



Po raz szósty opublikowano wyniki badania Rynek usług assistance widziany oczami klientów zrealizowanego przez Ipsos na zlecenie Mondial Assistance. Jak wynika z badania, w 2016 roku z assistance skorzystało ponad 2,6 mln konsumentów. To rekordowy wynik dla wszystkich badanych lat. Rośnie zarówno świadomość usług pomocowych jak i ich wykorzystanie. Usługi assistance coraz częściej wykorzystywane są poza największymi ośrodkami miejskimi.

Celem przeprowadzonego badania był monitoring świadomości i potrzeb klientów w zakresie assistance. Sprawdzone sposoby rozumienia tych usług przez klientów, określono najbardziej pożądane rodzaje świadczeń. Zbadano również, czy dołączenie assistance do produktu finansowego czyni go bardziej atrakcyjnym. W ramach badania sprawdzono też w ramach jakich produktów finansowych klienci najczęściej wykorzystują pakiety assistance.

Rośnie świadomość, rośnie ilość użytkowników assistance

W świadomości Polaków, na przestrzeni lat stabilnie rośnie rozumienie assistance jako szeroko pojętych usług pomocowych i ratunkowych (49 proc., wzrost o 15 p.p.), a nie wyłącznie wsparcia w razie kłopotów z samochodem (34 proc., wzrost o 1 p.p.). Wzrasta postrzeganie assistance jako dodatkowych usług ubezpieczeniowych.

- Potwierdził się zaobserwowany w poprzednich latach badania trend, że z roku na rok wzrasta popularność usług assistance. Coraz więcej Polaków rozumie czym są usługi assistance i w coraz większym stopniu dostrzega różnorodność tych usług. 67 proc. posiadaczy jakiegokolwiek usługi finansowej (w banku albo u ubezpieczyciela) jest świadomych czym są usługi assistance (wzrost o 1,7 mln osób) - wyniki badania komentuje Tomasz Frączek, prezes zarządu Mondial Assistance.

Kto dzwoni po assistance?

Typowy posiadacz usług assistance to mężczyzna (59 proc., wzrost o 9 p.p.), z wyższym wykształceniem (49 proc., wzrost o 5 p.p.), mieszkający w trzyosobowym lub większym gospodarstwie domowym (56 proc.), żyjący w mieście powyżej 200 tys. mieszkańców (31 proc., spadek o 7 p.p.), w wieku 30-49 lat (45 proc.).

- Porównując wyniki naszych badań możemy zauważyć dwie tendencje, z czego obie można uznać za szczególnie pozytywne. Po pierwsze, assistance ma coraz więcej użytkowników poza wielkimi ośrodkami miejskimi. Po drugie, Ci którzy raz z assistance skorzystali, chętnie ponownie sięgają po usługi pomocowe. Nastąpił wyraźny wzrost wśród tych, którzy wykorzystują assistance częściej niż raz w roku. Szczególnie wyraźny wzrost widoczny jest w przypadku osób korzystających z assistance w ramach usług bankowych. W 2015 roku średnia częstość wykorzystania usług pomocowych dla klienta bankowego wynosiła prawie 2 interwencje. Dane z zeszłego roku pokazują, że ten wskaźnik wzrósł do 2,5 użyć assistance. To świadczy o pozytywnych dotychczasowych doświadczeniach i chęci wykorzystania posiadanych usług pomocowych – dodaje Tomasz Frączek, prezes zarządu Mondial Assistance.

Najbardziej atrakcyjne assistance samochodowe

W 2016 roku największą deklarowaną wartość dla Polaków miało najlepiej znane i najczęściej wykorzystywane

assistance samochodowe (84 proc., wzrost o 8 p.p.). Na drugim miejscu znalazło się wsparcie medyczne np. domowa wizyta lekarska (80 proc., spadek o 1 p.p.), a na trzecim turystyczne/podróżne np. wizyta lekarska za granicą (66 proc. wzrost o 6 p.p.). Assistance domowe znalazło się na czwartym miejscu (60 proc., spadek o 9 p.p.).

- Usługi assistance o największej wartości według płci to wśród kobiet assistance medyczne, a wśród mężczyzn samochodowe. Jednak w porównaniu do 2015 roku, wśród kobiet najbardziej wzrosła wartość assistance samochodowego (o 10 proc.), wśród mężczyzn assistance turystycznego (o 9 proc.) oraz medycznego (o 4 proc.) – mówi Tomasz Frączek.

Tegoroczne badanie rynku assistance potwierdza, że usługi pomocowe w Polsce mają coraz bardziej powszechny charakter i masową skalę. Produkty assistance (samochodowe, medyczne, turystyczne, domowe) mają aż 95 proc. wskaźnik satysfakcji klienta. To poziom bardzo wysoki dla sektora usług, nie tylko finansowych. Fakt ten może tłumaczyć ciągły rozwój assistance, nawet w tak trudnych warunkach jak te panujące w branży finansowej.

[RAPORT Ipsos Polska](#) (pdf.)

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Mondial Assistance przez Ipsos Polska w dniach 2.01. – 2.02.2017 roku. Metoda realizacji badania to wywiady ilościowe przeprowadzone techniką CATI. Uwzględniono ogólnopolską próbę miejską reprezentatywną ze względu na płeć, wiek i wielkość miejscowości (N = 2000). Badanie zrealizowano szósty raz z rzędu według tych samych parametrów badawczych, będące źródłem wiedzy na temat trendów i tendencji dla usług assistance na rynku finansowym.

Grupa Mondial Assistance: interwencja co 2 sekundy w każdym miejscu świata

Jesteśmy międzynarodowym liderem rynku assistance, ubezpieczeń turystycznych i osobistej opieki. Z usług Grupy, świadczonych na wszystkich kontynentach, korzysta 250 milionów ludzi, tj. 4% światowej populacji. To część naszego know-how, które uzupełnia doświadczenie z 10 lat istnienia w Polsce. Od lat pracujemy na sukces wielu znanych Ci firm – również tych największych.

www.mondial-assistance.com

Mondial Assistance ([press box](#))