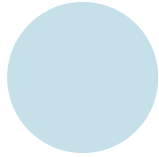


Raport z badania 2017

# Rynek usług assistance widziany oczami klientów

27/02/2018

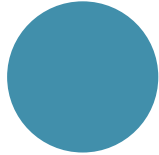
# AGENDA



---

Metodologia badania

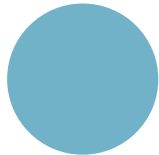
---



---

Cele badania

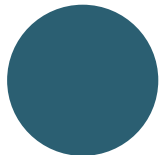
---



---

Kluczowe wyniki

---



---

Wnioski i trendy

---

# METODOLOGIA BADANIA

- ❖ Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Mondial Assistance przez Ipsos Polska w dniach 9 stycznia – 11 lutego 2018 roku.
- ❖ **Metoda realizacji badania** – wywiady ilościowe przeprowadzone techniką CATI.
- ❖ **Charakter próby** – próba ogólnopolska reprezentatywna ze względu na płeć, wiek, województwo i wielkość miejscowości.
- ❖ **Wielkość próby badawczej – n = 1700**

# CELE BADANIA

- ❖ Kontynuacja badania – obserwacja trendów
- ❖ Świadomość usług assistance
- ❖ Korzystanie z usług assistance
- ❖ Rozpoznanie usług o największej wartości
- ❖ Atrakcyjność usług finansowo – ubezpieczeniowych z dołączonymi usługami assistance

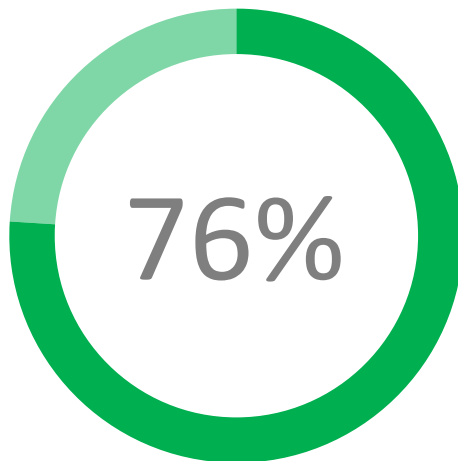
# Wyniki



# KORZYSTANIE Z USŁUG UBEZPIECZENIOWO - FINANSOWYCH

## Charakterystyka populacji

Posiadacze usług ubezpieczeniowo – finansowych, którzy są świadomi czym są usługi assistance

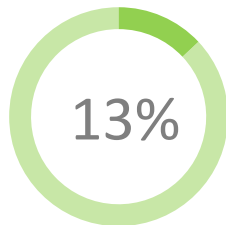


+ 1,1 mln osób vs. 2016  
wzrost + 9 p.p.

*N=1585; osoby które posiadają usługi*

**13 699 014 osób**

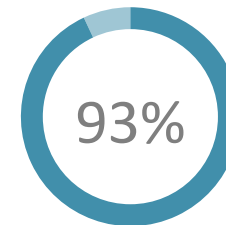
Posiadacze usług ubezpieczeniowo – finansowych, którzy korzystają z assistance



*N=1585; osoby które posiadają usługi*

**2 511 512 osób**

Posiadacze usług oferowanych przez monitorowane instytucje ubezpieczeniowo – finansowe



*N=1700*

**17 929 759 osób**

- 149 tys. osób vs. 2016. 6% spadek konsumpcji.

# USŁUGI ASSISTANCE W ŚWIADOMOŚCI BADANEJ POPULACJI

Usługi assistance to ...

Mężczyzna, 50-59 lat, urzędnik/nauczyciel

„Usługi, które pomagają w trudnych sytuacjach.”

Kobieta, 30-39 lat, niepracująca

„Bezpośrednia pomoc w ważnych sytuacjach, np. wizyta lekarza, naprawy RTV, konsultacje, porady.”

Kobieta, 40-49 lat, robotnik niewykwalifikowany

„To takie różne ubezpieczenia >od wszystkiego<, doraźne, jak coś się stanie.”

Kobieta, 60+ lat, emerytka/rencistka

„Natychmiastowa pomoc w razie kłopotów”

Kobieta, 30-39 lat, urzędnik/nauczyciel

„Kojarzę to z szybko pomocą: tu i teraz, np. laweta, hydraulik”

Mężczyzna, 60+ lat

„Moim zdaniem to jest dobra sprawa. W ramach ubezpieczenia mam usługi assistance i jestem zadowolony. Mam dobrą Toyotę, niestary samochód, ale gdyby coś się zdarzyło, jakiś wypadek, to mogą przyjechać i mi ten samochód zabrać.”

Mężczyzna, 40-49 lat, właściciel firmy

„Rodzaj ubezpieczenia, gdzie nie chodzi o wypłatę odszkodowania, ale pomoc fachową.”

Kobieta, 30-39 lat, urzędnik/nauczyciel

„Są to dodatkowe usługi polegające na różnego typu pomocy zazwyczaj dodawane do ubezpieczenia, nie są obowiązkowe, tylko proponowane, rozszerzają pakiet, zawierane są z tym samym podmiotem”

Kobieta, 60+ lat, emerytka

„Takie usługi, które nas chronią przed czymś. Ja assistance mam do samochodu, w razie awarii bezpłatnie przewiozą mnie lawetą.”

Mężczyzna, 18-24 lata, osoba na stanowisku kierowniczym

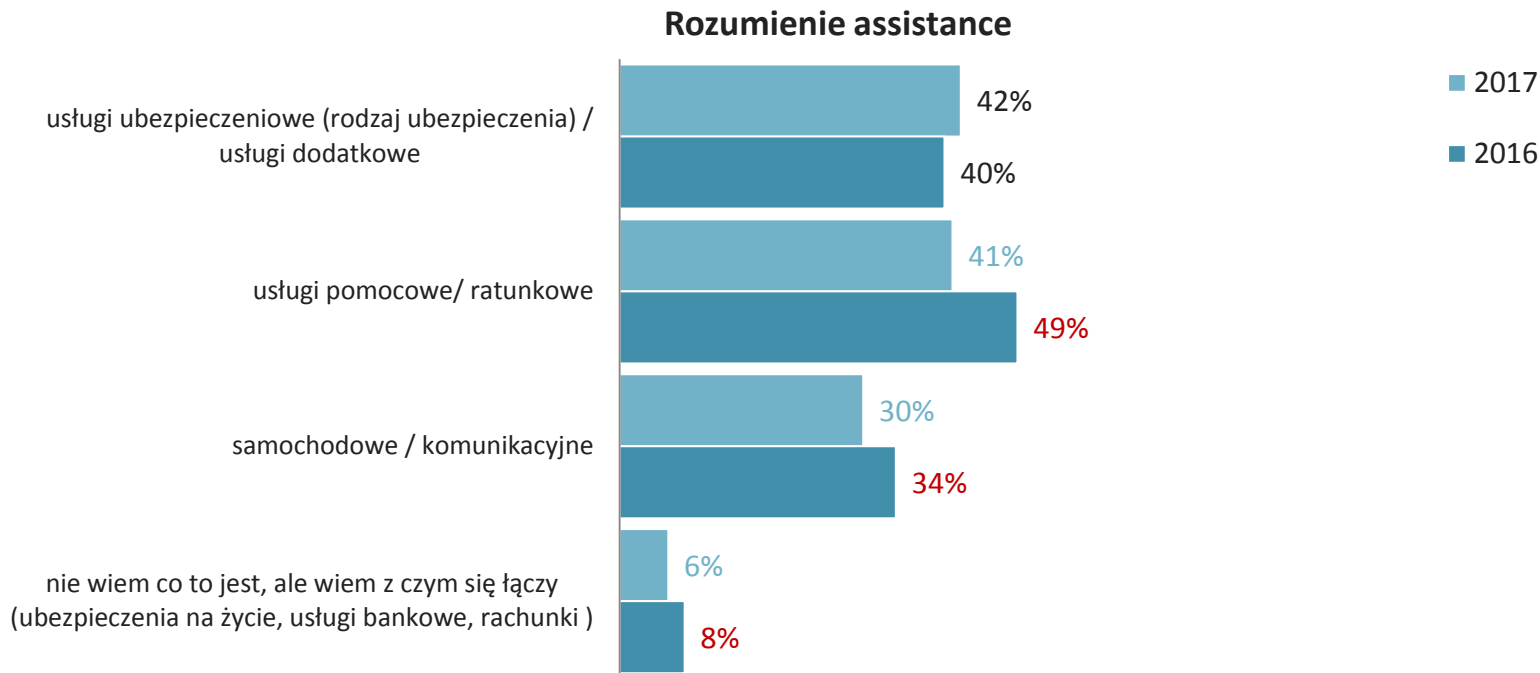
„Assistance to taka dodatkowa pomoc, taka poza taką najbardziej podstawą, rozszerzona pomoc.”

Kobieta, 25-29 lat

„Pomoc drugiej osoby np. do domu, medyczne, samochodowe. **Każdemu polecam żeby kupili usługę Assistance**”

# USŁUGI ASSISTANCE W ŚWIADOMOŚCI POLAKÓW

Polacy najczęściej kojarzą usługi assistance z rodzajem ubezpieczenia/ usługami dodatkowymi.



Różnice istotne statystycznie – **czerwony** kolor czcionki oznacza wartość istotnie wyższą od wartości zaznaczonych czcionką **niebieską**.

Q: Gdyby ktoś ze znajomych spytał Pana(nią), co to są usługi assistance to, co by Pan(i) powiedział(a)?

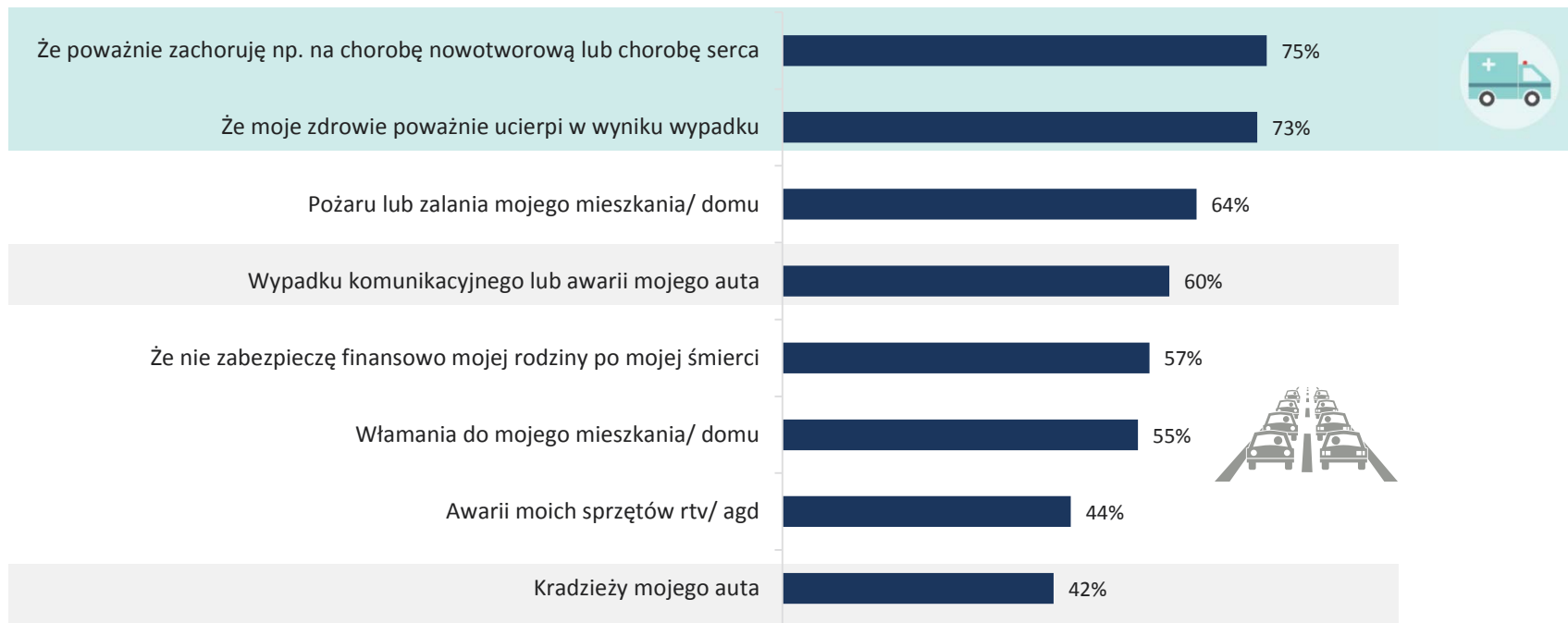
Baza: posiadacze usług ubezpieczeniowo – finansowych – osoby, które wiedzą, co to jest assistance N=1211/1307



# OBAWY ZWIĄZANE Z WYSTĄPIENIEM ZDARZEŃ LOSOWYCH

Najwięcej obaw wśród badanych wzbudza utrata zdrowia – zarówno w wyniku ciężkiej choroby, jak i wypadku.

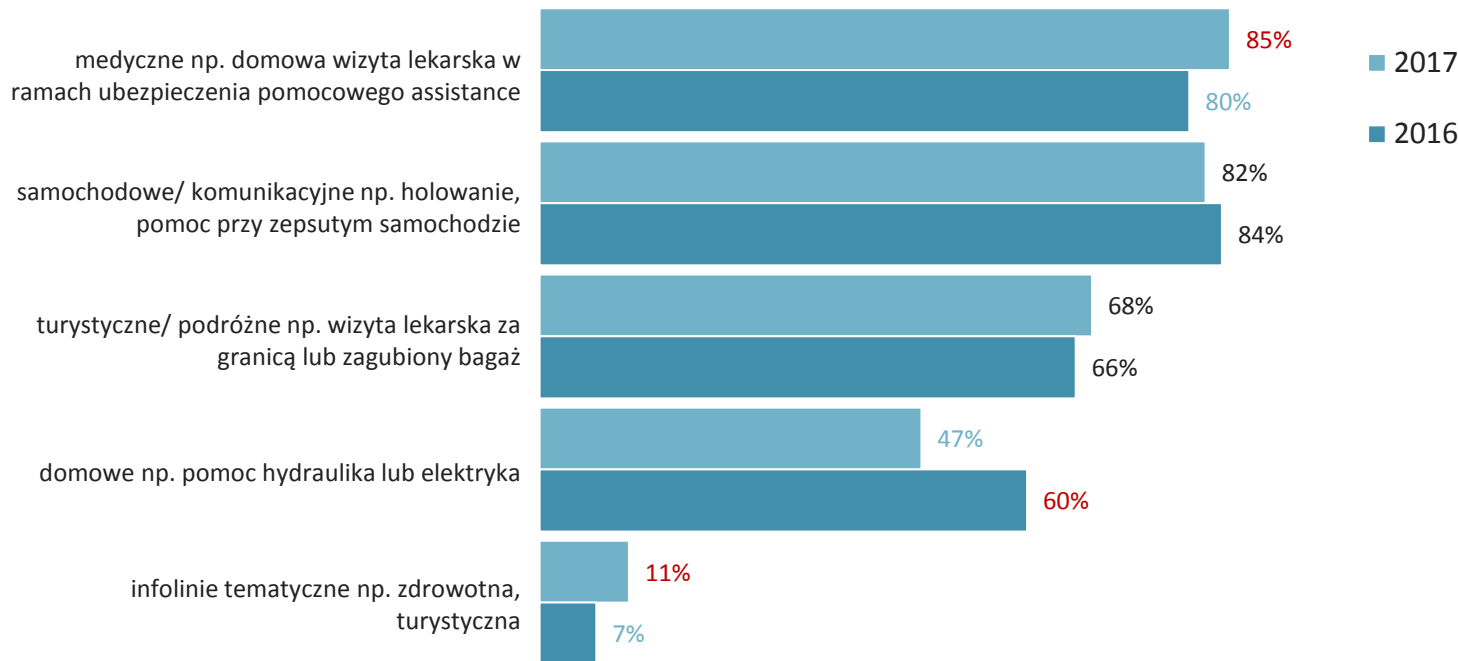
## Najbardziej obawiam się ...



Q: A teraz odczytam Panu/Pani kilka stwierdzeń dotyczących zdarzeń losowych. Proszę dla każdego odczytanego stwierdzenia wskazać odpowiedź na skali od jednego do pięciu gdzie 1 oznacza „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 5 oznacza „zdecydowanie się zgadzam”.

# USŁUGI ASSISTANCE O NAJWIĘKSZEJ WARTOŚCI

Usługi assistance o największej wartości to te związane z największymi obawami badanych oraz te występujące stosunkowo najczęściej – od lat assistance medyczne oraz samochodowe uznawane są za najbardziej wartościowe.

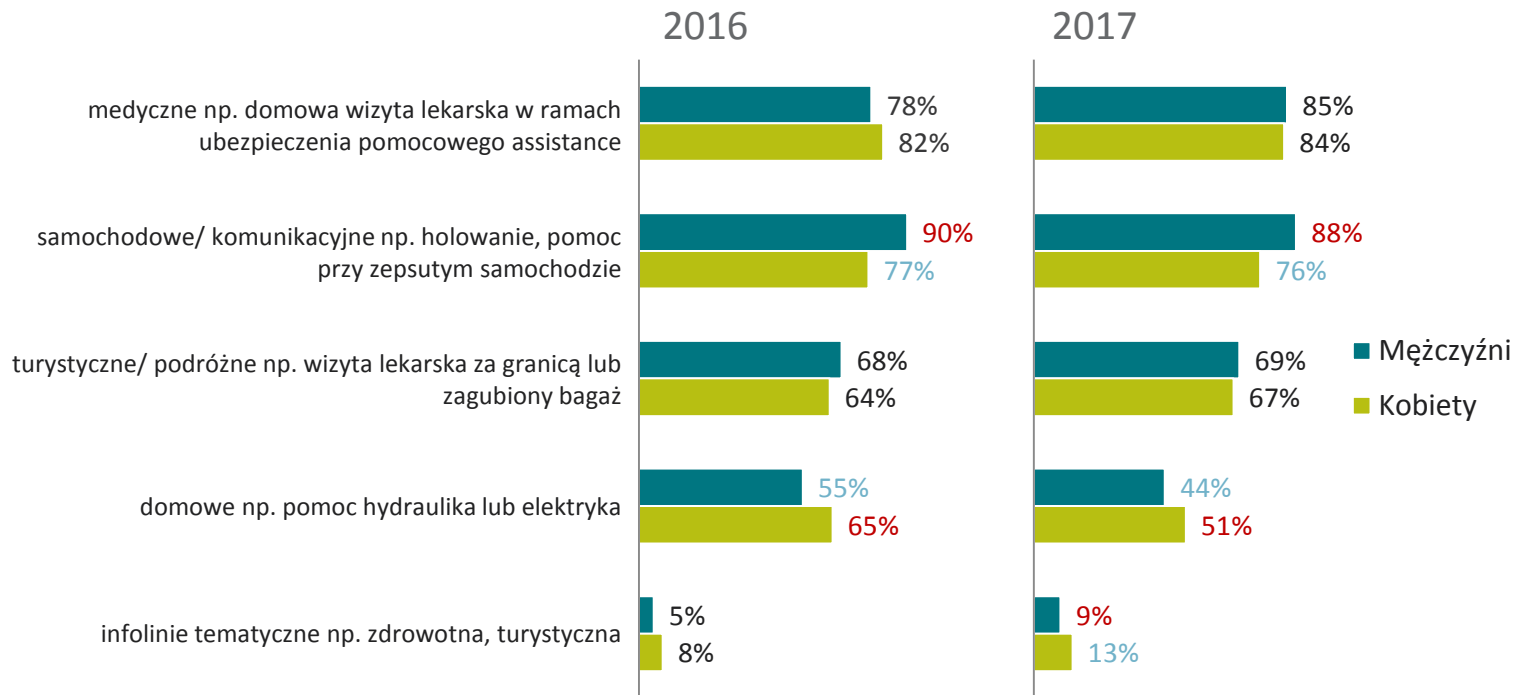


Różnice istotne statystycznie – czerwony kolor czcionki oznacza wartość istotnie wyższą od wartości zaznaczonych czcionką niebieską.

Q: Proszę wskazać trzy usługi assistance, które mają dla Pana(i) największą wartość?

# USŁUGI ASSISTANCE O NAJWIĘKSZEJ WARTOŚCI WEDŁUG PŁCI

Tak jak w zeszłym roku, kobiety częściej niż mężczyźni cenią sobie assistance domowe, mężczyźni – samochodowe. Dodatkowo w tym roku kobiety częściej niż mężczyźni uznawały assistance w postaci infolinii tematycznej za usługi o największej wartości.



Różnice istotne statystycznie – czerwony kolor czcionki oznacza wartość istotnie wyższą od wartości zaznaczonych czcionką niebieską.

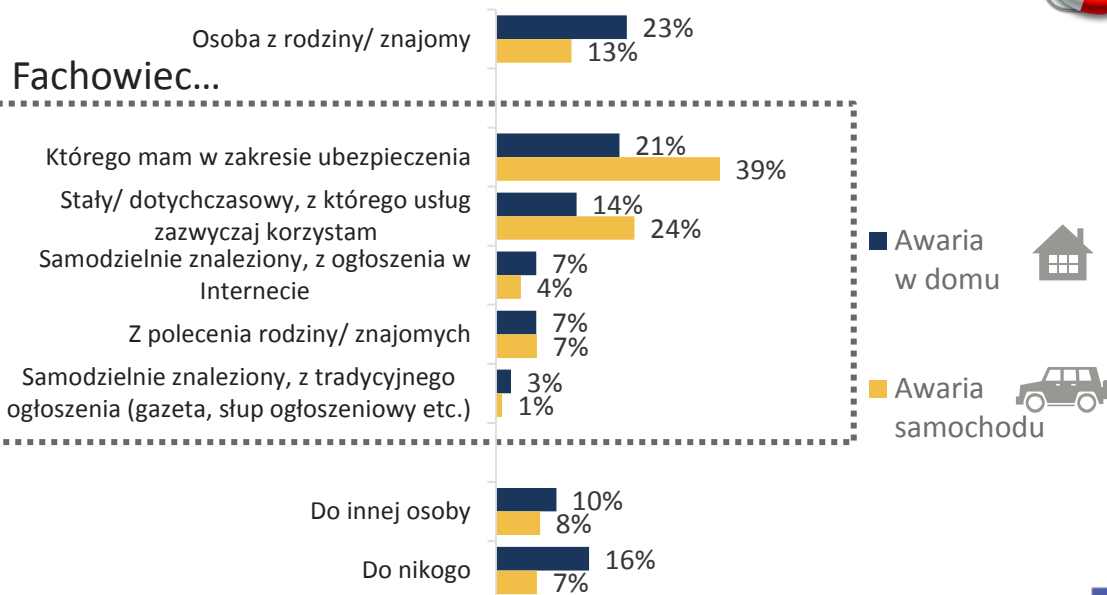
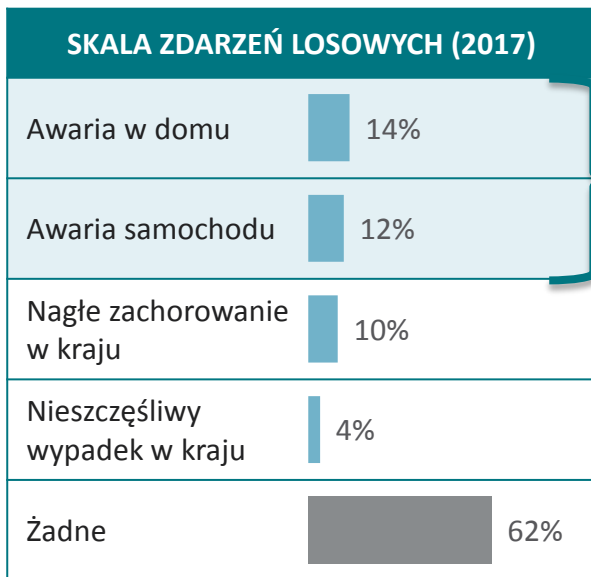
Q: Proszę wskazać trzy usługi assistance, które mają dla Pana(i) największą wartość?

# ZDARZENIA LOSOWE W 2017 ROKU (1/2)

Mimo że badani najbardziej obawiają się utraty zdrowia bądź wypadków, zdarzenia te występują dość rzadko. Spośród nich awarie domowe lub samochodowe miały miejsce najczęściej w 2017 roku. Ci, którym przytrafiły się tego typu sytuacje udali się przede wszystkim do fachowców w ramach ubezpieczenia lub do tych, z którymi współpracowali na stałe.



## DO KOGO ZWRÓCONO SIĘ O POMOC?

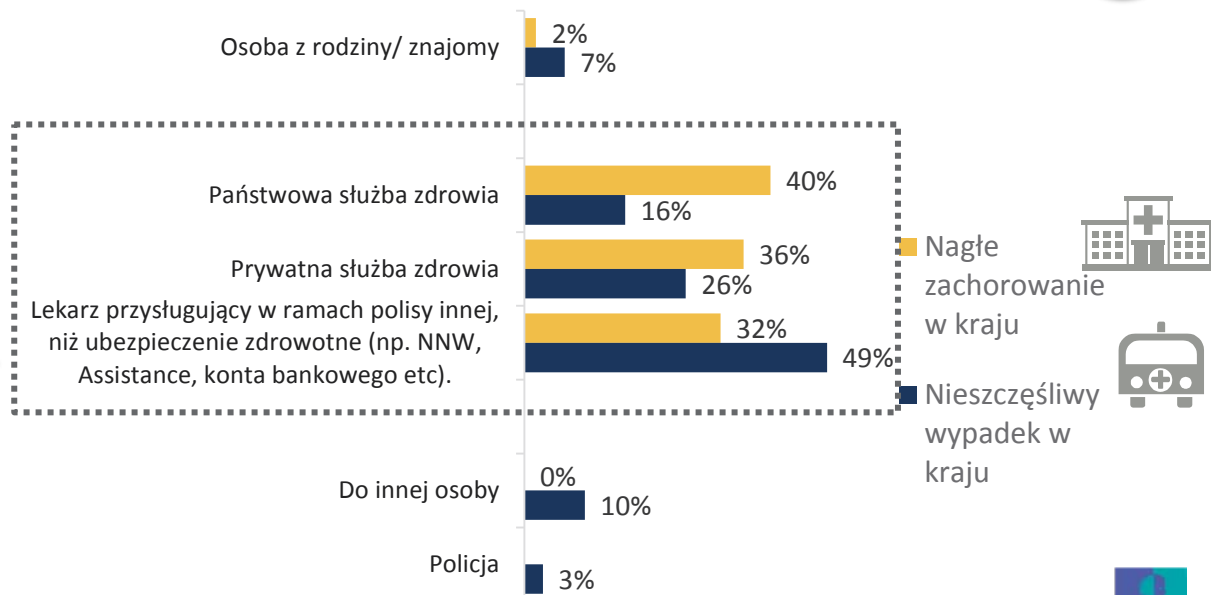
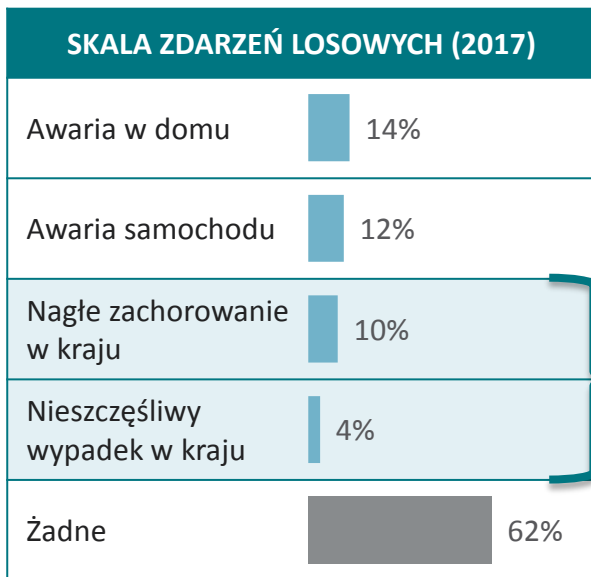


# ZDARZENIA LOSOWE W 2017 ROKU (1/2)

Badani, którzy nagle zachorowali w kraju zgłaszali się przede wszystkim do lekarzy w ramach dodatkowej polisy. Ci, którym przydarzył się nieszczęśliwy wypadek kierowali się natomiast do państwowej lub prywatnej służby zdrowia.



## DO KOGO ZWRÓCONO SIĘ O POMOC?



# PROFIL POSIADACZA USŁUG ASSISTANCE 2017



**41%** to pracownicy biurowi, wykwalifikowani specjaliści (również techniczni), osoby na stanowisku kierowniczym



**43%** ma 30-49 lat



**64%** zamieszkuje trzyosobowe i większe gospodarstwa domowe

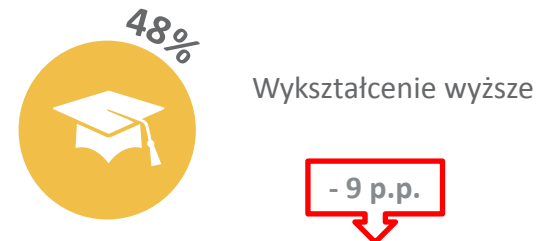
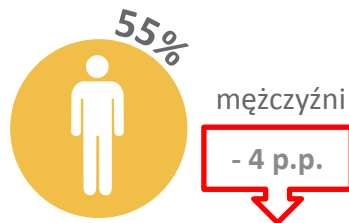


**48%** ma wykształcenie wyższe



**41%** posiada dochód netto na GD na poziomie 3 tys. zł lub większy

## 2017 vs 2016



# KORZYSTANIE Z USŁUG ASSISTANCE W 2017 ROKU



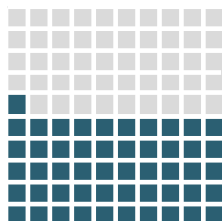
Sukcesywnie, z roku na rok rośnie odsetek osób korzystających z assistance zarówno w ramach produktów ubezpieczeniowych, jak i bankowych.

Skorzystał z usług assistance tylko w ramach posiadanych **produktów ubezpieczeniowych**

Skorzystał z usług assistance tylko w ramach posiadanych **produktów bankowych**

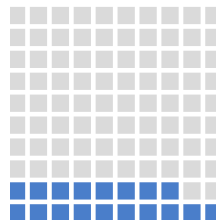
Skorzystał z usług assistance w ramach posiadanych **produktów ubezpieczeniowych i bankowych**

2017



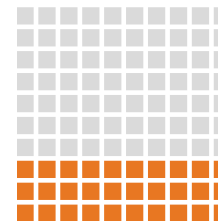
51%

1 292 331 osób



18%

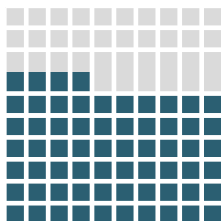
463 289 osób



31%

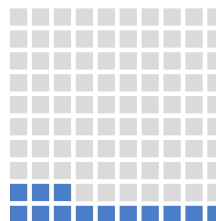
768 084 osób

2016



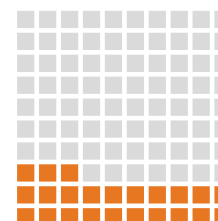
64%

1 696 560 osób



13%

347 024 osób

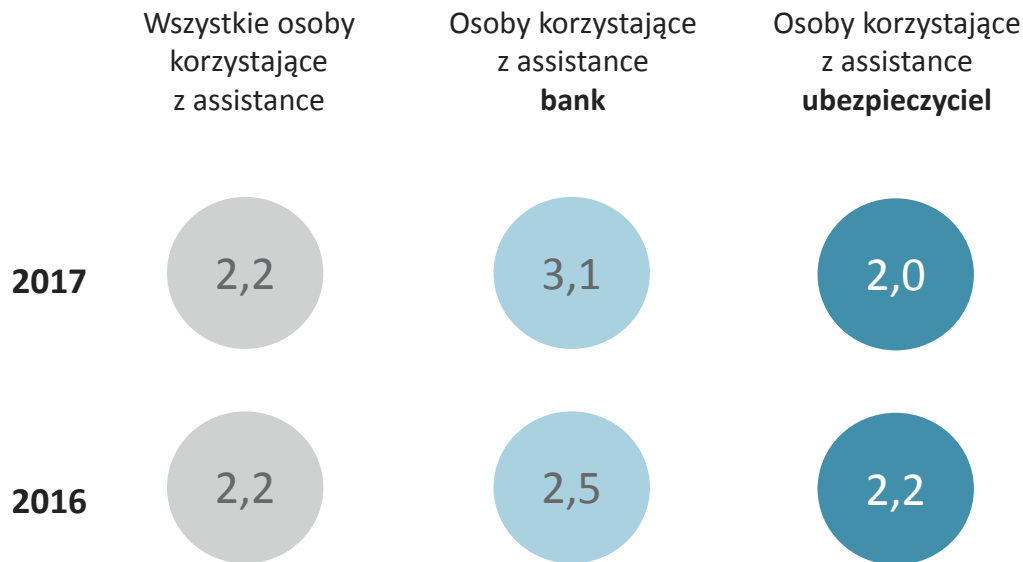


23%

616 931 osób

# KORZYSTANIE Z USŁUG ASSISTANCE W 2017 ROKU

Osoby korzystające z assistance w ramach usług bankowych robią to częściej niż w poprzednim roku.



*Ile razy średnio skorzystał z assistance w ciągu roku*

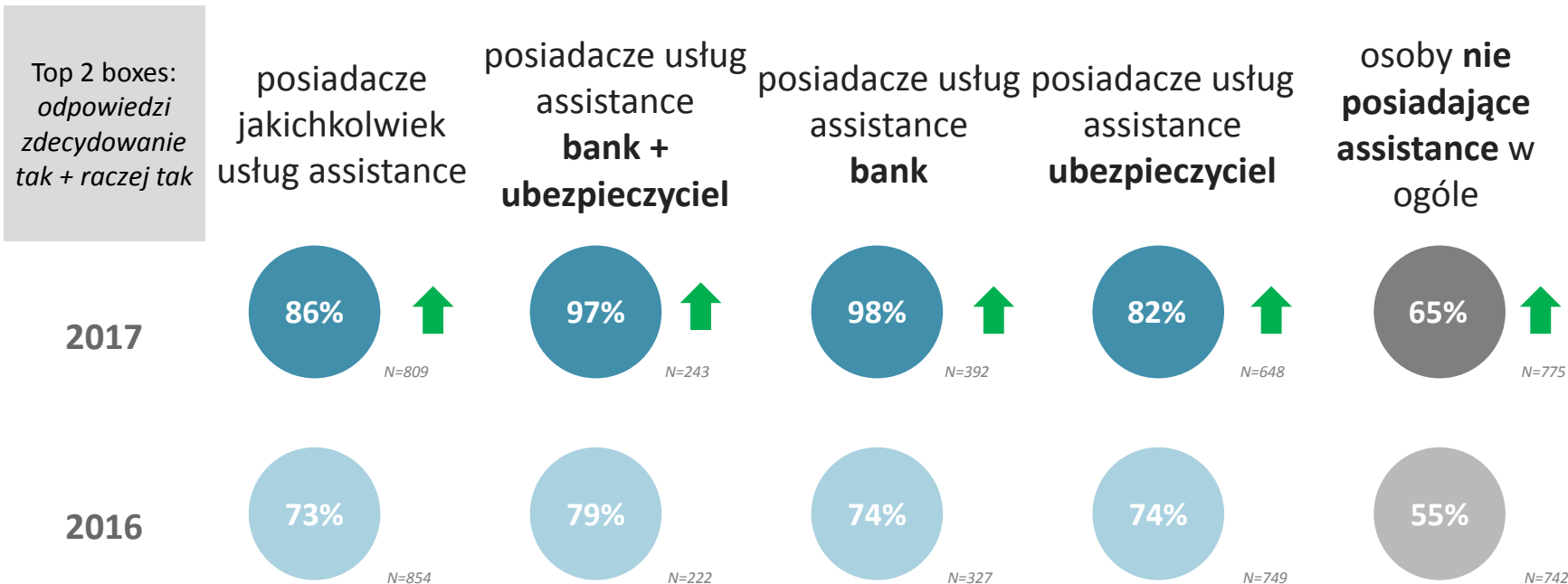
Q: Jak często zdarza się Panu(i) korzystać z różnego rodzaju usług assistance?

Baza: osoby korzystające z assistance



# ATRAKCYJNOŚĆ PRODUKTÓW UBEZPIECZENIOWO - FINASOWYCH Z DOŁĄCZONYMI USŁUGAMI ASSISTANCE

Atrakcyjność usług assistance wzrosła w każdej z badanych grup, zwłaszcza wśród posiadaczy assistance w ramach usług bankowych/ bankowych oraz ubezpieczeniowych.



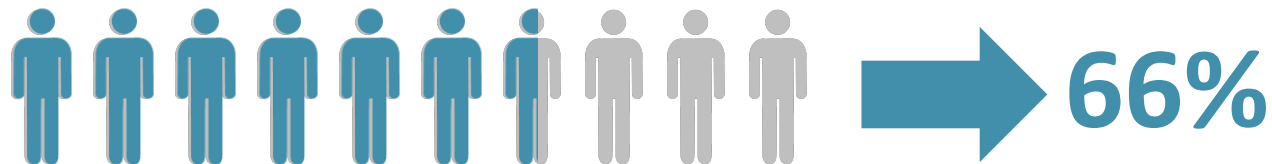
Q: Czy według Pana(i) dołączanie usług assistance do różnego rodzaju produktów finansowo – ubezpieczeniowych, czyni te produkty dla Pana(i) bardziej atrakcyjnymi, wzmacnia chęć korzystania z nich?  
Baza: posiadacze usług ubezpieczeniowo – finansowych

# PERCEPCJA UBEZPIECZEŃ I FIRM UBEZPIECZENIOWYCH

Badani są raczej przekonani, że ubezpieczenia mają pozytywny wpływ na ludzi i gospodarkę, a także że podnoszą poziom bezpieczeństwa

Ubezpieczenia mają pozytywny wpływ na ludzi i gospodarkę, podnoszą poziom bezpieczeństwa

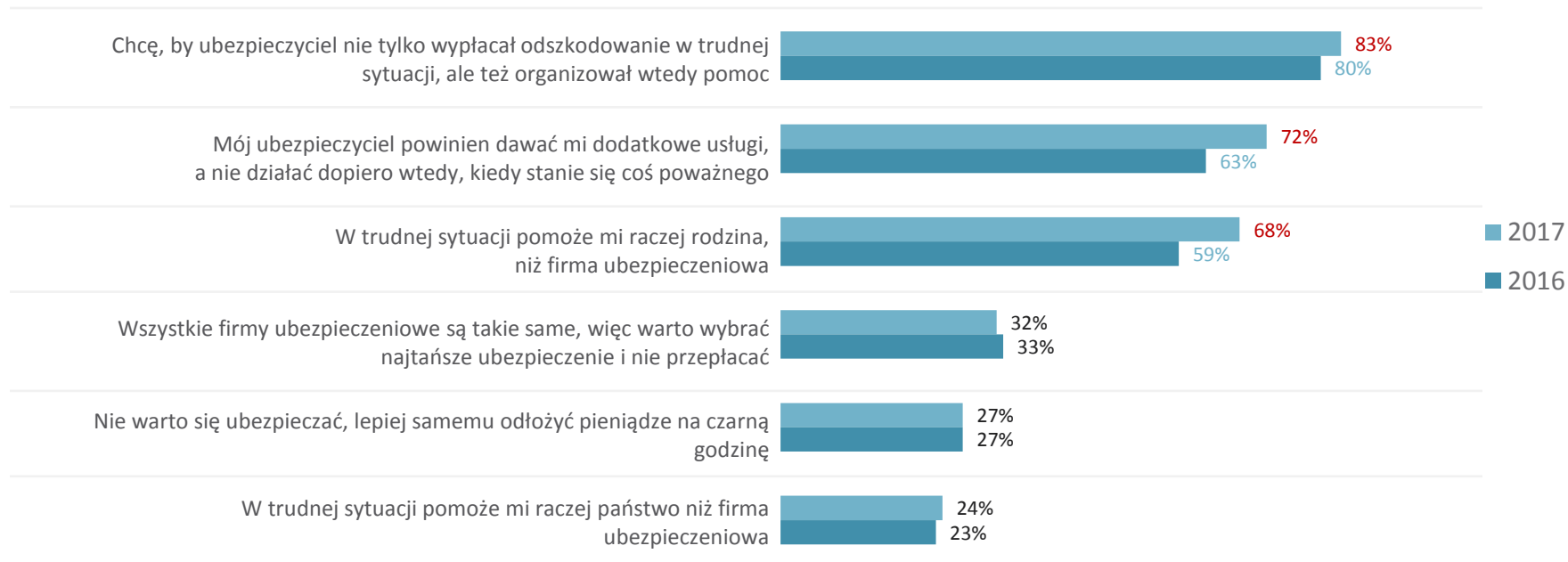
top 2 boxes: odpowiedzi zdecydowanie tak + raczej tak



# PERCEPCJA UBEZPIECZEŃ I FIRM UBEZPIECZENIOWYCH



Oczekiwania wobec ubezpieczycieli rosną – badani oczekują większego zaangażowania firm ubezpieczeniowych w przypadku sytuacji awaryjnych – organizacji pomocy, dodatkowych usług.



Różnice istotne statystycznie – **czzerwony** kolor czcionki oznacza wartość istotnie wyższą od wartości zaznaczonych czcionką **niebieską**.

Q: Przeczytam teraz Panu/Pani kilka stwierdzeń dotyczących ubezpieczeń i firm ubezpieczeniowych. Proszę dla każdego odczytanego stwierdzenia wskazać odpowiedź na skali od jednego do pięciu, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie się nie zgadzam”, a 5 oznacza „zdecydowanie się zgadzam”.



# Wnioski i trendy

# ZAPOTRZEBOWANIE NA USŁUGI ASSISTANCE

## – WNIOSKI I TRENDS

+ 9 p.p.



Istotny wzrost świadomości usług assistance: stabilny odsetek osób korzystających z tego typu usług.

+ 8 p.p.



Zwiększa się grupa klientów korzystających z assistance **zarówno w zakresie posiadanych usług bankowych, jak i ubezpieczeniowych**: wzrost o niemal 151 tys. osób korzystających z assistance z obydwu źródeł.

- 8 p.p.



Spadek odsetka badanych kojarzących assistance z pomocą w szerszym rozumieniu.

+ 5 p.p.



Wzrost wartości usług assistance **medycznego**



**Assistance samochodowe** ma stabilną pozycję w postrzeganej wartości (choć ma większą wartość dla mężczyzn niż dla kobiet)



Assistance to **usługi dla każdego, ale szczególnie przydatne osobom zapracowanym.**

Posiadacze assistance:



43% ma 30-49 lat  
55% to mężczyźni ↓



41% to pracownicy biurowi, wykwalifikowani specjaliści i osoby na stanowisku kierowniczym ↑



64% zamieszkuje trzyposobowe i większe gospodarstwa domowe ↑



48% ma wykształcenie wyższe



33% zamieszkuje największe miasta (powyżej 200 tys. mieszkańców) ↑

**Dziękujemy!**

**Zapraszamy do dyskusji.**