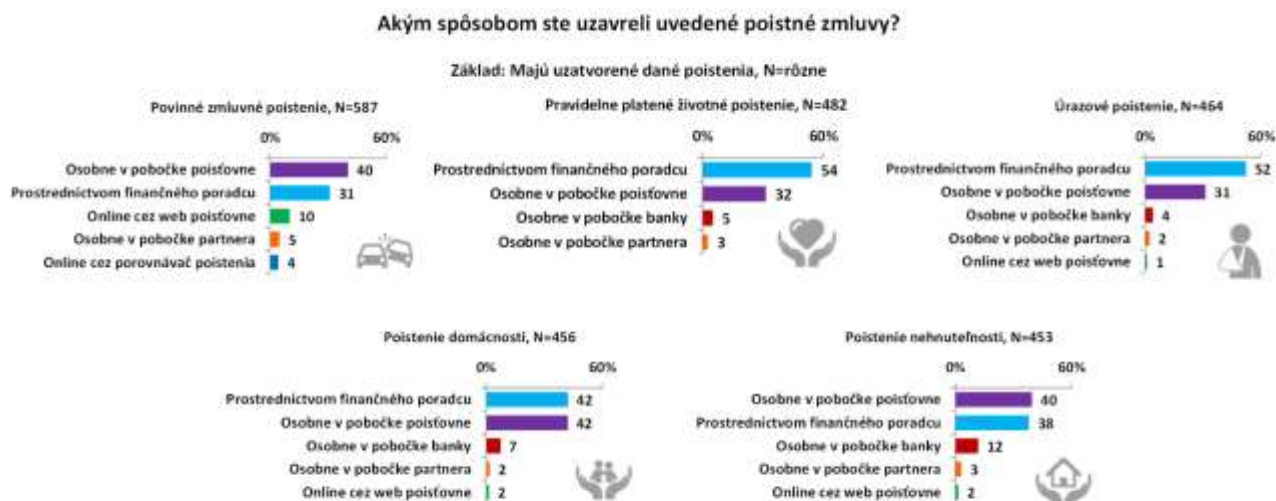


Poistenie Slováci najčastejšie uzatvárajú osobne v pobočke a cez finančného poradcu

Poistné zmluvy ľudia najčastejšie uzatvárajú osobne v pobočke poisťovne alebo prostredníctvom finančných poradcov. Vplyv na uzavretie poistky má najmä cena produktu, ale dôležitá je aj osobná skúsenosť. Vyplýva to zo štúdie Poistenec, poistenie, poisťovňa 2016, ktorú realizovala spoločnosť Nielsen Admosphere Slovakia na reprezentatívnej vzorke tisíc respondentov z internetovej populácie staršej ako 18 rokov.

Slováci najčastejšie uzatvárajú poistné zmluvy osobne v pobočke či prostredníctvom svojho finančného poradcu. Také sú aspoň výsledky u piatich najvyužívanejších typoch poistiek. Zďaleka najvyužívanejšie poistenie, povinné zmluvné poistenie, uzatvára 40 % ľudí v pobočke a 31 % prostredníctvom finančného poradcu. Na treťom mieste je stránka poisťovne, ktorú pre uzavretie zmluvy využíva 10 % ľudí. Druhé najvyužívanejšie poistenie, pravidelne platené životné poistenie, si najviac opýtaných (54 %) uzatvára cez svojho finančného poradcu a na druhom mieste osobne v pobočke (32 %). Len malé percento ľudí uzatvára tento druh zmlúv inými cestami.

Úrazové poistenie, ktoré je tretím najbežnejším typom poistky, ľudia uzatvárajú, podobne ako životné poistenie, najčastejšie prostredníctvom finančného poradcu (52 %) a na druhom mieste osobne v pobočke (31 %). Ostatné spôsoby opäť nie sú príliš bežné. U poistenia majetku sú oba spôsoby veľmi vyrovnané: poistku domácnosti uzatvára zhodný počet ľudí (42 %) osobne v pobočke poisťovne a cez finančného poradcu, a poistku nehnuteľnosti o niečo viac ľudí uzatvára osobne v poisťovni (40 %) a hneď na druhom mieste rovnako cez finančného poradcu (38 %).



„Keby sa dnes respondenti rozhodovali o uzavretí poistenia, najsilnejší vplyv by na ich rozhodnutie mala cena (46 % opýtaných jej pridelilo známku 10, čo znamená veľmi silný vplyv). Nasledovala by osobná skúsenosť, prehľadnosť ponuky, komplexnosť ponuky a osobný prístup,“ dodáva k výsledkom štúdie zástupca riaditeľa Nielsen Admosphere Slovakia Marek Zámečník.

Marek Zámečník | Zástupca riaditeľa spoločnosti

marek.zamecnik@admosphere.sk

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o. | Lazaretská 23 | 811 09 Bratislava | tel.: +420 253 410 254 |

www.nielsen-admosphere.sk

Eliška Morochovičová | Pracovník interní a externí komunikace

eliska.morochovicova@admosphere.cz

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

www.nielsen-admosphere.cz

Doplňujúce informácie:

Spoločnosť **Nielsen Admosphere Slovakia** (www.nielsen-admosphere.sk) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy. Na Slovensku od roku 2007 realizujeme Výskum návštevnosti internetu a sociodemografie jeho užívateľov (AIMmonitor), od roku 2013 monitorujeme internetovú reklamu (Admosphere SK).

Naša materská spoločnosť realizuje v Českej republike monitoring reklamy, marketingové výskumy a elektronické meranie sledovanosti televízie metódou TV metrov. Súčasťou skupiny Nielsen Admosphere je aj spoločnosť Adwind Software, ktorá vyvíja software k výskumom sledovanosti a monitoringu reklamy.

Slovenský národný panel (www.narodnypanel.sk) je projekt výskumných agentúr Nielsen Admosphere, NMS a STEM/MARK, ktoré spoločne vytvorili jeden z najväčších výskumných panelov na Slovensku. Slúži pre kvalitné a rýchle online zbery dát o internetovej populácii SR. Obdobný panel pod názvom Český národný panel funguje aj v Českej republike.