

# GF Forsikring

Et forsikringselskab, der til forskel fra andre forsikringselskaber i branchen, er bygget op omkring selvstændige, lokale afdelinger og forsikringsklubber, der alle er medejere af selskabet.

CASE: Idé- og konceptudvikling af GF Forsikrings nye medlemskoncept gennem afdækning af samfundstendenser, trends og adfærdsdesign, med henblik på en øget involvering og værditilførelse for deres medlemmer.

## OVERBLIK

Virksomhed	GF Forsikring
Lokation	Jernbanevej 65, 5210 Odense NV
Kontaktperson	Pernille Rosle, Marketingschef & Pernille Eshøj, HR- og udviklingskonsulent

## CASEBESKRIVELSE

GF Forsikring er stiftet i 1967 og udbyder i dag alle de gængse forsikringer, som alle andre forsikringselskaber. GF Forsikring er dog et anderledes forsikringselskab, idet det er bygget op omkring selvstændige lokale afdelinger og forsikringsklubber, der er medejere af selskabet, hvilket adskiller GF Forsikring fra andre i sin branche.

GF Forsikrings vision er at opnå en lønsom vækst gennem tilgængelig rådgivning, produkter og gode og langvarige kundeforhold. GF Forsikring arbejder derfor kontinuerligt på at kunne efterkomme deres medlemmers behov og forventninger gennem produkt- og ydelsesudvikling, valide dataindsigter, faglighed og gennemsigtighed.

GF Forsikring er et åbent selskab. Idag består deres medlemmer kun af bilforsikringstagere, men virksomheden ønsker at nå ud til flere af deres kunder ved at øge synligheden i lokalområderne. GF Forsikring ønsker derfor at ændre i deres medlemskoncept fra januar 2021, hvor alle kunder, uafhængigt af forsikringen, indgår som medlemmer. Denne ændring vil betyde, at de nye medlemmer også vil blive medejere, samt få stemmeret i de lokale GF-klubber.

Med fokus på at blive endnu mere medlemsrettet og demokratisk, har GF et ønske om at tilbyde et medlemskoncept, der skal gøre det endnu mere fordelagtigt at være kunde hos GF. Derudover indebærer satsningen på medlemskonceptet også en differentiering fra konkurrenterne, og gøre sig attraktiv for deres kunder, da forsikringsbranchen pr. definition er et lavinteresseprodukt.

GF Forsikring ønsker derfor at afdække samfundstrends og -tendenser i markedet for at kortlægge potentielle muligheder og hvilke unikke indsigter i markeder, der skal bruges til at opstille hypoteser for konceptets adfærdsdesign. Disse hypoteser skal be- eller afkræftes gennem kvalitative interviews og kunde-/medlemsundersøgelser, der skal behovsafdække, hvad medlemmerne ligger vægt på, hvilke behov de har, og hvad der skaber værdi for dem. Disse unikke indsigter ønskes belyst ud fra en socioøkonomisk og holistisk tilgang, hvor de nye værdiskabende tiltag inden for konceptrammerne, kan være med til at styrke tilfredsheds- og involveringsgraden blandt nuværende og nye kunder/medlemmer hos GF Forsikring.

## KONKRETE OPGAVER

De konkrete opgaver for casen er inddelt i følgende faser:

### 1. Fase: Analyse af samfundstrends samt en afdækning af nuværende medlemmers behov (ejer af klubberne/foreninger)

- 1.1 Kortlægning af hypoteser, som skal afdækkes og kvantificeres gennem de kvalitative undersøgelser og dataindsigter.
- 1.2 Kortlægning af trends og samfundstendenser ift. brugeradfærd indenfor forsikringsbranchen. Herunder afdækkes bl.a.:
  - Muligheder i markedet
  - Hvad giver mening ift. Forsikringsbranchen?
  - Hvad gør man i udlandet eller andre brancher fx Coop – og hvordan kan det overføres til forsikringsbranchen (hertil kan en benchmark analyse, med fokus på best practise, benyttes).
- 1.3 Kvalitative dataindsigter gennem interviews med ejerne/ nuværende medlemmer (klubber og foreninger). Antallet bestemmes i samarbejde med Pernille ved opstarten, dog skal datagrundlaget dække et bredt geografisk udpluk, som danner valide datagrundlag og indblik i kundernes behov og præferencer. Herigennem afdækkes bl.a.:
  - Hvilke styrker har GF Forsikring på nuværende tidspunkt og hvorfor har medlemmerne valgt GF Forsikring?
  - Hvilke ting og ydelser skal et forsikringssselskab tilbyde?
  - Hvad er indflydelse for medlemmerne, og hvad skal der til for at de involverer sig?

### 2. Fase: Midtvejsevaluering og fastlæggelse af fremadrettet proces

- 2.1 Kvantificering og afdækning af hypoteser
- 2.2 Præsentation af 2-3 forskellige mulighedsrum for GF Forsikring. Disse evalueres og drøftes i samarbejde. Herefter fastlægges en fremadrettet retning for projektet.

### 3. Fase: Idé- og konceptudvikling med henblik på fremtidig branding af medlemskonceptet

- 3.1 Udarbejdelse af idéoplæg på konkrete koncepter, indhold og værdiskabende tiltag indenfor konceptrammerne.
- 3.2 Brugertest af nyt medlemskoncept/prototype for medlemmer
- 3.3 Anbefalinger til konkrete medlemstilbud/satsninger, som konceptet skal bestå af
- 3.4 Anbefaling til hvordan man skaber øget engagement hos medlemmerne

## ØNSKET UDBYTTET FOR VIRKSOMHEDEN

Efter forløbet vil virksomheden gerne stå med:

- ✓ Afdækning af samfundstrends og medlemmers behov
- ✓ Valide data og kvantificering af hypoteser

- ✓ Anbefalinger til værdiskabende koncepter og satsninger til medlemskonceptet, der involverer og engagerer medlemmerne

## RELEVANTE FAGLIGHEDER TIL CASEN

Antropologi, filosofi, forretningsudvikling, UX/konceptudvikling, kommunikation og formidling, innovation og entreprenørskab, sociologi og økonomi.

## TALENTPROFIL

Som talent får du en unik mulighed for konkret at være med fra idé- til konceptudvikling af GF Forsikrings nye medlemskoncept. Gennem casen er du med i hele processen og har dermed ikke blot mulighed for at sætte dine aftryk, men samtidig skabe synlige resultater.

Det nye koncept, og dermed casen, vil berøre mange interessenter og interne afdelinger. Du vil i projektet derfor skulle kunne imødekomme de mange berøringsflader fra idéudviklingen til konceptformningen. Du skal som profil derfor være stærk til at behovsafdække, lytte og agere ud fra de indsigter, som du får. Det er derfor en styrke, hvis du er energisk, imødekommende og har masser af gåpåmod.

GF Forsikring leder efter selvstændige og proaktive kandidater, der tør tage ansvar og selv løbe med opgaverne. Du skal tør udfordre og tænke ud af boksen. Det vil være en fordel, hvis én i teamet kan tage projektlederrollen og sikre den rette fremdrift og solidaritet i teamet.

GF Forsikring ønsker at arbejde ud fra socioøkonomisk perspektiv, hvor det bliver tydeligt at kvalitet, værdi og involvering er det afgørende i konceptet.

Brænder du for innovation og at gøre idéer skalerbare, så denne case noget for dig!