



FORSIKRINGSSTUDIEN 2024

HVOR FORNØYDE ER
FORSIKRINGSKUNDENE I NORGE?

Dette er kundenes dom over forsikringselskapene

4500

Dybde-
intervjuer

Aug - okt
2024

Intervju-
periode

Drøyt 60
Spørsmål

Forsikringselskapene spiller en sentral rolle i det norske samfunnet ved å sikre finansiell trygghet for enkeltpersoner og bedrifter. Gjennom rådgivning og skadeforebyggende tiltak bidrar de til å redusere risikoen for uønskede hendelser. Dette skaper ikke bare en tryggere hverdag for kundene, men reduserer også samfunnets samlede kostnader knyttet til ulykker og skader. Bransjen har derfor et betydelig samfunnsansvar som det er viktig å ivareta på tvers av alle kundegrupper. Forsikringskundene betaler for trygghet - vissheten om å være godt dekket hvis noe skulle skje.

Kundetilfredshet i forsikringsbransjen handler dermed i stor grad om emosjonelle aspekter, der tillit og forventninger spiller en nøkkelrolle. Systemet bygger på en tiltro til at vi som kunder vil bli godt ivaretatt når vi trenger det mest. Som sådan er kundetilfredshet et avgjørende måltall for hvor godt forsikringselskapene lever opp til disse forventningene.

EP
SI har gjennomført en ny undersøkelse blant nesten 4500 norske privat- og

bedriftskunder for å kartlegge tilfredsheten med forsikringsbransjen. Resultatene viser at norske forsikringskunder generelt er mer fornøyde enn for eksempel norske bankkunder, men også at tilfredsheten i bransjen fortsetter å peke svakt nedover. Sammenlignet med fjoråret er både privat- og bedriftskundene noe mindre fornøyde i år.

Som i resten av samfunnet, så er det også i forsikringsbransjen slik at produktene er blitt dyrere. Forsikringspremiene har økt for både privat- og bedriftskunder, og dette er naturligvis med på å påvirke kundeopplevelsen. Fra 2018, hvor kundetilfredsheten var spesielt god, framstår leverandørene i dag som tydelig mindre konkurransedyktig på pris. Spesielt tydelig er dette på bedriftssiden, hvor prispersepsjonen har falt nesten 10% over denne perioden.

I undersøkelsen går vi også i dybden på skadehåndteringen til selskapene. Jevnt over leveres det bra av forsikringselskapene, men målingen viser en liten nedgang i begge segmenter.

Kundetilfredsheten i forsikringsbransjen 2003 - 2024



Skadeoppgjøret - «sannhetens øyeblikk»

Det er først når en skade inntreffer at forsikringsleverandørene og deres produkter virkelig blir satt på prøve. Forsikringsselskapene har historisk sett vært gode på skadesaksbehandling, men årets EPSI-undersøkelse viser imidlertid en liten nedgang i den overordnede tilfredsheten med skadehåndteringen, både i privatmarkedet og bedriftsmarkedet.

Skadehåndteringen i privatmarkedet

Personkunder som har hatt en forsikringssak det siste året er som nevnt mindre fornøyde med håndteringen av disse sakene enn tidligere. De rapporterer om lengre saksbehandling og dårligere informasjonsflyt gjennom skadeprosessen. Dette gjenspeiles også i kundetilfredsheten, der kunder som har hatt en skade det siste året, nå er mindre fornøyde enn de som ikke har hatt skade – en markant endring fra situasjonen for fem år siden. Dette indikerer at bransjen har et stykke igjen for å gjenopprette det høye nivået på skadehåndteringen som ble målt noen år tilbake.

EPSI-målingen viser at det å melde inn skademeldinger digitalt blir stadig mer vanlig. For første gang ses det nå at de som melder skade digitalt er mer fornøyde med skadehåndteringen enn de som melder via telefon. Dette kan delvis

skyldes at skader som meldes inn digitalt ofte er mindre komplekse, men reflekterer nok også en tydelig forbedring i forsikringsselskapenes digitale løsninger.

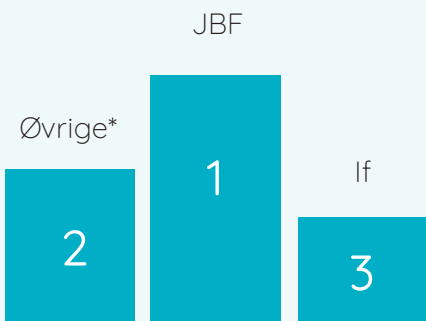
I årets måling er det JBF som i privatmarkedet kommer best ut på skadehåndtering, og utmerker seg blant annet på kompetansen og serviceinnstillingen til skadebehandlerne.

Bedriftene er mer digitale

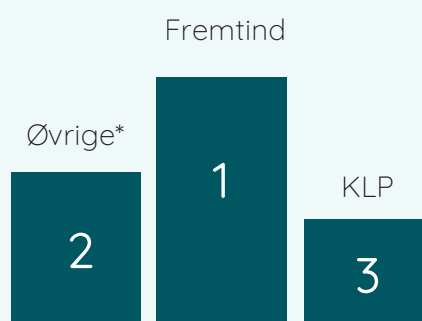
Andelen av bedrifter som melder skadesaken via skadeskjema på nett forsetter å stige. 2 ut av 3 bedrifter som har hatt en skade i løpet av det siste året oppgir at de meldte skaden sin digitalt (opp fra 45% i 2021). I motsetning til hva som er tilfellet i privatmarkedet, så er det fortsatt slik at de bedriftene som melder inn skade via telefon er de som er mest fornøyde med skadeprosessen. Dette viser at det personlige og relasjonelle aspektet fortsatt er viktig for bedriftene.

I bedriftsmarkedet er det Fremtind som skårer aller best, tett fulgt av gruppen med øvrige forsikringsselskap og KLP. Mens Fremtind utmerker seg på effektiv saksbehandlingsprosess så skårer KLP godt på det å holde kundene informert underveis i skadeprosessen.

Best på skadehåndtering
Topp 3 privatmarked



Best på skadehåndtering
Topp 3 bedriftsmarked



Hva er status i privatmarkedet?

Årets EPSI-undersøkelse av forsikringsbransjen viser at bransjen fortsetter å levere stabile og gode kundeopplevelser. Totalt sett er bransjescore på 72 et godt resultat, som indikerer at selskapene har god kontroll på prosesser, arbeidsmetoder og håndterer skadesaker på en tillitvekkende måte.

Samtidig viser undersøkelsen at en økende andel kunder vurderer å bytte leverandør, hovedsakelig på grunn av pris. Økte forsikringspriser har fått flere til å oppleve produktene som dyre, og det finnes også en oppfatning blant enkelte kunder at nye kunder får bedre priser enn de trofaste og langvarige kundene. Dette føles urettferdig, og understreker at kundene selv fra tid til annen må evaluere sine betingelser og forhandle med forsikringsselskapene.

Ulike kundetyper, ulike tilbakemeldinger

Det er sterk konkurranse om kundene, og forsikringsselskapene har ulike strategier for å posisjonere seg i markedet. Noen benytter bankkanalen aktivt i sitt kundearbeid, mens andre velger en mer direkte tilnærming. Flere forsikringsselskaper i Norge har dessuten inngått spesialavtaler med ulike organisasjoner, slik at medlemmene kan få ekstra kundefordeler.

Et interessant utviklingstrekk er at det som historisk sett har vært fordelaktig – å være både bank- og forsikringskunde i samme selskap – nå ser ut til å ha en svak negativ effekt på kundeopplevelsen. Dette

er en trend som har utviklet seg de siste 3–4 årene og samsvarer med en nedgang i kundetilfredshet i bankbransjen. Ellers ser vi fortsatt at:

- Kundetilfredsheten øker med antall forsikringer samlet hos samme selskap.
- Kunder med totalkunderabatt er betydelig mer fornøyde.
- Kunder som kjøper forsikringer via fagforeninger eller interesseorganisasjoner, er fortsatt noe mindre fornøyde enn de som ikke gjør det.

Økt behov for informasjon

Målingen forteller at bransjen samlet sett har blitt bedre på kommunikasjon og på det å ta initiativ overfor kundene. Nesten halvparten av kundene oppgir at de har mottatt tips og råd om skadeforebygging, en økning fra 38 % i 2020. Samtidig tyder tilbakemeldingene på at det fortsatt er behov for tydeligere og mer forståelig informasjon om endringer i forsikringene, spesielt ved fornyelser.

For å styrke kundeopplevelsen må forsikringsselskapene bli enda tydeligere i kommunikasjonen, unngå typisk forsikringssjargong og heller bruke et språk som alle kan forstå. Når kundene føler seg godt ivaretatt og opplever selskapene som proaktive, bidrar dette til økt tillit og lojalitet.

NØKKELTALL Forsikring privatmarked 2024

21%

Oppgir at de vurderer å bytte forsikringsselskap i løpet av det kommende året

58%

Oppgir at de meldte skaden sin via et skadeskjema på nett

49%

Opplever at den de var i kontakt med sjekket om de var godt forsikret

31%

Oppgir at de har kjøpt eller gjort endringer på sine forsikringer på nett.

«Av selskapene vi måler er det Tryg som kan skilte med den største fremgangen fra i fjor»

Høyt servicenivå

Når vi spør kundene hva de er mest fornøyde med, er det mange som trekker frem enkel og rask kundebehandling samt god tilgjengelighet hos kundeservice. Kunder setter stor pris på at henvendelser besvares raskt og effektivt, enten via telefon, e-post eller chat. Spesielt i akutte situasjoner, som ved skademeldinger, er rask respons avgjørende for en positiv kundeopplevelse.

Bransjen opprettholder et høyt servicenivå, og undersøkelsen viser at kundetilfredsheten ofte øker etter kontakt med forsikringsselskapet, noe som bekrefter at kundeservicen både er kompetent og lett tilgjengelig.

JBF på topp, DNB på bunn

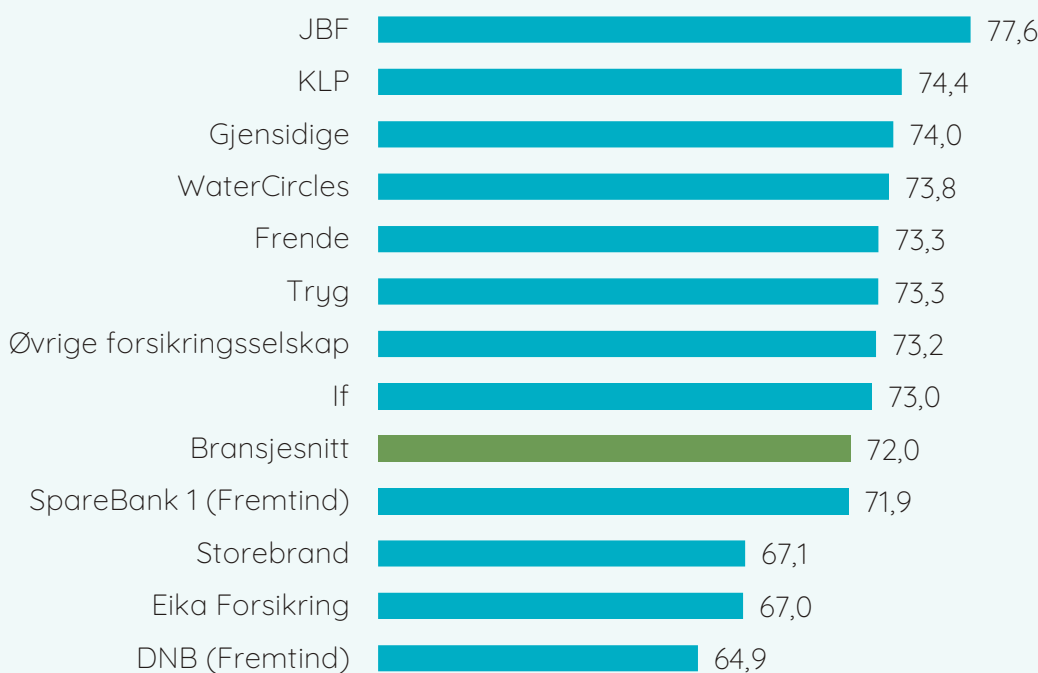
«Som i fjor mottar JBF svært gode tilbakemeldinger fra kundene. JBF-kundene har høye forventninger til sitt

forsikringsselskap, men opplever at JBF leverer på deres krav og behov. Kundene oppfatter forsikringsproduktene som konkurransedyktige på pris og av høy kvalitet. De beskriver også JBF som lett å forholde seg til og vurderer selskapet som en meget pålitelig og troverdig leverandør.

Av selskapene vi måler er det Tryg som kan skilte med den største fremgangen fra i fjor. Tryg fremstår som enklere å ha med å gjøre, servicenivået har styrket seg, og har blitt mer proaktive overfor kundene.

DNB (Fremtind) mottar nok en gang den svakeste tilbakemeldingen i denne målingen, og scoren er på samme nivå som i fjor. Selv om DNB-kundene opplever at forsikringsproduktene har blitt bedre, føler de seg dårligere ivaretatt enn andre kunder i bransjen, samt at prisene oppleves som mindre konkurransedyktige sammenlignet med konkurrentene.

Kundetilfredshet forsikring Privatmarked 2024



*Øvrige forsikringsselskaper inkluderer kunder av andre selskaper enn de nevnte, for eksempel Landkreditt, Sum-it, Enter og Ibis

Hva er status i bedriftsmarkedet?

EPSI-undersøkelsen viser at bedriftenes tilfredshet med sine forsikringsleverandører har gått litt ned det siste året. Til tross for en moderat nedgang, har tilfredsheten i bransjen vært relativt stabil de siste fem årene. Det er likevel noen tydelige endringer i årets undersøkelse. Som i privatmarkedet ser vi en nedgang i bedriftenes vurdering av leverandørenes samfunnsansvar, samt at prisoppfatningen også her har svekket seg. På den positive siden opplever nå flere bedrifter bedre oppfølging fra sine leverandører.

Fortsatt godt servicenivå i bransjen

Servicenivået i forsikringsbransjen får gode tilbakemeldinger i årets bedriftsundersøkelse. God kundeservice bidrar til at de bedriftene som har vært i kontakt med sitt forsikringsselskap er mer fornøyde enn de som ikke har hatt kontakt. Omtrent halvparten av bedriftene svarer at de er kontakt med leverandøren sin i løpet av et år, et tall som i motsetning til mange andre bransjer har holdt seg stabilt over mange år.

Hvilke faktorer skaper en fornøyd bedriftskunde?

I tillegg til gode forsikringsprodukter, god kundeservice og konkurransedyktige priser, avdekker studien at visse andre nøkkelfaktorer knyttet til kundeforholdet også har stor betydning for bedriftenes opplevelse. Undersøkelsen viser at bedrifter som samler flere forsikringer hos én leverandør, er mer fornøyde enn de som sprer forsikringene sine mellom flere. Videre ser vi at bedrifter som mottar en form for «samlerabatt», er betydelig mer tilfredse enn de som ikke gjør det – hele 55 % av bedriftene rapporterer at de får en rabatt for å samle forsikringene sine.

Det er også verdt å nevne at halvparten av kontaktpersonene vi har snakket med, oppgir at de også er privatkunder hos samme forsikringsselskap som det bedriften bruker. Dette påvirker vurderingen positivt, for disse kundene er generelt mer tilfredse og har et bedre inntrykk av leverandøren.

NØKKELTALL Forsikring bedriftsmarkedet 2024

22%

Oppgir at de vurderer å bytte forsikringsselskap i løpet av det kommende året

20%

Har tegnet avtaler om skadeforsikring i andre selskaper enn leverandøren sin

47%

Opplever at den de var i kontakt med sjekket om de var godt forsikret

16%

Av bedriftene benytter en forsikringsmegler på forsikringene sine.

«I sin første EPSI måling går Ly Forsikring rett inn på førsteplass»

Proaktivitet betaler seg

På tvers av bransjer viser EPSI-målingene at relevant proaktivitet fører til mer fornøyde kunder, og forsikringsbransjen er intet unntak. Selskaper som er flinke til å dele informasjon om skadeforebygging og ta initiativ til samtaler om kundens forsikringer, har mer tilfredse kunder.

En historisk analyse av tilfredsheten viser at forskjellen i tilfredshet mellom kunder som mottar tips og råd og de som ikke gjør det, har økt over tid. Å holde kundene godt informert har alltid vært viktig, men er nå viktigere enn noensinne.

Ly Forsikring på topp, Fremtind på bunn

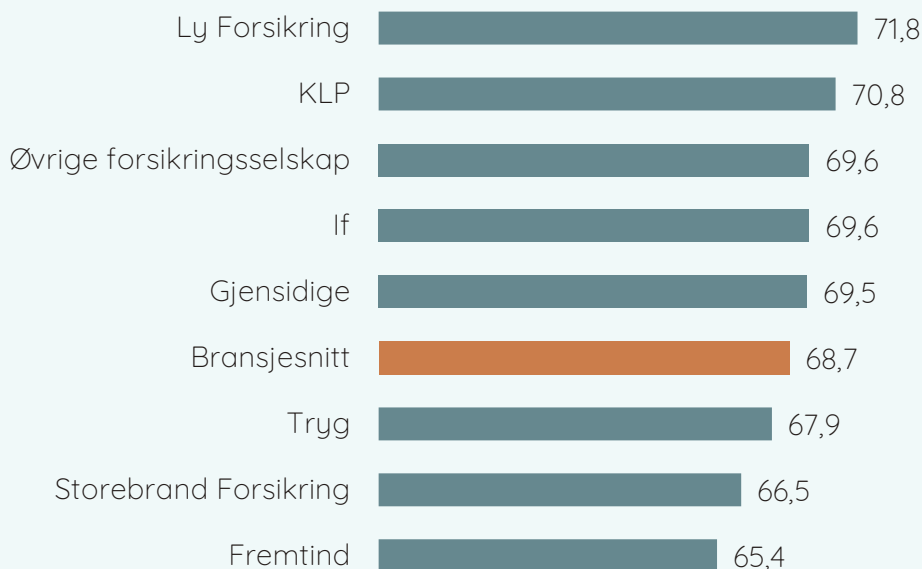
Ly Forsikring har vokst seg godt inn i bedriftsmarkedet, og er nå også fanget opp i denne kundeundersøkelsen. I sin første EPSI måling går Ly Forsikring rett inn på førsteplass. Ly Forsikring oppnår målingens beste tilbakemelding på pris og

leverer jevn over godt med verdi for pengene til sine kunder. Ly Forsikring utmerker seg også med proaktivt initiativ og tett oppfølging, noe som skaper en følelse av at de virkelig bryr seg om kundene sine.

Tett bak Ly forsikring finner vi i årets måling KLP. KLP har et meget godt renomme ute blant sine kunder og er i følge kundene det forsikringselskapet som er best på å ta sitt samfunnsansvaret på alvor. KLP er også dyktige på å holde kundene informert, og håndterer skadesaker på en meget god måte.

Som i fjor ligger Fremtind nederst i denne målingen. Undersøkelsen viser at Fremtind i mindre grad enn sine konkurrenter oppfyller bedriftskundenes forventninger. Kundene etterlyser mer proaktivitet i oppfølgingen, inkludert råd om skadeforebygging og hyppigere kontakt. Mange påpeker også at prisene ikke er konkurransedyktige nok.

Kundetilfredshet forsikring Bedriftsmarked 2024



*Øvrige forsikringsselskaper inkluderer kunder av andre selskaper enn de nevnte, for eksempel Protector, Knif, Ibis og Frende.



Ønsker du mer innsikt fra studien?

Vårt oppdrag er å hjelpe bedrifter med å yte bedre ved å fordype oss i kundenes opplevelser av virksomheten. Vi tror sterkt på at gode relasjoner til kunder skaper vellykkede organisasjoner med solide resultater. Denne rapporten oppsummerer en omfattende datainnsamling blant nesten 4500 forsikringskunder i privat- og bedriftsmarkedet, og dekker både kvalitative og kvantitative spørsmål.

Om du er interessert i mer informasjon og innsikt kan vi tilby en dashbordløsning som gir tilgang til dyptgående analyser og resultater, historiske utviklinger, fritekstsvar og muligheter for sammenligning med andre aktører i bransjen.

Ønsker du ønsker en prat om denne studien eller andre studier vi har gjort, er det bare å ta kontakt med oss i EPSI.

Kontakt:

Fredrik Høst, Daglig leder
fredrik.host@epsi-norway.org
+47 48 86 76 01

Sindre Brochmann, Senior forretningsutvikler
sindre.brochmann@epsi-norway.org
+47 45 87 01 92

Ønsker du å lese mer om EPSI kan du gjøre det her: [Om EPSI](#)

Ønsker du å lese mer om hvordan vi måler kundetilfredshet finner du dette her: [Om kundetilfredshet](#)