Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

Dystrybucja ubezpieczeń w kanale bancassurance – z perspektywy Rzecznika Finansowego

Anna Dąbrowska, główny specjalista w Biurze Rzecznika Finansowego

Kongres Bancassurance
2018

Znaczenie bancassurance jako kanału dystrybucji ubezpieczeń

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

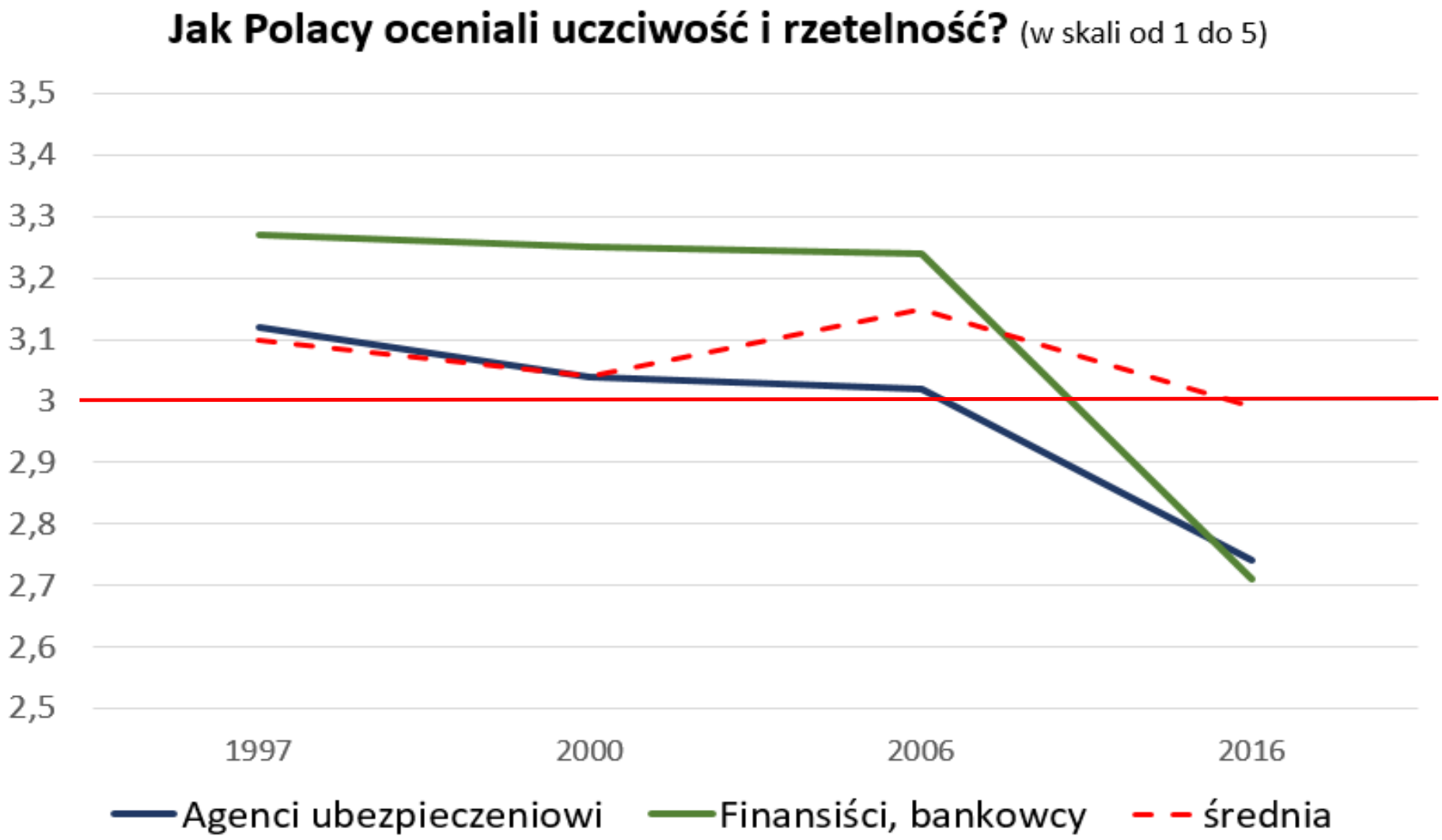
Kanał bancassurance był bardziej dochodowy niż tradycyjne kanały dystrybucji. Głównym powodem takiego stanu rzeczy było minimalizowanie przez zakłady ubezpieczeń zakresu ochrony ubezpieczeniowej.

Umowy ubezpieczenia były nastawione na wygenerowanie zysku przy jednorazowej transakcji.

Takie podejście i nadużycie ***zaufania klientów*** *doprowadziło ujednolicenia przepisów regulujących dystrybucję produktów ubezpieczeniowych.*

Zaufanie w finansach

Czy banki, ubezpieczyciele są instytucjami zaufania publicznego?



Ocena poniżej 3 oznacza przewagę ocen negatywnych nad pozytywnymi!

Źródło: Centrum Badania Opinii Społecznej CBOS. Badanie „y”, marzec 2016.

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

ODBUDOWANIE ZAUFANIA

Nowe regulacje prawne mające wpływ na funkcjonowanie *bancassurance*

- Ustawa o dystrybucji ubezpieczeń
- RODO

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

Istotne kwestie z punktu widzenia rozwoju bancassurance

- warto wykorzystać wiedze

- *oferta banków musi być nieskomplikowana i zrozumiała,*
- *wynagrodzenie banku jest jasno określone i adekwatne do wykonanej pracy,*
- *nie może być umów, w których funkcja ochronna jest minimalna, symboliczna*
- *nie występuję konflikt interesów na odcinku: bank – klient – ubezpieczyciel .*

Jak powinien postępować dystrybutor?

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

Bank jako dystrybutor ubezpieczeń powinien postępować:

- uczciwie, czyli szczerze, porządnie i zgodnie z prawdą
- rzetelnie, czyli uczciwie i wypełniając należycie swe obowiązki
- profesjonalnie, czyli na wysokim poziomie zawodowym i fachowo
- zgodnie z najlepiej pojętym interesem klientów - dobro klienta jest nadrzędnym celem, ma być na pierwszym miejscu

Jak nie powinna wyglądać dystrybucja ubezpieczeń

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

Dnia 7 kwietnia 2014 r.

Sygn. akt XXV C 1699/12

Sąd Okręgowy w Warszawie XXV Wydział Cywilny

zasądza od Towarzystwa Ubezpieczeń S.A. z siedzibą w Warszawie na rzecz kwotę 600 000 zł (sześćset tysięcy złotych) z ustawowymi odsetkami od dnia 5 lutego 2013 roku do dnia zapłaty;

zasądza od Towarzystwa Ubezpieczeń S.A. z siedzibą w Warszawie na rzecz kwotę 37.217 zł (trzydzieści siedem tysięcy dwieście siedemnaście złotych) tytułem zwrotu kosztów procesu, w tym kwotę 7200 zł tytułem kosztów zastępstwa procesowego.

(...)

W uzasadnieniu pozwu powódka wyjaśniła, iż w dniach 25 listopada i 26 listopada 2009 roku zawarła z pozwaną cztery umowy ubezpieczenia potwierdzone polisami nr 3168025, 3167868, 3167870, 3167873. Zgodnie z treścią powyższych umów powódka była zobowiązana do kwartalnych wpłat na każdą z umów w wysokości po 25.000 zł i w rezultacie przez cały czas trwania umów ubezpieczenia, powódka wpłaciła na rachunek pozwanej kwotę 900.000 zł.

Jak nie powinna wyglądać dystrybucja ubezpieczeń

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

Wnioski z orzeczeń sądów

Powyższe umowy zostały zawarte na wnioski pozwanej z dnia 23.11.2009 r. za pośrednictwem agenta ubezpieczeniowego R A . Po złożeniu wniosków i po wpłynięciu środków finansowych od powódki przedstawiciel ubezpieczyciela K W , na polecenie służbowe przybył do domu powódki i wyjaśniał jej budowę produktu, czytał treść przygotowanych przez pozwaną dodatkowych pisemnych oświadczeń, które przedstawił jej do podpisu, chcąc upewnić się, że powódka jest świadoma warunków umowy.

(...)

Powódka zawarła powyższą umowę tuż przed ukończeniem 70 lat roku życia. Z § 9 ww. ogólnych warunków ubezpieczenia wynikało, iż ubezpieczonym może być osoba fizyczna, która w dniu podpisywania przez ubezpieczającego wniosku ubezpieczeniowego nie ukończyła 70 roku życia. Powódka kończyła 70 lat za kilka dni od zawarcia umowy w dniu 1 grudnia 2009 r.

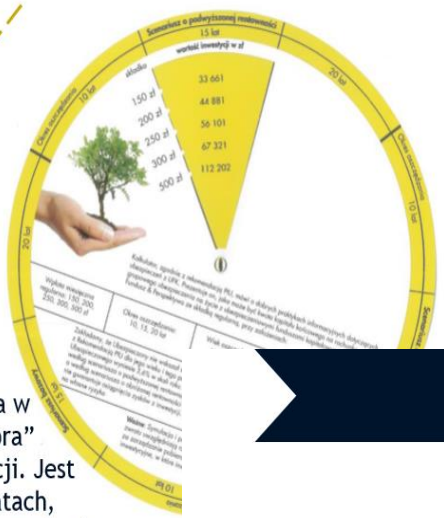
(...)

Niezależnie od powyższego, mając na uwadze wiek powódki (prawie 70 lat), jej wykształcenie i wykonywany zawód (ogrodnik) oraz znikome doświadczenie życiowego przy tego rodzaju czynnościach, Sąd ocenił, iż powódka nie miała pełnego rozeznania co do skutków, jakie wynikną lub mogą wyniknąć z zawarcia powyższych umów.

Konstrukcja materiałów marketingowych

Przykłady złych praktyk (1/2)

Plakat promujący ubezpieczenie ufk. Jest informacja o ryzyku, brak informacji o opłatach

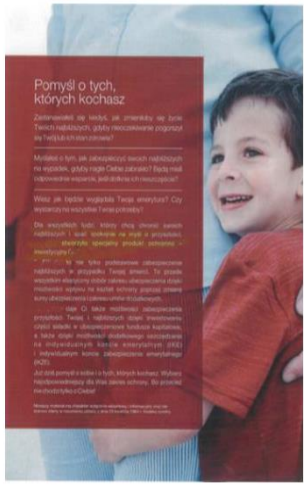


Ulotka reklamowa w formie „kalkulatora" wartości inwestycji. Jest informacja o opłatach, brak informacji o ryzykach

Przykłady złych praktyk (2/2)

Obszerny kilkudziedzięciostronicowy folder reklamowy

- Brak informacji o ryzykach, opłatach oraz charakterze komponentów reklamowanej usługi (por. §16 *Zasad reklamowania usług ubezpieczeniowych* KNF)
- Folder koncentruje się w zasadzie wyłącznie na korzyściach produktu



Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Uwagi po przeglądzie materiałów reklamowych dotyczących ubezpieczeń na życie z ufk

Warszawa, 13 marca 2015 r.

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

TRANSPARENTNOŚĆ

To prosta, ale potężna zasada. Zawsze dawaj ludziom więcej niż się spodziewają.

Nelson Boswell

Konstrukcja materiałów marketingowych

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

Wszelkie informacje - w tym materiały marketingowe - kierowane do klientów należy formułować:

- rzetelnie, czyli zgodne z prawdą i wiarygodne
- w jasny sposób, czyli zrozumiale, przejrzyste dla odbiorcy
- nie wprowadzając w błąd (nie może być to fałszywy przekaz)

Motywowanie dystrybutorów

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

- sposób wynagrodzenia dystrybutora (i jego pracowników),
- cele sprzedażowe,
- systemy prowizyjne,
- premie za sprzedaż etc.

Nie powinny być konfigurowane w potencjalnej sprzeczności z interesem klientów.

Cel działań dystrybutora

POTRZEBY I INTERES KLIENTA

Najlepszą reklamę robią zadowoleni klienci.

Philip Kotler

Cel działań dystrybutora

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

Dystrybutor ubezpieczeń powinien:

- określić wymagania i potrzeby klienta
- w sposób zrozumiały przekazać informacje o produkcie
- udzielić zindywidualizowanej oferty produktowej
- wyjaśnić dlaczego dany produkt najlepiej spełnia wymagania i potrzeby
- umożliwić klientowi podjęcie świadomej decyzji uwzględniającej złożoność produktu i rodzaj klienta

Analiza potrzeb klienta

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

OC, ewentualnie z podstawowym assistance

AC z bogatym assistance

Najszersze AC i assistance

Jak stosować przepisy w praktyce?

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

Dystrybutor ubezpieczeń powinien:

- **Możliwie** najlepiej poznać klienta, jego troski, obawy a tym samym poznać jego potrzeby i wymagania czyli głęboko „wejść w jego buty”
- **Zwrócić uwagę** na najczęstsze zagrożenia związane z jego ubezpieczeniowymi potrzebami, przytoczyć przykłady na bazie swojej fachowej wiedzy, doświadczeń zawodowych
- **Pokazać i wytłumaczyć** rozwiązania ubezpieczeniowe ograniczające czy eliminujące ryzyka, które są istotne z perspektywy potrzeb konkretnego klienta. Bardzo precyzyjnie wytłumaczyć zakres ochrony.
- **Ostrzec i uczulić na sytuacje,** w których ochrona nie będzie świadczona (wyłączenia i ograniczenia ochrony).

Zmiana filozofii konstrukcji wniosków o zwarcie umowy

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

- Konstrukcja wniosków powinna być zmieniona z nastawionej na ocenę ryzyka pod kątem ubezpieczyciela, na **ocenę ryzyka pod kątem klienta**.

  Ryzyko dwojako: jako ryzyko szkody oraz ryzyko niewypłacenia odszkodowania w określonych warunkach.

- Pytania lub informacje we wniosku powinny zabezpieczać przed sprzedażą **pustego ubezpieczenia**

  Na przykład ubezpieczenie utraty dochodu dla emeryta, ubezpieczenie zdrowotne dla osoby już chorej, polisa turystyczna dla osób chorych przewlekle

- Pytania lub informacje powinny być **takie same** na etapie zawarcia umowy jak przy likwidacji szkody

  Na przykład stan zdrowia klienta

Ustawa o dystrybucji ubezpieczeń

Reklamacje

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

- Klient w rozumieniu ustawy o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym

- Podmiot rynku finansowego

- Nowe ujęcie postępowania reklamacyjnego w ustawie o dystrybucji ubezpieczeń

Reklamacje i wnioski odnoszące się do banków

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

Kwestia ubezpieczeń w produktach bankowych przedstawia się następująco:

- W roku 2016 odnotowaliśmy 877 skarg klientów (łączna liczba skarg w roku 2016- 3916, więc problem ten stanowił 22,4% wszystkich skarg);

- W roku 2017 odnotowaliśmy 812 skarg klientów (łączna liczba skarg w roku 2017 – 4401, tak więc problem ubezpieczeń w bankach stanowił 18,5%);

- Natomiast dotychczas w roku 2018 zarejestrowanych mamy 616 skargi (do chwili obecnej mamy zarejestrowanych 3816 skarg więc problem dotyczy 16,1% ogółu wpływających wniosków).

Wśród problemów najliczniej zgłaszanych przez wnioskodawców możemy wymienić:

- Problemy z rozliczeniem składek od wykupionego ubezpieczenia w sytuacji wcześniejszej spłaty kredytu;
- Problemy z uzyskaniem wypłaty ubezpieczenia w sytuacji śmierci kredytobiorcy.

Reklamacje **i wnioski wobec zakładów ubezpieczeń**

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

Liczba spraw dot. bancassurance <u>bez spraw</u> dotyczących ubezpieczeń na życie z UFK :

2015 r. – 494 sprawy
2016 r. – 352 sprawy
2017 r. – 321 spraw

Reklamacje i wnioski w sprawie zakładu ubezpieczeń

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

	Rok	Liczba spraw dot. bancassurance	Liczba spraw (ogółem)	Procent
1.	2015	991	14 273	6,9
2.	2016	748	13 021	5,7
3.	2017	620	14 356	4,3

Rzecznik Finansowy
www.rf.gov.pl

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

www.rf.gov.pl

biuro@rf.gov.pl

facebook.com/RzecznikFinansowy