



ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

# Badanie rynku bancassurance

VI Kongres Bancassurance 23-24 października 2014 Hotel Holiday Inn w Józefowie

*Norbert Jeziolowicz*

*Dyrektor*

*Zespół Bankowości Detalicznej i Rynków Finansowych*

*Związek Banków Polskich*



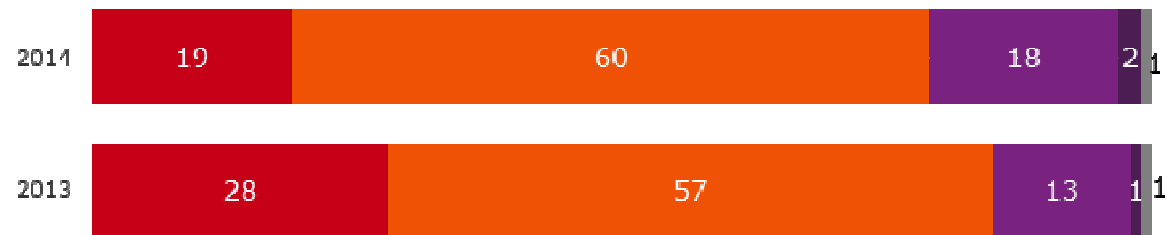
ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

*Sondaż w placówkach bankowych przeprowadzono w dniach 8-17 września br. W telefonicznym badaniu wspomaganym komputerowo (CATI) wzięto udział 200 placówek bankowych z całego kraju, reprezentujących wszystkie typy banków krajowych.*



ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

## Czy łączenie produktów bankowych i ubezpieczeniowych jest obszarem perspektywnym w działalności banków?



■ [4] Zdecydowanie tak   ■ [3] Raczej tak   ■ [2] Raczej nie   ■ [1] Zdecydowanie nie   ■ Trudno powiedzieć



ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

## Łączenie produktów ubezpieczeniowych i bankowych

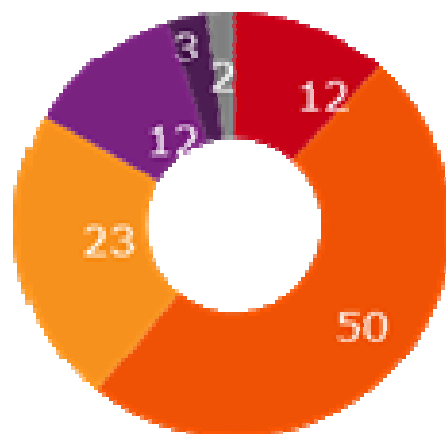
Zdecydowana większość przedstawicieli sektora bankowego dostrzega nowe możliwości w łączeniu produktów bankowych i ubezpieczeniowych.

Blisko 80 proc. z nich jest zdania, że takie połączenie jest perspektywicznym obszarem w działalności banków (91 proc. – 2011, 87 proc. – 2012, proc. 85 proc. – 2013). Odmiennego zdania jest co piąty badany.



ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

## Czy łączenie produktów ubezpieczeniowych z produktami bankowymi jest wartością dodaną dla Państwa klientów?



[5] Zdecydowanie tak  
[4] Ani tak, ani nie  
[1] Zdecydowanie nie

[4] Bardziej tak  
[2] Bardziej nie  
Trudno powiedzieć / nie wiem



ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

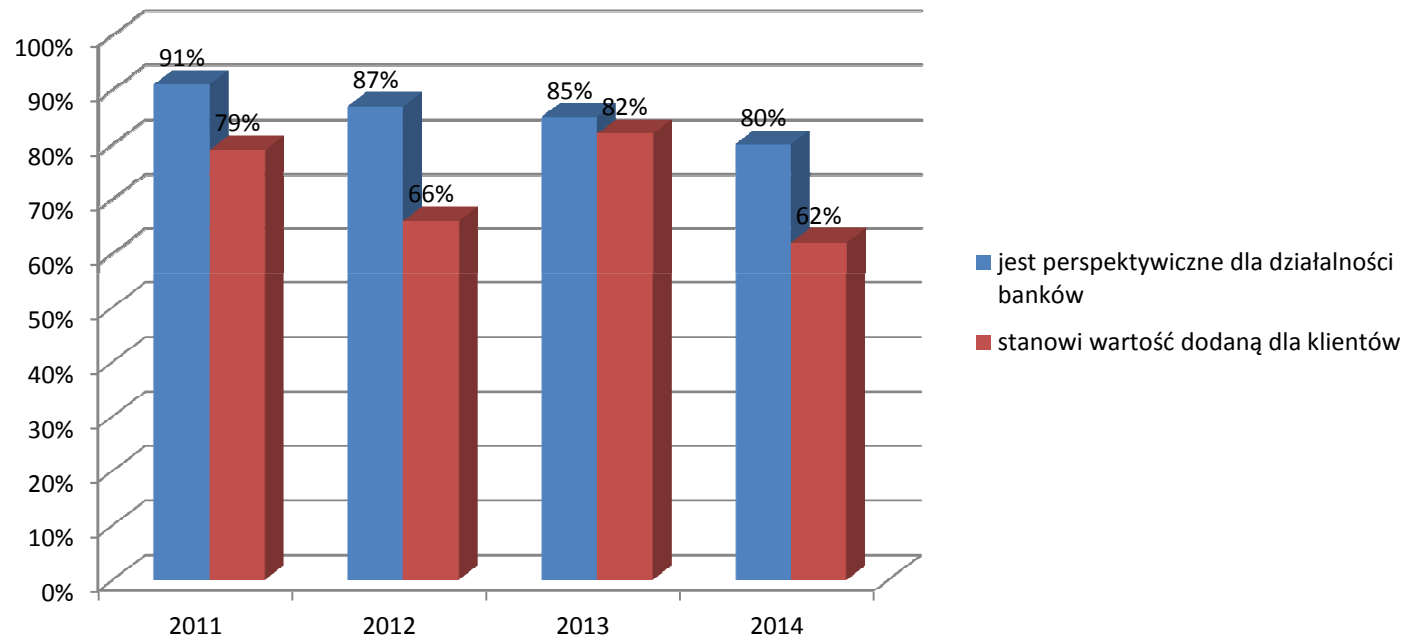
## Łączenie produktów ubezpieczeniowych i bankowych

Zdecydowana większość bankowców (62 proc.) uważa również, że połączenie produktów bankowych i ubezpieczeniowych jest wartością dodaną dla klientów (79 proc. – 2011, 66 proc. – 2012, 82 proc. - 2013).



ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

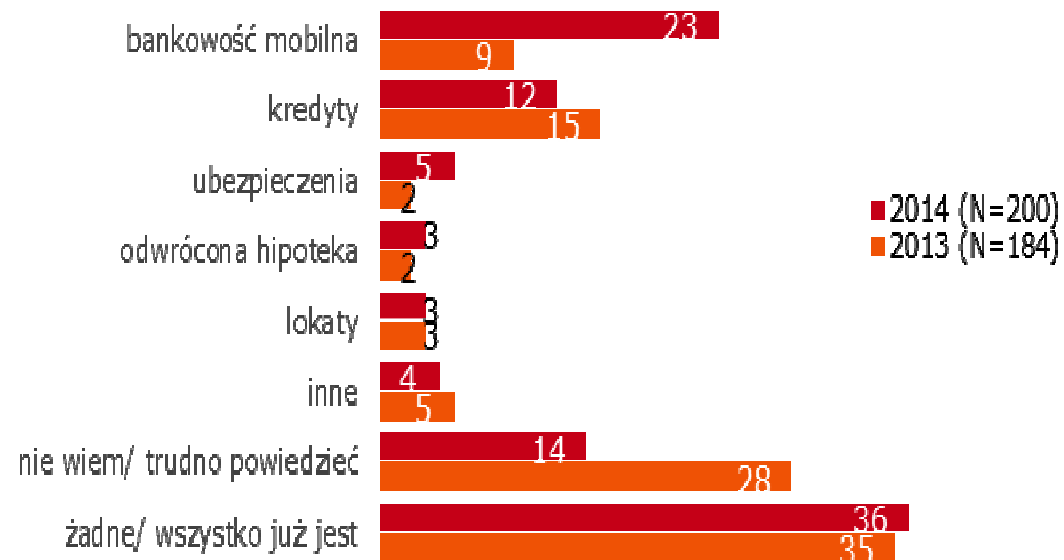
## Łączenie produktów bankowych i ubezpieczeniowych w latach 2011-2014





ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

## Jakie nowe produkty powinny pojawić się w ofercie banków, aby spełnić oczekiwania i potrzeby klientów?







ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

## Nowe produkty spełniające oczekiwania i potrzeby klientów

Przedstawiciele sektora bankowego najczęściej (i zdecydowanie częściej niż w 2013) wskazują, że oczekiwania i potrzeby klientów spełniłyby rozbudowanie oferty z zakresie bankowości mobilnej (23 proc.).

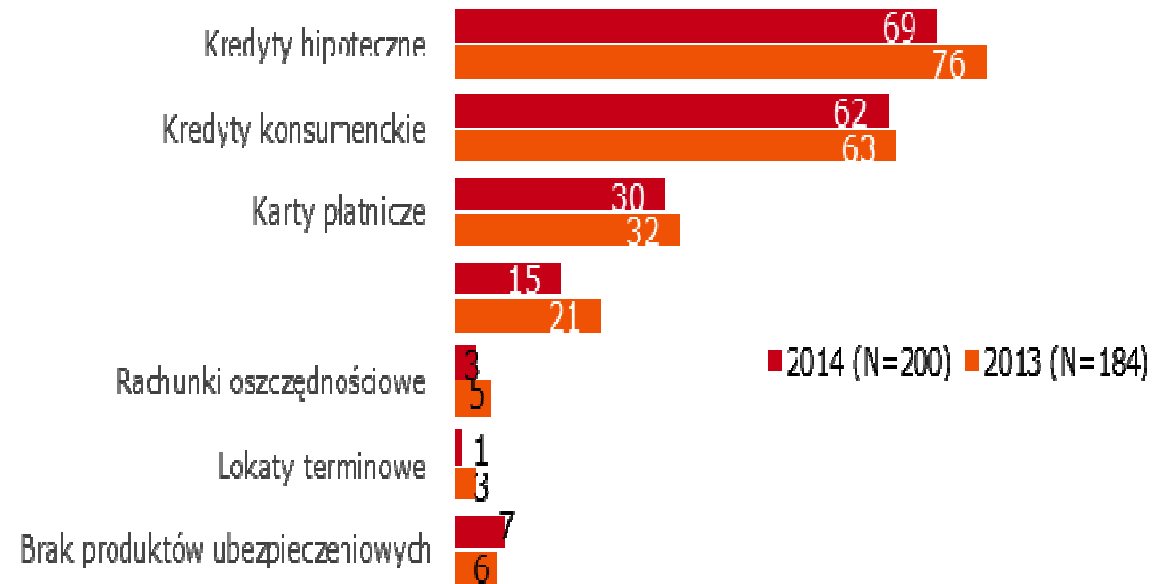
Na drugim miejscu wskazywane są produkty kredytowe (12 proc.), na trzecim – produkty ubezpieczeniowe (5 proc.)

Szczególnie popularna jest także opinia, że oferta bankowa jest kompleksowa i pełna.



ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

## W wypadku których produktów klienci Państwa banku chętnie dokupują ubezpieczenie?





ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

## Zakup ubezpieczenia do produktów bankowych

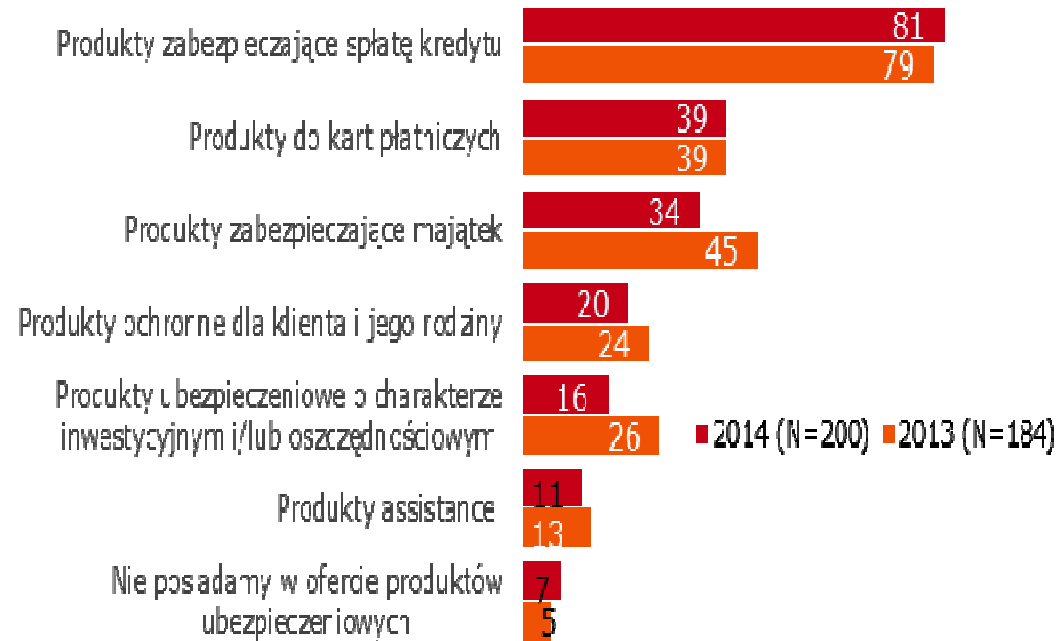
Niemal 70 proc. badanych deklaruje, że klienci w ich banku chętnie dokupują ubezpieczenie do kredytu hipotecznego (79 proc. – 2011, 77 proc. – 2012, 76 proc. - 2013). Nieco mniej popularne jest ubezpieczenie do kredytu konsumenckiego – 62 proc. (66 proc. – 2011, 73 proc. – 2012, 63 proc. – 2013).

Niespełna co trzeci bankowiec (30 proc.) deklaruje, że klienci chętnie korzystają z ubezpieczenia karty płatniczej (42 proc. – 2011, 46 proc. - 2012), a 15 proc. wskazuje, że ubezpieczenie jest dokupywane do rachunku oszczędnościowo – rozliczeniowego (18 proc. – 2011, 22 proc. – 2012, 21 proc. – 2013).



ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

## Którymi rodzajami produktów ubezpieczeniowych klienci Pana(i) banku są najbardziej zainteresowani?





ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

## Zainteresowanie produktami ubezpieczeniowymi

Spośród produktów ubezpieczeniowych, klienci banków wykazują największe zainteresowanie produktami zabezpieczającymi spłatę kredytu – 81 proc. (87 proc. – 2011, 79 proc. – 2012, 79 proc. – 2013 ).

Według bankowców, dużą popularnością cieszą się produkty ubezpieczeniowe do kart płatniczych (39 proc.) (50 proc. – 2011, 62 proc. – 2012, 39 proc. – 2013) oraz produkty zabezpieczające majątek – 34 proc. (33 proc. – 2011, 49 proc. 2012, 45 proc. – 2013),.

Co piąty bankowiec wskazuje na dużą popularność produktów ochronnych dla klienta i jego rodziny, a także produktów ubezpieczeniowych o charakterze inwestycyjnym lub ubezpieczeniowym



ZWIĄZEK  
BANKÓW  
POLSKICH

# Dziękuję za uwagę