



Gjensidige

Hvor går norsk skadeforsikring?

Innledning til debatt, NFF

24. april 2013

Martin Danielsen, konserndirektør

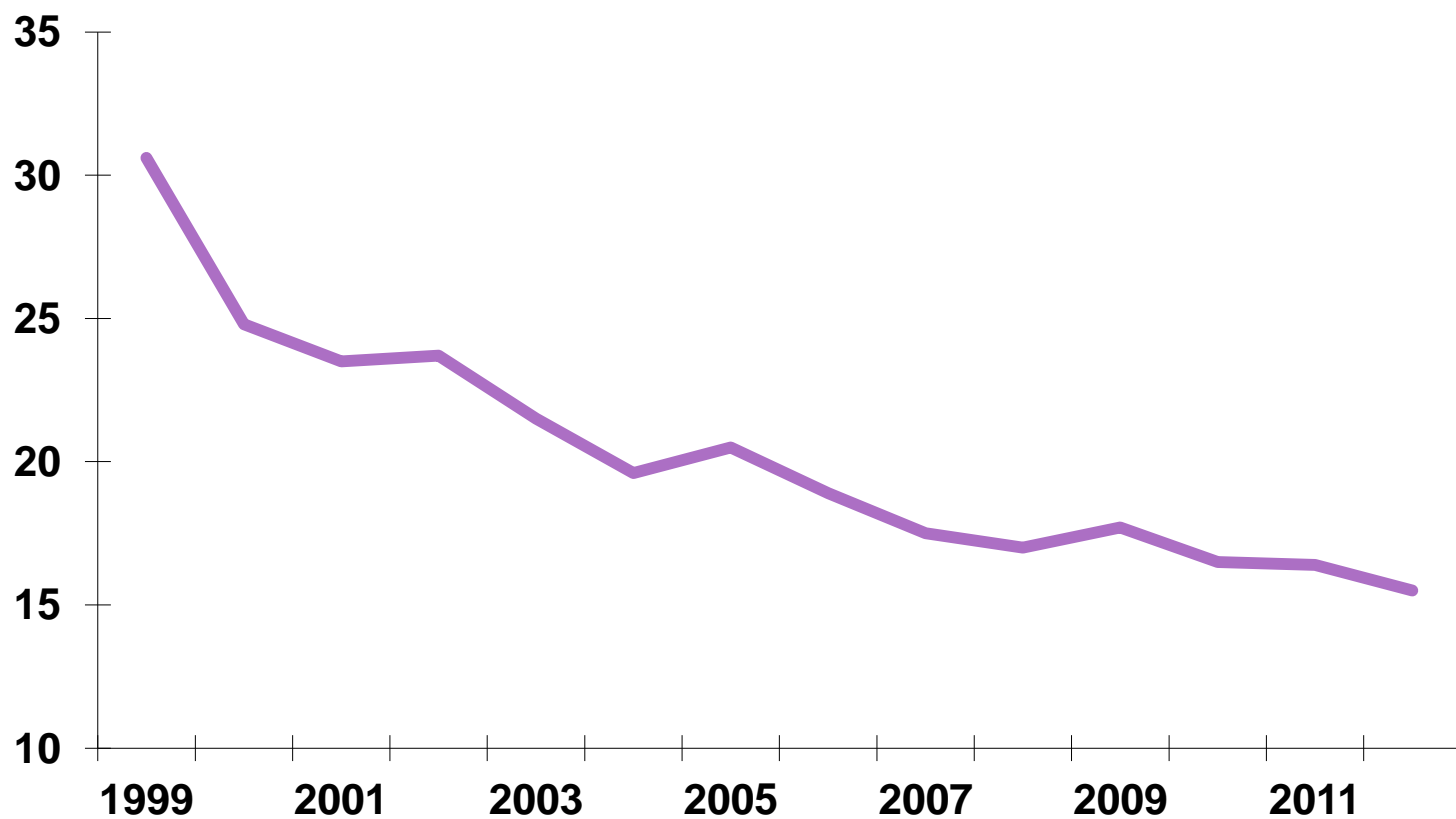
Gjensidiges endringsreise - prestasjonskultur



- **Respekt for 200 års historie**
- **Børsnotering**
- **Unik modell – kundeeierskap og kundeutbytte**
- **Felles mål og verdibasert ledelse**
- **Grunnleggende kulturendring – kundeorientering og utadrettet salg**
- **Effektiv, flat og operasjonell organisering**
- **Betydelig effektivisering**



Kostnadsandel i Gjensidige





Hva skal vi gi kunden?

Vi skal
kjenne
kunden
best og bry
oss mest

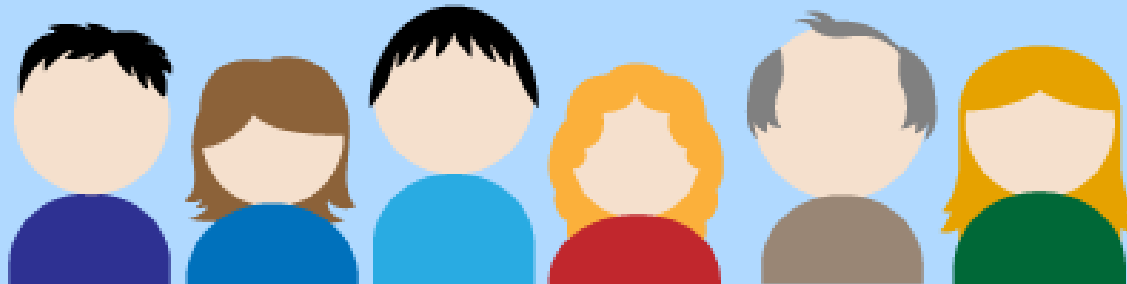
Overlegne kundeopplevelser er vårt konkurransefortrinn

Kjenner
meg

Bryr seg
om meg

Gjør det enkelt
for meg

Hjelper
meg





Sterk og økende konkurranse



Skjerpet konkurransesituasjon



Økt regulering

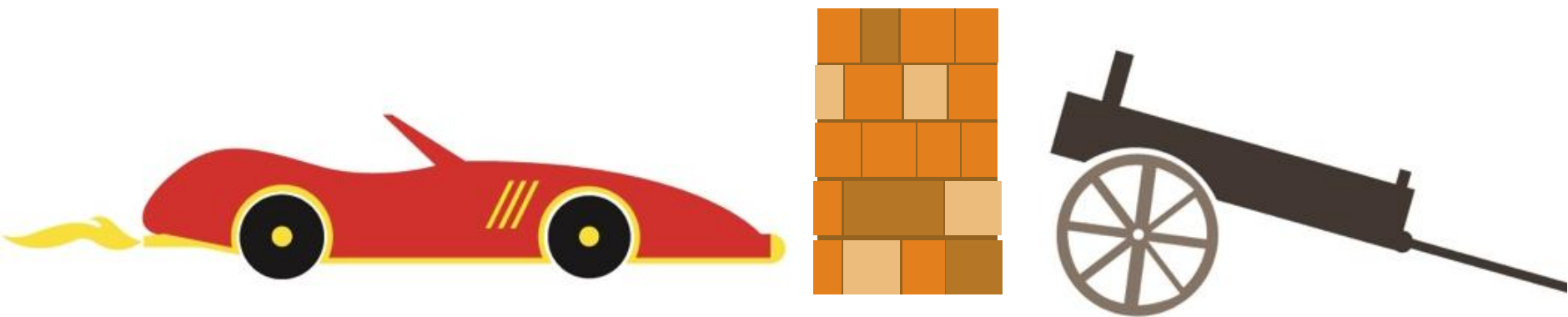


Endret kundedferd



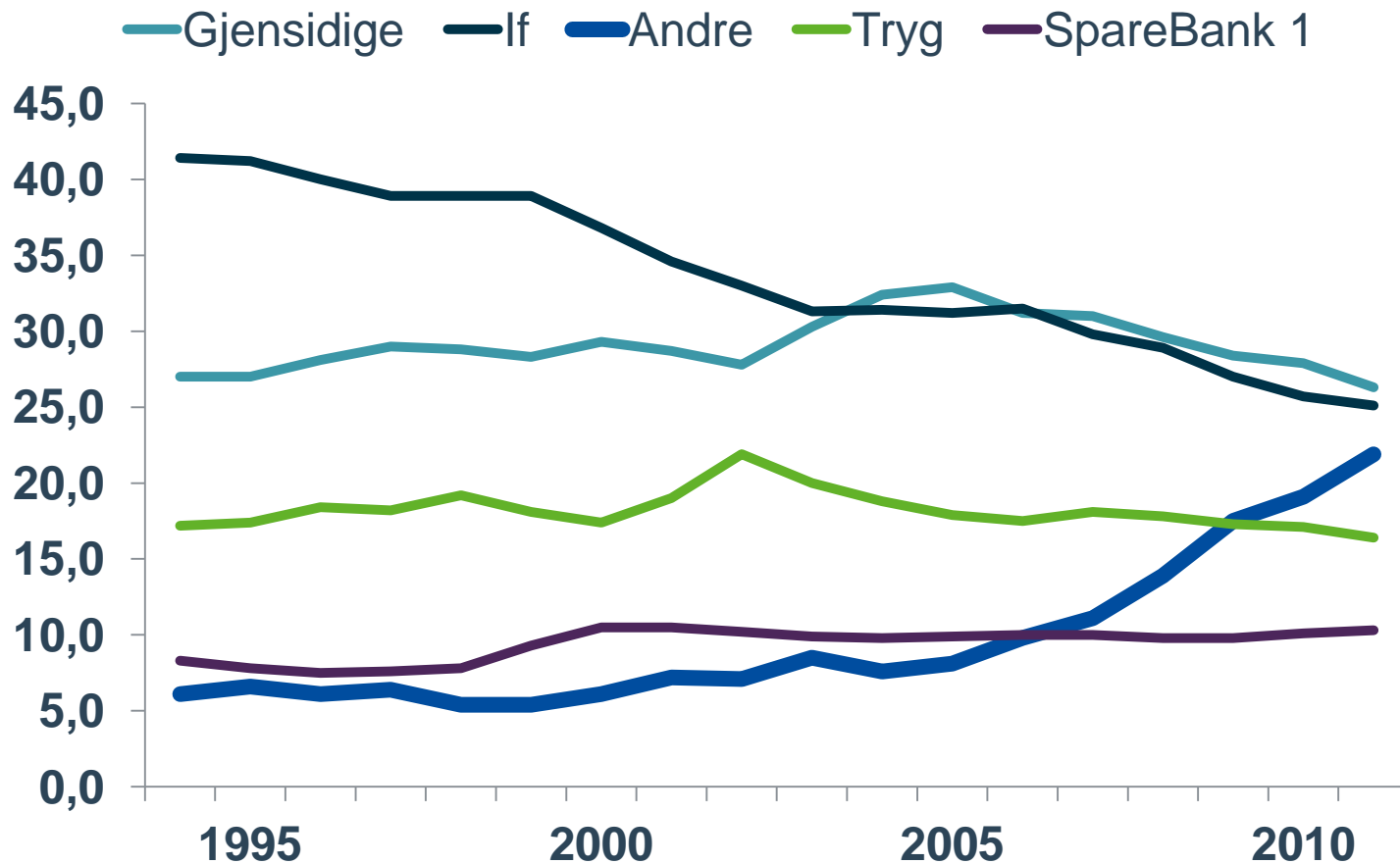
Sterk teknologiutvikling

Teknologi og forbrukeradferd driver innovasjon





Sterk dynamikk i det norske markedet



Kilde: FNO. Landbasert forsikring i alt



Enkelt å bytte selskap

- **En halv million byttet selskap i 2012 (14 %)**
- **Over halvparten synes det er enkelt å bytte (TNS Gallup)**
- **Fri flytterett. Tilrettelagte prosesser**
- **Langt flere bytter forsikringselskap enn bank**



Lett å starte, vanskeligere å lykkes

- **Det er enkelt å starte skadeforsikring**
- **Nye selskaper har tendens til å prise for lavt/velge feil risiko**



- **Gjensidige fortsetter med det vi kan best:**
 - **Effektiv drift**
 - **Kundeorientering**
 - **Risikoseleksjon og prising med stor erfaringsbase**

Dette kommer både kunder og eiere (som også er kunder) til gode



Gjensidige

Takk for oppmerksomheten