

A man and a woman are shown in profile, looking out over a vast, snow-covered landscape under a clear blue sky. The man is on the left, wearing a yellow beanie and glasses. The woman is on the right, wearing a pink beanie and glasses. They are both dressed in winter clothing. The background is a blurred expanse of snow and distant hills.

**Kela|Fpa** 

# **Kundförståelse bygger på kunskap**

**När vi vet hur våra kunders vardag ser ut kan vi erbjuda hjälp i rätt tid, på rätt sätt.**

# Innehållsförteckning

Allt bättre stöd och trygghet.....	3
Kundförståelsen utgår från kundens vardag .....	4
Målet är rätt stöd i rätt tid .....	5
En regelbunden vardag.....	7
En oregelbunden vardag .....	9
En vardag som kräver stöd.....	11
Arbetsgivarkunderna.....	12
Arbetsgivarna och partnerna påverkar personkundernas vardag.....	14



# Allt bättre stöd och trygghet

## Vi måste förstå våra kunders vardag för att vi ska kunna hjälpa dem på bästa möjliga sätt.

En positiv kundupplevelse hör till kärnan i FPA:s strategi. Det räcker inte med en vilja att ge bra kundbetjäning och utveckla våra tjänster. Vi måste också känna våra kunders vardag och behov. Då kan vi utveckla våra tjänster på rätt sätt. Därför har vi de senaste åren strävat efter att förstå våra kunder bättre.

Med hjälp av stora datamaterial och servicedesign har vi hittat likheter och skillnader i kundernas vardag. Den här informationen har vi använt som underlag för att bilda tre tydliga kundkategorier som har olika vardagsliv och behöver olika saker av oss. **Kunder med en regelbunden vardag** har ofta ärenden som sköts automatiskt i bakgrunden eller med hjälp av enskilda digitala tjänster. **Kunder med en oregelbunden vardag** klarar av att sköta sina ärenden själva om informationen och rådgivningen är tydlig. I förändringssituationer hjälper FPA kunden bäst om stödet är snabbt och kundens situation analyseras övergripande. **Kunder som behöver stöd i sin vardag** har i sin tur mest nytta av personlig betjäning redan från den första kontakten.

Förutom privatpersoner kan också arbetsgivare få förmåner och ersättningar från FPA om deras anställda är sjuka, familjelediga eller borta från arbetet på grund av rehabilitering. Även bland arbetsgivarkunderna har vi identifierat olika kundgrupper som behöver olika typer av betjäning.

I den här publikationen har vi sammanställt de viktigaste aspekterna i FPA:s kundkategorisering. Den hjälper oss att tillsammans med våra partner och arbetsgivarkunder erbjuda kunderna rätt stöd i rätt tid. Den hjälper oss också att rikta arbetsinsatsen dit den behövs mest och att utveckla våra tjänster och servicekanaler enligt kundernas behov.

# Kundförståelsen utgår från kundens vardag

Vi har delat in FPA:s kunder i tre huvudkategorier som utgår från kundens egen livssituation. Kategorierna är inte permanenta eftersom kunderna och deras behov ständigt förändras. Utifrån likheter och skillnader mellan kunderna har vi bildat följande kategorier:

79 %

## En regelbunden vardag

Största delen av våra kunder hör till den här gruppen. Utmärkande för dem är

- enkel och obemärkt skötsel av FPA-ärenden
- automatisering till exempel av läkemedelsersättningar och barnbidrag.

11 %

## En oregelbunden vardag

Kunderna i den här kategorin genomgår en eller flera händelser som förändrar vardagen, och får stöd från FPA för detta. Utmärkande för dem är

- förändringar i vardagen, till exempel sjukdom, arbetslöshet, skilsmässa eller flytt
- varierande stödbehov och stödperioder
- risken att glida över i kategorin som behöver stöd i sin vardag.

10 %

## En vardag som kräver stöd

Kunderna i den här kategorin har många samtidiga utmaningar i sin vardag. Utmärkande för dem är

- flera olika stöd och förmåner från FPA
- ekonomiskt beroende av FPA:s stöd
- behov av flera olika myndigheters tjänster
- behov av förändring som gör vardagen mer regelbunden.

# Målet är rätt stöd i rätt tid

FPA-ärendena är knappast det viktigaste i vardagen för någon av våra kunder. Därför måste det gå så enkelt som möjligt att hantera förmåner och erbjuda stöd. Med hjälp av den information vi sammanställt i kundkategorierna kan vi bemöta kunderna med förståelse för deras vardag och behov av förmåner.

Syftet med kundkategoriseringen är att vi på FPA ska ha bättre kontroll över kundens situation och bättre kunna stödja kunden i vardagen.

## Mot rätt håll i tid

Om vi ingriper i tid i en vardag som kräver stöd kan vi förebygga att problemen hoppar sig. Då kan vi minska både det mänskliga lidandet och samhällets kostnader för marginalisering.

Om vi klarar av att ge effektivt stöd i rätt tid när förändringar påverkar kundernas vardag kan vi snabbare hjälpa dem in i en regelbunden vardag. Det är alltså viktigt att FPA:s stöd är individuellt och erbjuds i rätt tid.

## Samarbete resulterar i det bästa stödet

För kunden är det viktigt att vi samarbetar tätt med andra aktörer och myndigheter som kunden behöver. Ibland behövs många händer för att få vardagen att fungera. Genom att identifiera behoven i kundkategorierna får vi en bättre uppfattning av vilka andra aktörer som sköter kundens ärenden. Också FPA:s arbetsgivarkunder spelar en viktig roll för att personkundernas vardag ska kunna göras mer regelbunden.

När vi bättre känner våra kunder och deras sätt att sköta ärenden kan vi också utveckla våra servicekanaler i rätt riktning. Då blir det ännu lättare att sköta FPA-ärenden.



# När vardagen är regelbunden

Största delen, det vill säga 79 procent, av FPA:s kunder hör till kategorin med en regelbunden vardag. Det är fler än tre miljoner människor. FPA syns i deras liv främst när de köper läkemedel på apoteket eller regelbundet får in barnbidrag på sitt bankkonto. Ersättningar och stöd hanteras oftast automatiskt och FPA-ärendena sköts enkelt, smidigt och nästan obemärkt. En del av kunderna med en regelbunden vardag gör aldrig några ansökningar som behandlas av FPA.

Trots att kategorin med en regelbunden vardag är stor är det också lätt för oss att hantera deras ärenden. Många saker kan skötas digitalt och automatiserat, och kontakterna är korta. Kunderna med en regelbunden vardag ser sig kanske inte ens som FPA-kunder, eller har mycket sällan något att göra med FPA.

## De sköter sina FPA-ärenden enkelt, smidigt och nästan obemärkt.

Kunder med en regelbunden vardag har ofta många och möjligheter att sköta sina FPA-ärenden självständigt och med framförhållning. De får ofta endast några få FPA-förmåner. Kunderna i den här kategorin har vanligtvis en stabil ekonomi.

Även om deras livssituation kan verka okomplicerad omfattar den här kategorin också till exempel pensionärer med hälsoproblem som tidvis orsakar stora utgifter.

## Kontakter per år i genomsnitt



0,4 st./kund

## Aktiv handläggningstid för ansökan i genomsnitt



26 minuter/kund

## Sätt att ansöka om stöd, %



- På nätet
- Med pappersblanketter
- Muntligt
- För en annan person
- På andra sätt





# När vardagen är oregelbunden

Av FPA:s kunder hör 11 procent till den här kategorin. Kunderna med en oregelbunden vardag genomgår en eller flera förändringar som påverkar vardagen, till exempel sjukdom, arbetslöshet, skilsmässa eller flytt.

Kundernas situationer, stödbehovet och stödets varaktighet kan skilja sig stort. Det viktigaste i sådana situationer är att tillsammans med kunden bedöma hur mycket och hur långt stöd som behövs. Vårt mål är att FPA och de övriga aktörerna ska ge rätt slags stöd för att få kundens vardag i den nya livssituationen att löpa regelbundet igen. Vi strävar efter att kunna stödja och hålla kunden under armarna särskilt om förändringen försämrar funktionsförmågan.

## Kundernas situationer, stödbehovet och stödets varaktighet kan skilja sig stort.

Eftersom de här kundernas liv är i förändring ändras också FPA:s stöd och betalda förmåner ofta. Handläggningen kan gå långsamt och kräva utredningar. Därför blir kontakterna med FPA ofta tillfälligt många.

Kunderna i den här kategorin uppskattar tydlighet och stöd i sin nya situation. Vårt mål är att stabilisera deras ekonomi och få vardagen att löpa regelbundet igen.

## Kontakter per år i genomsnitt



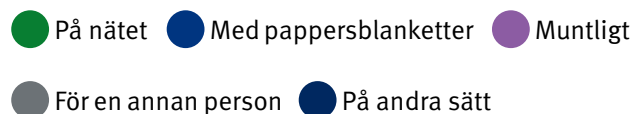
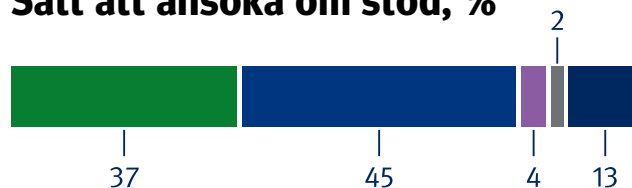
0,9 st./kund

## Aktiv handläggningstid för ansökan i genomsnitt



25 minuter/kund

## Sätt att ansöka om stöd, %





# När stöd krävs i vardagen

Kundkategorin med en vardag som kräver stöd är den minsta och dit hör endast 10 procent av FPA:s kunder. Kunderna i den här kategorin har många samtidiga utmaningar i sin vardag, ofta under en lång tid – rentav flera år. Ofta är de också ekonomiskt beroende av FPA:s förmåner. Ett välfungerande samarbete mellan olika myndigheter och aktörer är mycket viktigt i stödet till de här kunderna.

I kategorin en vardag som kräver stöd bygger kundernas försörjning ofta på flera olika stöd. De behöver vanligtvis fortlöpande utkomststöd från FPA. Problem med livshanteringen och en osäker försörjning är vardag för de här kunderna.

## Kundernas försörjning bygger ofta på flera olika stöd.

Kunderna med en vardag som kräver stöd kan befinna sig i komplicerade situationer som är svåra att överblicka. De får flera olika förmåner samtidigt och deras sysselsättningssituation kan variera, vilket kräver att de lämnar in utredningar. Kunderna i den här kategorin kontakter ofta FPA, men samtidigt kan det vara svårt för oss på FPA att nå dem.

För att kundens vardag ska kunna förändras till det bättre är det viktigt att man kommer överens om det tillsammans. Det är också viktigt att komma överens om vilka åtgärder som krävs för att genomföra förändringen.

## Kontakter per år i genomsnitt



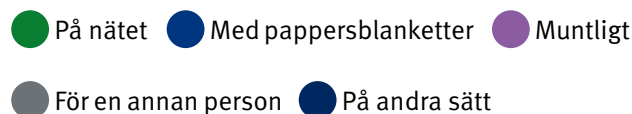
6,5 st./kund

## Aktiv handläggningstid för ansökan i genomsnitt



39 minuter/kund

## Sätt att ansöka om stöd, %



# Arbetsgivar- kunderna

FPA:s kunder är inte bara privatpersoner, utan också arbetsgivare, dvs. olika stora företag och sammanslutningar som verkar i Finland. Arbetsgivare kan få förmåner och ersättningar från FPA om deras arbetstagare är sjuka, familjelediga eller borta från arbetet på grund av rehabilitering. Arbetsgivare får också ersättningar för företagshälsovård som de ordnar för sina anställda.

I Finland finns över 560 000 företag och sammanslutningar, och cirka 50 000 av dem sköter FPA-ärenden varje år. Kategoriseringen av arbetsgivarkunder utgår från sättet som de sköter sina FPA-ärenden. Sättet att sköta ärenden avgörs i hög grad av företagets storlek, dvs. hur många personer det sysselsätter.

## Små arbetsgivare

Små företag som sysselsätter färre än 20 personer utgör majoriteten av FPA:s arbetsgivarkunder. Små företag har inte nödvändigtvis ärenden hos FPA varje år. Det kan hända att det inte funnits något behov, att företaget inte känner till FPA:s förmåner eller att ansökningen upplevs vara för arbetsdryg i förhållande till nyttan.

Även om de här kunderna endast har få ärenden hos FPA krävs många kontakter i ett och samma ärende. Det kan bero på att det saknas tydliga rutiner för att hantera situationer som gäller förmåner eftersom sådana förekommer så sällan, och att kunden därför behöver hjälp från FPA. Ansökningarna kräver vanligtvis utredningar.

Små arbetsgivare kontaktar ofta FPA via flera olika kanaler, allt från e-post till pappersblanketter. Vi på FPA måste bättre än i dag kunna erbjuda dem information när de behöver det.

80 %

## Medelstora och stora arbetsgivare

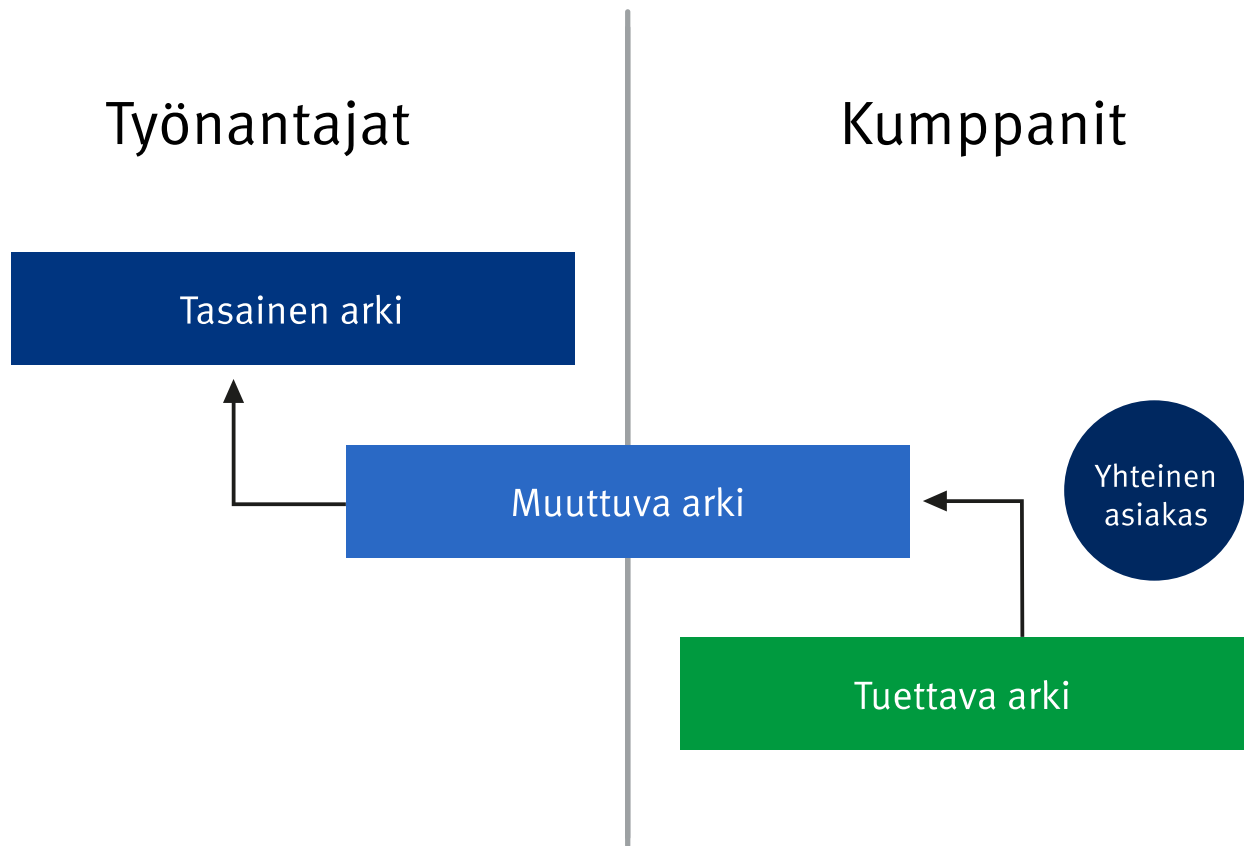
En femtedel av FPA:s arbetsgivarkunder är medelstora (20–1 000 anställda) och stora (över 1 000 anställda) företag. Största delen av arbetstagarna i Finland arbetar i företag och sammanslutningar i de storleksklasserna, som därför ofta sköter FPA-ärenden.

Eftersom stora arbetsgivare ofta sköter FPA-ärenden går det vanligtvis smidigt. Stora företag känner till FPA:s arbetsgivarförmåner och söker dem alla. Huvudsakligen sköter de ärendena elektroniskt.

Ärendeprocessens smidighet påverkas särskilt av eventuella problem i arbetsgivarens interna process eller hinder i informationsgången mellan olika aktörer. För att ärenden ska kunna skötas smidigt från början till slut på digital väg är det viktigt att FPA:s e-tjänster utvecklas i en allt mer användarvänlig riktning i samarbete med till exempel inkomstregistret och löneräkningsföretagen.

20 %

# Arbetsgivarna och partnerna påverkar personkundernas vardag



Samarbetet mellan olika parter är viktigt för att vi ska förstå kundernas olika vardagssituationer och kunna ge dem stöd. FPA:s arbetsgivarkunder och partner är viktiga för att personkunderna enkelt ska kunna sköta sina ärenden.

För kunder med en regelbunden eller oregelbunden vardag är arbetsgivaren ofta den som ansöker om förmåner från FPA. Till exempel behöver kunder som får sjukdagpenning inte själva kontakta FPA i det inledande skedet av förändringen. På det sättet jämnar arbetsgivaren ut olika förändringar i vardagen. FPA:s service för företag är viktig för samhället även om den äger rum i bakgrunden.

FPA:s samarbete med olika partner accentueras i hjälpen till kunder med en vardag som kräver stöd. Kunder med en vardag som kräver stöd ansöker ofta om stöd också hos andra än FPA för att hantera sin livssituation. Kunden kan till exempel ha en socialarbetare som stöd i vardagen, och FPA:s roll är att agera i bakgrunden för att säkerställa kundens ekonomi.



**Kela|Fpa<sup>®</sup>**

**[fpa.fi/kundforstaelse](https://fpa.fi/kundforstaelse)**