

**Hur skapas ett lyckat
samspel mellan
kundupplevelse och
medarbetarengagemang?**

Läraryrsförsäkringars
nyckelfaktorer till
framgång

Brilliant





Om Lärarförsäkringar

Lärarförsäkringar startade 1998 och ägs av Lärarförbundet och Lärarnas Riksförbund. Idag är de totalt 28 anställda på kontoret i Stockholm.

91%

av Lärarförsäkringars
medarbetare är engagerade
i sitt arbete.

Lärarförsäkringar och Brilliant's samarbete

Lärarförsäkringar upplevde länge ett fint engagemang hos sina medarbetare och att deras kunder var nöjda med deras tjänster. Sedan 2012 har Brilliant hjälpt Lärarförsäkringar att mäta och förstå sin kundupplevelse.

Företaget genomförde sina egna medarbetarundersökningar och kände som mindre bolag, sett till antal anställda, inte ett behov av att ta hjälp med medarbetarundersökningarna. Men med ett ökat behov av att få bättre förståelse för sin medarbetarupplevelse och anonymisera sina undersökningar inleddes ett samarbete med Brilliant även för medarbetarmätningar. Idag stöttar Brilliant Lärarförsäkringar löpande i hela kedjan av engagerade medarbetare, lojala kunder och vidare hur det påverkar resultatet.

Initiativ som tillsammans genomförts:

→ **Medarbetarundersökningar** årligen och löpande för att identifiera områden där bolaget eventuellt kan ha tappat styrfart mot mål och för att få en överblick över det allmänna klimatet och engagemanget hos medarbetarna.

→ **DISA-Analyser** på alla medarbetare för att skapa en ökad insikt om hur medarbetarna själva fungerar men även hur andra medarbetare fungerar. Vidare som grund för att skapa ett gemensamt språk, påvisa beteendemönster, öppna upp för dialog, skapa en förståelse för innebörden av beteendemässiga olikheter och uttryckssätt inom organisationen och i kunddialogen.

→ **Kundundersökningar** för kundservice och pensionrådgivning. Genom realtidsmätningar i telefonsamtal och bokade möten.

→ **Förutsättningar för att förvalta kundernas feedback till actions** genom Brilliant Loyalty System (BLS). BLS samlar in kundernas synpunkter oavsett i vilken kanal de befinner sig, från muntligt till text, och skickar dem vidare till rätt person i organisationen. Vidare ger det stöd för uppföljning av kundfeedback för att förstå och dokumentera rotorsaker. Detta blir också beslutsunderlag för affärsutveckling.

100%

av Lärarförsäkringars medarbetare tycker att företagets ledningsgrupp leder företaget på ett bra sätt.

90%

av Lärarförsäkringars medarbetare tycker att ledningen är bra på att kommunicera internt.

Har vi verkligen ett öppet klimat?

På Läraryrsäkringar upplevde ledningen ett öppet klimat bland medarbetarna med högt i tak. Att genomföra och sammanställa medarbetarundersökningar ansågs som något som kunde göras på egen hand då organisationen inte var så stor (sett till antalet anställda). Sara Öster, Rådgivningschef på Läraryrsäkringar berättar att de sedan tänkte om och ville ha en partner som de genomförde medarbetarundersökningarna tillsammans med: "Man är farligt ute om man som företag är säker på, utan att ha undersökt anonymt, att man har ett öppet klimat".

Medarbetarengagemang på agendan i alla möten

Data visar att Läraryrsäkringar har haft ett fint engagemang, både när undersökningarna sköttes inhouse men också med Brilliant. Genom att mäta med Brilliant Data har de nu också möjlighet att jämföra hur de ligger till mot andra i organisationer, likt en omvärldsbevakning. Idag jobbar de med medarbetarengagemang hela tiden, varje dag. Det är vad som krävs för att skapa och behålla ett engagemang bland medarbetarna. Läraryrsäkringar upplever inte att det räcker med en punktinsats en gång per år på en konferens eller liknande. Medarbetarengagemang står därför på agendan i månadsmöten där alla medarbetare möts, på teammöten samt under individuella möten. De ser att det är viktigt att alla i organisationen, oavsett vilket team man tillhör, är lika delaktiga i att skapa engagemang.

Kultur är nyckeln till framgång

Nyckeln till framgång för Läraryrsäkringars engagemang stavar kultur. De har haft engagerade medarbetare från start och förstod tidigt att det är en nyckel till företagets framgång. För att driva engagemanget upplever de det viktigt att titta både på data och hur medarbetarna lever sina värderingar. Det ska tillsammans ligga till grund för hur bra de presterar, något som gäller alla i organisationen, ledning som team. Sara Öster, Rådgivningschef på Läraryrsäkringar förklarar synsättet som en familj, "Tänk som en familj, alla inom familjen måste må bra för att familjen som helhet ska fungera".

Så skapas förståelse för olikheter

Förståelsen för att alla är olika, med olika personligheter och olika drivkrafter, är också något man aktivt jobbar med för att bygga detta. Läraryrsäkringar jobbar med DISA-analyser genom Brilliant för att både medarbetare och chefer lättare ska förstå varandra och förbättra kommunikationen mellan kollegor och mot kund. Alla som jobbar på Läraryrsäkringar får göra en DISA-analys för att få förståelse för sig själv, hur man kan uppfattas och kan kommunicera. Det ser Läraryrsäkringar som ett verktyg för att alla ska förstå att alla behövs och att alla, oavsett vilket team eller avdelning man som medarbetare tillhör, jobbar mot samma slutmål - att göra kunderna nöjda.

Kundupplevelsen är organisationens viktigaste mål



Sara Öster
Rådgivningschef på
Lärförsäkringar

Utöver ett högt medarbetarengagemang har medarbetarna på Lärförsäkringar sett sina kunder som nöjda och glada. De ställde sig frågan:

→ Är vi så bra som vi tror att vi är? Behovet att få data på kundupplevelsen uppstod.

Idag ger mätningarna något mer än svar på frågan hur bra de är. Det är ett verktyg för att kunna boosta medarbetarna internt - hela vägen ner till individnivå. Brilliants Data är också det sätt att förstå hur kundupplevelsen ser ut här och nu.

Vissa organisationer väljer att mäta kundupplevelse under en längre period och sedan utvärdera, men för Lärförsäkringar skapar mätningarna som sker i realtid mest värde. Det blir för deras organisation mer greppbart, relaterbart och direkt att få information hur kundupplevelsen ser ut här och nu.

Att förstå kundupplevelsen stöttar Lärförsäkringars viktigaste företagsmål för alla team inom organisationen: Att leverera en bra kundupplevelse. Data är kvittot på deras arbete. Ett kvitto de följer upp, pratar om och lever tillsammans.

Rädslan och vinsten i att mäta kundens upplevelse

Som nyanställd medarbetare kan det upplevas som läskigt att mäta kundernas upplevelse av bemötandet löpande. Lärförsäkringar vill tro att om man gör mycket gott inom företaget skapar det i slutändan fina resultat i kundupplevelsen. Här identifieras också ett samband mellan medarbetarupplevelse och kundupplevelse, då cheferna får möjlighet att boosta sina medarbetare om goda resultat uppnåtts i mätningen av kundupplevelsen. Något som gör medarbetarna stolta. Hur man som chef väljer att agera på mätningarna är dock avgörande enligt Lärförsäkringar.

Tips från Sara, Rådgivningschef på Läraryrsförsäkringar till företag som vill öka sitt medarbetar- engagemang:

→ **Se helheten!** A och O att alla ska må bra för att kunna fokusera på rätt sak. Finns det interna oroligheter tar det energi från både medarbetare, team och chefer och engagemanget dalar snabbt. Här har ledningen en viktig uppgift.

→ **Se dina experter!** Som chef är min roll att lyfta fram andra, de som är experter inom sina roller, de som kan bäst. Lyssna på dem som har kunskapen och se till att företaget vårdar och använder all kunskap på bästa sätt ut mot kund.

→ **Ha kul!** En jätteviktig punkt. Med mycket skratt kommer man långt men det måste skrattas på i alla team. Tänk "familjen" igen, alla ska skratta och må bra inom familjen. Vi jobbar enligt tesen "vi testar oss fram" och med den tesen menar vi att det kan få bli fel. Vi vill ha en kultur där vi vågar tänka nytt och vi vågar slänga oss ut och testa. Risker är annars att det blir trögtänkt och tar lång tid om vi alltid måste ha både hängslarna och livrem-tänket i all utveckling.



BRILLIANT AWARDS

— CUSTOMER EXPERIENCE —

2020

Brilliant Data visar att Läraryrsförsäkringar har några av de nöjdaste kunderna i försäkringsbranschen. De blev även prisade för detta i Brilliant Awards Customer Experience 2020, Brilliants årliga utmärkelse för företag som lyckats skapa exceptionella kundupplevelser.

95%

av Läraryrsförsäkringars
medarbetare identifierar sig
med företagets värderingar



Agneta Kristensson,
Pensionsrådgivare på
Läraryrsförsäkringar

Årets kundsvericemedarbetare

Brilliant Awards utmärkelse för Årets kundservicearbetare 2020 gick till Agneta Kristensson, pensionsrådgivare på Läraryrsförsäkringar.

Utmärkelsen baserades på 130 svenska organisationer och en kartläggning av sammanlagt tre miljoner kundundersökningar.

Hennes vinst fick synlighet i bland annat Expressen och VD-tidningen.

Om man som chef väljer att se det som ett resultat och positiv bekräftelse på det som görs kan det skapa värde. Läraryrsförsäkringars chefer använder det också som ett mått för att förstå hur medarbetarna mår. Om medarbetare börjar leverera sämre kundupplevelse kan det till exempel vara en signal på att någon behöver stöd eller mår dåligt..

Feedback blir till actions

Den muntliga feedbacken som kommer in från kunder kan vara svårt att få in i ett konkret arbete. Hos Läraryrsförsäkringar blir den muntliga feedbacken som kommer in genom Brilliant's verktyg översatt till text. På så sätt kan viktig feedback identifieras, fångas upp och ageras på för att bibehålla den fina kundupplevelsen. Det kan också vara en stor utmaning i sig - att behålla sin fina nivå på kundupplevelse.

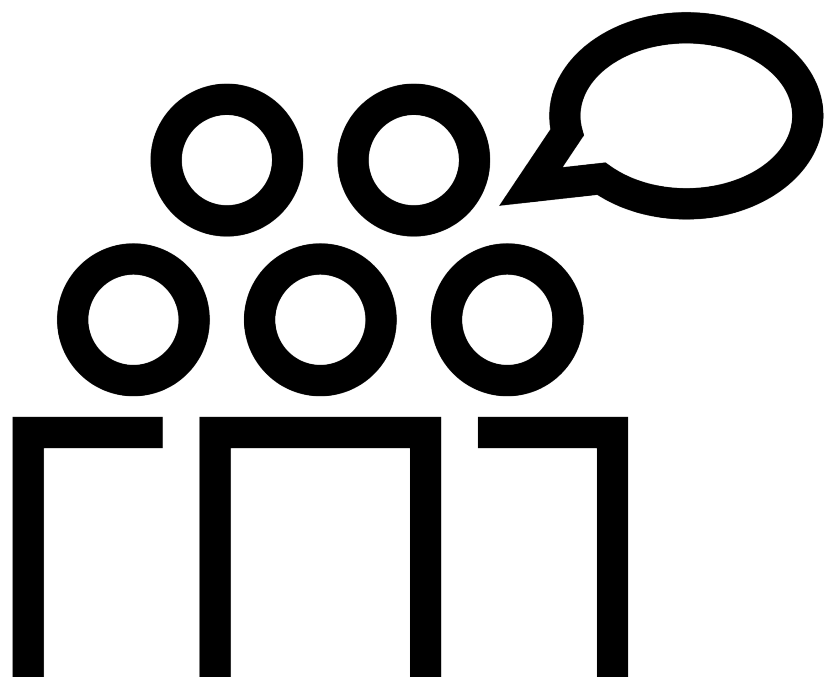
Sara Öster, Rådgivningschef på Läraryrsförsäkringar menar att det är lätt att man blir bekväm och lutar sig tillbaka: "För oss är det jätteviktigt att fortsatt jobba för att leverera samma höga nivå av kundupplevelse. Kundinsikterna som kommer in i kundservicebesken blir något konkret att agera på. Till exempel om de behöver utveckla produkten, de behövs adderande informationen om villkoren eller om något tekniskt inte fungerar".

Så samspekar medarbetarupplevelse och kundupplevelse

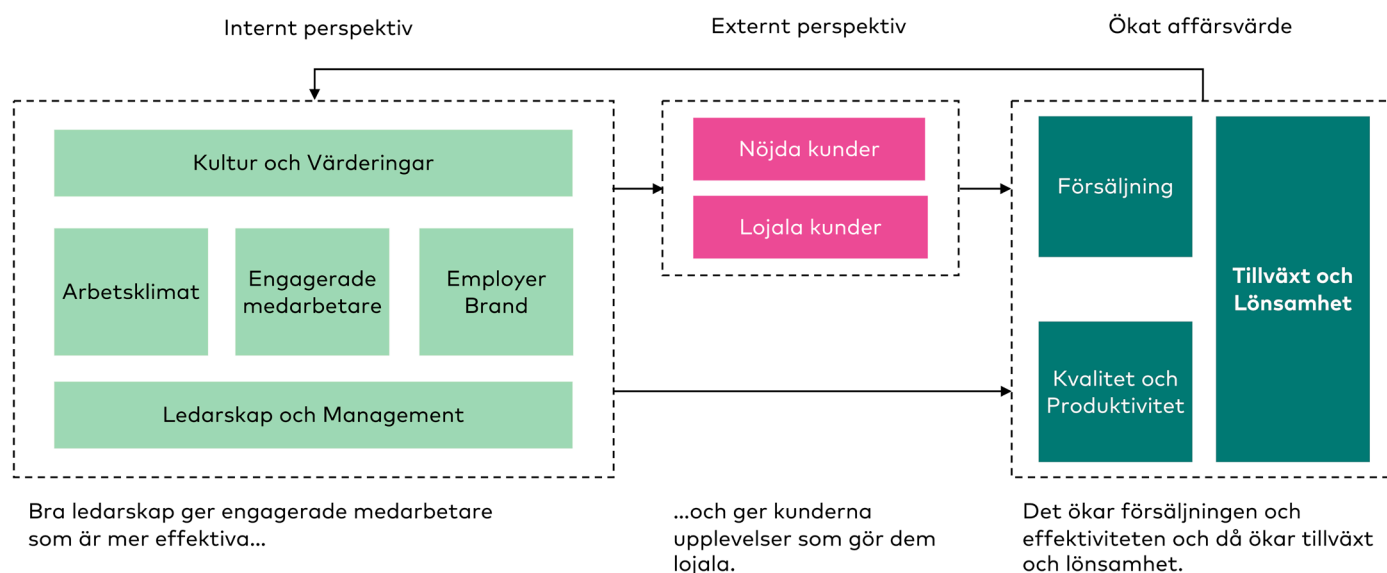
För Läraryrsförsäkringar är kundupplevelsen ett huvudmål för alla i organisationen, inte bara för de som jobbar direkt med kundservice. På så sätt blir det intressant och viktigt för alla i organisationen. "Om man upplever att en kundupplevelse inte håller måttet eller har gått ner, finns svaren med största sannolikhet i en medarbetarundersökning. Man kan inte ha höga kundsiffror långsiktigt om inte medarbetarna är nöjda - det säger sig självt", säger Sara Öster som är Rådgivningschef på Läraryrsförsäkringar.

"Om man upplever att en kundupplevelse inte håller måttet eller har gått ner, finns svaren med största sannolikhet i en medarbetarundersökning. Man kan inte ha höga kundsiffror långsiktigt om inte medarbetarna är nöjda - det säger sig självt"

- Sara Öster, Rådgivningschef
på Lärarförsäkringar



Så samspelar kund- och medarbetarupplevelse



Service Profit Chain

Samspelet mellan kund och medarbetare återfinns även i den modell Brilliant jobbar med - Service Profit Chain. Service Profit Chain-modellen skapades på 90-talet av ett antal Harvardforskare som frågade sig vad nöjda medarbetare och lojala kunder har för korrelation i serviceföretag. Modellen fick stort genomslag och är än idag en del av organisationslitteraturen på många universitet. Den visar sambandet mellan lönsamhet, kundlojalitet och medarbetarnöjdhet.

Konkret bygger modellen på att lönsamhet och tillväxt främst stimuleras av kundlojalitet som i sig är ett direkt resultat av kundnöjdhet. Kundnöjdhet i sin tur är till stor del påverkad av värdet på den service företaget ger sina kunder. Det värdet i sin tur skapas av nöjda, lojala och engagerade medarbetare. Engagerade medarbetare skapas genom en personalpolitik som hjälper medarbetarna att må bra och blomma ut i sitt arbete och därmed kan känna engagemang för sitt jobb. Precis som hos Lärarförsäkringar.

Sara Öster, rådgivningschef på Lärarförsäkringars tre råd till företag som är nyfikna på att börja mäta kund- och medarbetarengagemang:

1. Gör det!

Det är en grund och kvitto för att visa hur det går för organisationen. Alla bör göra det.

2. Var inte rädd för att mäta!

Det finns förmodligen mycket att vara stolt över.

3. Gör det till en del av er vardag.

Om man gör det löpande upplevs inte undersökningarna som så stor sak. Gör det till en naturlig del av verksamheten för att kunna sätta mål.

VD:n Marika Granström på Lärarförsäkringar om samspelet mellan kund- och medarbetarupplevelse:

"Ett av de absolut viktigaste nyckeltalen för oss att mäta är nöjd kundupplevelse. Nöjd kundupplevelse leder till framgång. Är inte medarbetarna engagerade och trivs är sannolikheten mycket hög att kundupplevelsen ligger eller kommer att hamna på lägre nivåer. För att säkra hög kundupplevelse och en lönsam verksamhet mäter vi medarbetarupplevelsen för att ständigt identifiera förbättringsåtgärder i bland annat vårt ledarskap, styrning, och arbetsmiljö. Det är alla medarbetarna som avgör företagets framgång, sambandet är ett faktum. Engagerade, motiverade, nöjda medarbetare ger organisationen en styrka i att leverera till kunderna. Jag tycker att engagemang skapar en psykologisk trygghet som bidrar till att alla hjälps åt att driva verksamheten framåt, utveckla den och som i sin tur leder till en framgångsrik verksamhet"

Kontakta oss för rådgivning



Maria Haag

+46 (0)708 44 34 77
maria.haag@brilliantfuture.se
[Linkedin](#)



Katrin Berg

+46 76 000 18 51
katrin.berg@brilliantfuture.se
[Linkedin](#)

Om Brilliant

Brilliant är en del av Wise Group och är en av marknadens främsta datadrivna undersöknings- och insiktsplattformar för kund- och medarbetarupplevelser. Företaget erbjuder agerbara och datadrivna kund- och medarbetarinsikter som hjälper företag och organisationer att fatta beslut som stärker affären.

Brilliant mäter och analyserar löpande medarbetar- och kundupplevelser. Resultatet av Brilliants data visar gång på gång att engagerade medarbetare skapar lojala kunder och påverkar resultatet på sista raden.

Företagets vision att hjälpa företag och organisationer världen över att frigöra potentialen i människor. Brilliant publicerar regelbundet Publikationer med redovisning och analys av branschrelevanta studier, akademiska forskningsrapporter och egna kundcase. Våra white papers sorteras efter våra tjänsteområden Engagemang, Ledarskap, Change Management, Kundlojalitet och Employer Branding.

Brilliant Future AB
Linnégatan 87, 115 23 Stockholm
Phone +46 8 692 91 00
hello@brilliantfuture.se