

Az Allianz Hungária a legjobb a biztosítási piacon

A KPMG legfrissebb magyarországi kutatása során több mint 3000 fogyasztót kérdeztek meg az elmúlt fél évben történt vásárlásaikról. A felmérés egy nemzetközileg közel egy évtizede alkalmazott módszertan szerint vizsgálta meg nyolc iparág szereplőit. A kutatás arra fókuszált, hogy miért és hogyan alakulnak ki az ügyfelek fejében a pozitív élmények. A felmérés eredménye alapján a hazai biztosítási piacon az Allianz lett a legszerethetőbb márka.

A KPMG ügyfélélményt vizsgáló reprezentatív felméréséből az derült ki, hogy egyre tudatosabbak az ügyfelek és egyre inkább fontos számukra az ügyfélélmény. A kutatás hat szempont szerint mérte a legnagyobb márkák fogyasztói megítélését Magyarországon. A kiemelkedő ügyfélélményt nyolc különböző szektorban mérték, végül ötven márka került a legjobbak közé, ezekből a biztosítók kategóriájában az Allianz Hungária az első helyen végzett.

A felmérés rámutatott arra, hogy a magyar fogyasztók többségénél az ár, illetve az ár-érték arány az egyik legfontosabb szempont, azonban lassan a vásárlási ügyfélélmény is kezd egyre nagyobb szerepet játszani a döntésben.

A kutatás során összesen háromezer embert kérdeztek meg, akiknek az elmúlt fél évben konkrét fogyasztói tapasztalatuk volt az adott cégekkel kapcsolatban, valamint további 30 ezer márkaértékelést gyűjtöttek be online kérdőíveken. A [„Customer Experience Excellence Report”](#) a következő hat megközelítésből elemezte az ügyfélélményt az egyes márkák esetében:

- **Ügyfélismeret:** ismerje alaposan ügyfelei speciális igényeit, alkalmazkodjon hozzájuk és legyen képes érzelmi kötődést kialakítani
- **Elvárások:** feleljen meg a megelőlegezett bizalomnak, illetve teljesítse túl a márkával szembeni ügyfélelvárásokat.
- **Idő és erőfeszítés:** értékelje az ügyfelei idejét, fordítson kellő időt és energiát rájuk, gyorsan reagáljon a megkeresésekre és törekedjen a felesleges bürokrácia megszüntetésére.
- **Integritás:** a márka értékeivel összhangban működjön a szervezet, hitelességet és megbízhatóságot közvetítve.
- **Megoldás:** ismerje fel és lássa be, ha valami probléma merül fel szolgáltatásával vagy termékével kapcsolatban, és javítsa ki. Ha az ügyfél azt tapasztalja, hogy őszintén bocsánatot kérnek tőle, akkor a vásárlás pozitív élmény maradhat.
- **Empátia:** legyen empátikus ügyfeleivel, hiszen az empátikus magatartás nagyban hozzájárul az ügyfélélményhez.