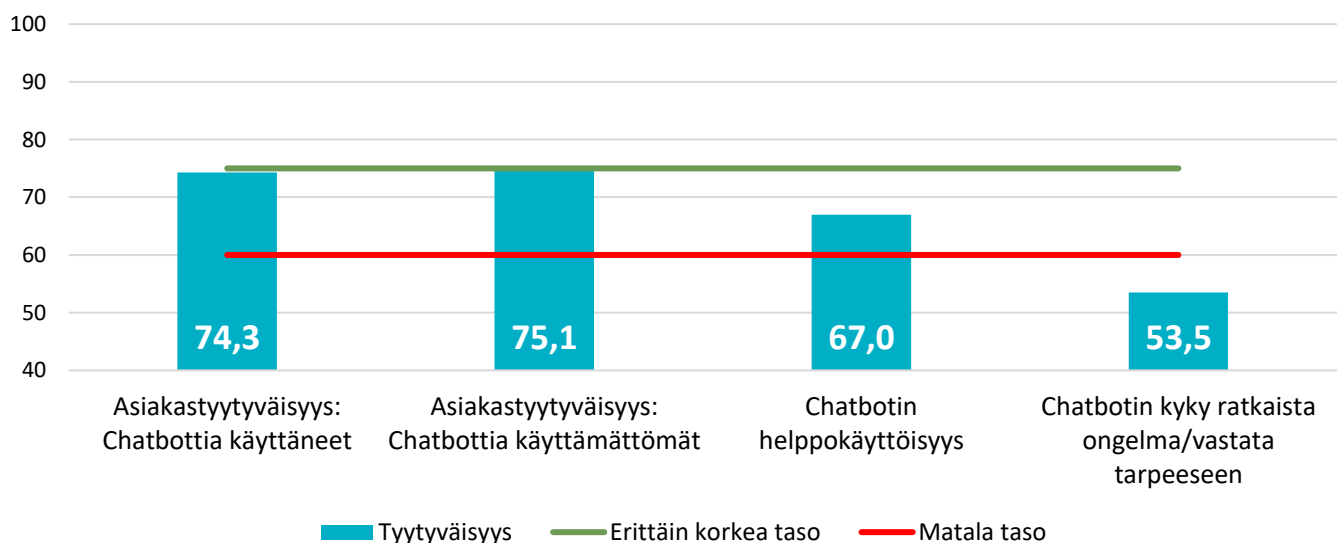
Yksityisasiakkaiden tyytyväisyys pääasialliseen vakuutusyhtiönsä on kasvanut 1,9 indekspistettä. Tämä nousu kuvastaa alan pyrkimyksiä parantaa yksityisasiakkaiden palvelukokemusta ja vastata muuttuviin odotuksiin erityisesti digitaalisten palveluiden kehittämisen ja asiakaslähtöisten ratkaisujen avulla. Positiivinen kehitys asiakastyytyväisyydessä viittaa siihen, että alan toimijat ovat onnistuneet entistä paremmin vastaamaan asiakkaidensa tarpeisiin ja odotuksiin, ja näin saavuttaneet suurempaa tyytyväisyyttä asiakkaiden keskuudessa. Myös asiakasuskollisuus on ollut nousujohteista. Vuoden 2024 tutkimustulokset osoittavat, että asiakasuskollisuus ylitti nyt arvon 76, mikä kuvastaa asiakkaiden kasvavaa luottamusta vakuutusyhtiöihin. Tämä kehitys viestii siitä, että yhä useammat kuluttajat kokevat vakuutusyhtiöt luotettavina kumppaneina, joihin he voivat sitoutua pitkällä aikavälillä. Kasvava uskollisuus vahvistaa alan asemaa ja korostaa sen roolia suomalaisessa yhteiskunnassa tärkeänä taloudellisena turvaverkkona.

## Digitaalisten kanavien ja tekoälyn suhde asiakastyytyväisyyteen

Tutkimuksen perusteella digitaalisten palveluiden ja tekoälyn käyttö vakuutusalaalla näyttäisi liittyvän asiakastyytyväisyyteen eri tavoin. **If** on erottunut edukseen vahvalla digipalvelutarjonnallaan, ja sen asiakkaat ovat erityisen tyytyväisiä helppokäyttöisiin ja monipuolisiin digitaalisiin itsepalveluvaihtoehtoihin. Tämä heijastuu positiivisesti Ifin asiakastyytyväisyyteen kokonaisuudessaan. **POP Vakuutuksen** asiakkaat ovat puolestaan kokeneet saavansa tekoälyn kautta hyödyllistä apua yleisiin kysymyksiin ja perusasioiden selvittämiseen, mikä on lisännyt heidän tyytyväisyyttään digitaalisiin palveluihin, kun taas **LähiTapiola** kohtaa haasteita digitaalisten ratkaisujen ja henkilökohtaisen palvelun yhdistämisessä.

Vaikka vakuutusyhtiönsä tarjoamaa tekoälypalvelua käyttäneiden asiakastyytyväisyys on samalla tasolla sitä käyttämättömien kanssa, tulokset viittaavat myös siihen, että liian suuren roolin ottaessaan tekoälypalvelut heijastuvat negatiivisesti asiakastyytyväisyyteen. Esimerkiksi chatbotit eivät toistaiseksi aina pysty asiakkaiden mukaan vastaamaan asiakkaiden monimutkaisiin tarpeisiin yhtä henkilökohtaisella tasolla kuin perinteinen asiakaspalvelu. Tekoälyyn liittyvä tyytymättömyys voi näin muodostua merkittäväksi tekijäksi asiakaskokemuksessa, mikä korostaa tarvetta kehittää teknologioita niin, että ne tukevat yksilöllisempiä palvelutarpeita.

### Vakuutusasiakkaiden tyytyväisyys keskustelemaan tekoälyratkaisuun 2024



# Henkilökohtaisen ja digitaalisen palvelun tasapainottaminen

Vakuutusalan asiakastytyväisyyden kehityksen kannalta keskeinen kysymys onkin, miten digitaalisia ratkaisuja voidaan yhdistää henkilökohtaiseen palveluun asiakastytyväisyyden säilyttämiseksi. Asiakkaat kaipaavat usein inhimillistä vuorovaikutusta erityisesti monimutkaisissa ja henkilökohtaisissa asioissa, joten vakuutusyhtiöiden on syytä pohtia, miten tekoälyä ja digitaalisia palveluja voidaan käyttää tukemaan, mutta ei korvaamaan, ihmiskeskeistä palvelua.

Vakuutusalan tuleekin kehittää tekoälyyn perustuvia ratkaisuja niin, että ne pystyisivät tarjoamaan yksilöllisempiä ja laadukkaampia kokemuksia. Tulevaisuudessa on tärkeää löytää tasapaino digitaalisten ja henkilökohtaisten palveluiden välillä, jotta asiakkaat kokevat saavansa aidosti heidän tarpeisiinsa vastaavaa palvelua – oli kyseessä sitten digitaaliset kanavat tai henkilökohtainen asiakaspalvelu.

”Asiakastytyväisyys on korkeampaa, kun asiakkaan ei tarvitse toistaa samoja tietoja useiden kanavien kautta tai kun asiakaspalvelijat osoittavat empatiaa ja osaavat selittää korvausprosessin selkeästi. Tämä alleviivaa sitä, kuinka tärkeää on hallita asiakkaiden odotuksia ja tarjota saumattomia kokemuksia erityisesti pitkittyvissä prosesseissa,” lisää Laitinen. ”Se myös osoittaa, kuinka kriittistä on yhdistää digitaalisten työkalujen käyttö asiakkaiden odotusten hallintaan ja henkilökohtaiseen palveluun niin, että prosessit pysyvät johdonmukaisina ja asiakasystävällisinä”, lisää Laitinen.

## Korvauskäsittelyihin ollaan aiempaa tyytyväisempiä

Tyytyväisyys korvauskäsittelyprosessiin on noussut vuoden aikana merkittävästi. Vuonna 2024 tyytyväisyyslukemaksi korvauskäsittelyyn kokonaisuudessaan mitattiin 78,8, kun vastaava lukema vuonna 2023 oli 75,3. Kehitys viittaa siihen, että vakuutusyhtiöt ovat onnistuneet parantamaan korvausprosessin selkeyttä, tehokkuutta ja asiakasystävällisyyttä, mikä lisää asiakkaiden kokemaa arvoa. Vaikka viimeisen vuoden aikana vakuutushakemusten jättäneiden asiakkaiden määrä on pysynyt suhteellisen tasaisena (31 % vuonna 2024, 35 % vuonna 2023), tyytyväisyys itse korvausprosessiin on noussut. Tämä kertoo siitä, että vakuutusyhtiöt ovat panostaneet enemmän resurssien kohdentamiseen korvausasioiden sujuvaan käsittelyyn ja asiakaskokemuksen parantamiseen tällä vakuutusyhtiöiden ydintoimintaan oleellisesti lukeutuvalla ja siten kriittisellä osa-alueella.

”Korvausprosessin sujuvuus ja asiakkaiden tyytyväisyys sen käsittelyyn on yksi keskeisimmistä tekijöistä, jotka vaikuttavat asiakkaiden luottamukseen ja uskollisuuteen vakuutusyhtiöitä kohtaan. Nämä tulokset osoittavat, että alan toimijat ovat onnistuneet vastaamaan asiakkaiden odotuksiin tärkeissä palvelutilanteissa ja lisäämään kokonaisasiakastytyväisyyttä tarjoamalla parempaa palvelua juuri silloin, kun asiakkaat sitä eniten tarvitsevat”, Laitinen päättää.

## Yhteenveto

Vakuutusalan asiakastytyväisyys on noussut vuosikymmenen alan yhteiskunnallisten kriisien jälkeen takaisin korkealle tasolle. Uskollisuus nykyistä pääasiallista vakuutusyhtiötä kohtaan on noussut, ja asiakkaat kokevat keskimäärin olevansa hyvissä käsissä vahingon sattuessa.

Vakuutusyhtiöillä ei kuitenkaan ole varaa tuudittautua tilanteeseen. Toimintaympäristö saattaa muuttua radikaalisti lyhyessä ajassa yhteiskunnan eri tasoja läpäisevien kriisien myötä myös tulevaisuudessa, minkä lisäksi asiakkaiden tarpeisiin on yhä kyettävä vastaamaan monikanavaisesti. Tulevaisuudessa onkin todennäköistä, että vakuutusyhtiöt joutuvat investoimaan edelleen teknologiaan ja tekoälyyn, mutta samalla niiden tulee ymmärtää, että asiakastytyväisyys ei synny pelkästään teknologian avulla. Teknologia voi toimia tehokkaana tukena, mutta asiakastytyväisyyden säilyttämiseksi tarvitaan myös henkilökohtaista vuorovaikutusta, erityisesti monimutkaisissa ja henkilökohtaisissa vakuutustilanteissa.

Vakuutusalan tulevaisuus on jännittävä ja monin tavoin ratkaiseva – alan on pystyttävä mukautumaan asiakkaiden muuttuviin odotuksiin ja hyödyntämään teknologiaa niin, että se täydentää, ei korvaa, ihmisläheistä palvelua. Tämä asettaa haasteita, mutta myös tarjoaa mahdollisuuksia niille toimijoille, jotka osaavat hyödyntää teknologiaa asiakaslähtöisesti ja ymmärtää, milloin tarvitaan inhimillistä kosketusta.

## EPSI RATINGISTA

EPSI Rating on voittoa tavoittelematon akateeminen organisaatio, jonka omistaa Swedish Institute for Quality (SIQ), jonka puolestaan omistaa Ruotsin valtio.

EPSI Rating perustettiin EU-tutkimushankkeena Tukholman kauppakorkeakoulussa vuonna 1989, ja organisaatio on toteuttanut Suomessa kansallisia laatuindeksejä mittaavia toimialatutkimuksia vuodesta 1999 asti.

Organisaation toiminta keskittyy Pohjoismaihin, mutta tutkimuksia tehdään myös esimerkiksi Iso-Britanniassa ja Hollannissa. Suomessa EPSI Rating tunnetaan erityisesti toimialatutkimuksistaan (pankki ja rahoitus, vakuutus, sähkön vähittäismyynti, telekommunikaatio, uudisasuntorakentaminen), mutta yhteistyötä tehdään myös useiden muiden eri toimijoiden kanssa niin yksityisellä kuin julkisellakin sektorilla.

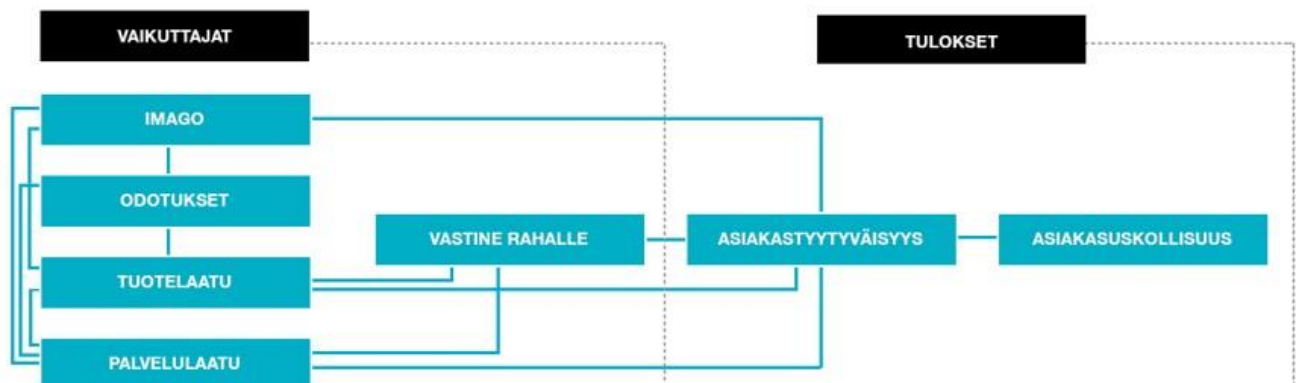
Lue lisää kotisivuiltamme!

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

## Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

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.



## TUTKIMUKSESTA

EPSI Data Collection Services haastatteli Vakuutus 2024 -tutkimukseen yli 2000 Suomessa asuvaa vakuutusyhtiöiden yksityis- ja yritysasiakasta. Haastattelut tehtiin ajanjaksoilla 23.9.-10.10.2024. Indeksi tuotetaan asteikolla 0–100, jossa 0-60 on tyytymätön, 60-75 on tyytyväinen ja yli 75 erittäin tyytyväinen.

Asiakastyytyväisyyden virhemarginaalit ovat yhtiöittäin yleisesti haarukassa n. 2-3 indeksipistettä asteikolla 0-100.

Tilastollinen luottamustaso on 95%

### Lisätietoja tutkimuksesta:

Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

- › Heidi.laitinen@epsi-finland.org
- › +358 50 40 68 796