

Dobre na niespokojne czasy

Rozmowa z Anną Michałek, dyrektorem Departamentu Rozwoju Instytucjonalnego MACIF Życie Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych.



W jakim miejscu znajduje się polski rynek bancassurance w porównaniu do krajów zachodnioeuropejskich?

Rozwija się on bardzo dynamicznie. Wpływa na to wiele czynników. Patrząc od strony klienta, to polepszenie się sytuacji finansowej społeczeństwa i ciągły wzrost oszczędności, przy jednoczesnej zmianie oczekiwań klientów. Obserwujemy zmniejszony popyt na tradycyjne produkty oszczędnościowe

oferowane przez banki i poszukiwanie przez klientów rozwiązań bardziej atrakcyjnych pod względem podatkowym.

Według najnowszych badań („Diagnoza Społeczna 2007”), główne motywy oszczędzania są powiązane z kontekstem ubezpieczeniowym. Chodzi o rezerwę na sytuacje losowe i zabezpieczenie starości.

Z kolei banki sygnalizują potrzebę zwiększenia atrakcyjności i konkurencyjności propo-

nowanych produktów, co pozwoliłoby im zwiększyć przewagę konkurencyjną. Banki szukają również sposobów na zwiększenie lojalności klienta i pozyskanie nowych oraz na wzrost wolumenu depozytów. Warto przy tym zauważyć, że w 2007 r. wartość udzielonych kredytów po raz pierwszy przekroczyła wartość depozytów.

Banki szukają także sposobów na poprawę jakości portfela kredytowego oraz eliminowanie trudności związanych z windykacją zadłużenia w przypadku zajścia zdarzenia ubezpieczeniowego oraz redukcji kosztów na płaszczyźnie operacyjnej i marketingowej dzięki uzyskaniu efektu synergii. Również towarzystwo ubezpieczeniowe odnosi ze współpracy z bankiem korzyści: szerszy dostęp do klientów placówek bankowych oraz niższe koszty dystrybucji. Z kolei klienci banku uzyskują dostęp do atrakcyjnych i potrzebnych rozwiązań poprawiających ich bezpieczeństwo finansowe, możliwość kompleksowej obsługi w jednym miejscu i korzystania z uproszczonej procedury – przy atrakcyjnej cenie. Jest to więc model, w którym wszyscy wygrywają.

W 2007 r. sprzedaż ubezpieczeń na życie przez banki stanowiła prawie czwartą część sprzedaży wszystkich polis życiowych, a zebrała składka przekroczyła 12 mld złotych. Specjaliści przewidują, iż pod koniec 2010 r. banki będą sprzedawać aż 1/3 wszystkich ubezpieczeń na życie.

Dalszy, przewidywany rozwój rynku kredytowego: prognozowana wartość rynku kredytów hipotecznych w 2011 r. wynosi 248 mld złotych. Nieustannie rośnie popularność kart kredytowych, przy regularnym wzroście świadomości ubezpieczeniowej klientów. Banki mają w tym także sporą zasługę.

Potencjał wzrostu w naszym kraju jest ogromny. Około 36 proc. mieszkańców nie posiada jeszcze konta bankowego. Rośnie konkurencja na rynku usług bankowych. Walka o klienta, która tak naprawdę dopiero się rozpoczęła w sektorze bankowym, rozstrzygnie się na polu jakości i ceny proponowanych usług, w tym także usług bancassurance.

W jaki sposób produkty ubezpieczeniowe przyklejone do produktów typowo bankowych zwiększają ich sprzedaż?

