



Vägen till nöjda kunder är kortare än du tror.  
– Från administrativ kostnad till investering i kundrelationer.

MMM den 5 november 2008

Christina Thorell

Tomas Haeger

Hur nå kundens  
hjärta och hjärna  
med precision?

Gräv där du står!



# Ett starkt varumärke



Den röd-blåa symbolen är igenkänd av 90 procent av Sveriges befolkning.

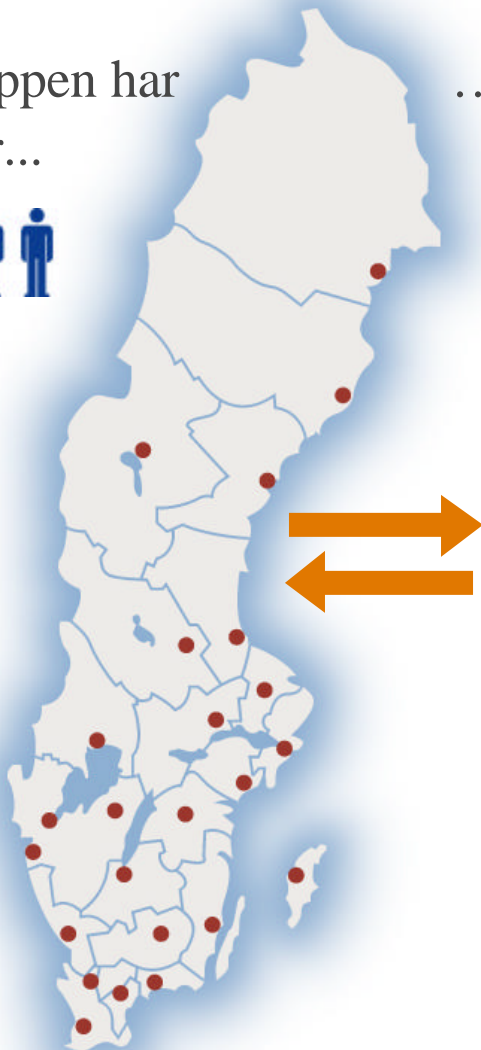
# Länsförsäkringsgruppen och kunderna

Länsförsäkringsgruppen har  
3,2 miljoner kunder...



...i 24 lokala länsförsäkringsbolag.

Det är på länsförsäkringsbolagen  
vi möter våra kunder.



Vi samarbetar genom  
Länsförsäkringar AB, som är navet  
inom länsförsäkringsgruppen.

# Allt under ett tak

Tre kärnaffärer  
bildar ett brett  
erbjudande.



# Uppdraget

Förnya värdebeskedet till att bli en investering i kundrelationer

Ny utformning

Bolagsanpassad

Sampackning

Dialog

# Utgångsläge

- Stort behov av konkreta bevis på kundorienteringen
- Värdebeskedet är oftast den enda regelbundna kontakten med kunden
- Det gamla värdebeskedet var obegripligt för de flesta kunder och innehöll inga mervärden

# Arbetsätt

- Tydligt uppdrag
- Liten och dedikerad arbetsgrupp
- Kundens röst styrande
- Komprimerad tidsplan

# Processen



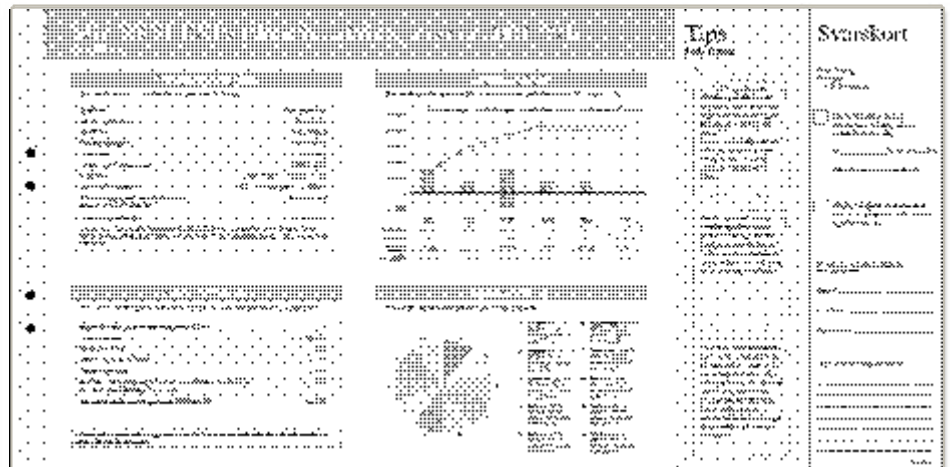
# Förändringar

- Ny utformning - kundorienterad och enkel
- Nya mer begripliga ord och begrepp
- Ny sampackning – ett kuvert per kund
- Lokal anpassning - foto, namnteckning, logo, kontorsuppgifter
- Dialog genom kundanpassade tips och svars kort

# Värdebeskedet före och efter



FÖRE



EFTER

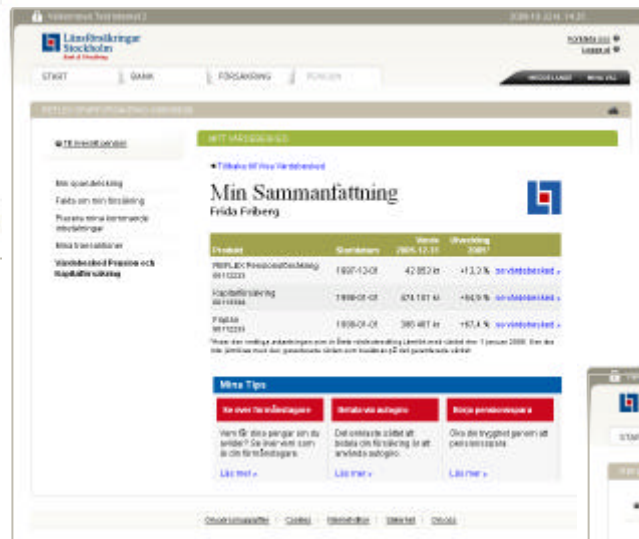
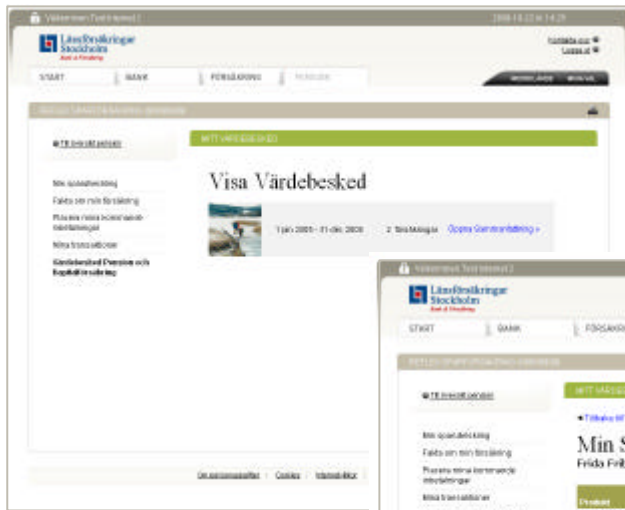




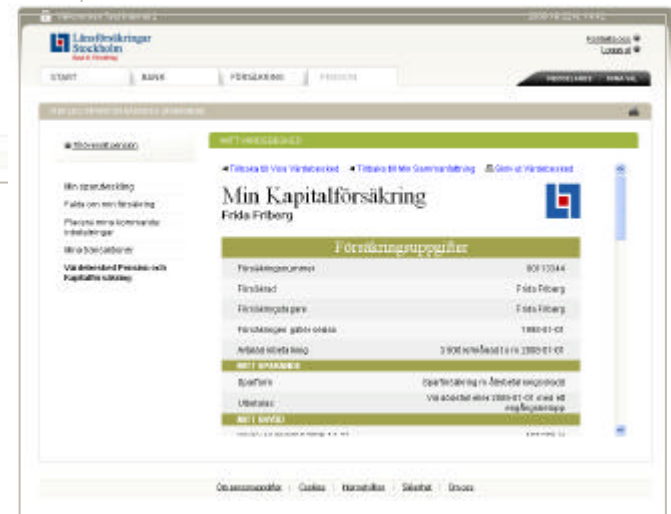




# Värdebesked 2008 på internet (on-line)



- Webbssidor
- På inloggade sidor
- Utökad information
- Länkar till fördjupad information



# Resultat

- Ökat kundvärdet
  - > 95 % läser värdebeskedet
  - > 90 av kunderna tycker att det är bra eller mycket bra.
  - > 80 % sparar det för framtida användning
- Startat dialog med kunderna – upp till 5 % svar beroende på tips och kundgrupp
- Differentierat oss gentemot konkurrenterna
- Följt och förstärkt marknads- och varumärkesstrategin med målen kundorientering och tydlighet.

# Kundcitat

Jag vill berätta följande för er:

Tack för den mycket  
välöverstodliga  
sparbestället, synd bara  
att värdet gått ner

ta följande  
va b

Jag vill berätta följande för er:

Jag är intresserad av  
att ha LF som Bank  
för företaget och som

Jag vill berätta följ

Hej! Även om

bannad över värdepappers-  
ningen i HPK-samt lagid  
försäkringarna, vill jag ge er  
pluspeng för de oörligt  
tydliga och illustrativa  
värdepappers

PS. Värdepappers va det

tydligt jag sett - BRAVO!

Jag vill berätta följande för er:

Jag vill teckna en  
Pensionsförs. eller liknande  
till mina 3 barn för  
deras framtid

# Lärdomar

- Tuffa mål ger resultat
- Kunderna uppskattar att man anstränger sig
- Kontinuerlig utveckling håller lågan vid liv
- Administrativ post är guldåder som väntar på att bli upptäckt

# Fortsatt utveckling

- Evolutionär utveckling
- Slussa kunder till internet
- Integrera med övrig kommunikation

# Sammanfattning

## Då

- Administrativ kostnad
- Produktstyrd information
- En kanal
- Problem för bolagen

## Nu

- Investering i kundrelationer
- Kundstyrd dialog
- Kunden väljer kanal
- Möjlighet för bolagen

Eller...



FÖRE



EFTER

