E-INSURANCE

DOŚWIADCZENIA KLIENTA W SIECI DZISIAJ I W PRZYSZŁOŚCI

Justyna Niebutkowska, Kamil Parzuchowski

Gdzie głównie kupujemy w sieci?

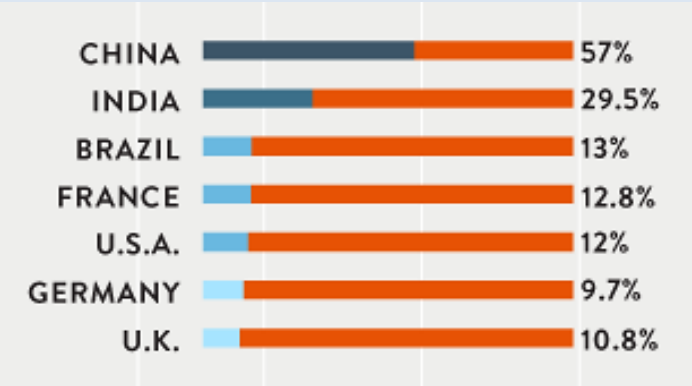
E-commerce

E-commerce na świecie

Średni wzrost wartości o ponad **19%** w skali roku

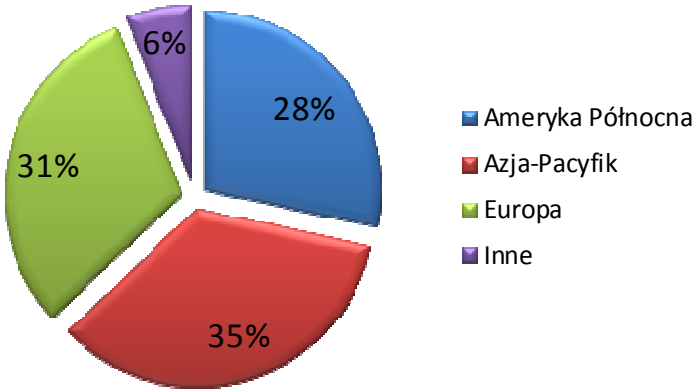
W 2015r. osiągnie wartość **1,4** biliona $

Średni wzrost sprzedaży w latach 2012-2017



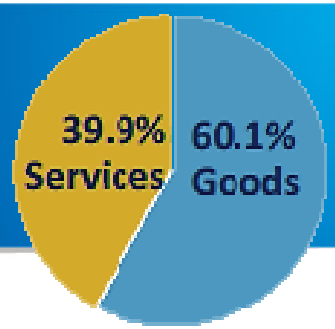
Źródło: eMarketer

Udział regionów w globalnym handlu elektronicznym



Źródło: Ecommerce Foundation, 2015

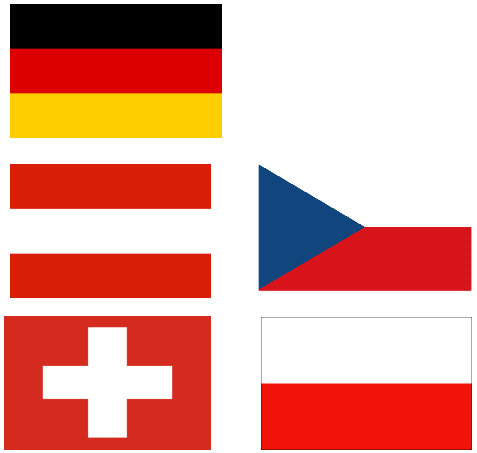
E-commerce w Europie



European B2C E-commerce Report 2015

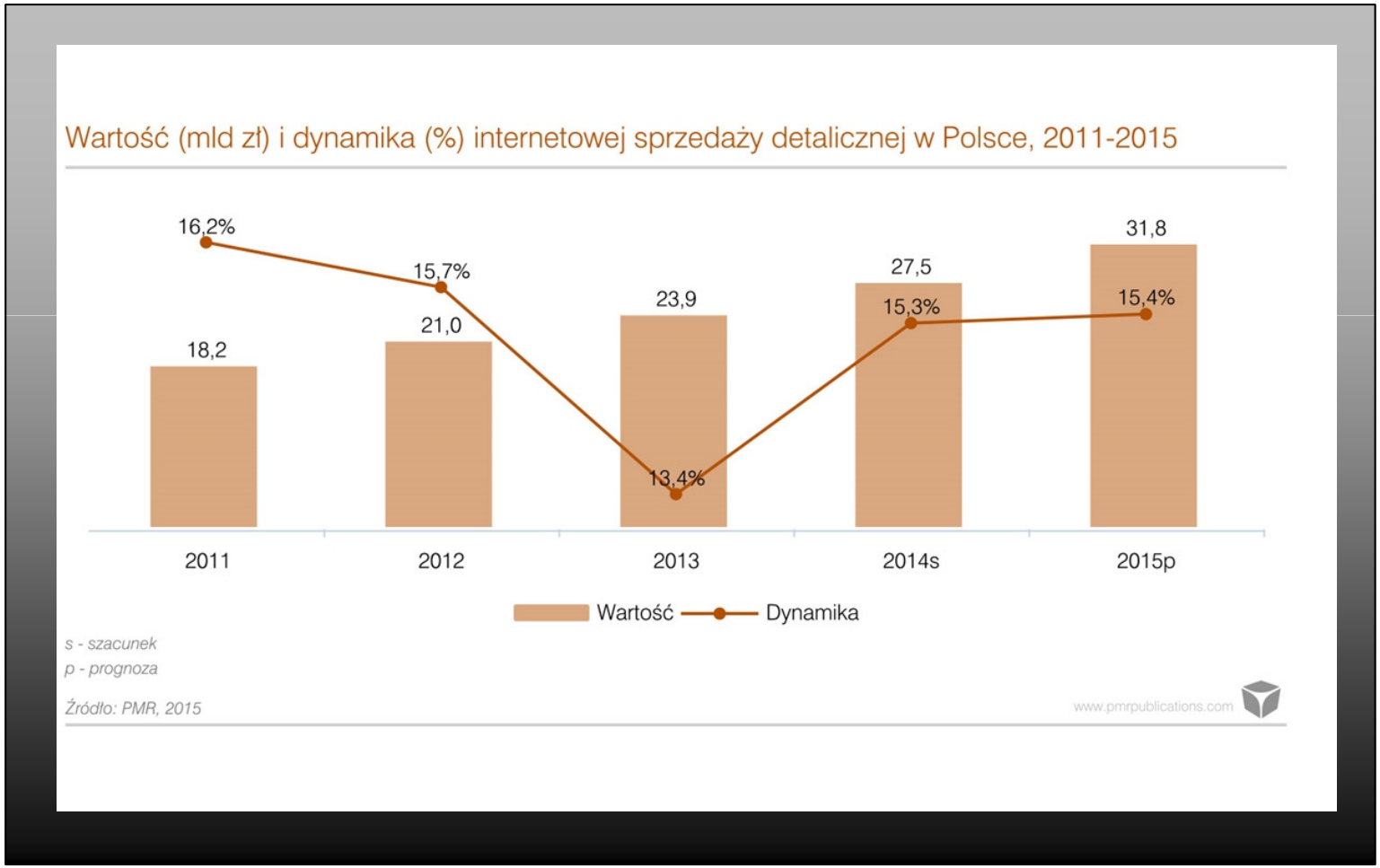
Wartość rynku E-commerce 2014 r. w Europie

Europa – **423.8** mld euro
UE – **368.7** mld euro
Europa Centralna – **106.5** mld euro



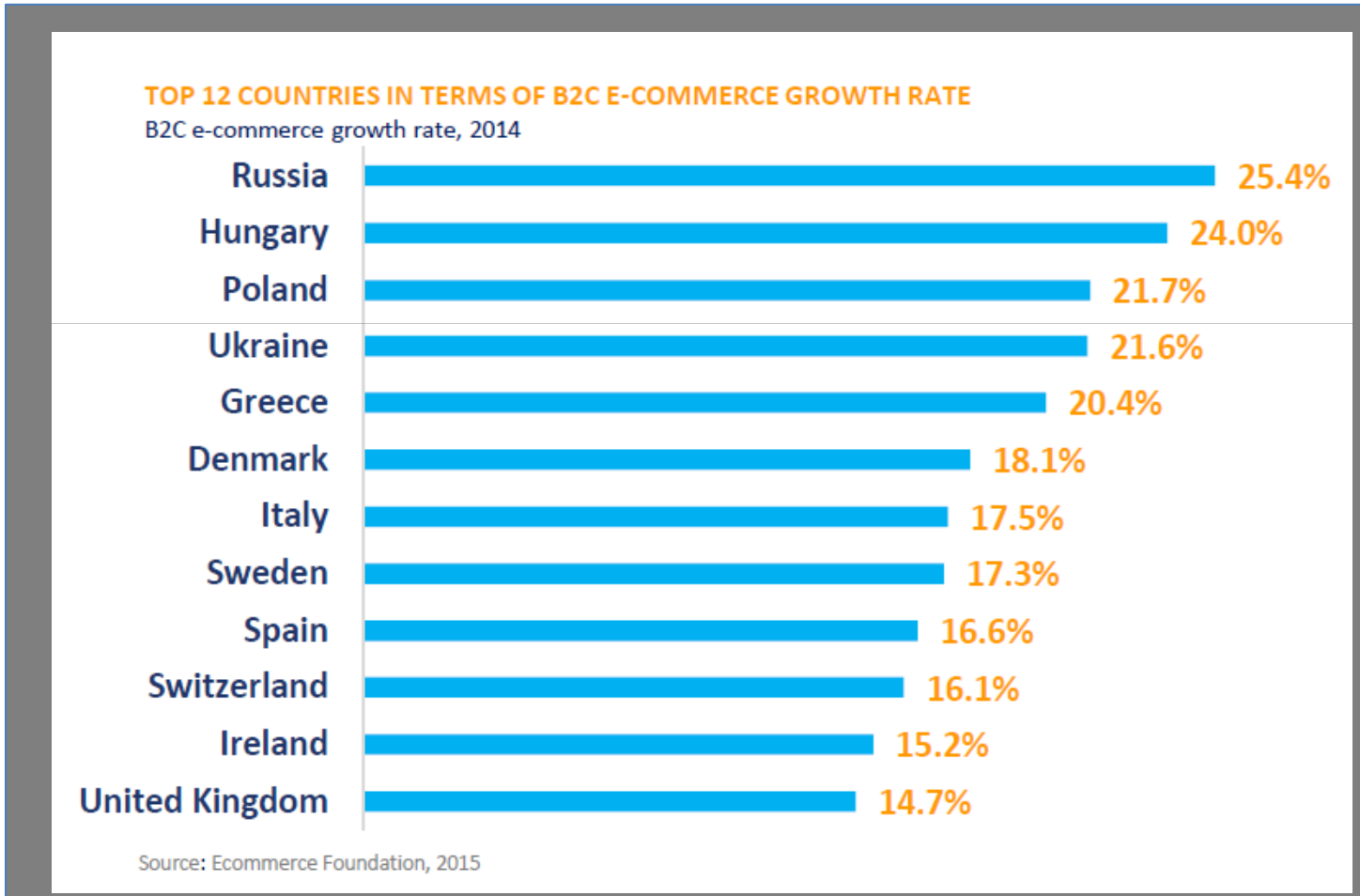
Niemcy – **71.200** mln euro
Szwajcaria – **12.717** mln euro
Austria – **11.685** mln euro
Polska – **6.541** mln euro
Czechy – **2.874** mln euro

E-commerce w Polsce

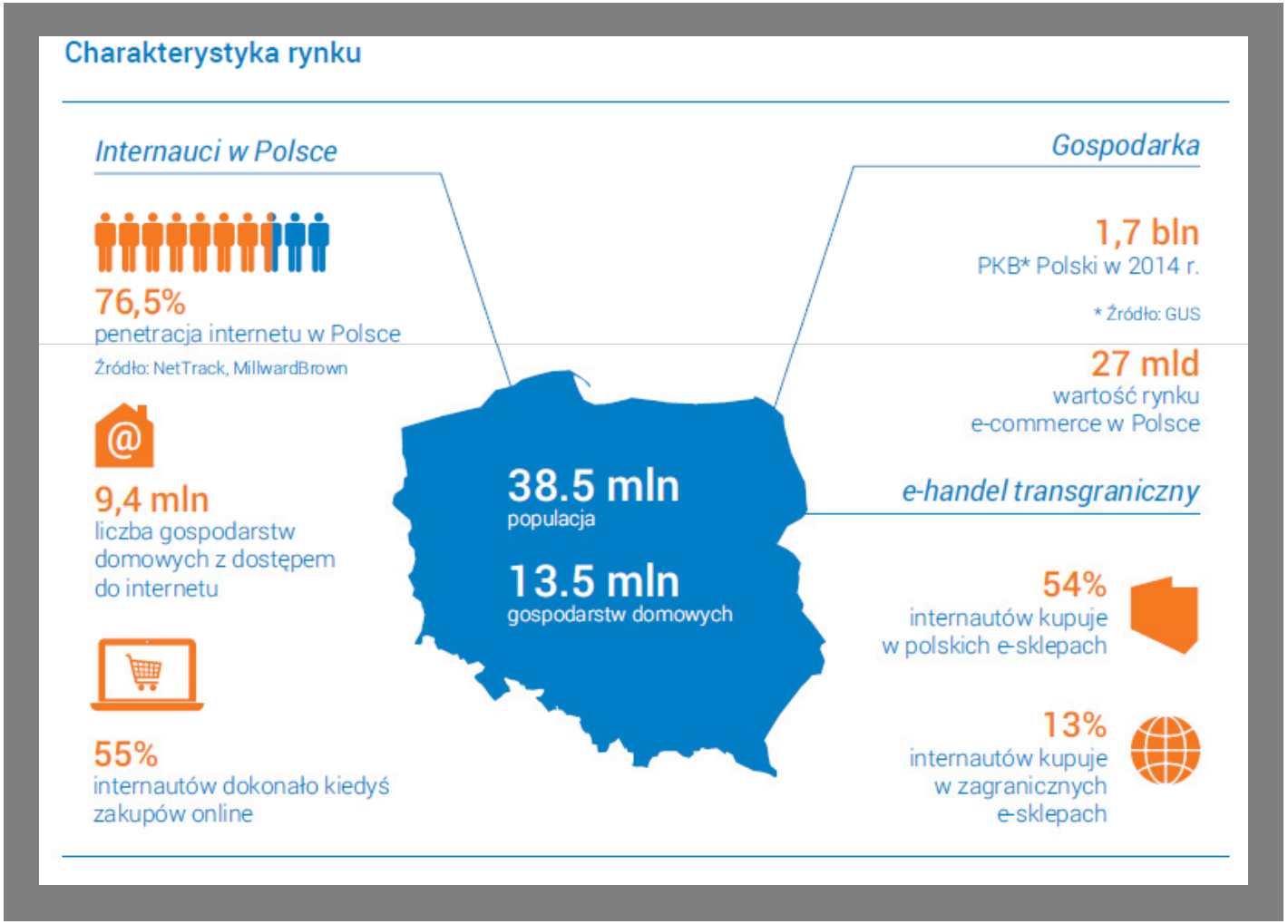


Źródło: PMR Research

E-commerce w Polsce



E-commerce w Polsce



Źródło: E-commerce w Polsce 2015. Gemius dla e-Commerce Polska

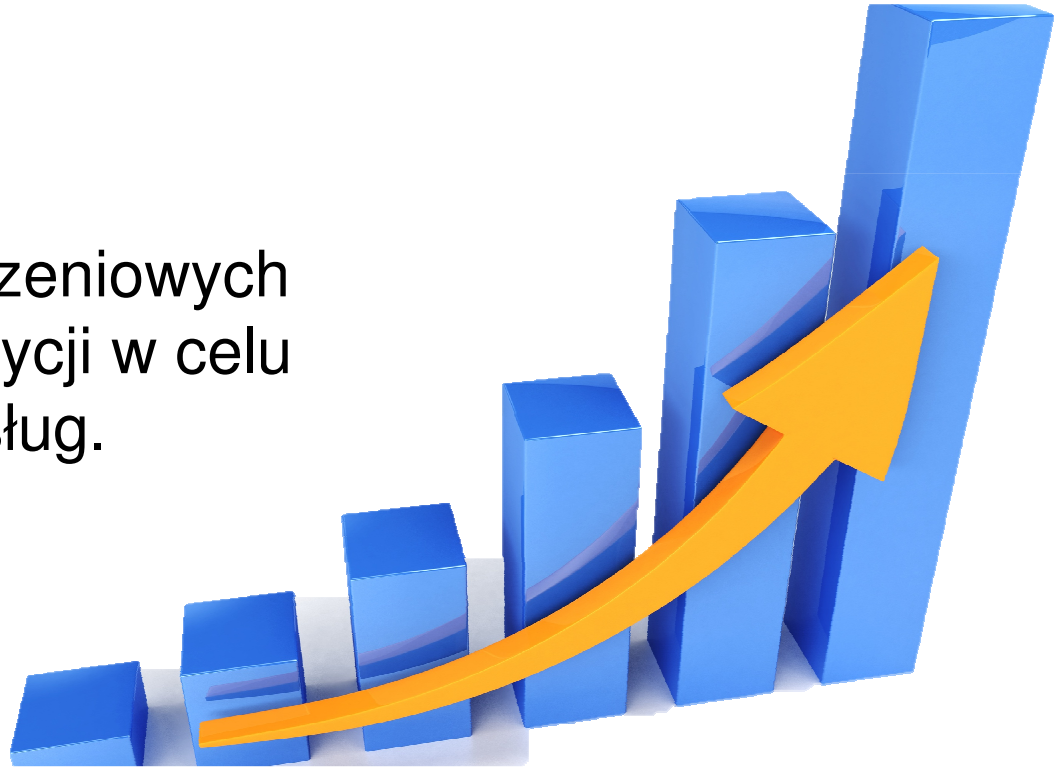
E-commerce w Polsce

Najczęściej kupowane kategorie produktów wg badania Gemius

E-insurance w branży finansowej

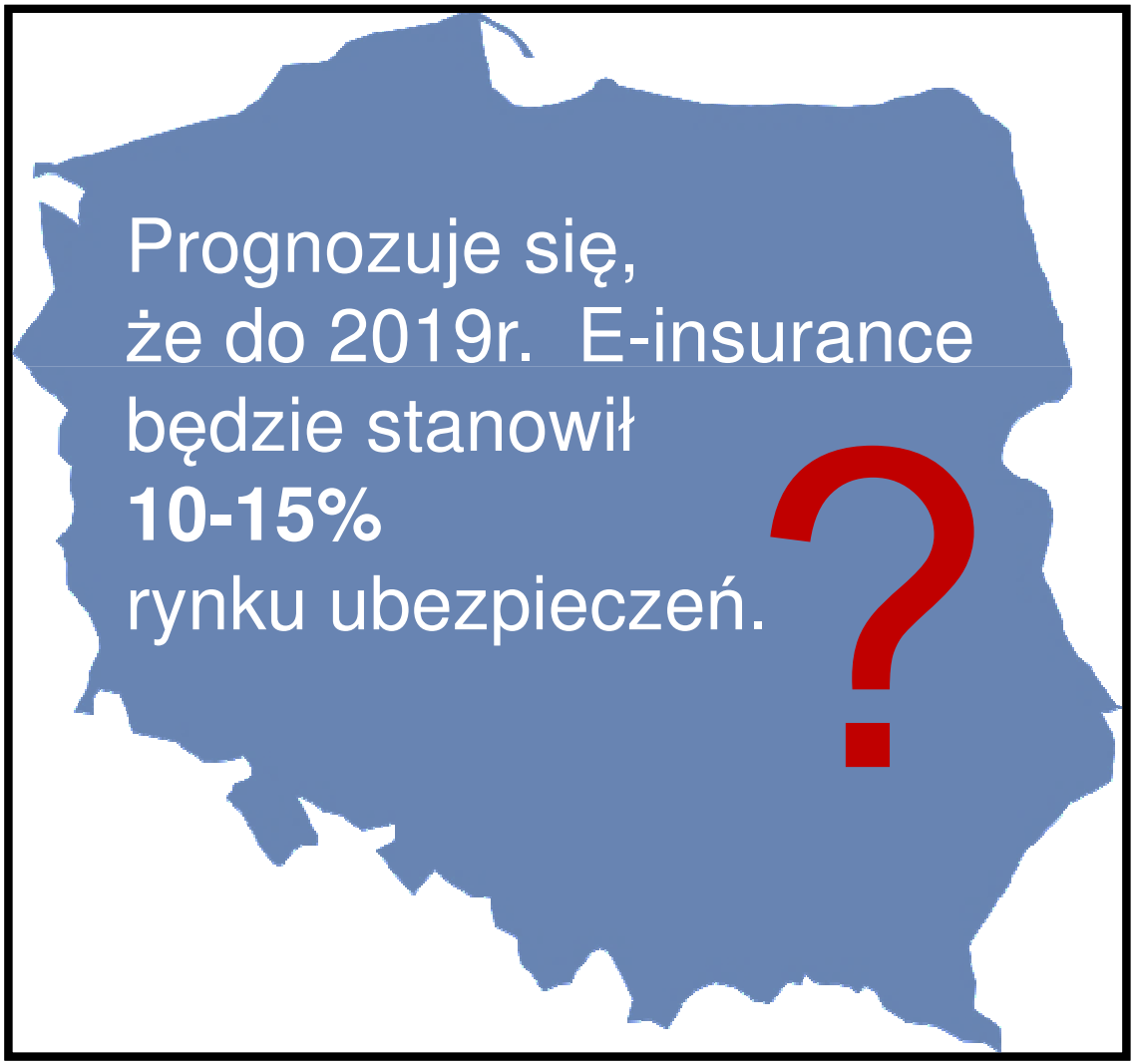
78%

europejskich firm ubezpieczeniowych planuje zwiększenie inwestycji w celu rozwoju cyfryzacji usług.



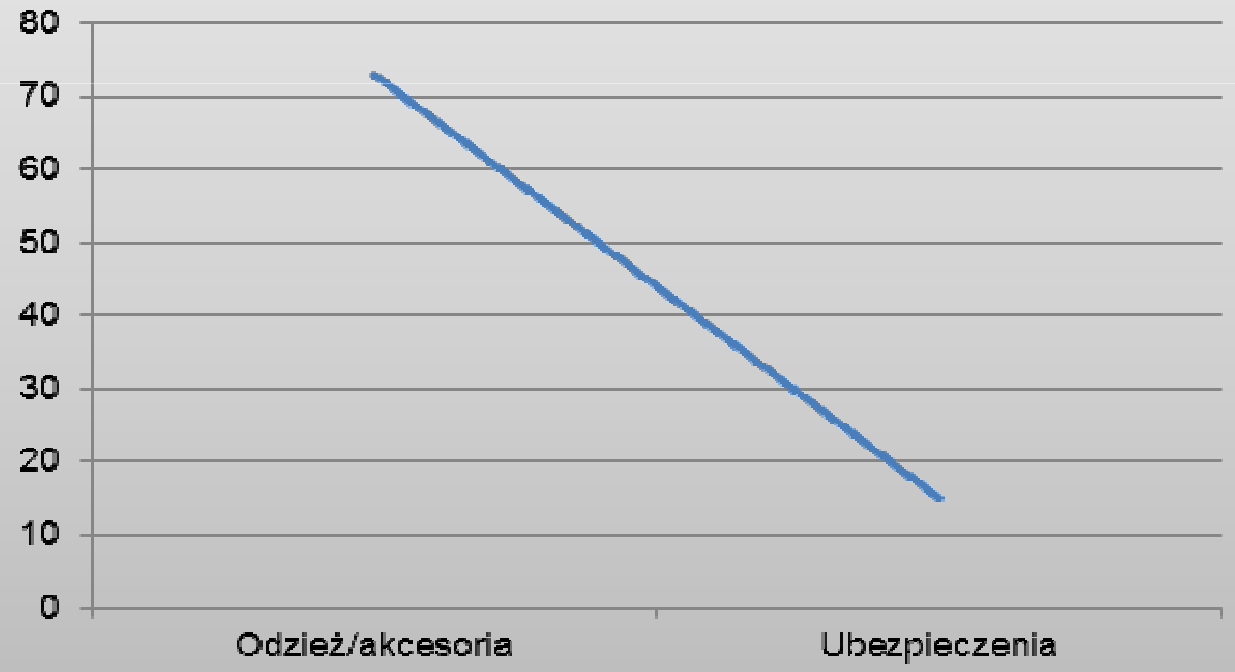
Źródło: Badanie Accenture 2012, wśród 78 europejskich ubezpieczycieli.

E-insurance w branży finansowej



E-insurance w branży finansowej

Skąd ta dysproporcja?



Co zachęca / zniechęca do zakupów online?

Dlaczego nie chcemy kupować online?

48%
chce obejrzeć produkt przed zakupem

27%
przyzwyczajenie do tradycyjnych kanałów sprzedaży

24%
obawy o problemy z gwarancją

Co nas motywuje do zakupów online?

~~**51%**~~
~~atrakcyjne ceny~~

~~**44%**~~
~~niskie koszty dostawy~~

41%
pozytywne doświadczenie

Czynniki wpływające na rozwój E-insurance?

- Zmiany rynkowe w sektorze bankowym oraz nowe regulacje dot. bancassurance?
- Koszty utrzymania kanału dystrybucji?
- Digitalizacja społeczna?

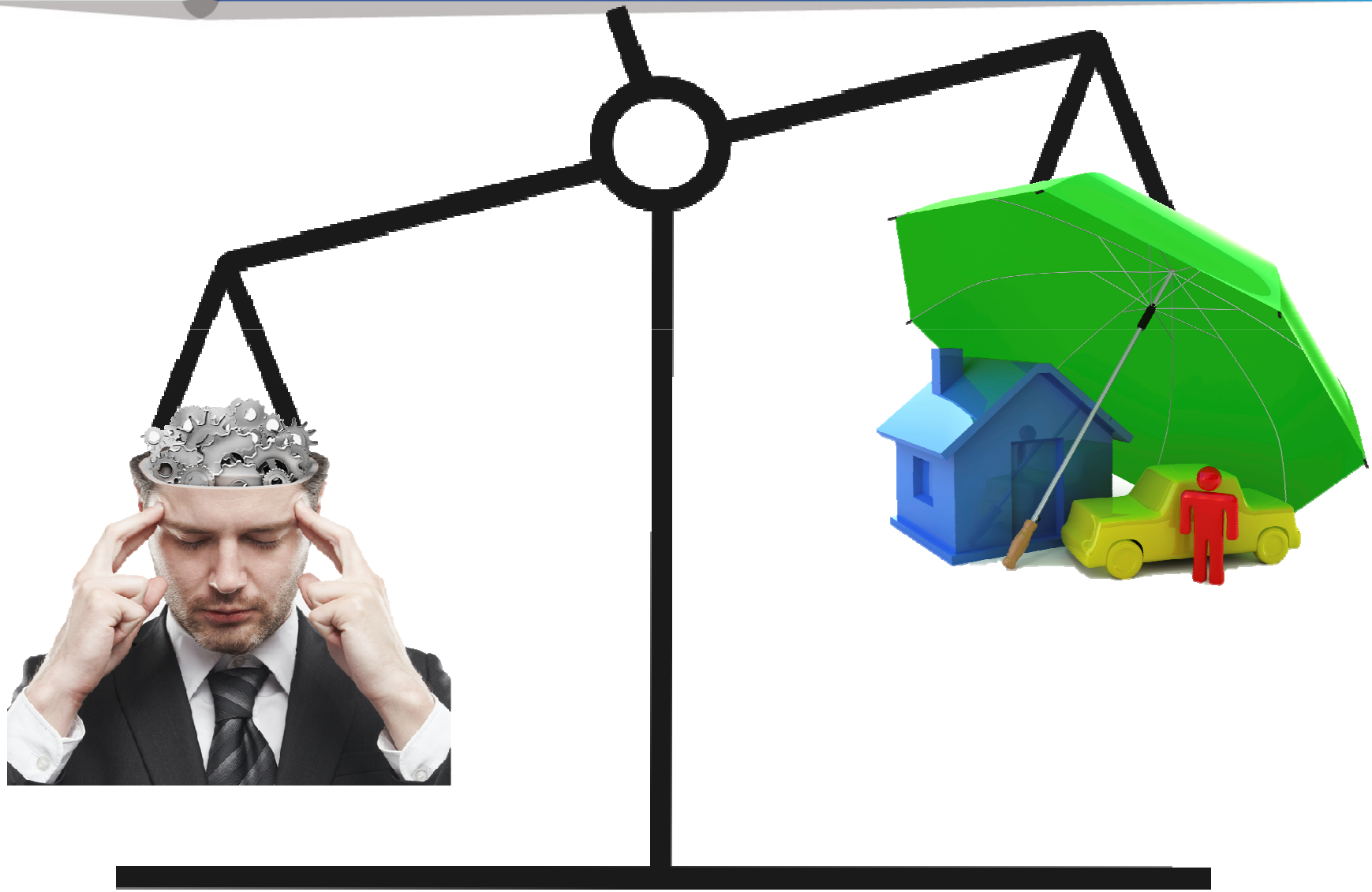
Dlaczego Polacy nie chcą kupować ubezpieczeń online?

Przesyt informacji

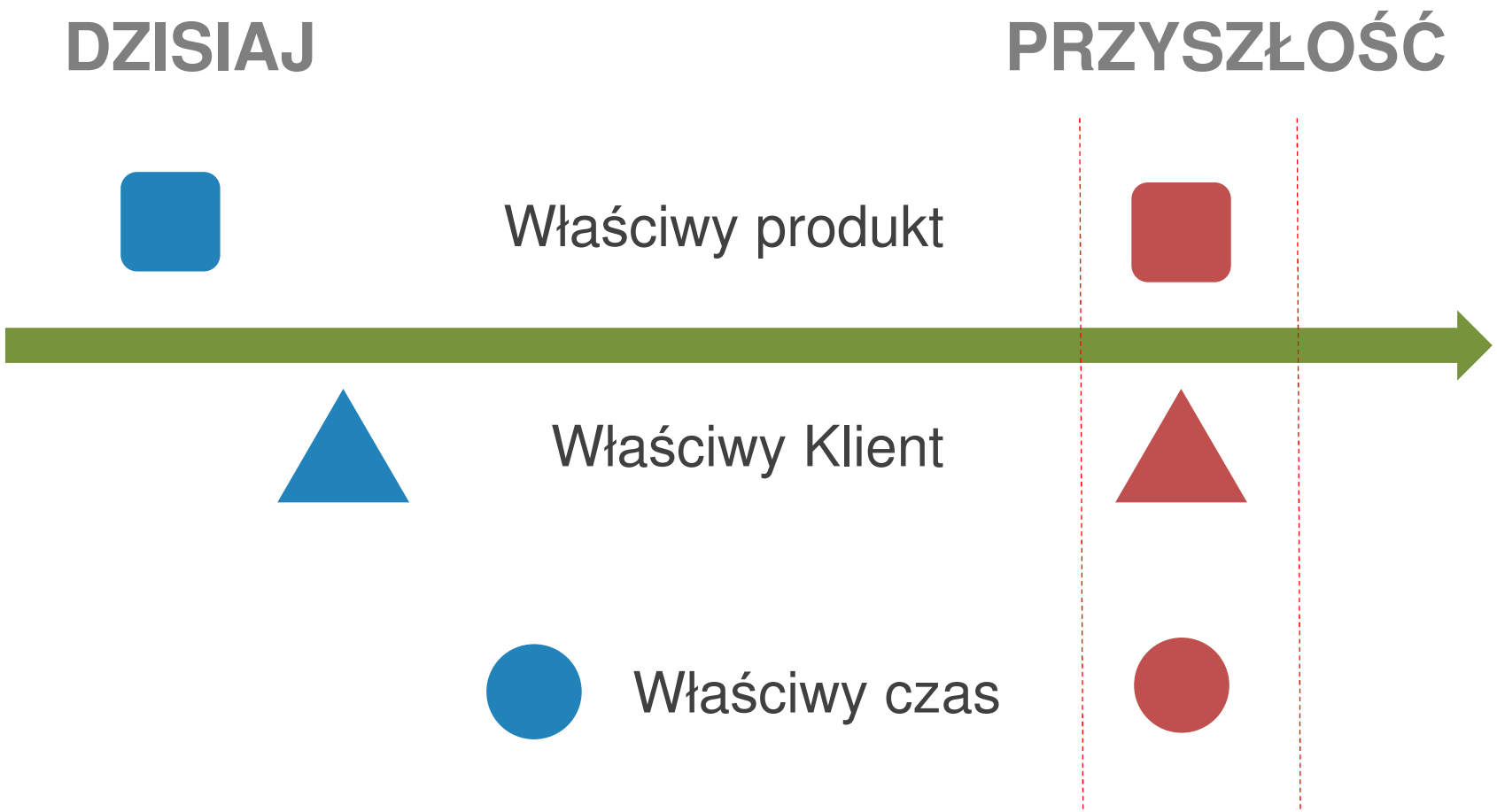
Agresywna sprzedaż

Świadomość ubezpieczeniowa

Jak wyrównać wagę?



Rozwiązanie



Pokolenie Z

- Rocznik 1995
- Dorastali w świecie nowoczesnych technologii
- Mają bardzo wysoką zdolność funkcjonowania w wirtualnym świecie
- Liczy się dla nich właśnie to, co jest online
- Pokolenie, które wchodzi na rynek pracy i zacznie stanowić target dla branży fiansowo-ubezpieczeniowej

Jaka przyszłość?

DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ

19