

# DIGITAL FINANS

## 2017

PREVIEW

 | Wilke 



# Indholdsfortegnelse

Forord	side 4
Fire topchefer om digitalisering	side 5
Undersøgelsen bag årets finansvirksomhed 2017	side 7
Overordnede resultater — store banker	side 14
Overordnede resultater — mellemstore banker	side 19
Overordnede resultater — forsikringsselskaber	side 24
Overordnede resultater — pensionsselskaber	side 29
Her er vinderne på forskellige områder	side 34
Kundernes tilfredshed med finansvirksomhedernes digitale løsninger	side 38
Finansvirksomhederne om deres digitale strategi	side 46
Performancemåling fra Digidure Deloitte	side 53
Kend dine kunders behov	side 61
Forsikring & Pension spår større brug af kunstig intelligens	side 63
Digitale løsninger – relevans, individualisering og digital betjening	side 65
Særkørsel med resultaterne for din virksomhed (vedlagt separat)	side 70
Appendiks	side 71

## **FW** INSIGHT

FW Insight er FinansWatch' videntilbud, der ved siden af vores løbende nyhedsdækning tilbyder fordybelse og ny indsigt på en række centrale områder i den danske finanssektor. Som FW Insight-abonnent modtager din virksomhed vores fire store rapporter/målinger, herunder særkørsler på egen virksomhed, gratis billetter til vores konferencer, resultater af surveys mm.

Læs mere om FW Insight bagest i rapporten.

## **w** | Wilke

Hos Wilke tror vi på, at indsigter i menneskers behov er livsnerven i enhver virksomhed. Det er behov, der driver markeder, ikke produkter, priser eller teknologiske landvindinger. Vinderne i markedet er dem, som forstår behovene bedre end konkurrenten, og som kan omsætte deres viden til bedre løsninger.

Men indsigter fører ikke automatisk til bedre løsninger og en mere konkurrencedygtig forretning. Indsigterne skal bringes til live i de løsninger, som din virksomhed går til markedet med. Det er den proces, vi er specialister i hos Wilke.

Vi er en dansk rådgivnings- og analysevirksomhed, der siden 1999 har hjulpet virksomheder i ind- og udland med at skabe forandringer baseret på kundeindsigter. Vi arbejder med en model, der giver svar på fire helt centrale spørgsmål:



### **BRANDET**

Hvem er vi egentlig?



### **MÅLGRUPPEN**

Hvem er vi til for?



### **VALUE PROPOSITION**

Hvordan skaber vi værdi for dem, vi er til for?



### **INNOVATION**

Hvor er vi om 3-5-10 år?

Vi hjælper bl.a. vores kunder med: Kundetilfredshed og -loyalitet (NPS), kundesegmentering, markedssimulering (ConJoint, MaxDiff etc.), churn analyse, kampagnemålinger, kvalitative metoder (bl.a. antropologi og co-creation) og innovation.

Læs mere om os på [www.wilke.dk](http://www.wilke.dk).

## Forord

Du sidder med Digital Finans 2017-rapporten, der indeholder den største kortlægning af den digitale transformation i den danske finanssektor. Dette er den anden udgave af rapporten, der udgives i et samarbejde mellem FinansWatch og Wilke.

Undersøgelsen, der blandt andet giver anledning til kåringen af Årets Digitale Finansvirksomhed, er en årligt tilbagevendende begivenhed, som vi udvikler løbende. Formålet er at trænge ned under buzzwords og floskler og kigge på den digitale substans i finanssektoren.

Digitalisering er langt fra det eneste parameter for succes i sektoren. Men det er et parameter, som det er afgørende at forholde sig til.

Undersøgelsen er designet af FinansWatch og Wilke med input fra et bredt sammensat advisory board bestående af digitalt ansvarlige fra finanssektoren og eksterne eksperter. Den indeholder både en vurdering af de digitale kundeløsninger samt virksomhedernes interne digitale processer. Mere end 3.000 besvarelser fra kunder i de største finansvirksomheder, ekspertvurderinger af de digitale kundeløsninger og indberetninger fra de ansvarlige for det digitale område i de største finansvirksomheder bidrager til undersøgelsen.

Metoden er grundlæggende den samme som i 2016. Der er foretaget enkelte mindre justeringer på basis af tilbagemeldinger på sidste års rapport.

Det er ikke en udtømmende undersøgelse, og vi tager ikke højde for samtlige digitale parametre, men vi tilbyder et redskab og en inspiration, som din virksomhed forhåbentlig vil få glæde af i arbejdet med den digitale transformation.

Ud over selve rangeringen af de finansielle virksomheder indeholder nærværende rapport også en detaljeret gennemgang af kundernes vurdering af selskabernes digitale løsninger, interview med en række topchefer om udfordringer ved digitaliseringen, en performancemåling af selskabernes hjemmesider, Forsikring & Pensions syn på den digitale udvikling samt et indblik i finansselskabernes arbejde med digitale strategier.

Endelig indeholder rapporten en særkørsel med resultaterne for din virksomhed samt konkurrenterne.

Rapporten er en del af FinansWatch' videntilbud, FW Insight, der indeholder en række undersøgelser af og tilhørende arrangementer om forretningskritiske spørgsmål i den finansielle sektor.

**Kamilla Korsgaard Svane**  
Head of Financial Services, Wilke

**Jens Ruskov**  
Chefanalytiker, Watch Medier

*Rapporten er alene til brug for din virksomhed og må ikke deles uden for virksomheden.*

# Fire topchefer om digitalisering



**JAN ULSØ MADSEN**

Administrerende bankdirektør, Vestjysk Bank

*Hvor har Vestjysk Bank rykket sig mest på det digitale område i løbet af det seneste år?*

Gennem 2016 har vi sat yderligere fokus på den digitale udvikling og tilbyder nu vores kunder mulighed for at holde online videomøder med deres rådgiver, hvor vi kan dele dokumenter på skærmen, og kunde og rådgiver kan se og høre hinanden.

Både net- og mobilbanken er også blevet yderligere udviklet, og der er nu en lang række nye digitale lånemuligheder for kunderne direkte tilgængelige på disse platforme.

Endvidere har vi i samarbejde med BEC, der er en værdifuld sparringspartner for os, strømlinet arbejdsgangene på udlånssager, hvorved vi mere effektivt udnytter de digitale systemmæssige muligheder med en kortere sagsbehandling til følge.

*Hvad er jeres vigtigste digitale udfordring i det kommende år?*

Det er vigtigt for os, at vi løbende formår at effektivisere vores arbejdsgange ved til stadighed at sikre, at vi gør brug af og implementerer de nye digitale muligheder.

Vi har udnævnt tre nøgleord for 2017: Nærvær, kompetence og hurtighed. Alt, hvad vi gør i vores arbejde, skal understøtte disse tre ord – det gælder også på det digitale område. Vi skal sikre, at vi bruger vores viden om vores kunder på en måde, så vi kan agere proaktivt i kontakten med dem. Vi skal sikre, at alt vores kommunikation opfattes som nærværende og personlig for den enkelte kunde – også i de tilfælde, hvor den sker automatiseret.

En udfordring for os er også anvendelsen og ibrugtagelsen af den nye robotteknologi. Anvendt med omtanke forventer vi os meget af denne.

*Forventer du, at Vestjysk Bank får konkurrence fra nye spillere i løbet af de kommende år?*

Digitalisering, globalisering og brancheglidning vil helt sikkert betyde, at vi fremover vil se helt nye og stærke konkurrenter, som vil forsøge at erobre flere og flere dele af vores forretning.

*Hvordan sikrer man, at den digitale udvikling kommer kunderne til gode?*

I Vestjysk Bank er det vores klare målsætning at bevare den menneskelige relation på den digitale platform. I vores daglige arbejde internt i banken har vi meget stor fokus på digitalisering og forbedring af vores data og viden om vores kunder. Men det gælder til stadighed om, at vi altid skal møde kunderne "personligt", lige meget om det er via fysiske møder i banken, i telefonen, via Skype, e-mail eller via andre onlinekanaler. Den individuelle og personlige tilgang er afgørende for os samtidig med, at vi skal sikre, at vi har de digitale værktøjer, som gør det nemt for kunderne at interagere med os som bank.

Da vi strømlinede vores processer for privatudlån, viste det os, at vi herved frigjorde mange mandetimer fra sagsbehandling til direkte kundekontakt. Vi tror på, at det, at der er mere tid til at være udadvendt og opsøgende over for vores kunder, er medvirkende til, at vi kan give vores kunder en meget bedre kundeoplevelse.



**MICHAEL CHRISTENSEN**

Udviklingschef, Lægernes Bank

*Hvor har I rykket jer mest på det digitale område i løbet af det seneste år?*

Kunderne i Lægernes Bank underskriver nu langt de fleste låneaftaler og dokumenter digitalt. Det giver større sikkerhed og en mærkbart hurtigere proces for begge parter.

*Hvad er jeres vigtigste digitale udfordring i det kommende år?*

Personlig rådgivning er kernekompetencen i en fuldservicebank som Lægernes Bank. Med rådgivningsmøder på nettet, fx via Skype, kan du møde banken, hvor det passer dig bedst. Vi har teknikken, men som med alt andet er det et spørgsmål om, at brugerne skal vænne sig til det nye.

*Forventer du, at I får konkurrence fra nye spillere i løbet af de kommende år?*

Helt klart ja. Særligt inden for fintech, men

også når vi kigger på udbuddet af betalingsløsninger, som er effektivt til at tiltrække nye kunder.

*Hvordan sikrer man, at den digitale udvikling kommer kunderne til gode?*

Den digitale udvikling er i høj grad drevet af kunderne og deres behov, så det sker helt naturligt. Målsætningen med ethvert digitalt tiltag er at gøre deres hverdag enklere og vores ydelser bedre og billigere.



**ANNE METTE TOFTEGAARD**

Administrerende direktør,  
LB Forsikring

*Hvor har LB Forsikring rykket sig mest på det digitale område i løbet af det seneste år?*

Vi har erkendt, at vi ikke har et fundament, der er godt nok, og derfor er vi i gang med at udskifte det hele. Så spørg mig igen til næste år – for vi er ved at implementere et nyt kernesystem og herunder udvikle en ny selvbetjeningsportal.

*Hvad er jeres vigtigste digitale udfordring i det kommende år?*

Det er at udskifte vores kernesystem, sådan vi kan drive alle vores digitale services optimalt, herunder den nye selvbetjeningsportal.

*Forventer du, at LB Forsikring får konkurrence fra nye spillere i løbet af de kommende år?*

Nej. Når det kun er på et års sigt, så er det for kort i forhold til, når man taler om nye spillere. Jeg tror rent faktisk, at konkurrencen blandt de eksisterende spillere er så tilpas hård, at der ikke vil komme nye ind.

*Hvordan sikrer man, at den digitale udvikling kommer kunderne til gode?*

Det gør man ved konstant at fokusere på kundernes behov – også selvom de ikke selv kender dem. Det vil blive forventet af os, at vi vil forudse nogle behov, som ikke er ytret endnu.



**HASSE JØRGENSEN**

Administrerende direktør,  
Sampension

*Hvor har Sampension rykket sig mest på det digitale område i løbet af det seneste år?*

Sampension har især rykket sig på to fronter:

- 1) Sampension er ved at etablere en separat digital enhed, der skal skabe en sublim kundeoplevelse
- 2) Øget personalisering af kundeoplevelsen ved intelligent brug af data. På den måde skaber Sampension en simplere og mere intuitiv kundeproces

*Hvad er jeres vigtigste digitale udfordring i det kommende år?*

Få gjort den digitale kundeoplevelse endnu mere relevant og nærværende for kunderne, så kunderne får taget stilling og bliver trygge ved de valg, de tager. Det er ikke trivielt at øge interessen for pension.

*Forventer du, at Sampension får konkurrence fra nye spillere i løbet af de kommende år?*

Ikke på den korte bane. Det danske pensionssystem er godt forankret i det danske arbejdsmarked og i øvrigt tungt reguleret.

Det er ikke så let at komme til.

På længere sigt må man forvente, at nye forretningsmodeller gør deres indtog og udfordrer det eksisterende på samme måde, som man har set i andre brancher.

Sampension ser i højere grad det digitale som en mulighed end som en trussel.

*Hvordan sikrer man, at den digitale udvikling kommer kunderne til gode?*

Det korte svar er en stor kundeinvolvering. Hos Sampensions nye digitale team bliver alle ideer først og fremmest vurderet og afprøvet i forhold til, hvilken værdi, det har for kundeoplevelsen. Og vurderingen foretages altid i dialog med kunderne, der får mulighed for at teste beta-versioner eller afprøve prototyper. Hvis kunderne vender tommelfingeren nedad, er det tilbage til tegnebrættet.

Derudover kan vi som en kundeforret virksomhed tillade os at fokusere på netop kunderne og ikke på et mål om økonomisk indtjening til aktionærerne.

# Undersøgelsen bag Årets Digitale Finansvirksomhed 2017

## Indledning

På de efterfølgende sider kan du læse om den store undersøgelse bag kåringen af Årets Digitale Finansvirksomhed 2017.

Først præsenteres metoden bag undersøgelsen.

Derefter præsenteres detaljerede rangeringer i de fire kategorier af virksomheder:

- Store banker
- Mellemstore banker
- Forsikringsselskaber
- Pensionselskaber

Afsnittet indeholder desuden en oversigt over, hvilke virksomheder der klarer sig bedst på en lang række målepunkter i undersøgelsen.

Derefter kan du læse detaljeret om kundernes tilfredshed med finansvirksomhedernes digitale løsninger på tværs af selskaber samt resultater af finansvirksomhedernes indberetninger om deres digitale strategi.

Afslutningsvis præsenterer vi udvalgte resultater fra Digicure Deloitte's analyse af finansvirksomhedernes hjemmesiders performance.

Du kan se detaljerede resultater for din egen virksomhed og konkurrenterne i særkørslen (vedlagt separat i Excel-format).



## Metode

### Hvilke finansvirksomheder er med?

I undersøgelsen bag kåringen af årets digitale finansvirksomhed indgår som udgangspunkt de 25 største banker i Danmark målt på balancen i 2015 samt de 10 største forsikringselskaber og de 14 største pensionsselskaber i Danmark målt på markedsandele i 2015 oplyst af Forsikring & Pension. Bankerne er inddelt i to grupper: Store banker og mellemstore banker, hvor store banker er defineret som de otte største målt på balancen.

For en række af disse virksomheder har det ikke været muligt at skaffe data for en eller flere af de tre delundersøgelser, som undersøgelsen består af. Følgende virksomheder indgår i rangeringerne:

Store banker	Mellemstore banker	Forsikring	Pension
Arbejdernes Landsbank	Alm. Brand Bank	Alka	AP Pension
Danske Bank	Danske Andelskassers Bank	Alm. Brand	Danica Pension
Handelsbanken	Djurslands Bank	Codan	Industriens Pension
Jyske Bank	Jutlander Bank	GF-Forsikring	Lærernes Pension
Nordea	Lån & Spar Bank	Gjensidige Forsikring	MP Pension
Nykredit Bank	Middelfart Sparekasse	If	Nordea Liv & Pension
Spar Nord Bank	Nordjyske Bank	LB Forsikring	PenSam
Sydbank	Skjern Bank	Topdanmark	Pension Danmark
	Sparekassen Kronjylland	Tryg	PFA Pension
	Sparekassen Sjælland		PKA
	Vestjysk Bank		Sampension
			SEB
			Skandia
			Topdanmark Livsforsikring

Kåringen er baseret på en metodisk fremgangsmåde med følgende tre dele:

- Kundernes vurdering af virksomhedernes digitale produkter og løsninger
- Ekspertvurdering af virksomhedernes digitale produkter og løsninger
- Indrapporteringer fra virksomhederne af en lang række kvalitative og kvantitative forhold omkring deres digitale strategi, arbejde med kunde- og forbrugerindsigter samt virksomhedens automatisering/flow. Dette er sket i forbindelse med et dybdegående interview med den ansvarlige for bankens digitale strategi.

For en række af virksomhederne har det ikke været muligt at skaffe data for en eller flere af de tre delundersøgelser. Virksomheder indgår kun i den samlede kåring, hvis der er data for alle tre delundersøgelser.

I det følgende introduceres hvert enkelt metodisk grundelement.

### Sådan fandt vi frem til årets digitale finansvirksomheder

Kåringen af årets digitale finansvirksomhed er baseret på en grundig undersøgelse af de danske finansvirksomheders digitale performance. Digital performance er i denne undersøgelse vurderet ved at betragte virksomhedernes digitale performance både internt og eksternt. Internt ved at vurdere virksomhedernes digitale strategi, kunde- og forbrugerindsigter, samt automatisering og flow af interne kerneprocesser. Eksternt ved at undersøge virksomhedernes digitale kundeløsninger, f.eks. netbank, apps, hjemmeside, sociale medier, mv.

For samlet at performe digitalt er det afgørende både at performe godt internt og eksternt. En virksomhed kan være nok

så digital udadtil med gode digitale kundeløsninger, men hvis de interne kerneprocesser ikke er digitaliserede og automatiserede, er den digitale performance ikke optimal. Det samme gælder omvendt.

## Kundernes vurdering af de digitale kundeløsninger

I perioden 3. februar- 6. marts 2017 gennemførte Wilke interview med mere end 3.000 kunder i de udvalgte banker, forsikringsselskaber og pensionselskaber. Respondenterne er primært fra Wilkes eget online-panel, men som et supplement har alle finansvirksomhederne haft mulighed for at bidrage med egne kundelister. Dette tilbud har nogle virksomheder benyttet sig af, og deres kundelister er således taget i brug, hvis antallet af respondenter for den givne virksomhed ikke har været af en tilfredsstillende størrelse.

Vi afdækkede kundernes brug af og brugertilfredshed med virksomhedernes digitale løsninger og opnåede herved indblik i, hvordan virksomhederne performer digitalt over for deres kunder. Vi spurgte kunderne om fire specifikke digitale kundeløsninger og om, hvor nytænkende brugerne opfattede virksomheden, når det kom til digitale løsninger og produkter.



*Note: For bankerne er vurderet hhv. netbank og mobilbank. For forsikrings- og pensionselskaber hhv. 'Min side' og app.*

### NETBANK/MIN SIDE OG MOBILBANK/APP

Disse digitale kundeløsninger har kunderne vurderet på følgende målepunkter:

- ✓ Nem at anvende
- ✓ Overskuelig at anvende
- ✓ Hurtig og effektiv at anvende
- ✓ Dækker i høj grad mine behov som kunde
- ✓ Giver mig den information, som jeg har brug for
- ✓ Er personligt tilpasset til mig
- ✓ Jeg har oplevet et teknisk problem, så jeg måtte kontakte virksomheden
- ✓ Jeg er interesseret i mere rådgivning om funktionerne

### DIGITAL KOMMUNIKATION

Den digitale kommunikation, som kunderne modtager fra virksomhederne eksempelvis på mail, sms, chat eller video, har kunderne vurderet på følgende målepunkter:

- ✓ Kan altid komme hurtigt i kontakt via digitale muligheder (mail, sms, chat, video)
- ✓ Den digitale kommunikation/information er altid tilpasset personligt
- ✓ Den digitale kommunikation/information er altid relevant

- ✓ Den digitale kommunikation/information er altid nem at forstå, så yderligere kontakt for nærmere information ikke er nødvendig
- ✓ Altid et hurtigt svar ved digital kontakt
- ✓ Altid opdateret omkring kundens situation og tidligere henvendelser
- ✓ Effektiv til at hjælpe kunden ved digital kontakt
- ✓ Sociale medier: Opslag på sociale medier, som kunden har set, er relevante for kunden

## HJEMMESIDE

Virksomhedernes hjemmeside har kunderne vurderet på følgende målepunkter:

- ✓ Kunderne finder hurtigt og nemt den information, som de søger
- ✓ Indeholder tilstrækkelig og relevant information
- ✓ Overskuelighed
- ✓ Søgning af information på hjemmesiden inden kontakt til virksomheden

Kundernes vurderinger af ovenstående digitale løsninger er sammen med kundernes opfattelse af, hvor innovativt selskabet er, samlet til én score. I scoringen er der taget højde for, at alle målepunkter ikke er lige vigtige for den samlede kundeoplevelse af virksomhedens digitale performance. Kunderne har vurderet hvert enkelt målepunkt på en 5-punktsskala.

## Ekspertvurdering af de digitale løsninger

Ekspertvurderingen består af en objektiv vurdering af de digitale kundeløsninger for banker, forsikringselskaber og pensionselskaber. Ekspertvurderingen er udført af Wilkes eksperter med vejledning fra digitale it-eksperter. I ekspertvurderingen indgår følgende elementer:



I ekspertvurderingen af **netbank/Min side** og **Mobilbank/app** indgår følgende vurderingspunkter:

- ✓ Login-muligheder
- ✓ Personlig velkomst
- ✓ Overskuelighed af forsiden
- ✓ Mulighed for overblik over primære kundebehov (eksempelvis posteringer, policer, pensionsopsparing)
- ✓ Overblik over tidligere kontakter
- ✓ Kontaktoplysninger
- ✓ Funktioner vurderet på funktionalitet og brugervenlighed (eksempelvis forbrugsoversigt, skadeanmeldelse, ændring af pensionsopsparing)

For hvert målepunkt er der tildelt point, hvorefter en samlet score er beregnet ud fra antal scorede point holdt op imod det maksimale point antal, der kunne opnås.

**Performancemålingen** er foretaget af Digidure Deloitte, der har målt selskabernes hjemmesiders tekniske performance ud fra en lang række parametre. I ekspertvurderingen er en samlet score tildelt ud fra virksomhedens performance og svartider ('load tid' og 'start render tid'). Se mere om Digidure Deloitte's analyse på side 53.

**Hjemmesiderne** er ud over deres tekniske digitale performance også vurderet på baggrund af følgende punkter:

- ✓ Førstehåndsindtryk af forsiden
- ✓ Velkomst
- ✓ Gjort ekstra opmærksom på hjælpefunktioner
- ✓ FAQ
- ✓ Funktioner vurderet på synlighed, funktionalitet og brugervenlighed (eksempelvis spærring af kort, kaskoforsikring, guide til ny pensionskunde efter arbejdsgiverskifte)

Virksomhedernes **digitale respons** er testet i forhold til ikke-kunder. Det er vurderet ud fra følgende punkter, der viser, hvor nemt nye kunder kan komme digitalt i kontakt med virksomhederne.

- ✓ Chatfunktion (gjort ekstra opmærksom på chatfunktion)
- ✓ Svartid ved chat
- ✓ Relevant svar ved chat
- ✓ Kundeservicemail (gjort ekstra opmærksom på mail)
- ✓ Svartid ved kontakt
- ✓ Relevant på mail

Virksomhedernes tilstedeværelse på **sociale medier** er målt med primært afsæt i Facebook ud fra følgende målepunkter:

- ✓ Antal opslag i en tre-måneders periode relativt til virksomhed med størst antal opslag
- ✓ Antal følgere relativt til virksomhed med størst antal følgere
- ✓ Gennemsnitlige antal reaktioner på de sidste tre måneders opslag relativt til virksomheden med største gennemsnitlige antal reaktioner
- ✓ Gennemsnitlige antal delinger af de sidste tre måneders opslag relativt til virksomheden med største gennemsnitlige antal delinger
- ✓ Gennemsnitlige svartid på to separate forespørgsler sendt som privat besked på Facebook, relativt til svartiden for virksomheden med den hurtigste svartid
- ✓ Aktiv på Twitter
- ✓ Aktiv på LinkedIn

## Indrapportering fra virksomhederne via interview med den ansvarlige for den digitale strategi

Wilke har samlet indrapporteringer og gennemført interview med de virksomheder, som har indvilliget i deltagelse. På den måde har vi afdækket virksomhedernes performance for den digitale strategi, kunde- og forbrugerindsigter.



**Den digitale strategi** er vurderet ud fra følgende målepunkter:

- ✓ Selve strategien (nytænkning, forankring, markedsambition og markedsposition)
- ✓ Medarbejder- og ledelseskompetencer i forhold til indfrielse af strategi
- ✓ Internt kendskab til den digitale strategi
- ✓ Tid med stærk og målrettet digital strategi
- ✓ Kommende trusler i markedet

**Kunde- og forbrugerindsigter** er vurderet ud fra følgende målepunkter:

- ✓ Registrering af digitale og ikke-digitale kundekontakter og oplysninger herfra
- ✓ Fuldt indblik i kundehistorik
- ✓ Optimering af digitale kundekanaler
- ✓ Anvendelse af interne, eksterne og big data-analyser

**Virksomhedernes automatisering og flow** er vurderet ud fra følgende målepunkter:

- ✓ Vurdering af kerneprocessers digitalisering i hhv. bank, forsikring og pension
- ✓ Digital oprettelse
- ✓ Digital afslutning af kundeforhold
- ✓ Virksomhedens egen måling af intern digital performance

## Kåringerne



### BEDSTE DIGITALE KUNDELØSNING

Kundernes vurdering

Ekspertvurdering



### BEDSTE INTERNE DIGITALE SETUP

Kåringen er baseret på data fra...

Ekspertvurdering

Interview/  
indberetninger



### ÅRETS DIGITALE FINANSVIRKSOMHED

Kundernes vurdering

Ekspertvurdering

Interview/  
indberetninger

I alt blev uddelt tre priser for hver af de fire virksomhedsgrupper. Prisen 'Bedste digitale kundeløsning' blev givet til virksomheder, som sammenlagt klarede sig bedst på baggrund af kundernes vurdering og ekspertvurderingen. Prisen 'bedste digitale setup' blev givet på baggrund af interviewene med den ansvarlige for virksomhedens digitale strategi. Interviewene blev valideret på baggrund af ekspertvurderingen. Prisen som 'Årets digitale finansvirksomhed' blev givet til de virksomheder, som overordnet performede bedst i hele undersøgelsen. Her indgik både kundernes vurdering, ekspertvurderingen og virksomhedsinterviewene. I den samlede kåring er der lagt større vægt på den eksterne digitale performance i forhold til den interne del.

# Det indeholder rapporten

Her kan du læse mere om, hvad rapporten Digital Finans 2017 indeholder.

## FORORD

Hvorfor har vi lavet undersøgelsen og kåringen af årets digitale finansvirksomhed?

## FIRE TOPCHEFER OM DIGITALISERING

Jan Ulsø Madsen fra Vestjysk Bank, Michael Christensen fra Lægernes Bank, Anne Mette Toftegaard fra LB Forsikring og Hasse Jørgensen fra Sampension besvarer spørgsmål om virksomhedernes planer og erfaringer med digitalisering.

## UNDERSØGELSEN. METODE

Udførlig beskrivelse af metoden bag årets digitale finansvirksomhed.

## UNDERSØGELSEN. STORE BANKER

Rangeringer af de største banker. Se detaljerede rangeringer af de bedste digitale kundeløsninger og bedste interne digitale setup samt den samlede rangering i gruppen. Med begrundelser for de forskellige vindere.

## UNDERSØGELSEN. MELLEMSTORE BANKER

Rangeringer af de mellemstore banker. Se detaljerede rangeringer af de bedste digitale kundeløsninger og bedste interne digitale setup samt den samlede rangering i gruppen. Med begrundelser for de forskellige vindere.

## UNDERSØGELSEN. FORSIKRINGSSKABER

Rangeringer af de største forsikringsselskaber. Se detaljerede rangeringer af de bedste digitale kundeløsninger og bedste interne digitale setup samt den samlede rangering i gruppen. Med begrundelser for de forskellige vindere.

## UNDERSØGELSEN. PENSIONSSKABER

Rangeringer af de største pensionsselskaber. Se detaljerede rangeringer af de bedste digitale kundeløsninger og bedste interne digitale setup samt den samlede rangering i gruppen. Med begrundelser for de forskellige vindere.

## UNDERSØGELSEN. VINDERNE PÅ FORSKELLIGE OMRÅDER

Hvem har den bedste netbank, mobilbank, hjemmeside og personlige side? Og hvem bliver opfattet som de mest innovative virksomheder i sektoren?

## UNDERSØGELSEN. KUNDERNES TILFREDSHED MED FINANSVIRKSOMHEDERNES DIGITALE LØSNINGER

Hvor meget betyder digitale løsninger for danskernes valg af finansielle virksomheder og hvordan er tilfredsheden på tværs af finansvirksomhederne med blandt andet netbank, mobilbank, 'Min side', hjemmesider og digital kommunikation.

## UNDERSØGELSEN. FINANSVIRKSOMHEDERNE OM DERES DIGITALE STRATEGI

Præsentation af resultaterne af finansvirksomhedernes indberetninger om deres digitale strategi, anvendelse af data samt virksomhedens automatisering og flow for interne kerneprocesser.

## UNDERSØGELSEN. PERFORMANCEMÅLING

Præsentation af Diginet Deloitte's analyse af 140 finansvirksomheders hjemmesiders performance.

## KEND DINE KUNDERS BEHOV

Kamilla Korsgaard Svane, Head of Financial Services hos Wilke, forklarer om finansvirksomhedernes muligheder og udfordringer med nye digitale løsninger.

## INTERVIEW MED PEDER HERBO FRA FORSIKRING & PENSION

It-chef hos brancheforeningen Forsikring & Pension, Peder Herbo, ser potentiale i både kunstig intelligens, automatisering og blockchain.

## DIGITALE LØSNINGER – RELEVANS, INDIVIDUALISERING OG DIGITAL BETJENING

Resultater fra opinionsundersøgelse blandt et repræsentativt udsnit af den danske befolkning. Om relevansen af digitale henvendelser fra finansvirksomheder, ønsker til individualisering af finansvirksomhedernes produkter og villighed til at afgive personlige oplysninger til finansvirksomheder.

## SÆRKØRSEL MED DATA FOR DIN EGEN VIRKSOMHED OG KONKURRENTERNE

Særkørsel med masser af data fra undersøgelsen. Sammenlign din egen virksomheds digitale performance med den relevante branche og dine konkurrenter. Data fra panelundersøgelsen blandt finansvirksomhedernes kunder, fra ekspertvurderingen af de digitale løsninger og fra virksomhedernes indrapporteringer om deres digitale strategi.

## APPENDIKS

Se alle data fra Digicure Deloittes store analyse af 140 finansvirksomheders hjemmesiders performance.

Vil du købe rapporten eller høre mere om FW Insight og priser?

Kontakt Lars Bräuner på tlf. 71 71 74 33 eller send en mail til [lars@infowatch.dk](mailto:lars@infowatch.dk).



