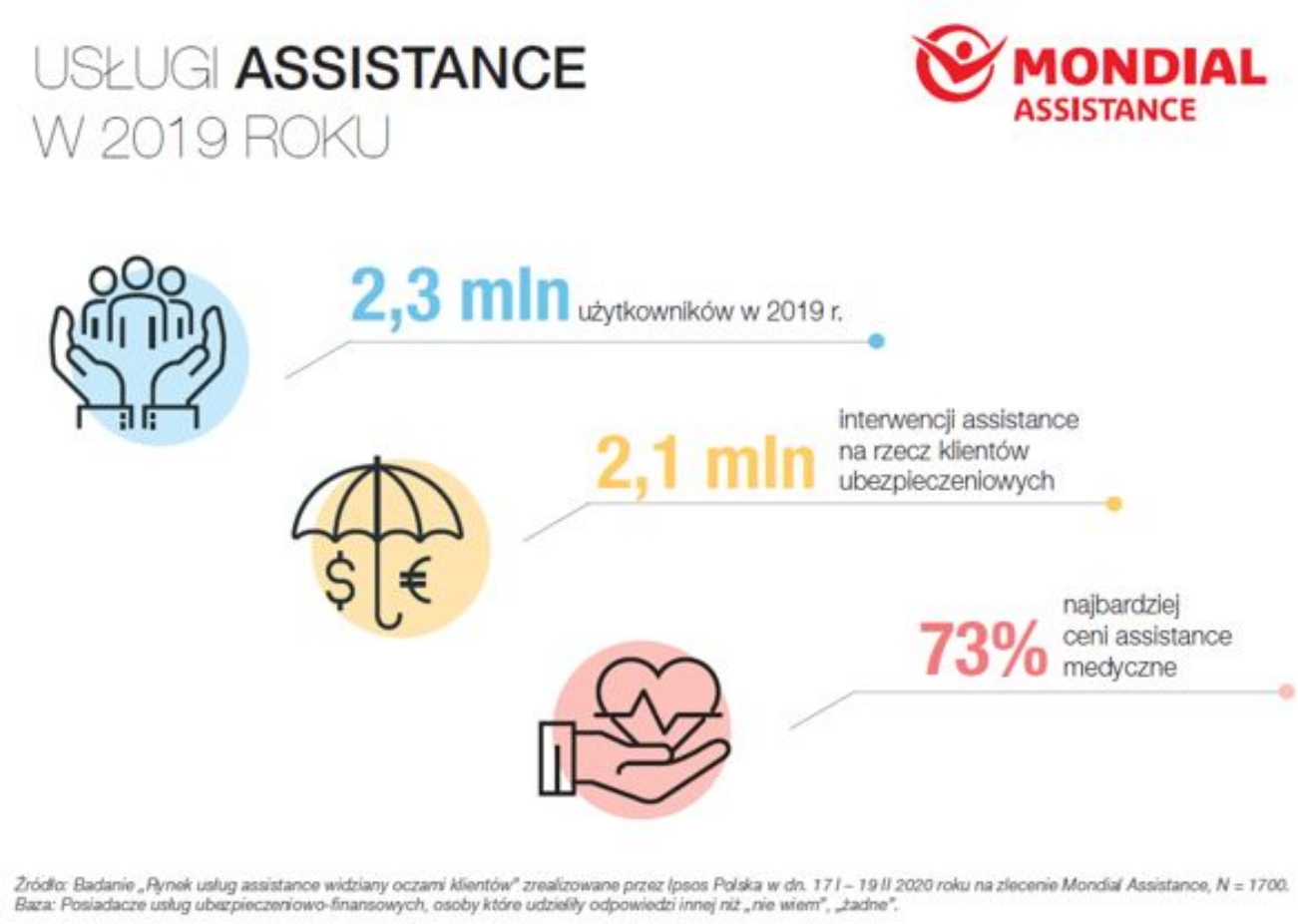


Po raz dziewiąty opublikowano wyniki badania Rynek usług assistance widziany oczami klientów zrealizowanego przez Ipsos na zlecenie Mondial Assistance. Jak wynika z badania, w 2019 roku z assistance skorzystało ponad 2,3 mln konsumentów. Świadomość usług assistance wynosi 75 proc.

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

Świadomość na stabilnym poziomie

Z 17,8 mln osób posiadających usługi finansowo-ubezpieczeniowe ponad 13,3 mln prawidłowo rozumie czym one są. Rozumienie assistance jako szeroko pojętych usług pomocowych/ratunkowych wynosi 52 proc. (wzrost o 8 p.p.), jako samochodowo/komunikacyjnych 31 proc. (wzrost o 9 p.p.).

- Assistance większości badanych kojarzy się z czymś więcej niż jedynie pomocą w obszarze motoryzacji. Badani deklarują, że może dotyczyć ich zdrowia, być wsparciem w codziennych problemach w domu np. w ramach pomocy hydraulika, elektryka czy ślusarza. Respondenci doskonale zdają sobie sprawę, że na assistance mogą liczyć w nagłych sytuacjach. Assistance to kompleksowa pomoc. – wyniki badania komentuje **Piotr Ruszowski**, dyrektor sprzedaży i

marketingu w Mondial Assistance.

Assistance medyczne najbardziej atrakcyjne, coraz wyżej cenione assistance domowe

W tegorocznej edycji badania największą deklarowaną wartość dla badanych Polaków miało assistance medyczne np. domowa wizyta lekarska (73 proc.), które wyprzedziło dotychczasowego lidera – assistance komunikacyjne. Na drugim miejscu znalazło się assistance samochodowe (70 proc.), a na trzecim domowe np. pomoc hydraulika lub elektryka (64 proc.).

- Badani deklarowali, że najchętniej skorzystaliby z usług assistance medycznego, czyli między innymi bardzo popularnej pośród oferowanych przez nas serwisów rehabilitacji (68 proc., wzrost o 10 p.p.), dostępu do badań specjalistycznych takich jak tomografia (64 proc., wzrost o 9 p.p.). Trzecim najbardziej atrakcyjnym serwisem jest holowanie pojazdu (54 proc., wzrost o 5 p.p.) – dodaje Piotr Ruszowski.

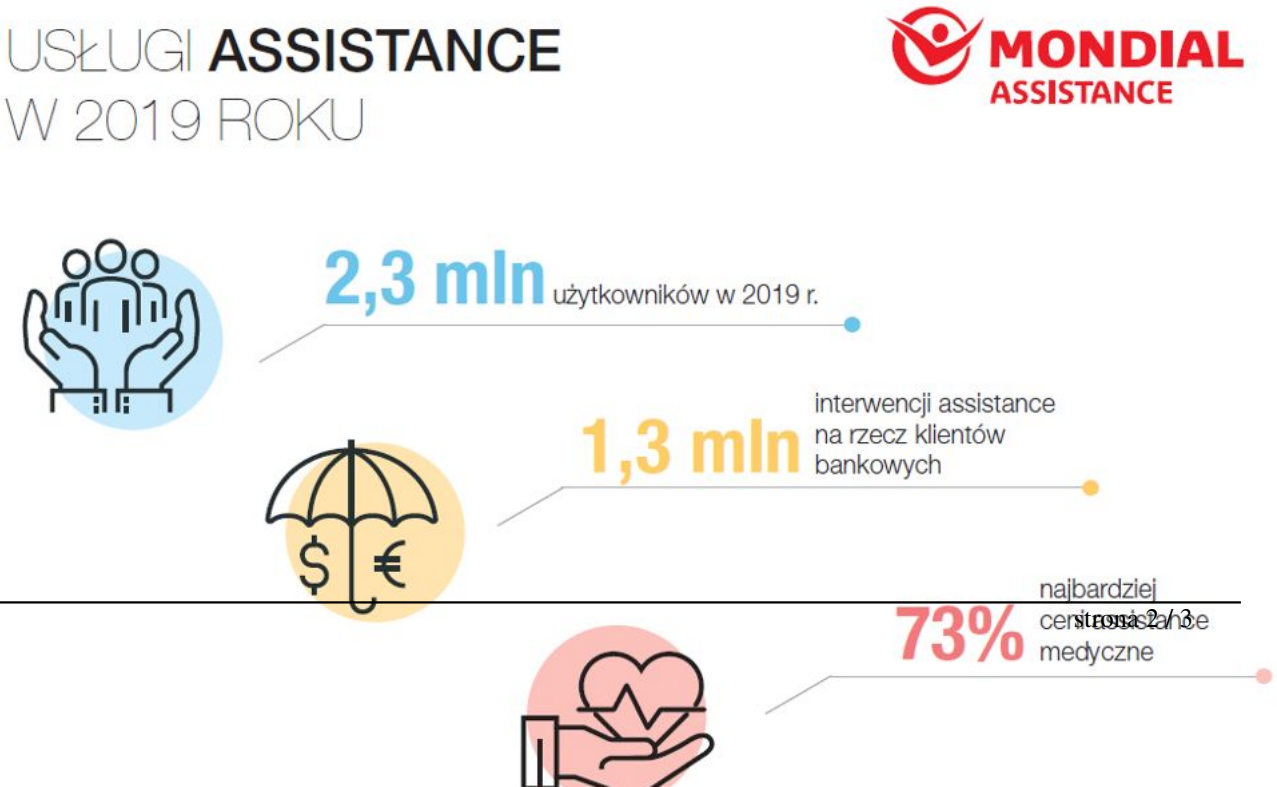
- W porównaniu z zeszłorocznym badaniem istotny wzrost odnotowała obawa związana z awarią sprzętów RTV/AGD (54 proc., wzrost o 7 p.p.), wyraźnie widać, że z roku na rok assistance domowe zyskuje na wartości. – dodaje Piotr Ruszowski.

Zakres assistance ma znaczenie

74 proc. badanych uważa, że produkty finansowo-ubezpieczeniowe zyskują na wartości gdy dodane są do nich usługi assistance.

- Zakres dodawanych usług pomocowych ma ogromny wpływ na decyzje zakupowe Polaków. Największe znaczenie ma w przypadku zakupu ubezpieczenia na życie (69 proc.), ubezpieczenia NNW (66 proc.) oraz ubezpieczenia domu (63 proc.). – mówi Piotr Ruszowski.

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Mondial Assistance przez Ipsos Polska w dniach 17.01. – 19.02.2020 roku. Metoda realizacji badania to wywiady ilościowe przeprowadzone techniką CATI. Uwzględniono ogólnopolską próbę reprezentatywną ze względu na płeć, wiek, województwo i wielkość miejscowości (N = 1700). Badanie zrealizowano dziewiąty raz z rzędu według tych samych parametrów badawczych i jest ono 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 ponad 20 lat istnienia w Polsce. Od lat pracujemy na sukces wielu znanych Ci firm – również tych największych.

Mondial Assistance
press box