

## AUTOCASCO

## Dodatek czy standard?

Trudno sobie obecnie wyobrazić ubezpieczenie komunikacyjne bez assistance, a rynek tego typu usług w dalszym ciągu będzie się rozwijał. — ANNA SITAREK

Zakłady ubezpieczeń w segmencie ubezpieczeń komunikacyjnych rywalizują ze sobą głównie w zakresie usług assistance, jakie są w stanie dołączyć do sprzedawanych polis. Elżbieta Walczak, specjalista ds. ubezpieczeń komunikacyjnych w Departamencie Ubezpieczeń Komunikacyjnych w Cignie STU, wskazuje, że: „w dobie dużej konkurencji na rynku ubezpieczeń, usługi assistance stanowią istotne uzupełnienie ubezpieczenia komunikacyjnego, mające duży wpływ na wybór zakładu ubezpieczeń przez klienta.”

## SZERSZY ZAKRES

Wcześniej tego rodzaju usługi były przede wszystkim dołączane do polis autocasco, obecnie niektóre z nich oferowane są „gratis” także przy zakupie samej polisy OC. Grzegorz Anczewski, dyrektor Pionu Likwidacji Szkód w Link4, twierdzi, że assistance w wersji podstawowej składa się z pomocy holowniczej na miejscu wypadku oraz udzielenia wszelkich możliwych informacji przez call center i jest „dołączone” bezpłatnie do polis OC. Opcje bogatsze, dodawane zwykle do pakietów obejmujących ubezpieczenie OC i AC, zawierają - oprócz pomocy bezpośrednio na miejscu wypadku - pomoc w usunięciu awarii, assistance medyczne, pomoc informacyjną.

Zakres świadczeń dostępny przy zakupie ubezpieczeń komunikacyjnych bardzo często definiują sami klienci, którzy coraz częściej domagają tego typu usług. Janusz Krukar z Departamentu Ubezpieczeń Indywidualnych w Warcie twierdzi, że: „klienci oczekują maksymalnej ochrony (duży zakres, z wysokimi sumami ubezpieczenia i bez limitów określających odległość miejsca zdarzenia od miejsca zamieszkania), za niedużą składkę. Poza tym wymagają niezawodności otrzymania usługi, tj. możliwości dodzwonienia się do operatora i szybkiego dotarcia pomocy na miejsce oraz szybkiego zorganizowania pomocy poza miejscem zdarzenia.” Z kolei Magdalena Barcicka, dyrektor Departamentu Ubezpieczeń w Axa, uważa, że klienci najrzadziej wychodzą z propozycjami nowych usług. Jej zdaniem najczęściej to zakład ubezpieczeń wspól-

nie z firmą assistance musi zgadywać za klienta, czego ten oczekuje. Często nowy produkt powstaje na bazie oczekiwań klientów, jak i możliwości firm assistance. Na przykład Link4, pracując nad ofertą, prowadzi szczegółowe badania rynkowe, których wyniki często wskazują na potrzebę opracowania nowej usługi assistance. Jak twierdzi Michał Krzyżanowski, dyrektor Działu Handlowego w IPA, w razie obsługi klientów flotowych dużo do powiedzenia mają także brokerzy ubezpieczeniowi.

## POTRZEBNA WSPÓŁPRACA

Fakt, że klienci coraz więcej wymagają w zakresie dostępności usług assistance sprawia, że trudno wyobrazić sobie, aby na rynku mógł z powodzeniem funkcjonować zakład ubezpieczeń niekorzystający z usług żadnej z firm assistance. Dlatego

Zdaniem przedstawicieli innych zakładów ubezpieczeń najlepiej, aby to firmy assistance oceniały współpracę z ubezpieczycielami, ponieważ kooperują z kilkoma towarzystwami. Mają więc pewne porównanie w tym zakresie. Joanna Nadzikiewicz, senior account manager w Europ Assistance, twierdzi, że ogólny schemat współpracy jest zwykle taki, że firma assistance przejmuje na siebie przygotowanie zindywidualizowanej koncepcji programu, a po jego wdrożeniu - kompleksową obsługę w imieniu towarzystwa ubezpieczeń, któremu regularnie przedstawiane są raporty operacyjne. Obejmują one szczegółowe statystyki dotyczące liczby i rodzajów interwencji w danym okresie oraz ich kosztów. „W ramach współpracy z partnerami biznesowymi oferujemy także szeroką pomoc w komunikacji marketingowej z klientami



## Większe wymagania

*Klienci instytucjonalni kładą nacisk na pełną ochronę assistance, bez fransyz kilometrych i wyłączeń odpowiedzialności (w tym również np. przebicie opon, awarie akumulatorów i alarmów, utratę lub zatrzaśnięcie kluczyków), przy zapewnieniu pracownikom maksymalnej mobilności - stąd często ubezpieczenia flotowe zawierają pakiet świadczeń gwarantujący pojazd zastępczy zarówno po wypadku (w tym po szkodzie całkowitej), kradzieży, jak i po awarii, często na długie okresy - co pozwala na kontynuowanie działalności wymagającej środka transportu. Coraz częściej firmy wymagają specjalnych pakietów dla pojazdów dostawczych oraz ciężarowych. W tym przypadku nacisk jest położony na szybkość interwencji i mobilność - z uwagi na kary grożące za niedostarczenie towaru w terminie. Z uwagi na rosnącą popularność dodatkowych usług organizacji napraw pojazdów, przeglądów, wymiany opon i innych usług dodatkowych, flotowe pakiety assistance uzupełniają, a nawet częściowo zastępują, klasyczne zarządzanie flotą.*

MICHAŁ KRZYŻANOWSKI, dyrektor Działu Handlowego w Inter Partner Assistance

współpraca pomiędzy obiema instytucjami musi przebiegać bez zarzutu. „Firma assistance jest przedstawicielem zakładu ubezpieczeń, realizującym warunki umowy ubezpieczenia. Współpraca musi przebiegać sprawnie z gwarancją odpowiedniej jakości.” - twierdzi Urszula Stańczak, dyrektor Departamentu Ubezpieczeń Komunikacyjnych w Allianz.

indywidualnymi, szkoleniach dla sieci sprzedaży swojego partnera, a także we wdrożeniu systemu kontroli satysfakcji klientów - beneficjentów świadczeń.” - dodaje Joanna Nadzikiewicz.

Wielopłaszczyznowość współpracy pomiędzy zakładami ubezpieczeń a firmami assistance sprawia, że często muszą

one „zgrać się” również pod względem technicznym. „Wszystkie wspólne działania wymagają regularnej komunikacji, wymiany danych – często integracji systemów informatycznych z kodowanym dostępem i wymiany baz danych pojazdów. Koordynacja tych działań ma charakter obsługi *key account*, typowej dla dużego klienta biznesowego, jakimi są towarzystwa ubezpieczeń.” – podkreśla Michał Krzyżanowski.

#### PODOBNE OCZEKIWANIA

Oczekiwania klientów indywidualnych niewiele różnią się od oczekiwań firm w zakresie usług *assistance*. Przedstawiciele zakładów ubezpieczeń podkreślają, że obydwu grupom klientów najbardziej zależy na uzyskaniu natychmiastowej i skutecznej pomocy. W przypadku przedsiębiorców bardzo istotna jest również usługa samochodu zastępczego (co pozwala na zachowanie ciągłości wykonywanej działalności) oraz zwiększenie limitów na holowanie. Krzysztof Kipert z Biura Zarządzania Produktami w PZU twierdzi, że niektórzy klienci korporacyjni zwracają się także z wnioskiem o przyjęcie do ubezpieczenia cięższych samochodów. „Pojazdy takie wymagają innego sprzętu holowniczego i ze względu na inne koszty pomocy drogowej najczęściej nie są objęte ubezpieczeniem. Są na rynku produkty *assistance* komunikacyjnego przeznaczonego specjalnie dla cięższych pojazdów.” – wskazuje Krzysztof Kipert.

Niezależnie od tego, czy odbiorcą usług *assistance* jest klient indywidualny czy też firma, istotna jest cena usługi dostarczanej przez firmę *assistance*. „Nasi partnerzy biznesowi oczekują także efektywnej kontroli kosztów usługodawców oraz ich optymalizacji, ponieważ pośrednio przekładają się one na koszty programu *assistance* bądź pokrywane przez klienta korporacyjnego, bądź przerzucane na klienta indywidualnego.” – twierdzi Joanna Nadzikiewicz.

#### Z DUCHEM CZASU

Polski rynek *assistance* komunikacyjnego rozwija się bardzo szybko i trudno właściwie wskazać, czy istnieją jakieś świadczona niedostępne u nas, a oferowane w innych krajach. „Zakres usług *assistance* komunikacyjnego oferowanych przez polskich ubezpieczycieli generalnie pokrywa się z ofertą zagranicznych zakładów ubezpieczeń.” – twierdzi Robert Tkaczyk, główny specjalista w Biurze Ubezpieczeń Komunikacyjnych PTU. Do tej pory na rynku brakowało jedynie produktów *truck assistance*, jednak teraz, choć wciąż

mało powszechne, są one już dostępne naszym rynku.

Przedstawiciele firm *assistance* wskazują, że niektórych usług nie ma, ale zazwyczaj wynika to z lokalnych potrzeb. Michał Krzyżanowski wymienia np. usługi dotyczące potrzeby przepraw promowych pomiędzy wyspami a kontynentem czy odnoszące się do specyficznych ryzyk (np. ryzyko napadu na światłach w Ame-

rynej, jak i platformy przyjmującej telefoniczne zgłoszenia szkód komunikacyjnych, a nawet udziałem firm *assistance* w segmentacji i likwidacji szkód na ich wstępnych etapach.” – dodaje Michał Krzyżanowski.

Większą popularnością będą się cieszyć tzw. przedłużone gwarancje na samochody, zapewniające klientom gwarancję analogiczną do producentkiej, ale działającą już po jej wygaśnię-



#### Potrzeba świadomości

*Assistance to rynek w fazie wzrostu i rozwoju. Z badań wynika, że istnieje duży, lecz nieuświadomiony popyt na usługi assistance. Wielu klientów nie zdaje sobie sprawy, do czego służy ubezpieczenie assistance, ma niewielką wiedzę na temat produktu i jego zakresu. Po usystematyzowaniu wiedzy na temat produktu deklaracje, co do oczekiwanego zakresu ochrony są tak różne, a rozpiętość deklarowanych dopłat do takiego ubezpieczenia tak duża, że oferta zakładów ubezpieczeń może mieć bardzo różnicowany zakres, a co za tym idzie – różne ceny i kilka grup odbiorców. Gwarancją sukcesu powyższych działań będzie uświadomienie potencjalnym klientom istnienia takiej oferty i przekonanie ich o wiarygodności świadczonych usług, gdyż do tej pory respondenci postrzegali produkt jako słabo promowany i jego istnienie nie wpływa na decyzję o wyborze konkretnego ubezpieczyciela.*

KRZYSZTOF KIPERT. Biuro Zarządzania Produktami w PZU

ryce Południowej). Z kolei Joanna Nadzikiewicz wskazuje, że we Włoszech np. bardzo popularne są skutery i motocykle, więc rynek usług *assistance* dedykowanych specjalnie dla nich jest bardziej rozwinięty niż w Polsce.

#### JESZCZE WIĘCEJ ZMIAN

Wszyscy uczestnicy rynku ubezpieczeń komunikacyjnych zgadzają się, że segment usług *assistance* wciąż będzie się rozwijał. Zdaniem Urszuli Stańczak, program *assistance* tylko z pozoru wydaje się umową dodatkową, w rzeczywistości natomiast ma do odegrania bardzo ważną rolę. „Pozwala zredukować koszty wynikające z holowania pojazdu, zapewnia dostarczenie pojazdu zastępczego, a przede wszystkim gwarantuje pomoc dla kierowcy.” – podaje Urszula Stańczak.

Będzie się również zmieniał zakres świadczonych usług. Michał Krzyżanowski przewiduje, że coraz więcej pakietów *assistance* będzie tworzonych dla posiadaczy używanych samochodów. „Widoczne jest też coraz większe zainteresowanie ubezpieczycieli usługami dodatkowymi realizowanymi przez firmy *assistance* – w tym ich udziałem w obsłudze *call center* ubezpieczonych, zarówno w zakresie platformy informa-

ciu. „Dużą i wciąż rosnącą popularnością cieszą się obecnie na Zachodzie Europy także programy typu *maintenance*. Polegają one na organizacji i pokryciu kosztów usług wynikających z bieżącej eksploatacji pojazdu, takich jak np. zmiana opon, wymiana oleju i filtrów itp.” – wymienia Joanna Nadzikiewicz.

Najważniejszą kwestię stanowi jednak wzrost świadomości klientów odnośnie katalogu usług, z których mogą korzystać. Anita Szczygielska, dyrektor Biura Ubezpieczeń Indywidualnych w Ergo Hestii, potwierdza, że rynek ten stopniowo się rozwija, a na wprowadzanie nowych opcji wpływ mają doświadczenia oraz obserwacje zarówno towarzystw ubezpieczeniowych, jak i firm *assistance*, z którymi ubezpieczyciele współpracują. „Wydaje się, że istotne jest nie tylko oferowanie coraz to nowych usług *assistance* klientom, ale rzetelne informowanie ich o możliwościach, jakie już posiadają w ramach zawieranych umów. Zdarza się, że ludzie nie mają świadomości, na jak dużą i praktyczną pomoc ze strony ubezpieczyciela mogą liczyć w wielu życiowych, kłopotliwych sytuacjach. Ważna rola uświadamiania im tych walorów ubezpieczenia przypada pośrednikom ubezpieczeniowym.” – podkreśla Anita Szczygielska. □