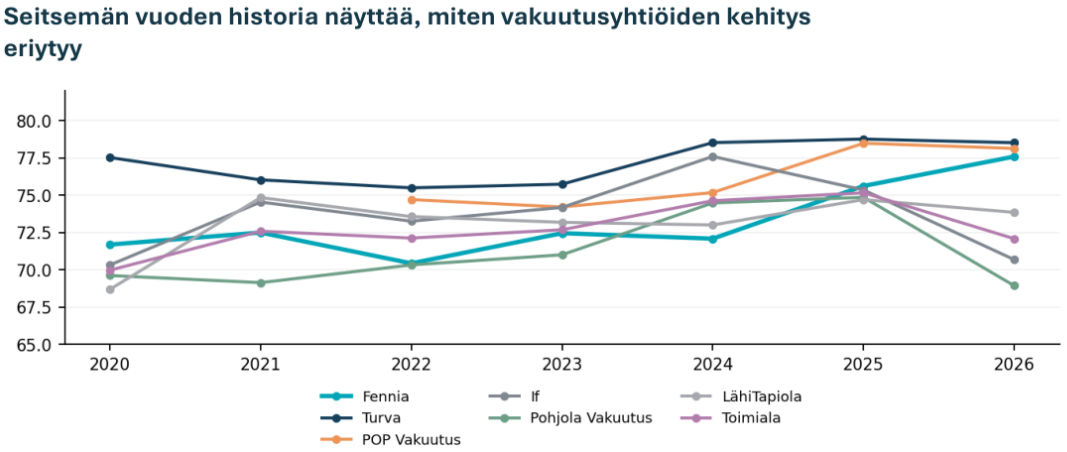
HENKILÖASIAKKAAT | 2026

Vakuutuksen pitäisi tuoda turvaa – miksi toimialalla luottamus horjuu?

Turva, POP Vakuutus ja Fennia erottuvat selväksi kärkikolmikoksi

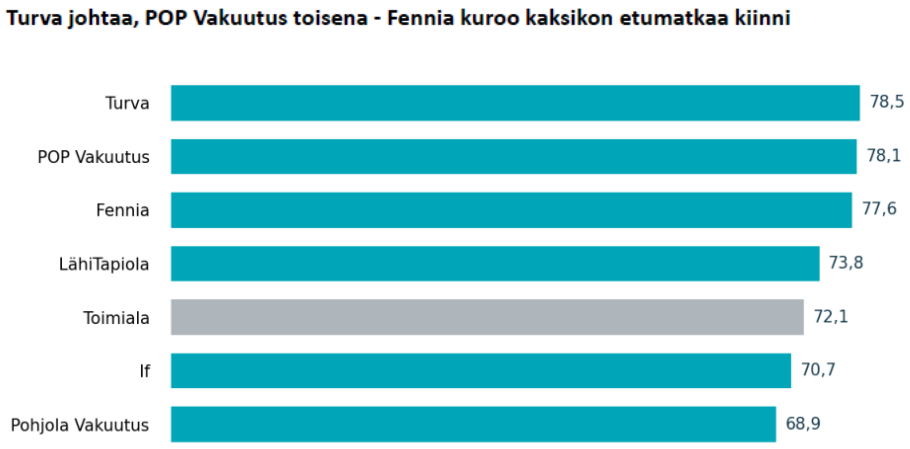
Vakuutus ostetaan turvaksi pahimman varalle. Silti asiakkaiden turvallisuuden tunne, luottamus ja kokemus arvostuksesta ovat heikentyneet. Vuoden 2026 EPSI-tutkimuksessa Turva (78,5), POP Vakuutus (78,1) ja Fennia (77,6) muodostavat henkilöasiakkaiden parissa tiukan kärkikolmikon. Kolmen parhaan välinen ero on vain 0,9 pistettä, mutta neljänneksi sijoittuva LähiTapiola (73,8) jää Fenniasta 3,8 pistettä. Turva sijoittuu vertailun kärkeen jo 15. kertaa, POP Vakuutus yltää viime vuoden tapaan erittäin lähelle, ja Fennia puolestaan parantaa vastavirtaan ja mittauttaa historiansa parhaan tuloksen, kun samaan aikaan toimialan keskimääräinen tyytyväisyys laskee.

Seitsemän vuoden kehitys kertoo muutoksesta



Henkilöasiakkaiden EPSI-asiakastyytyväisyys 2020–2026. POP Vakuutus vuodesta 2022.

Turva, POP Vakuutus ja Fennia erottuvat muista



EPSI-indeksi 2026.

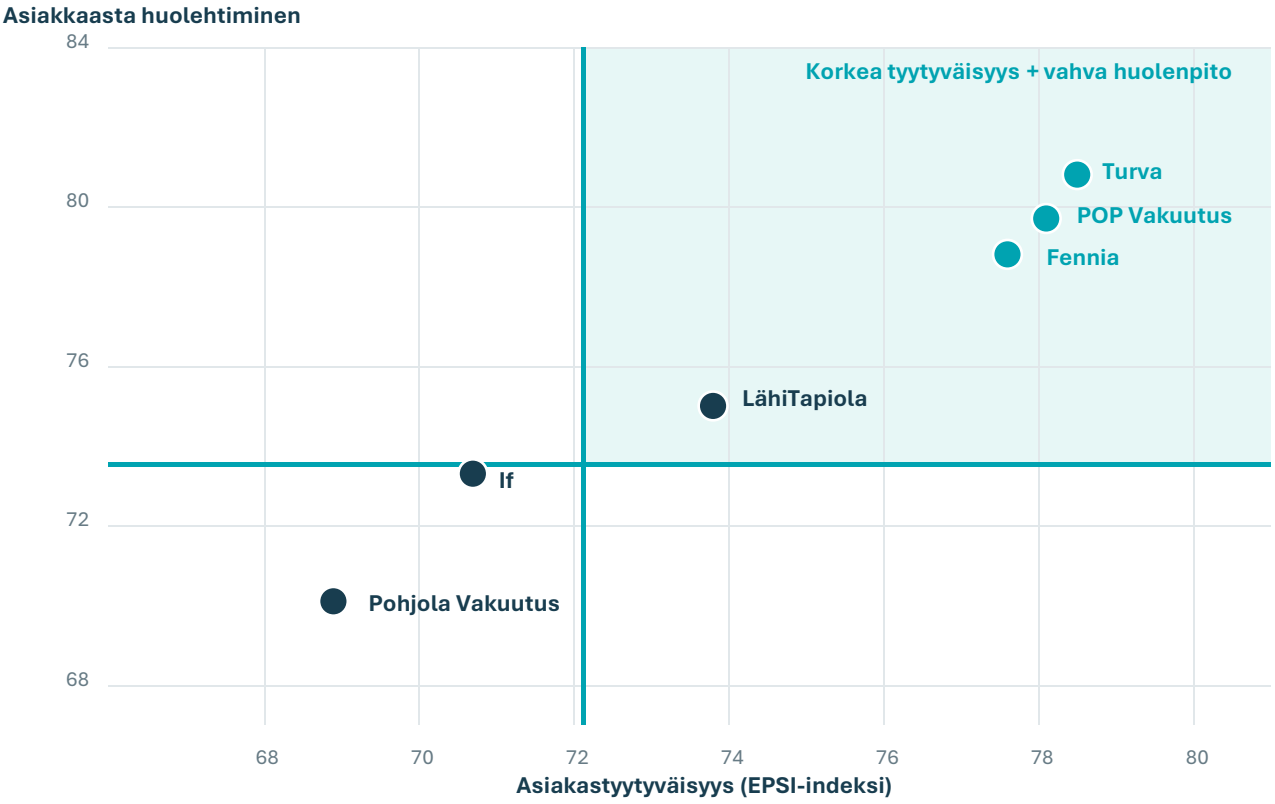
“Turva jatkaa henkilöasiakkaiden vertailun kärjessä jo 15. kerran. POP Vakuutus on aivan sen kannoilla, ja Fennia on noussut haastamaan molempia. Kolmen parhaan erot ovat nyt niin pienet, että ensi vuoden ykkössijasta tulee erityisen kiinnostava kilpailu.”

Heidi Laitinen, EPSI Rating Finland

MIKÄ SELITTÄÄ ASIAKASKOKEMUKSEN EROT?

Miksi vakuutusyhtiöiden asiakastyytyväisyydessä on näin suuret erot?

EPSI:n tarkempi analyysi nostaa esiin asiakkaan kokeman huolenpidon. Kolme kärkiyhtiötä sijoittuu toimialan keskiarvojen yläpuolelle sekä asiakastyytyväisyydessä että kokemuksessa siitä, että vakuutusyhtiö pitää asiakkaastaan hyvää huolta.



Katkoviivojen sijaan turkoosit viivat osoittavat toimialan keskiarvot: tyytyväisyys 72,1 ja huolenpito 73,6.

Mitä nelikenttä kertoo?

Turva, POP Vakuutus ja Fennia muodostavat oman kärkijoukkonsa. Kaikki kolme saavat toimialan keskiarvoa korkeammat arviot luottamuksesta, asioinnin vaivattomuudesta ja vastineesta rahalle. Asiakkaan kokema huolenpito on yksi kiinnostavimmista eroista yhtiöiden välillä. Fennia erottuu lisäksi korvauskäsittelyn vahvassa kehityksessä.

”Vakuutusalalle on muodostunut kiinnostava kärkikolmikko. Kun tutkimme erojen taustaa, asiakkaan kokema huolenpito nousee vahvasti esiin. Kyse ei ole vain asioinnin sujuvuudesta, vaan myös siitä, tunteeko asiakas saavansa apua silloin, kun sitä tarvitaan.”

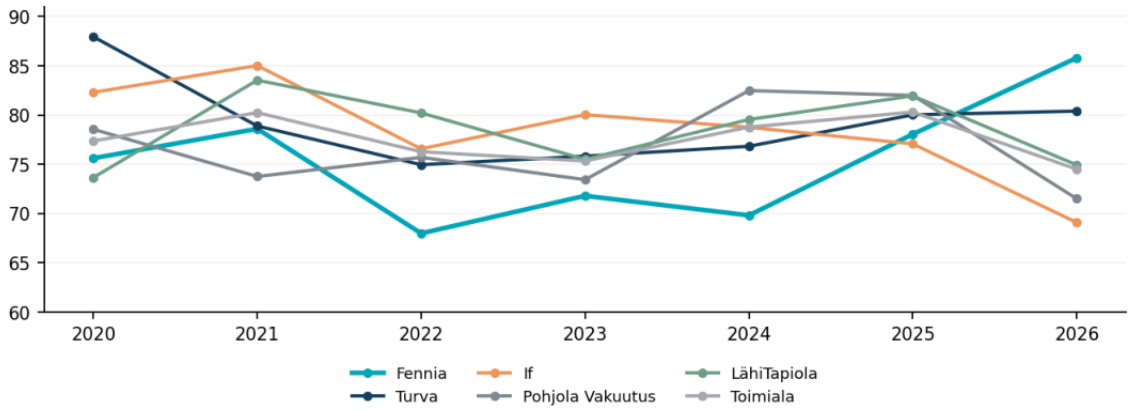
Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland | sitaattiesitys

HENKILÖASIAKKAAT | KORVAUSKÄSITTELY

Vahingon hetkellä vakuutuksen lupaus joutuu koetukselle

Vahinko ei tule sopivaan aikaan. Kun kotiin tulee vesivahinko tai arki keskeytyy, asiakas ei halua ryhtyä selvittämään, kuka hoitaa asiaa ja milloin vastaus tulee. Vakuutuksen lupaus muuttuu todeksi vasta siinä, miten apu ja tieto tavoittavat asiakkaan.

Koko toimialan korvauskäsittelyn arvio laski 80,3 pisteestä 74,5 pisteeseen. Fennia paransi vastavirtaan 7,7 pistettä tasolle 85,8, ja Turvan arvio nousi 0,4 pistettä tasolle 80,4. Fennialla myös tiedottaminen asian etenemisestä vahvistui 9,5 pistettä.



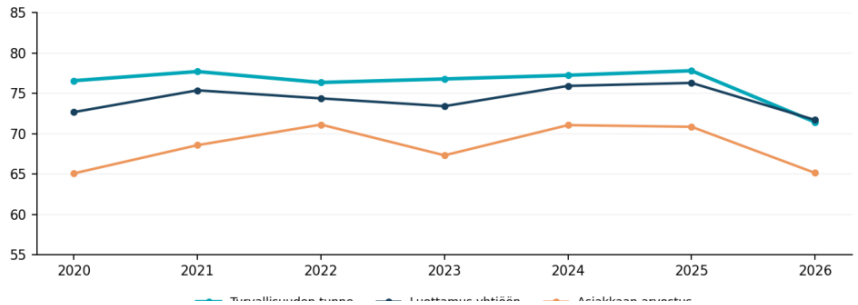
Korvauskäsittelyn kehityksessä Fennia erottuu selvästi: asiakkaiden kokonaisarvio nousi 7,7 pistettä tasolle 85,8. Myös tiedottaminen korvausasian etenemisestä parani 9,5 pistettä. Myös Turva erottuu aiempaa selvemmin edukseen.

Korvauskäsittelyn asiakasarviot 2020–2026.

Mielenrauha, luottamus ja arvostus heikkenevät

Asiakkaiden turvallisuuden tunne laski 6,4 pistettä, luottamus 4,6 ja kokemus arvostuksesta 5,7. Kyse ei ole yhdestä palvelukanavasta, vaan siitä, tuntuuko vakuutusyhtiö luotettavalta silloin, kun sitä tarvitaan.

Turvallisuuden tunne laski 6,4 pistettä, luottamus omaan vakuutusyhtiöön 4,6 pistettä ja kokemus asiakkaan arvostuksesta 5,7 pistettä. Myös halukkuus valita sama yhtiö uudelleen heikkeni 4,3 pistettä. Mittarit kuvaavat eri asioita, mutta niiden samansuuntainen lasku herättää kysymyksen asiakassuhteen kestävyydestä.



Turkoosi: turvallisuuden tunne Tummansininen: luottamus Oranssi: asiakkaan arvostus

“Vakuutus on lupaus avusta silloin, kun elämä ei mene suunnitelmien mukaan. Fennian parannus korvauskäsittelyssä on merkittävä, sillä se koskee juuri sitä hetkeä, jolloin asiakkaan luottamus joko vahvistuu tai alkaa horjua”, Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

KOTIVAKUUTUS

Fennia kotivakuutusten ykkönen – toimialalla joka kolmannelle korvattavuus on epäselvää

Kotivakuutuksen pitäisi antaa varmuus siitä, miten koti ja omaisuus on suojattu. Silti kolme kymmenestä asiakkaasta pitää epäselvänä, mitä vakuutus korvaa. Vain 52 prosenttia arvioi rajoitukset ja omavastuun erittäin selkeiksi. Ehtojen epäselvyys on erityisen hankalaa silloin, kun vahinko on jo tapahtunut.

Asiakastyytyväisyys 2026



Mitä kotivakuutus korvaa?



30 % pitää korvattavuutta epäselvänä

Rajoitukset ja omavastuu



52 % pitää ehtoja erittäin selkeinä

Oranssi: epäselvää | Vaalea: melko selkeää | Turkoosi: erittäin selkeää

Fennia johtaa kotivakuutuksen tyytyväisyysvertailua 80,6 pisteellä. Sen asiakkaiden arvio korvausasian hoidosta on 89,7 pistettä, kun toimialan taso on 77,4. Tulokset nostavat esiin kaksi erillistä asiaa: ehtojen ymmärrettävyyden ennen vahinkoa ja palvelun toimivuuden vahingon jälkeen.

“Vakuutusehtoja ei pitäisi joutua tulkitsemaan ensimmäistä kertaa silloin, kun keittiön lattialla on vettä. Asiakkaan pitää ymmärtää etukäteen, mitä turvaa hän on ostanut”, Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

Asiakkaan näkökulmasta selkeys ei ole vain sopimustekninen kysymys. Se on osa turvallisuuden tunnetta: voinko luottaa siihen, että tiedän mitä tapahtuu, jos jotain sattuu?

AUTOVAKUUTUS

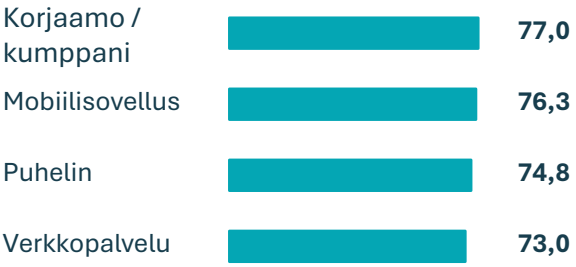
Turva autovakuutusten kärjessä – vahinkotilanteen sujuvuus ratkaisee

Autovakuutuksen merkitys konkretisoituu usein tien päällä tai korjaamolla. Silloin asiakkaan huomio on arjen jatkumisessa: miten vahingosta ilmoitetaan, mitä seuraavaksi tapahtuu ja kuinka nopeasti asia etenee.

Asiakastyytyväisyys 2026



Korvauksen hakutapa



EPSI-indeksipisteet (0–100).

Turva on autovakuutuksen asiakastyytyväisyydessä ensimmäinen 79,7 pisteellä. Sen asiakkaat arvioivat vahinkoilmoituksen helppouden 87,0 pisteeseen (toimiala 80,5) ja tiedottamisen asian etenemisestä 89,3 pisteeseen (toimiala 80,7).

Korjaamon tai muun kumppanin kautta asioineiden tyytyväisyys on 77,0 pistettä ja verkkopalvelussa asioineiden 73,0. Tulokset nostavat esiin, kuinka erilaisia kokemuksia asiakkailla voi olla vahinkotilanteen eri asiointikanavissa.

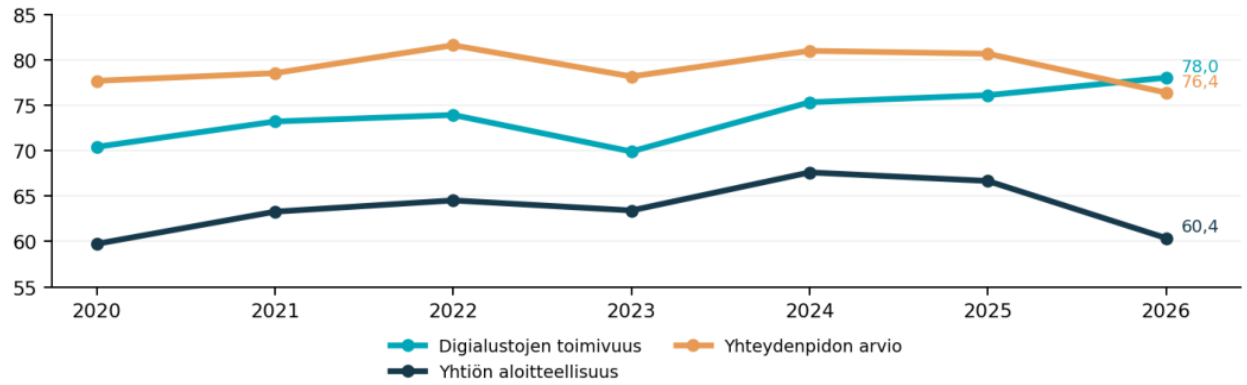
“Turvan autovakuutustulokset muistuttavat, että vahinkotilanteessa asiakas arvioi koko avun saamisen ketjua. Vahinkoilmoituksen helppous ja tieto asian etenemisestä ovat konkreettisia palvelun vahvuuksia. Digipalvelun rinnalla tarvitaan oikea-aikaista apua.”

Heidi Laitinen, EPSI Rating Finland

KOKO TOIMIALA | DIGITALISAATIO

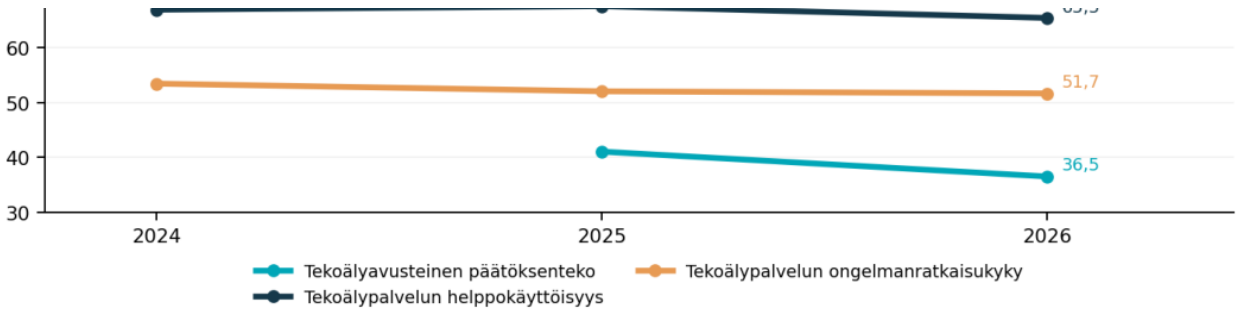
Digipalvelut paranevat – miksi huolenpito heikkenee?

Vakuutusasiointi sujuu verkossa aiempaa paremmin, mutta kokemus huolenpidosta ei seuraa mukana. Digitaalisten alustojen toimivuus nousi 76,1 pisteestä 78,0 pisteeseen, samalla kun yhtiöiden aloitteellisuus laski 66,7 pisteestä 60,4 pisteeseen. Sujuva asiointi ja tunne siitä, että joku välittää, eivät ole sama asia.



Helppokäyttöinen tekoäly ei vielä herätä luottamusta

Tekoälypalvelun helppokäyttöisyys saa 65,5 pistettä, mutta suhtautuminen tekoälyavusteiseen päätöksentekoon vain 36,5 pistettä. Asiakas voi siis hyväksyä teknologian asiointikanavana mutta suhtautua varauksella sen ratkaisuihin.



Tekoälypalvelujen arviot, EPSI 2026.

“Teknologian pitää helpottaa asiakkaan elämää, ei jättää häntä yksin. Toimiva digipalvelu ei korvaa tunnetta siitä, että joku kantaa vastuuta asiakkaan asiasta”, Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

If johtaa yritysasiakkaissa – Pohjola aivan kannoilla

Yritykselle vakuutus merkitsee myös toiminnan jatkuvuutta. Kun vahinko keskeyttää työn, nopea ja ymmärrettävä apu voi olla ratkaisevaa arjen palautumiselle. Samaan aikaan yritysasiakkaiden vertailun kärjessä tapahtuu kiinnostava muutos: If johtaa edelleen, mutta Pohjola on noussut lähes tasoihin.



Yritysasiakkaiden EPSI-asiakastyytyväisyys 2026

If pysyy kärjessä – mutta kilpailijoiden kehitys eriytyy

Ifin yritysasiakkaiden tyytyväisyys laski vuodessa 3,5 pistettä, mutta yhtiö säilytti niukasti vertailun kärkipaikan

Yritysasiakkaiden EPSI-asiakastyytyväisyys 2026.

Johto kutistui 4,9 pisteestä 0,2 pisteeseen

If on edelleen yritysasiakkaiden ykkönen 73,2 pisteellä, mutta Pohjola Vakuutus on noussut aivan sen tuntumaan 73,0 pisteeseen. Vuonna 2025 yhtiöiden välinen ero oli 4,9 pistettä. Nyt se on vain 0,2.

Fennia paransi yritysasiakkaiden tyytyväisyyttään 1,6 pistettä tasolle 71,2, vaikka toimialan keskiarvo laski hieman 71,8 pisteeseen. Ifin tulos laski 3,5 pistettä. Muutokset osoittavat, ettei toimialan vakaa keskiarvo tarkoita vakaata kilpailuasetelmaa.

“Yritysasiakkaiden vertailussa kilpailu on nyt poikkeuksellisen tiukkaa. If säilyttää ykkössijan, mutta Pohjolan nousu aivan rinnalle ja Fennian parannus kertovat siitä, kuinka nopeasti asetelma voi muuttua”, Heidi Laitinen, maajohtaja, EPSI Rating Finland

VAKUUTUSALA 2026 | KESTÄVYYSINDEKSI

Vastuullisuus mitataan asiakkaan kokemuksessa – vakuutusalan arviot heikkenivät

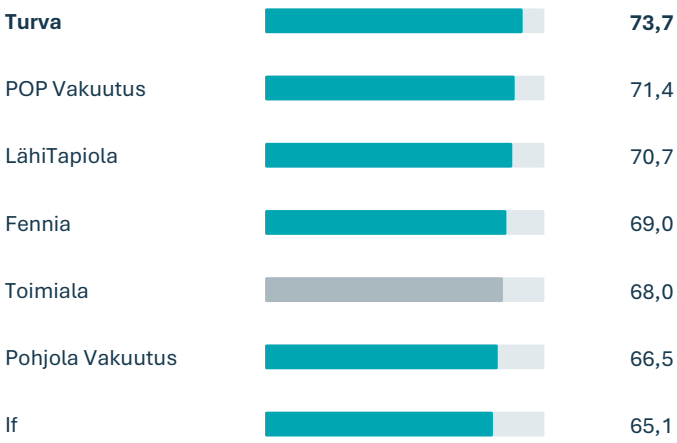
Vastuullisuus ei ole vain yrityksen lupaus. EPSI mittaa, uskooko asiakas sen näkyvän myös teoissa.

EPSI Kestävyysindeksi (SDI) perustuu vuosien tutkimus- ja kehitystyöhön ja on osa EPSI:n vakiintunutta asiakaskokemuksen mittaamista. Se tekee vastuullisuudesta vertailukelpoisen asiakasarvion: tarkastelussa ovat tulevien sukupolvien huomioiminen, taloudellinen vastuullisuus sekä yhteiskunnallinen vastuu.

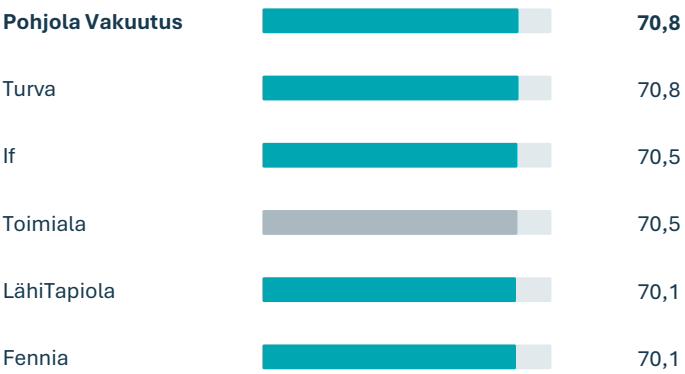
68,0 B2C | −2,0 pistettä

70,5 B2B | −2,0 pistettä

HENKILÖASIAKKAAT · SDI 2026



YRITYSASIAKKAAT · SDI 2026



Kaksi erilaista kilpailuasetelmaa

Henkilöasiakkaissa Turva erottuu 73,7 pisteellä ja jättää toimialan keskiarvon 5,7 pisteen päähän. Yritysasiakkaissa erot ovat huomattavasti pienempiä: Pohjola Vakuutus ja Turva jakavat kärjen 70,8 pisteellä, ja myös If on lähes samalla tasolla. Molemmissa asiakasryhmissä toimialan SDI-arvio laski kaksi pistettä edellisvuodesta.

”Vastuullisuutta ei voi osoittaa asiakkaalle pelkillä tavoitteilla ja raporteilla. EPSI:n Kestävyysindeksi kertoo, miten asiakkaat kokevat yhtiön kantavan vastuunsa – ja juuri siksi kehitystä voidaan seurata vuodesta toiseen.”

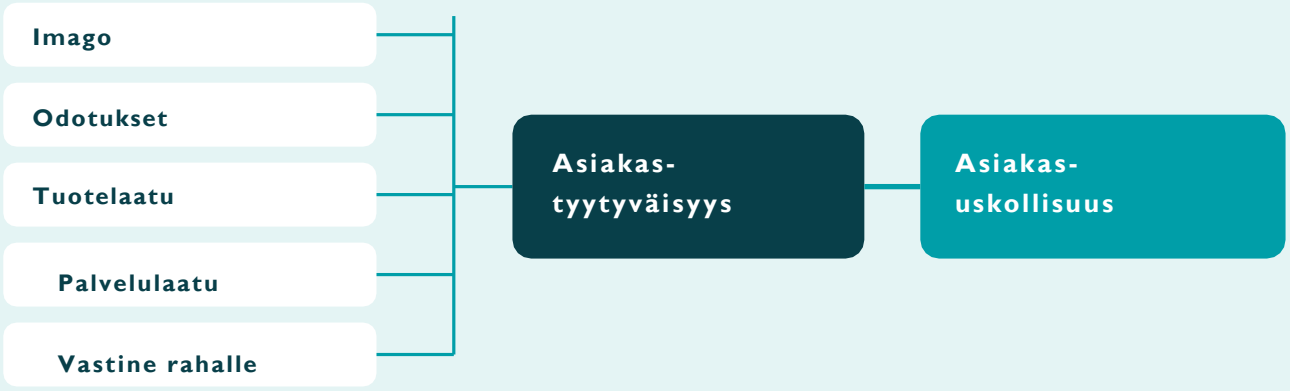
Heidi Laitinen, EPSI Rating Finland

Tutkimuksesta

EPSI Rating sai alkunsa vuonna 1989 Tukholman kauppakorkeakoulussa käynnistetystä EU-tutkimushankkeesta. Tutkimuksen tavoitteena oli kehittää tieteellisesti perusteltu ja kansainvälisesti vertailukelpoinen tapa mitata asiakastyytyväisyyttä ja -uskollisuutta.

EPSI Rating Groupin omistaa ruotsalainen laatututkimusorganisaatio SIQ. Tutkimustyötä tehdään yhteistyössä pohjoismaisten korkeakoulujen kanssa.

EPSI-MALLI | ASIAKASKOKEMUKSESTA USKOLLISUUTEEN



ASIAKASKOKEMUS ON LIIKETOIMINNAN MENESTYSTEKIJÄ

Akateeminen tutkimus on osoittanut yhteyden EPSI-indeksin ja yritysten taloudellisten tulosten välillä. EPSI:n tutkimusmalli tunnistaa tyytyväisyyteen ja uskollisuuteen vaikuttavat tekijät, ja ROI-analyysit yhdistävät asiakaskokemuksen asiakaspysyvyyteen, kasvuun ja liikevaihdon kehitykseen.

EPSI ei vain mittaa kokemusta – se auttaa ymmärtämään liiketoiminnan arvoa.

TUTKIMUKSEN LAAJUUS

EPSI tutkii Suomessa vuosittain satoja toimijoita kymmenillä toimialoilla. Yhtenäinen tutkimusmalli ja yli 100 000 vuosittaista haastattelua mahdollistavat asiakaskokemuksen vertailun myös toimialarajojen yli.

EPSI VAKUUTUS 2026

Yli 3 000 haastattelua (1 306 yksityisasiakasta, 1 002 yritysasiakasta, 862 autovakuutusasiakasta, 844 kotivakuutusasiakasta)

Aineistonkeruu syys-lokakuussa 2026.

Lisätiedot: heidi.laitinen@epsi-finland.org