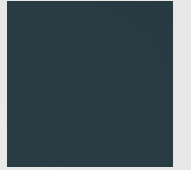




SZÁZADVÉG

Gazdaságkutató Zrt.



Ügyfélexlmény a számok tükrében

Hidvégi Áron

vezérigazgató-helyettes
hidvegi@szazadveg.hu

Ügyfélelmény

Módszertan:

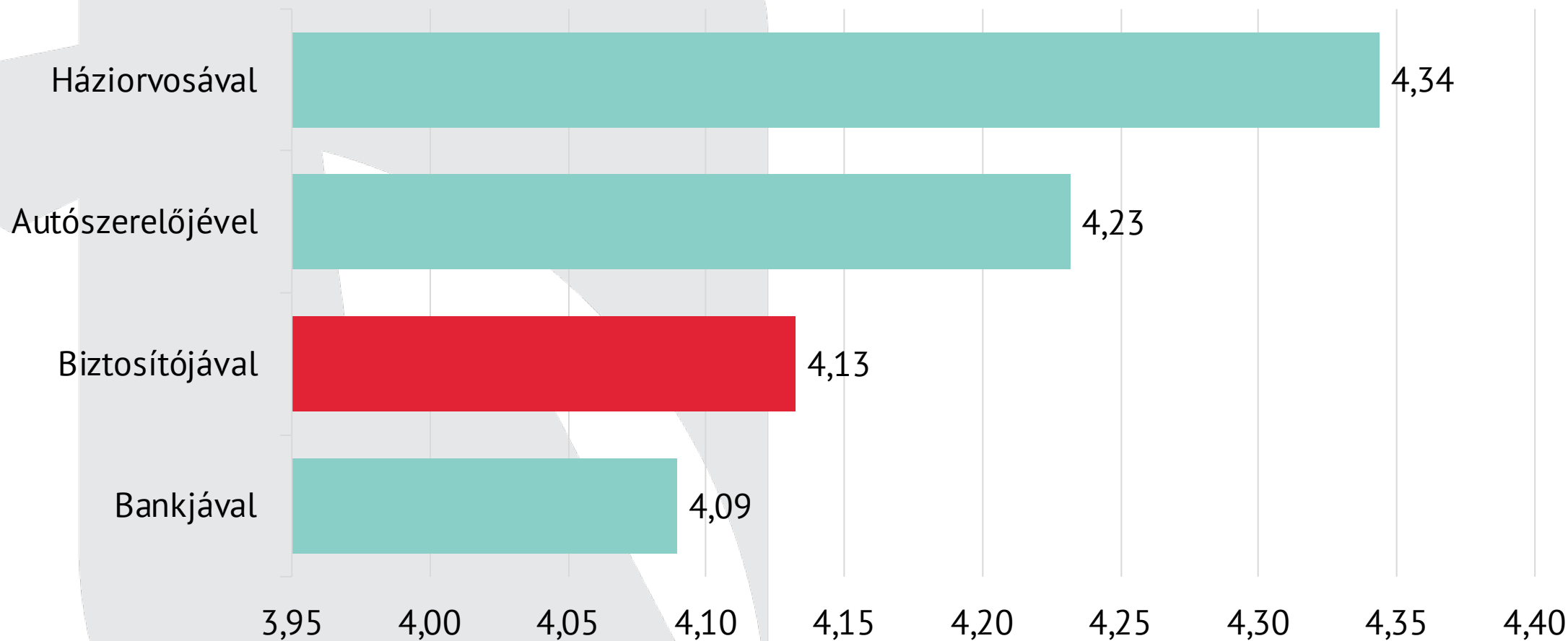
- *800 fős országos, telefonos survey*
- *4db fókuszcsoport (biztosítással rendelkezők)*
- *Adatfelvétel: 2019. május*

Vizsgált fő témakörök:

- *Ügyfélelégedettség (CSAT)*
- *Elkötelezettség (NPS)*
- *Ügyfélelmény-összetevők (kinyilvánított- és származtatott fontosság, teljesülés)*
- *Ügyfélút*

Elégedettség (Customer SATisfaction score)

Elégedettség - összehasonlítás

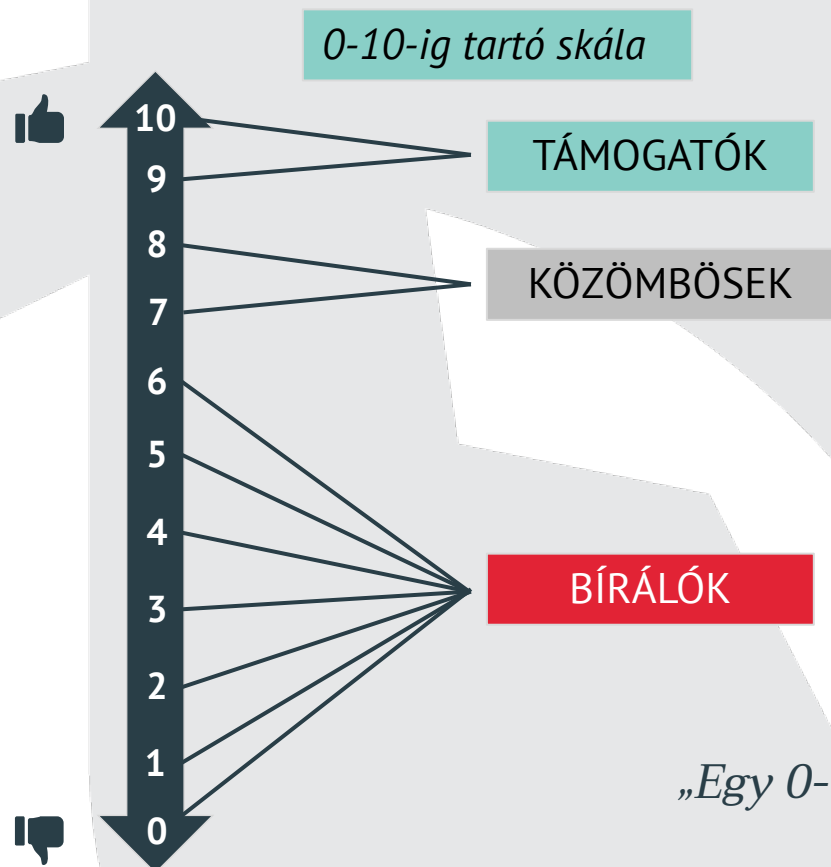


Bázis: Teljes minta, 1-től 5-ig tartó skála releváns válaszainak átlagai,
1=Egyáltalán nem elégedett, 5=Teljesen elégedett

„Mennyire elégedett Ön a...?”

Elköteleződés (NPS)

Az NPS (Net Promoter Score, Valós Ügyfél-támogatottsági Érték) számítása



NPS számítása

TÁMOGATÓK
ARÁNYA

—

BÍRÁLÓK
ARÁNYA

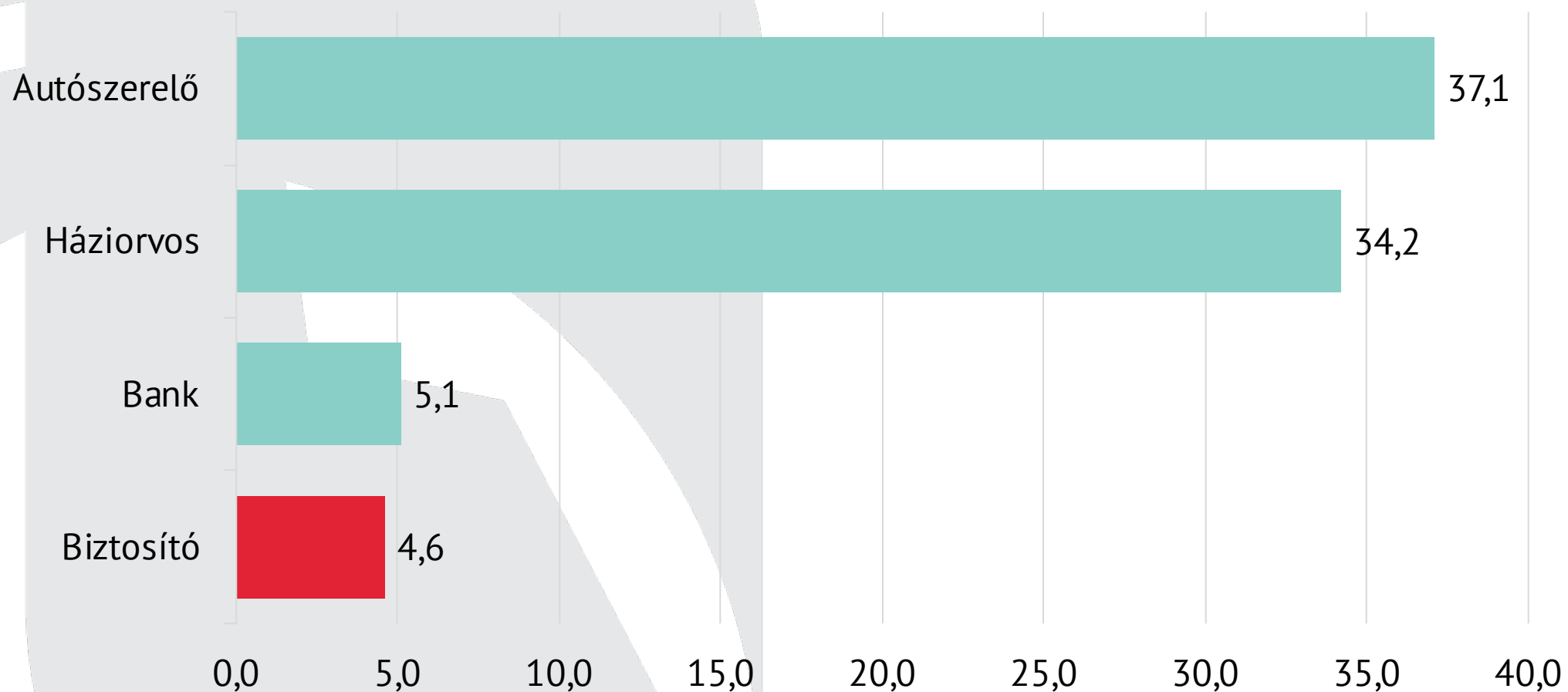
=

NPS SCORE

„Egy 0-tól 10-ig tartó skálán mekkora valószínűséggel ajánlaná... barátainak vagy kollégáinak?”

Elköteleződés (NPS)

NPS Score - összehasonlítás



Bázis: Teljes minta, 0-tól 10-ig tartó skála releváns válaszai alapján számolt NPS Score értékek, 0=Egyáltalán nem valószínű, 10=Nagyon valószínű

„Egy 0-tól 10-ig tartó skálán mekkora valószínűséggel ajánlaná... barátainak vagy kollégáinak?”



„Mivel igazából nem gázoltak el, nem lőttek le, nem zuhantam le és nincs dolgom velük, így tökéletesen elégedett vagyok...de azért ez terhelés alatt derülne ki, hogy ez így mennyire jó.”

(fókuszcsoport résztvevő Veszprémben)

„Ez [a bizalom hiánya] adódik abból is, hogy a biztosítóval, sokkal kevesebb kapcsolatom van...”

(fókuszcsoport résztvevő Budapesten)

Ügyfélexpérimény összetevők

SZOLGÁLTATÁS	DOLGOZÓK	KOMMUNIKÁCIÓ, ELÉRHETŐSÉG	ÜGYFÉLKAPCSOLAT
Jó ár-érték arányú szolgáltatásokat nyújtanak	Dolgozóik őszinték, az igazat mondják	Érthetően kommunikálnak	Az ügyfeleiket helyezik az első helyre
Jó minőségű szolgáltatásokat nyújtanak a kárrendezés során	Dolgozóik segítőkészek	Könnyen és gyorsan lehet velük kapcsolatba lépni	Megértik az igényeimet
Jó minőségű szolgáltatásokat nyújtanak általában (szerződéskezelés, kapcsolattartás során)		Jók a digitális felületeik (honlapok, alkalmazások)	Megbecsülik a hűségemet
Gyorsan és könnyen elintézik az ügyeket		Korszerű digitális szolgáltatást nyújt	
Megbízhatóan szolgáltatnak			
Szolgáltatásaik a saját igényeimre szabhatók			

Összetevők fontossága



Bázis: Akinek van valamilyen biztosítása, 1-től 4-ig tartó skála
releváns válaszainak átlagai, 1=Egyáltalán nem, 4=Nagyon fontos

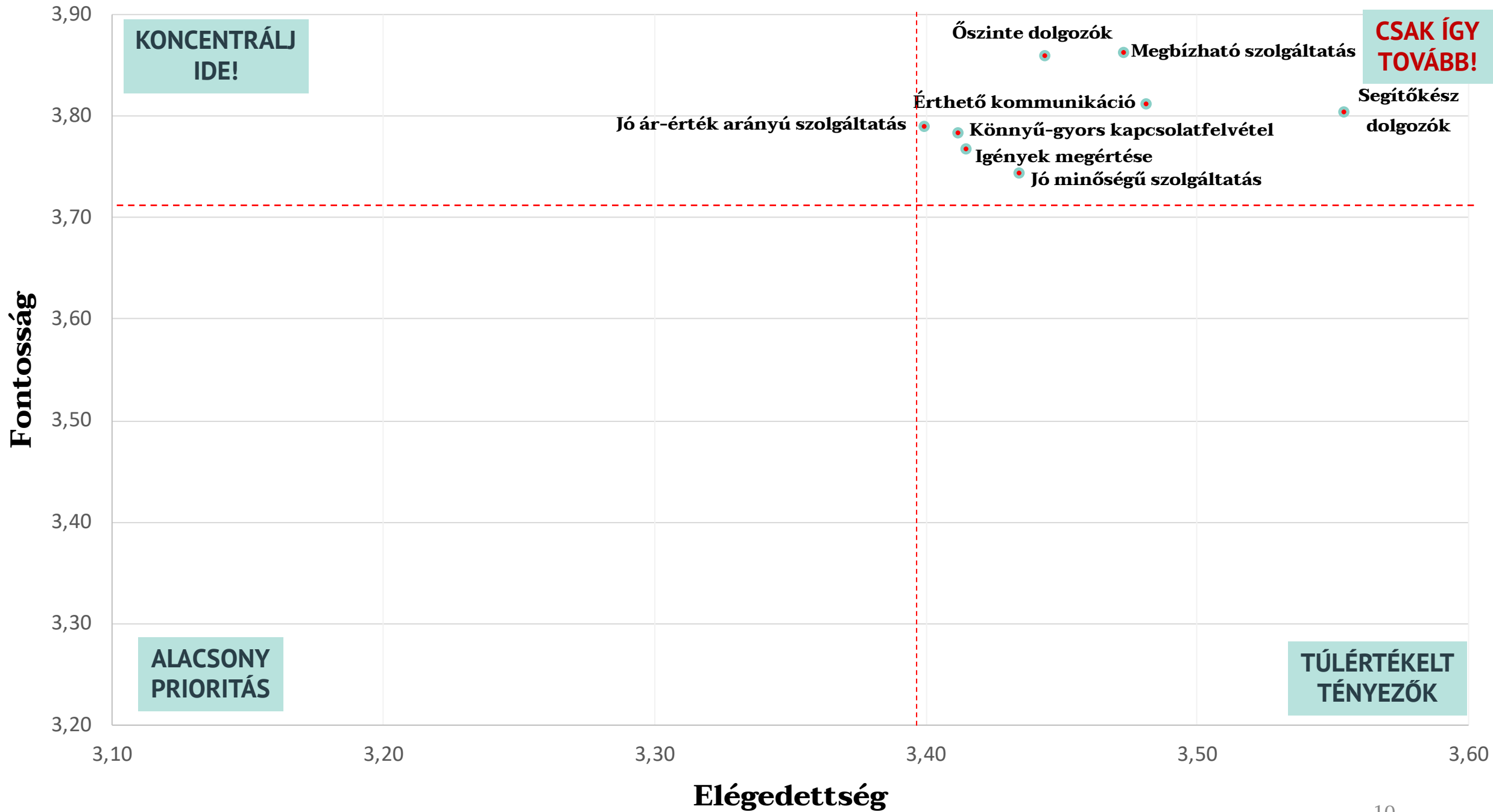
„Az Ön számára mennyire fontosak az alábbiak az Ön
biztosítójával kapcsolatban?”

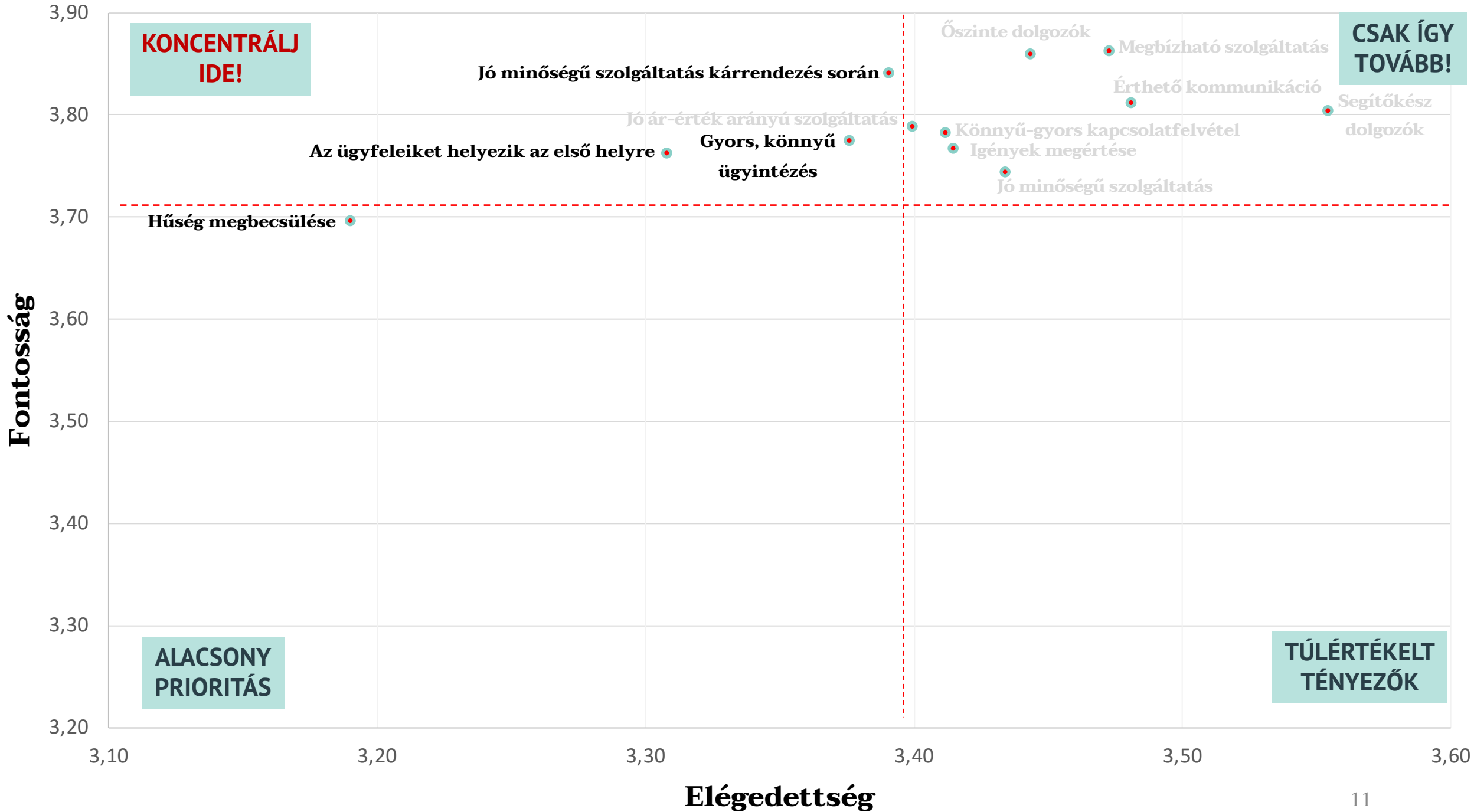
Összetevőkkel kapcsolatos elégedettség

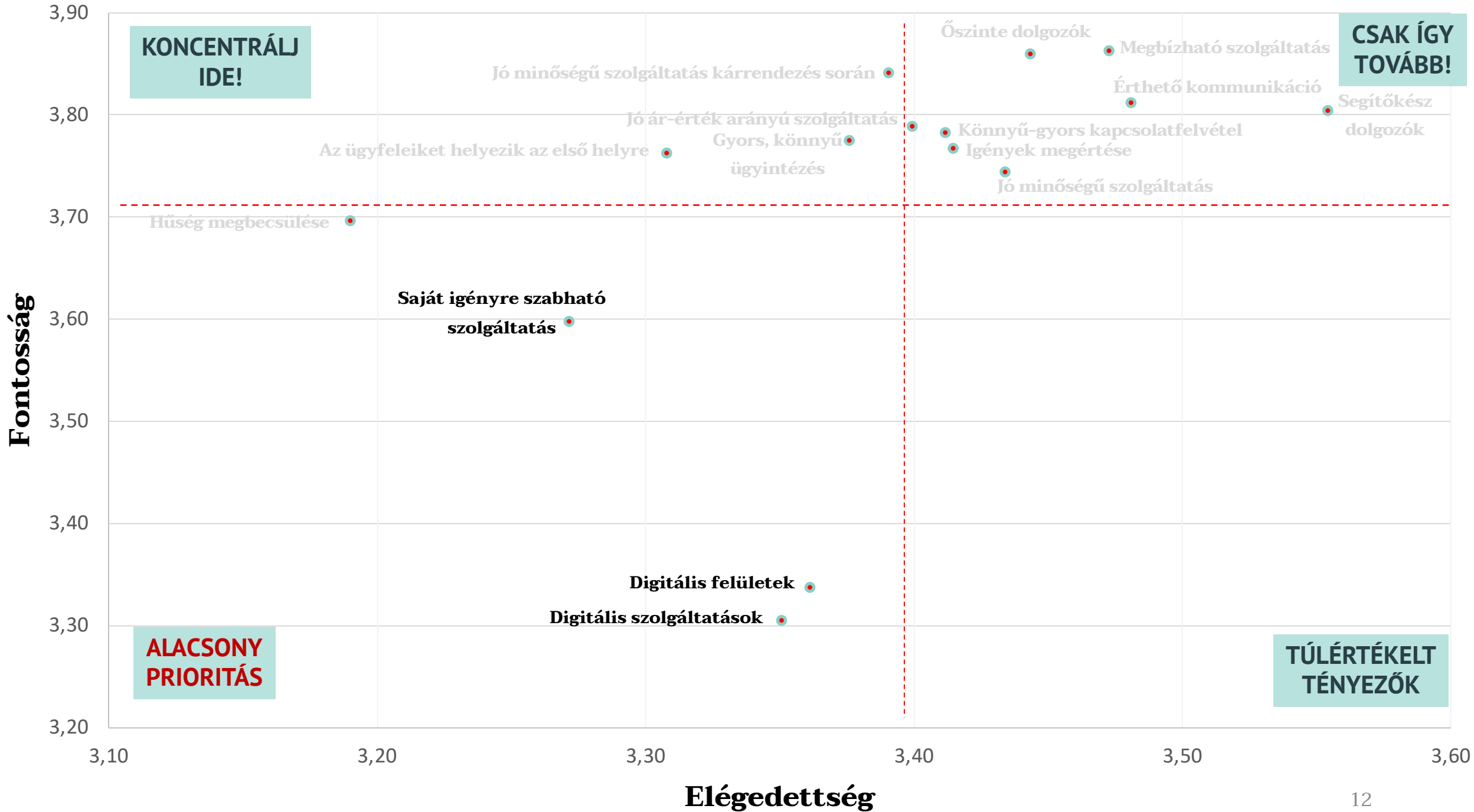


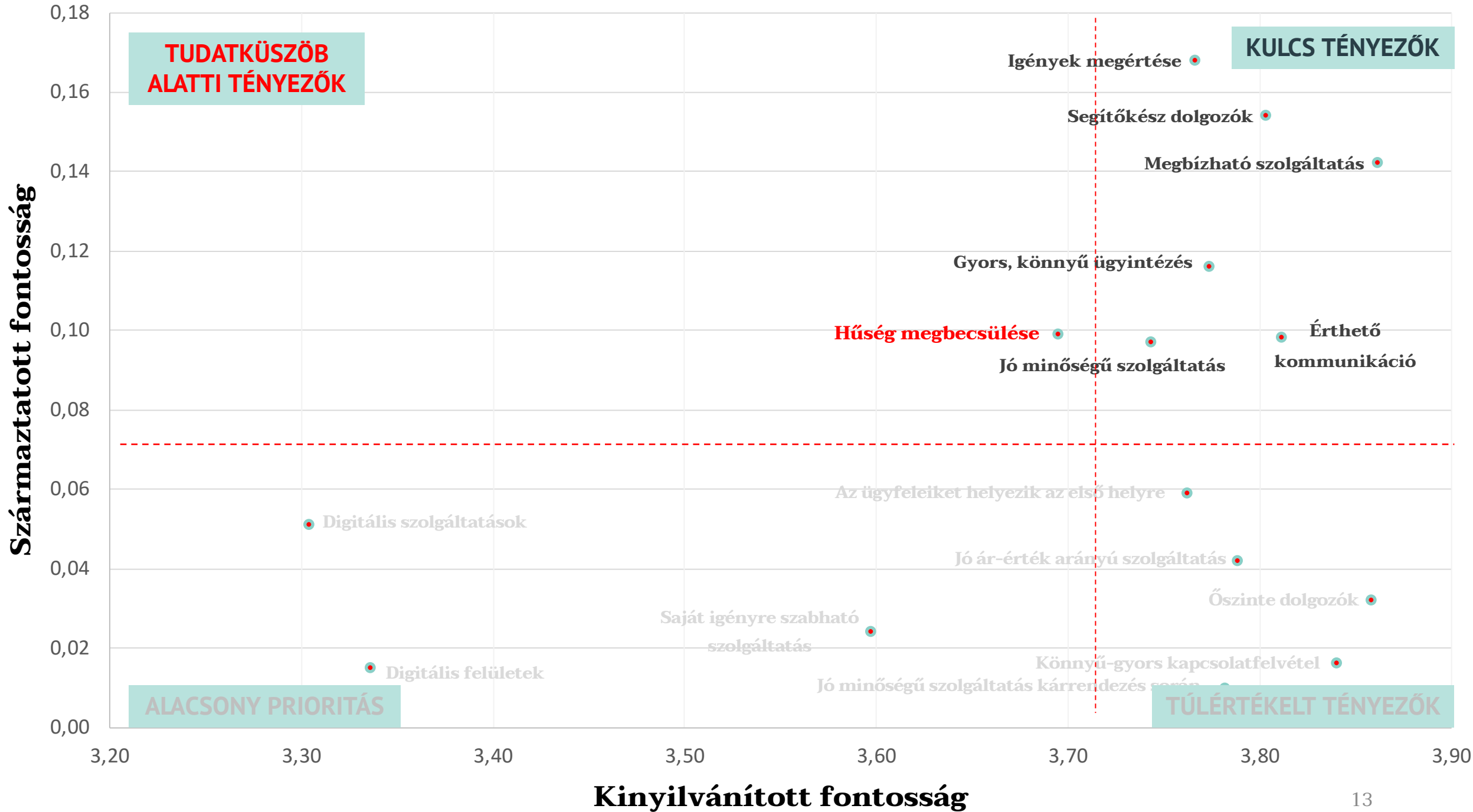
Bázis: Akinek van valamilyen biztosítása, 1-től 4-ig tartó skála
releváns válaszainak átlagai, 1=Egyáltalán nem, 4=Nagyon fontos

„Ön mennyire ért egyet a következő állításokkal az ön
biztosítójával kapcsolatban?”









GAP-analízis

Ügyfélélmény-elem	Kinyilvánított fontosság	Elégedettség	Különbség
Hűség megbecsülése	3,70	3,19	-0,51
Az ügyfeleiket helyezik az első helyre	3,76	3,31	-0,45
Jó minőségű szolgáltatás kárrendezés során	3,84	3,39	-0,45
Őszinte dolgozók	3,86	3,44	-0,41
Gyors, könnyű ügyintézés	3,77	3,38	-0,40
Jó ár-érték arányú szolgáltatás	3,79	3,40	-0,39
Megbízható szolgáltatás	3,86	3,47	-0,39
Könnyű-gyors kapcsolatfelvétel	3,78	3,41	-0,37
Igények megértése	3,77	3,42	-0,35
Érthető kommunikáció	3,81	3,48	-0,33
Saját igényre szabható szolgáltatás	3,60	3,27	-0,33
Jó minőségű szolgáltatás	3,74	3,43	-0,31
Segítőképz dolgozók	3,80	3,55	-0,25
Digitális felületek	3,34	3,36	0,02
Digitális szolgáltatások	3,30	3,35	0,05

N=517

1-től 4-ig tartó skála releváns válaszainak átlagai (1=Egyáltalán nem, 4=Nagyon fontos)

Forrás: MABISZ-Századvég kutatás 2019

- **Az ügyfeleknek fontos az érthetőség:**

*„A kis betűs részek, amikre szokták mondani, hogy, hát ezt hű, de el kell olvasni, az ne legyen mondjuk lehetőleg 10 oldal, mert ember a talpán aki megjegyzi.”
(fókuszcsoport résztvevő Budapesten)*



- **A segítőkézség, őszinteség, a kommunikáció és az egyéni igények megértése sokaknak a biztosítási ügynökökben manifesztálódik:**

*„Szerintem nincs rossz biztosító csak rossz üzletkötő, mert a biztosítónak meg vannak a feltételei, csak, ha az üzletkötő nem jól tájékoztat engem, akkor van az a csalódottság bennem, hogy a biztosító erre meg arra sem fizet.”
(fókuszcsoport résztvevő Kisvárdán)*

*„Konkrétan az a fontos, hogy akinél megkötöm a biztosítást szimpatikus legyen, normális, elmagyarázzon mindent.”
(fókuszcsoport résztvevő Veszprémben)*



- **Új elem - nagyon gyakran említették a személyes kapcsolat fontosságát, és annak gyakori hiányát a pénzügyi szolgáltatóknál**

*„Én például nagyon utálok ezeket az automatákat, tehát annyira személytelen és sokkal több időbe kerül, hogy én felhívjam őket.
(fókuszcsoport résztvevő Budapesten)*

*„Szerintem kevésbé bíznak az emberek, ha elmarad a személyes kapcsolat.”
(fókuszcsoport résztvevő Veszprémben)*

Fő következtetések

1. Az **elköteleződés relatíve alacsony** = **alacsony NPS-score** = **márka és az ügyfél közötti alacsony érzelmi kötelék kevés élménnyel** $\Rightarrow$ Az ügyfélművelés javítása során azokra az elemekre érdemes **fókuszálni**, melyek **valódi hozzáadott értékkel** bírnak
2. **Digitalizáció vs. személyes kapcsolat** $\Rightarrow$ Az ügyfeleknek továbbra is fontos a **személyes kapcsolat**. Ez jóllehet összefügg az interakciók hiányának érzetével.
3. A **lojalitás erősítését kiemelt célként szükséges kezelni**. Nem jó hír a biztosítók számára, hogy a GAP-analízis legrosszabb eredményét a *hűség megbecsülése* mutatja, ami fontos tudatalatti tényező.
4. A **szolgáltatók alakíthatják is a fogyasztói igényeket**. A korszerű digitális szolgáltatások és a személyre szabott szolgáltatások nem kötődnek szorosan a „jó biztosítóhoz” az ügyfelek fejében. Ennek oka lehet az is, hogy az ügyfelek nem ismerik a lehetőségeket. **A modern szolgáltatások tudatosítása az ügyfélművelés új dimenzióit nyithatja meg a biztosítók számára.**



KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!