



Ubezpieczenia w zasięgu ręki - czy aplikacje mobilne otworzą nowe możliwości przed ubezpieczycielami w Polsce?

Czerwiec 2016

KPMG.pl



Wstęp

Technologia nas zmienia. To krótkie zdanie może brzmieć jak truizm, jest ono jednak podsumowaniem przemian zachodzących w otaczającej nas rzeczywistości. Na przestrzeni ostatnich lat obserwujemy jak Internet, urządzenia czy aplikacje mobilne wpływają na zmiany w zachowaniu ludzi oraz ich podejściu do realizacji codziennych zadań.

Choć aplikacje mobilne pojawiały się już w prostych telefonach w latach 90. ubiegłego wieku, dopiero pojawienie się pierwszego iPhone'a i jego systemu operacyjnego w 2007 roku zapoczątkowało rozwój aplikacji, jakie znamy dziś. Obecne aplikacje mobilne są efektem mariażu dwóch ważnych technologii: nowoczesnych telefonów komórkowych z ekranami dotykowymi oraz szybkiego internetu mobilnego. To właśnie stały dostęp do sieci umożliwił rozwinięcie szeregu funkcjonalności, z których dzisiejsi posiadacze smartfonów korzystają niemal codziennie - łączą się przez telefon z portalami społecznościowymi, słuchają muzyki, robią zdjęcia telefonem, dokonują zakupów przez aplikacje sklepów internetowych, korzystają z komunikatorów.

Nowe trendy w technologii mobilnej i idące za nimi zmiany w zachowaniach konsumentów są wykorzystywane przez biznes, dla którego aplikacje mobilne stały się kolejnym po kanale internetowym ciekawym sposobem kontaktu z klientami. Coraz więcej branż, począwszy od sklepów internetowych po banki, wykorzystuje już aplikacje do szeroko pojętej interakcji z klientami. Dla niektórych jest to tylko forma promocji produktów i tworzenia wizerunku, dla innych to już dobrze rozwinięty kanał sprzedaży i obsługi.



Leszek Wroński
Partner



Piotr Kondratowicz
Senior Manager



Marcin Maculewicz
Senior Consultant



Wiktor Jackowiak
Junior Consultant

A jak do aplikacji mobilnych podchodzi branża ubezpieczeniowa? Obserwując polski rynek ubezpieczeń, można odnieść wrażenie, że firmy podchodzą do aplikacji z dużą ostrożnością i wciąż nie dostrzegają potencjału, jaki mogą one przynieść dla ich biznesu. Większość towarzystw ubezpieczeń w Polsce nie rozwija tego kanału albo traktuje go jako mało istotny dodatek do swojej działalności.

Oznaczać to może, że polski sektor ubezpieczeń stanie wkrótce przed wyzwaniem, jak sprostać oczekiwaniom coraz liczniejszej grupy konsumentów cyfrowych. Według badania przeprowadzonego przez KPMG w roku 2015 większość polskich konsumentów cyfrowych deklaruje bowiem, że chciałoby otrzymać od swojego ubezpieczyciela aplikację mobilną do obsługi ubezpieczeń. Tymczasem tylko nieliczne aplikacje ubezpieczeniowe oferują funkcjonalności umożliwiające przynajmniej częściową obsługę klientów.

Aby bardziej zainteresować naszych czytelników możliwościami aplikacji ubezpieczeniowych, w niniejszym raporcie prezentujemy nasze obserwacje rynków zagranicznych, które pokazują, że obok tradycyjnych kanałów kontaktu coraz więcej ubezpieczycieli na świecie wdraża aplikacje mobilne. Co więcej, na świecie pojawiają się już pierwsze firmy, które całkowicie oparły swoje modele biznesowe na kanale mobilnym.

Mamy nadzieję, że niniejszy raport będzie ciekawą lekturą dla wszystkich, którzy interesują się przyszłością branży ubezpieczeń i możliwościami, jakie niesie dla niej rozwój kanału mobilnego.

2

O badaniu

O badaniu

Badaniem w Polsce objęto

49

majątkowych zakładów ubezpieczeń oraz oddziałów działających za zgodą KNF z państw UE i EFTA w Polsce¹

Szczegółowym badaniem objęto ubezpieczycieli posiadających przynajmniej jedną aplikację

TOP 10

Allianz

Europa

Generali

PZU

Warta

Pozostali

Benefia²

BZ WBK-Aviva

Gothaer

Mondial

8

Aplikacji mobilnych do obsługi ubezpieczeń



3

Aplikacje mobilne niezwiązane z działalnością ubezpieczeniową



Cel badania

Przegląd funkcjonalności aplikacji mobilnych oferowanych przez ubezpieczycieli w Polsce. Porównanie stanu rozwoju aplikacji ubezpieczeniowych w Polsce z wybranymi rynkami zagranicznymi oraz z sektorem bankowym w Polsce.

Czas badania

Kwiecień-maj 2016 r.

Metodyka badania

Przegląd aplikacji za pomocą metody *desk research* oraz bezpośredniego kontaktu z firmami.

Grupa badawcza

Badaniem objęto wszystkie majątkowe towarzystwa ubezpieczeń w Polsce. Wyselekcjonowano z nich 9 firm, które udostępniają aplikacje mobilne. Firmy te zostały następnie podzielone na dwie kategorie: Top10 i Pozostałe. Podziału tego dokonano według wielkości składki.

Badane 9 firm udostępnia łącznie 11 aplikacji mobilnych, z których 8 służy do obsługi ubezpieczeń. Pozostałe 3 aplikacje zostały pominięte w badaniu. Nie uwzględniono także 4 niedziałających aplikacji odnalezionych podczas przeglądu.

Badaniem objęto również:

- 10 największych towarzystw ubezpieczeń oferujących produkty komunikacyjne we Francji, Niemczech, Wielkiej Brytanii i Czechach,
- 20 największych banków w Polsce.

Badaniem w Europie objęto



Niemcy



Wielka Brytania



Francja



Czechy

Top 10

największych ubezpieczycieli w każdym kraju oferujących ubezpieczenia komunikacyjne

100+

aplikacji mobilnych o różnych funkcjonalnościach

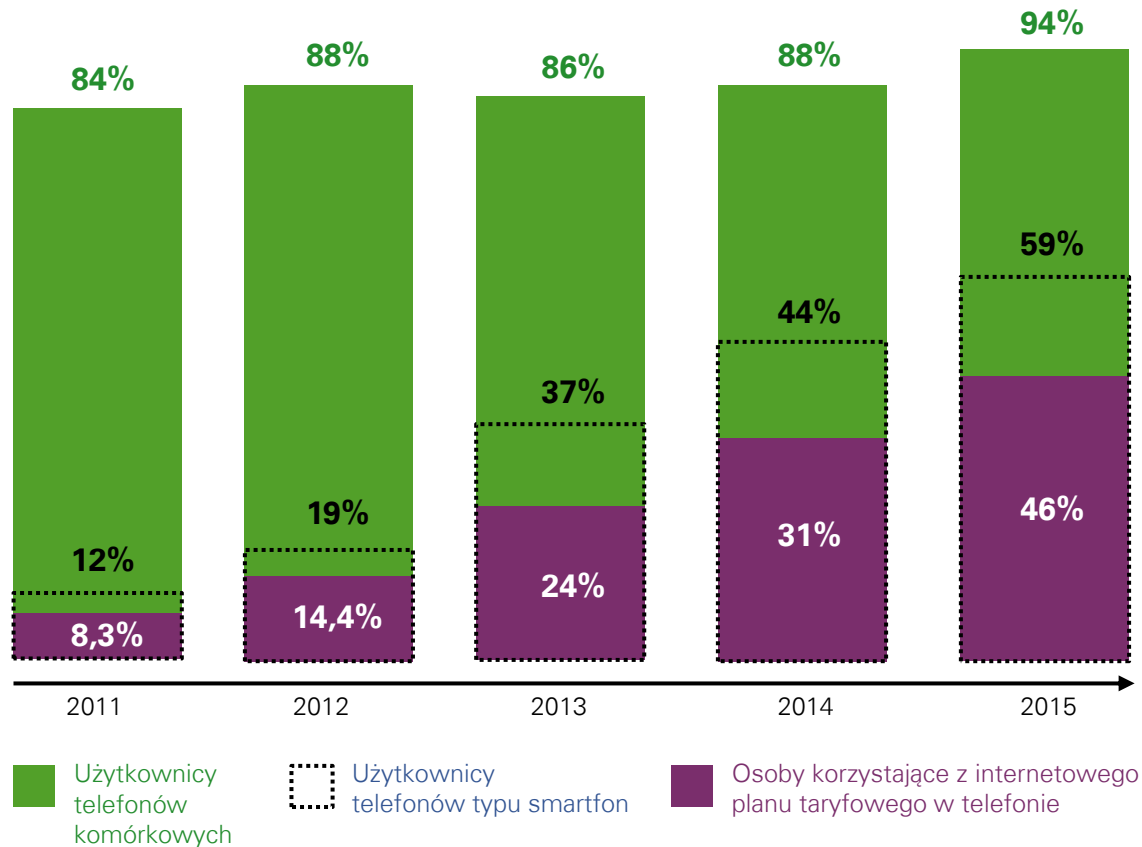
¹ UE – Unia Europejska, EFTA (eng. *European Free Trade Association*) – Europejskie Stowarzyszenie Wolnego Handlu.

² W badaniu traktujemy Benefię jako osobny podmiot pomimo tego, że jest ona od 30 października 2015 r. częścią Compensa TU S.A. Vienna Insurance Group, gdyż jej produkty nadal sprzedawane są pod niezależną marką Benefia.

3

Informacje o kliencie cyfrowym

Rośnie odsetek Polaków korzystających ze smartfonów i internetu mobilnego



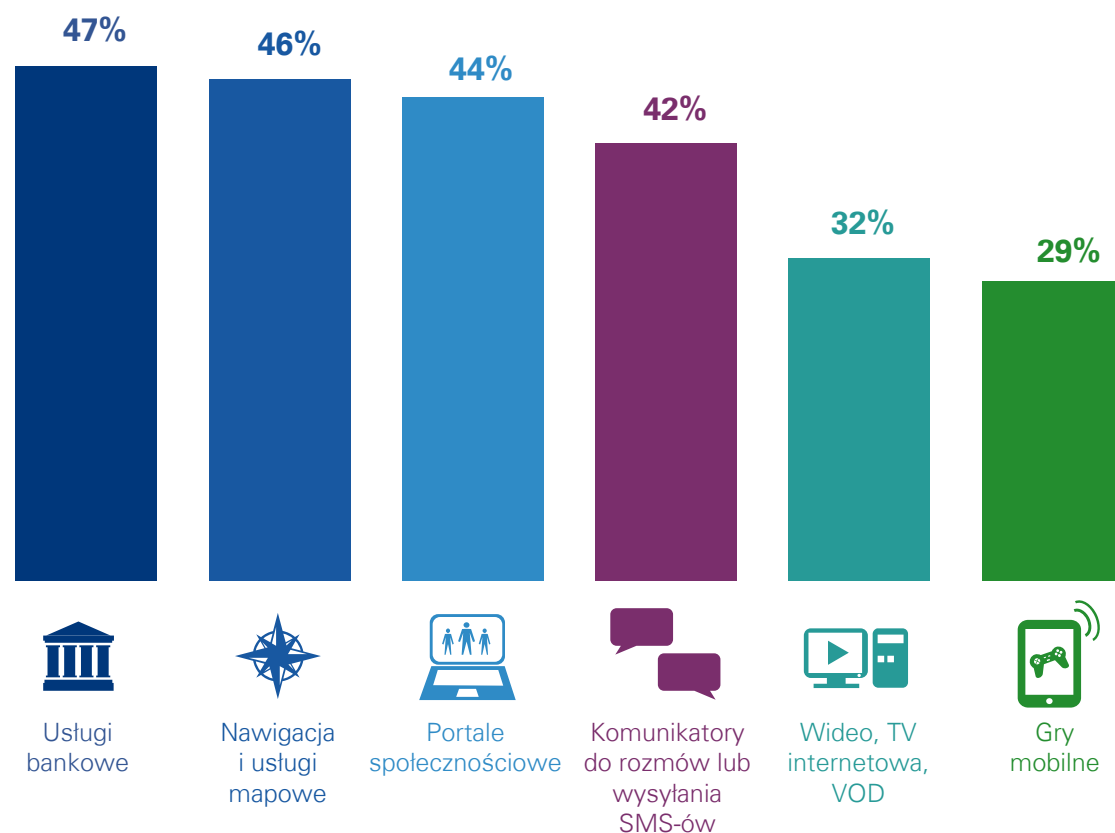
W ostatnich kilku latach nastąpiło masowe przejście klientów z telefonów klasycznych na smartfony. Wynikało to m.in. ze strategii operatorów komórkowych, którzy niemal całkowicie odeszli od sprzedaży telefonów z klawiaturą i oferują konsumentom głównie aparaty z ekranami dotykowymi.

Wraz ze wzrostem liczby smartfonów na rynku wzrasta świadomość konsumentów dotycząca możliwości zastosowań internetu w telefonie, a co za tym idzie – również popularność aplikacji mobilnych.

Otwiera to przed firmami nowe możliwości działania. Pytanie, jak tę szansę wykorzystać?

Źródło: Preferencje konsumentów rynku telekomunikacyjnego w latach 2011-2014, UKE (dane za 2011-2014).
Digital In 2016, WEARESOCIAL (dane za 2015).

Usługi bankowe najchętniej używane przez użytkowników smartfonów w Polsce



Wraz z rosnącą liczbą posiadaczy smartfonów wzrasta wykorzystanie aplikacji mobilnych. Do najczęściej używanych należą aplikacje bankowe, nawigacja i usługi mapowe, aplikacje społecznościowe oraz komunikatory.

Według firmy *We Are Social* na początku 2016 roku 14 mln Polaków posiadało konta na portalach społecznościowych, w tym aż 10 mln łączyło się z nimi za pośrednictwem smartfona. Oznacza to wzrost o 9% względem ubiegłego roku.

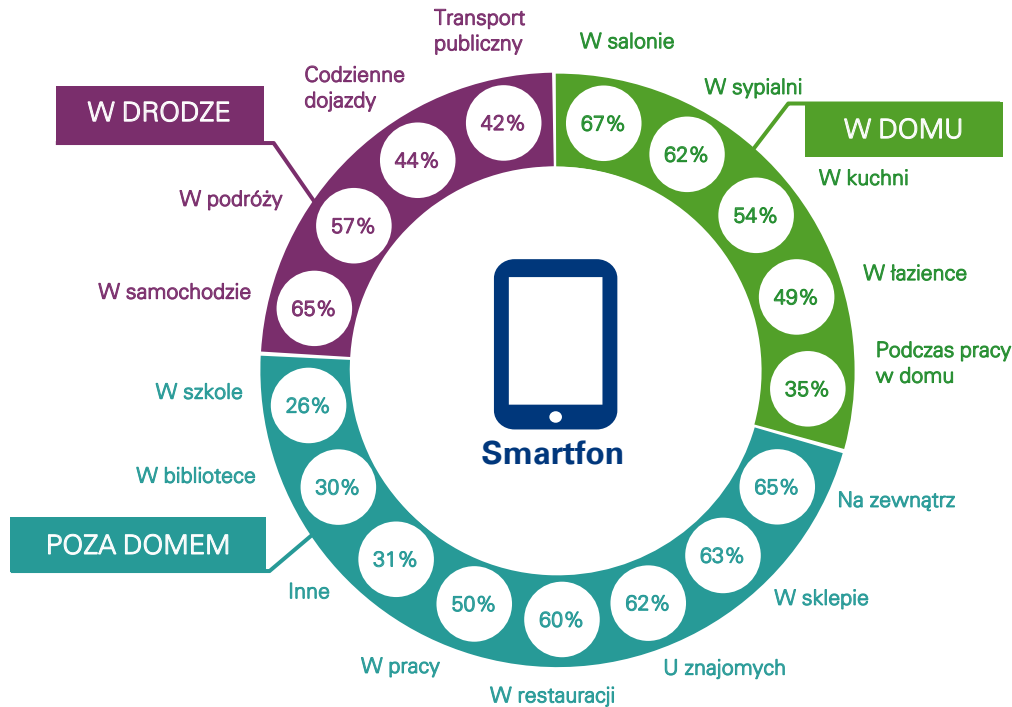
Liczba użytkowników bankowych aplikacji mobilnych pomiędzy rokiem 2015 a 2016 wzrosła o 40%. Nastąpił również ponad dwukrotny wzrost liczby użytkowników aplikacji mobilnych korzystających z nawigacji i usług mapowych.

Liczby przedstawiają odsetek użytkowników smartfonów.

Źródło: Digital In 2016, WEARESOCIAL.

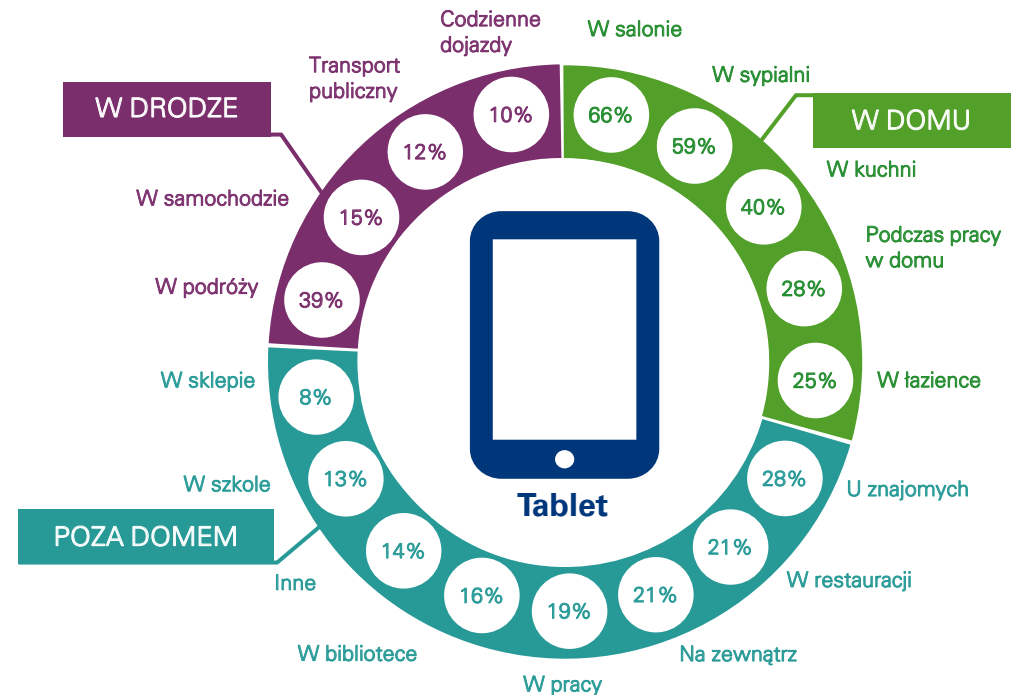
Urządzenia cyfrowe umożliwiają korzystanie z Internetu przez cały dzień w różnych miejscach

Gdzie konsumenci korzystają z Internetu?



Źródło: Forrester Research 2015.

Jeszcze w latach 90. tylko nieliczni dysponowali telefonami komórkowymi – posiadało je mniej niż 1 na 10 Polaków. Ich sposób użycia ograniczał się głównie do dzwonienia i wysyłania wiadomości tekstowych, a telefony nie były uważane za niezbędne do codziennego życia.



Gdy klasyczne telefony ustąpiły miejsca wielofunkcyjnym smartfonom, zmieniło się nasze postrzeganie tych urządzeń. W domu, w pracy, w podróży, na wakacjach – telefony towarzyszą nam w niemal każdej chwili życia. Wiele osób niemal nigdy się z nimi nie rozstaje.

Informacje o kliencie cyfrowym - najważniejsze informacje



Szybko rośnie liczba konsumentów cyfrowych w Polsce i stają się oni dominującym segmentem klientów. Coraz częściej wykorzystują oni smartfony w różnych sytuacjach i staje się to naturalnym elementem ich codziennego działania.



Wymusza to istotne zmiany w podejściu firm do obsługi klienta i umożliwia rozwój konkurencyjnych modeli ich działania.



W wielu branżach klienci wykorzystują już aplikacje mobilne do obsługi i zakupu produktów.



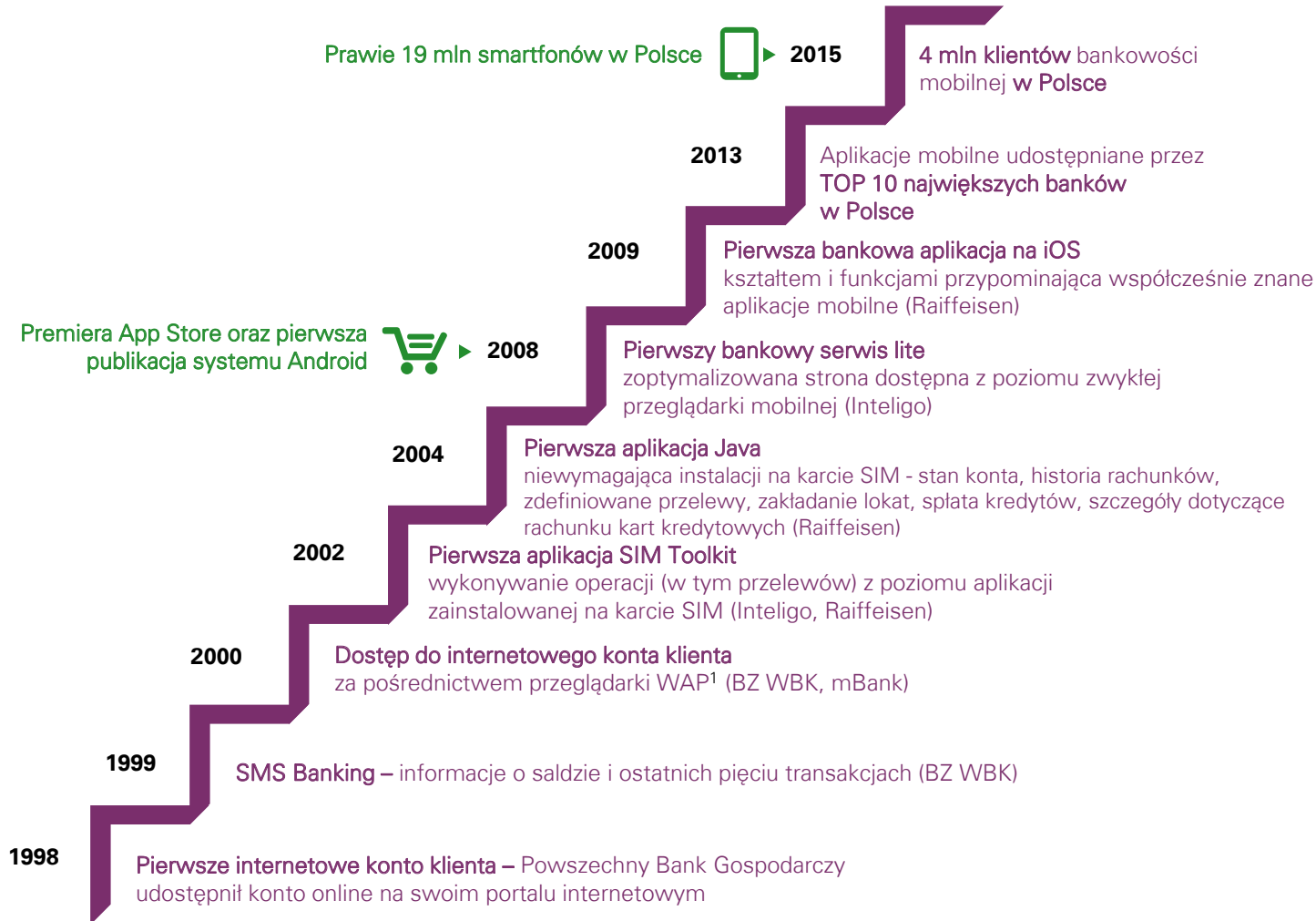
Oczekiwania i przyzwyczajenia konsumentów są przenoszone między branżami, należy się więc spodziewać, że będą również przenoszone na rynek ubezpieczeń.



4

Rozwój technologii mobilnych na przykładzie polskiego sektora bankowego

Historia aplikacji mobilnych w sektorze bankowym w Polsce



Źródło: Bankier.pl 2015, Badanie własne TNS Polska 2015.

¹ WAP (Wireless Application Protocol) – umożliwia wykorzystanie telefonu jako terminala dostępowego do sieci Internet.

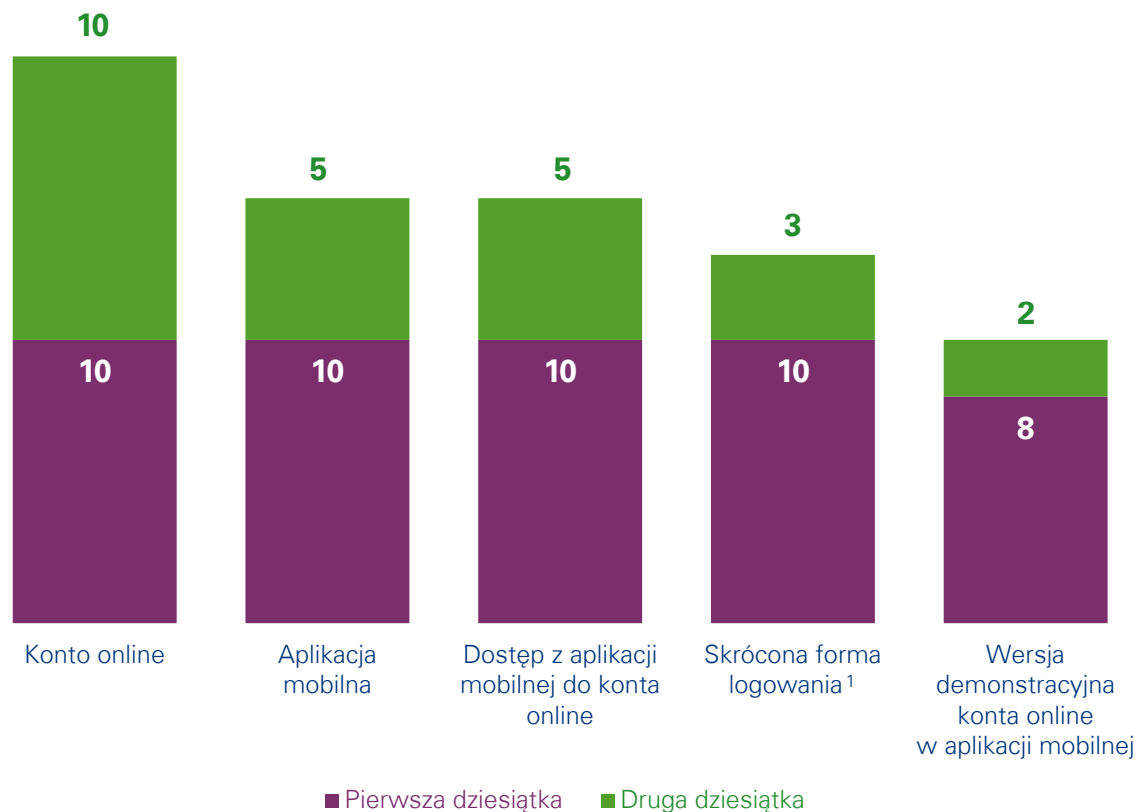
² Customer Experience Management – proces badania, analizy i transformacji interakcji na wszystkich punktach styku pomiędzy firmą a klientem, mający na celu zbudowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa dzięki ponadprzeciętnemu poziomowi obsługi.

Sektor bankowy jest przykładem branży, która bardzo dobrze wykorzystuje rozwój technologii mobilnej. Pierwsze transakcje za pośrednictwem telefonu wykonywano już w 1996 roku w Norwegii. Polski sektor bankowy bardzo szybko zaczął eksperymentować z rozwiązaniami mobilnymi. Już na przełomie tysiącleci niektóre banki zaoferowały obsługę bankowości za pomocą SMS-ów czy też w protokole WAP*. Były to jednak pojedyncze próby przeniesienia bankowości na telefony, a same rozwiązania były mało wygodne w obsłudze.

Dopiero pojawienie się systemów operacyjnych iOS i Android zapoczątkowało trend „smartfonizacji” tej branży, czego wynikiem jest udostępnienie aplikacji bankowych przez większość z 20 największych banków w Polsce. Obecnie polski sektor bankowy jest podawany jako przykład innowacyjności na całym świecie.

Aplikacje bankowe są wypadkową procesu ewolucji a nie rewolucji. Pierwsze aplikacje nie były idealne, a negatywne odczucia konsumentów były komunikowane głównie na forach internetowych, gdyż banki nie zbierały opinii klientów w zaplanowany sposób. Dopiero zastosowanie zaawansowanego podejścia do zarządzania doświadczeniami klienta (ang. *customer experience management*²) przyczyniło się do powstania kompleksowych aplikacji bankowych.

Aplikacje mobilne stały się standardem w bankowości – oferuje je już większość z 20 największych banków w Polsce



Obsługa klienta przez Internet i aplikacje mobilne stały się standardem wynikającym z potrzeb klientów. Współczesne aplikacje bankowe projektowane są przede wszystkim z myślą o odbiorcy. Obok kompleksowości w postaci jednej wielozadaniowej aplikacji klient otrzymuje zapewnienie odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa przy zachowaniu wysokiej jakości obsługi.

Banki oferują wiele udogodnień dla korzystających z aplikacji mobilnych. Pojawiają się wersje demonstracyjne umożliwiające poznanie funkcjonalności bez konieczności logowania się do aplikacji. Przejrzysty i logiczny interfejs jest wspierany przez pomocnicze komentarze oraz liczne podręcznik i autoryzowane filmiki objaśniające.

Zauważalny jest rozwój w kierunku personalizacji części ustawień w aplikacji w zależności od preferencji użytkownika. Takie funkcjonalności mają ułatwić szybkie dotarcie do najpotrzebniejszych i najczęściej używanych przez niego funkcji.

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r. W badaniu uwzględniono 20 największych banków w Polsce według sumy bilansowej. Związek Banków Polskich 2015.

¹ Skrócona forma logowania – aplikacja mobilna umożliwia logowanie w postaci dedykowanego kodu PIN, odcisku palca lub wprowadzenia symbolu graficznego.

Rozwój technologii mobilnych na przykładzie polskiego sektora bankowego - najważniejsze informacje



Analiza podejścia banków w Polsce do cyfryzacji pokazuje, iż były one od dawna świadome potrzeby wdrożenia kanału mobilnego. W momencie pojawienia się odpowiedniej technologii banki szybko ją zaadoptowały, a polscy konsumenci zaczęli korzystać z aplikacji mobilnych. Ponadto w momencie pojawienia się smartfonów i aplikacji mobilnych w obecnym kształcie banki w Polsce miały już wysoce zcyfrowane procesy biznesowe, a obsługę klienta przez przeglądarkę internetową oferowały jako standard.

Polska bankowość pod względem cyfryzacji i wdrożenia aplikacji mobilnych jest w czołówce Europy – tylko 4 lata zajęło wszystkim 10 największym bankom w Polsce stworzenie aplikacji mobilnych. W Polsce są już ponad 4 miliony użytkowników bankowości mobilnej, którzy mogą przenosić swoje przyzwyczajenia na obsługę ubezpieczeń.

Sytuacja ubezpieczycieli w Polsce wydaje się odmienna. Mają oni już dostęp do odpowiedniej technologii, a polscy konsumenci są gotowi, aby z takich rozwiązań korzystać. Wydaje się jednak, że dopiero budują oni świadomość możliwości, jakie dają aplikacje mobilne dla rynku ubezpieczeniowego.

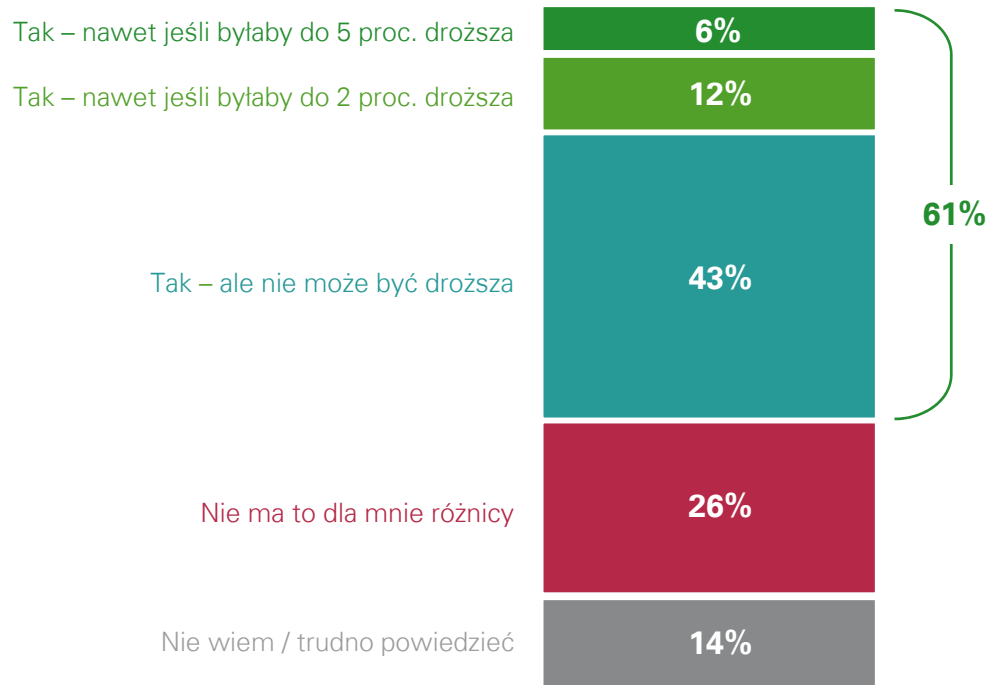
Standardy i wygoda korzystania z bankowych aplikacji mobilnych są dobrym przykładem, jak mogą działać dobre aplikacje ubezpieczeniowe.

5

Oczekiwania klientów wobec aplikacji ubezpieczeniowych

Aplikacje mobilne będą wpływać na wybór ubezpieczyciela przez klientów cyfrowych

Czy mając do wyboru dwie takie same oferty ubezpieczenia komunikacyjnego, wybrałbyś tę, która dodatkowo umożliwia zakup i pełną obsługę przez aplikację mobilną?



Mając do wyboru dwie takie same oferty ubezpieczenia, 61% klientów wybrałoby wariant, który dodatkowo oferuje pełną obsługę w aplikacji mobilnej.

W przypadku zmian rynkowych powodujących, że ubezpieczyciele będą oferować coraz bardziej podobne produkty pod względem zakresu ochrony i ceny, aplikacje mobilne mogą stawać się coraz ważniejszym elementem budowania przewagi konkurencyjnej.



Konsument cyfrowy w badaniu KPMG

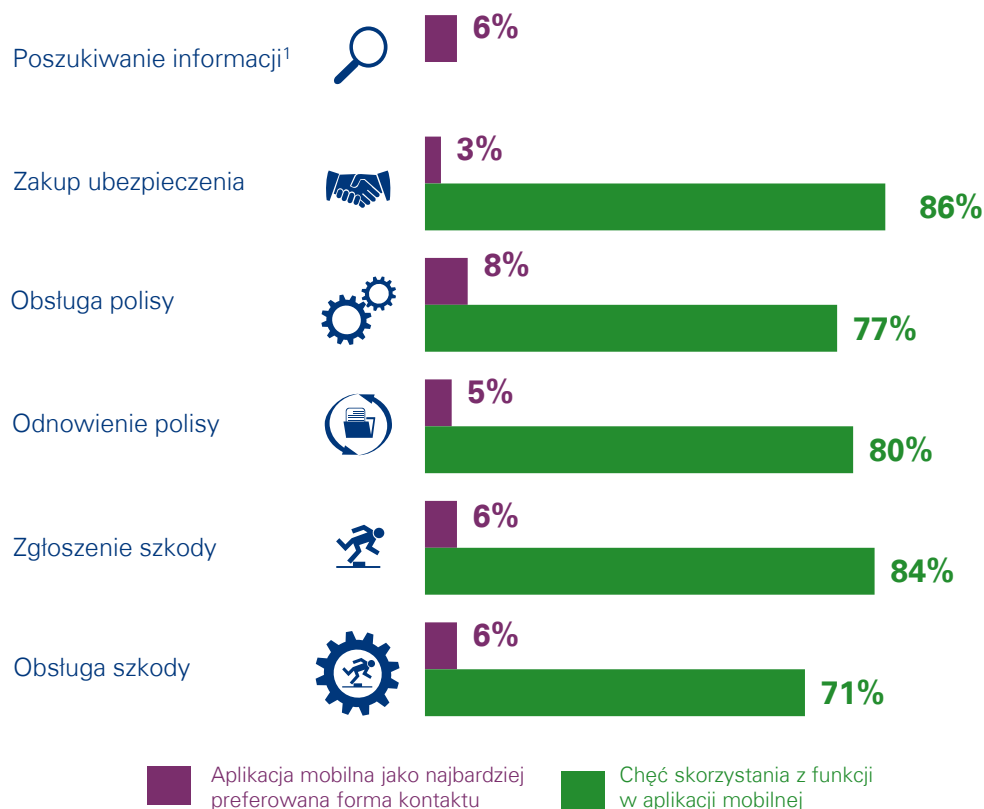
Osoba posiadająca za pośrednictwem stacjonarnych i mobilnych urządzeń dostępowych praktycznie nieprzerwany dostęp do globalnych i lokalnych zasobów Internetu.

- Codziennie korzysta z internetu stacjonarnego.
- Przynajmniej raz na tydzień korzysta z internetu mobilnego.

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, 2015.
Podstawa: konsumenci cyfrowi (N=600).

Klienci cyfrowi chcą obsługi ubezpieczeń przez aplikacje mobilne

Kontakt klientów z ubezpieczycielem poprzez aplikację mobilną na różnych etapach *customer journey*



Aplikacje mobilne stają się alternatywą dla korzystania z Internetu za pomocą komputera. Co prawda nie są one najbardziej preferowanym kanałem kontaktu, jednak widać, że dla klientów cyfrowych stanowią coraz większą wartość.

Znacząca większość klientów chciałaby mieć możliwość dostępu do potencjalnych funkcjonalności aplikacji ubezpieczeniowych. Pojawia się zatem pytanie, czy i w jaki sposób ubezpieczyciele zareagują na oczekiwania konsumentów i chęć otrzymania przez nich nowego kanału obsługi produktów i kontaktu z firmą.

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, 2015.
Podstawa: konsumenci cyfrowi (N=600).

¹ Poszukiwanie informacji – ten etap *customer journey* nie został objęty badaniem pod kątem chęci skorzystania z funkcji w aplikacji.

Oczekiwania klientów wobec aplikacji ubezpieczeniowych - najważniejsze informacje



Badanie KPMG pokazuje, że większość konsumentów cyfrowych uwzględni fakt istnienia aplikacji mobilnej w decyzji dotyczącej wyboru ubezpieczenia, nawet jeżeli nigdy z niej później nie skorzysta.



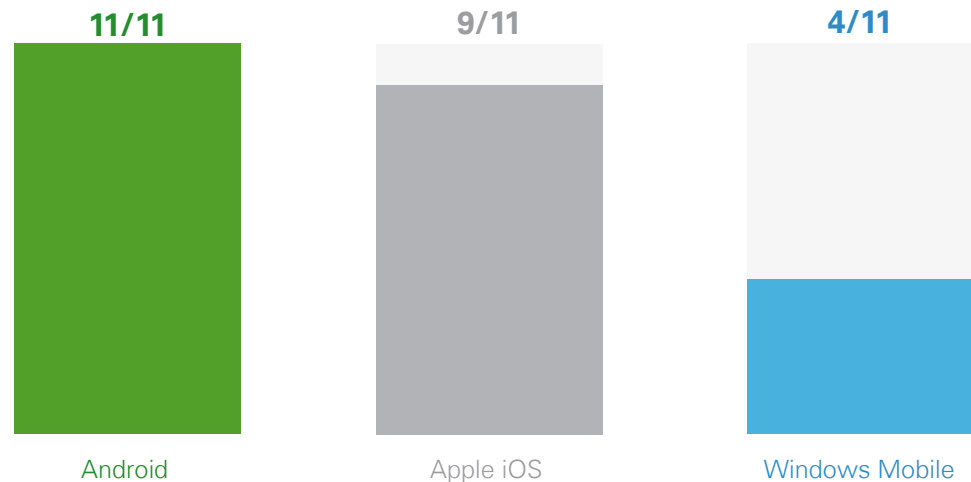
Z czasem aplikacje mobilne mogą stawać się coraz ważniejszym elementem oferty wartości dla klienta kupującego ubezpieczenie i może mieć to coraz większy wpływ (jako jeden z wielu czynników) na wzrost konkurencyjności ubezpieczycieli.

6

Przegląd aplikacji
mobilnych
ubezpieczycieli
majątkowych
w Polsce

Dostępność aplikacji ubezpieczeniowych dla poszczególnych systemów operacyjnych

Towarzystwa ubezpieczeń prowadzące działalność na terenie Polski oferują łącznie 11 aplikacji mobilnych. Poniższy wykres przedstawia ich dostępność dla poszczególnych systemów operacyjnych.



Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

Wszystkie dostępne na rynku aplikacje mobilne są dostępne dla systemu Android. Niemal równorzędnie traktuje się posiadaczy iOS, czego nie można powiedzieć o właścicielach Windows Phone.

Na systemie iOS bez zarzutu działały wszystkie aplikacje, zapewniając pełną funkcjonalność. Aplikacje dla pozostałych systemów nie zawsze umożliwiały poprawne działanie wszystkich funkcji.

Pierwsza polska ubezpieczeniowa aplikacja mobilna na smartfona pojawiła się już w roku 2010. Szybkie wejście na rynek nie przełożyło się na dynamikę późniejszego rozwoju. Średni okres od ostatniej aktualizacji na rynku wynosi około jednego roku. Można stąd wywnioskować, że proponowane rozwiązania nie stanowią regularnego procesu rozwoju, a ich jakość i funkcjonalność co do zasady nie czynią ich jeszcze elementem budowania przewagi konkurencyjnej.

Dziesięciu największych ubezpieczycieli w Polsce oferuje jedynie 7 aplikacji mobilnych. Dla porównania w krajach stanowiących benchmark dla badania (Francja, Niemcy, Wielka Brytania i Czechy) analogiczna grupa oferowała przynajmniej 20 różnego rodzaju aplikacji mobilnych.

Funkcjonalności aplikacji ubezpieczeniowych na poszczególnych etapach customer journey

Liczba aplikacji mobilnych obsługujących daną funkcję na tle wszystkich aplikacji¹ dla danego rodzaju ubezpieczenia



W celu zobrazowania bieżącego stanu rozwoju aplikacji mobilnych na polskim rynku przedstawiliśmy ich funkcje dla trzech podstawowych rodzajów ubezpieczeń majątkowych (komunikacyjne, turystyczne, mieszkaniowe).

Nie można doszukać się aplikacji, która kompleksowo wspiera wszystkie etapy *customer journey*. Żadna aplikacja nie umożliwia dostępu do internetowego konta klienta, co byłoby dużym ułatwieniem dla realizacji obsługi polis.

Część aplikacji mobilnych oferuje możliwość założenia profilu użytkownika będącego substytutem połączenia aplikacji z internetowym kontem klienta.

Za pozytywny trend możemy uznać wykorzystanie funkcji lokalizacyjnych dostępnych w prosty sposób przy użyciu smartfona.

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

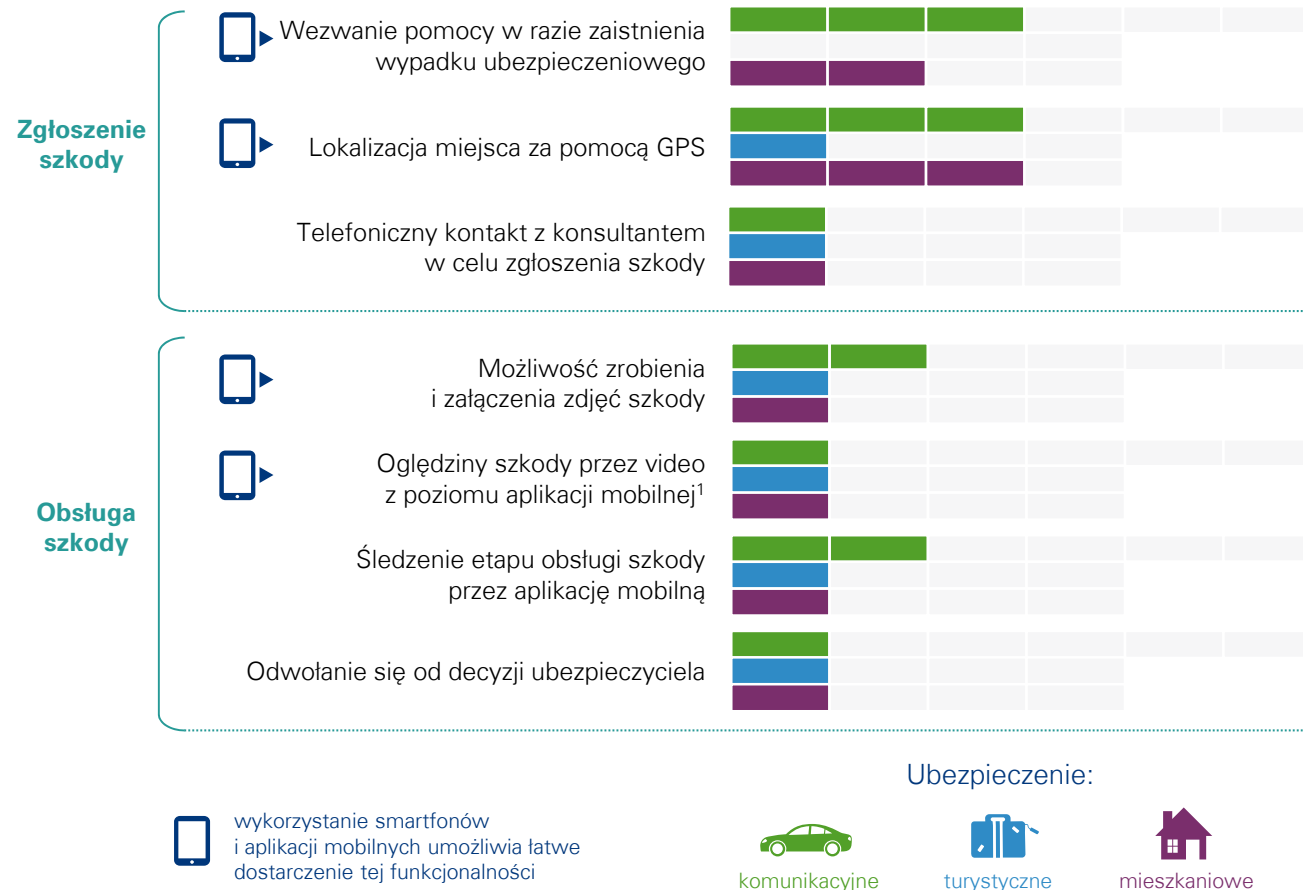
¹ Na 8 aplikacji do obsługi ubezpieczeń 6 z nich jest dedykowanych ubezpieczeniom komunikacyjnym, 4 – turystycznym, 4 – mieszkaniowym. Białe prostokąty na wykresie reprezentują liczbę aplikacji mobilnych dostępnych do obsługi ubezpieczeń danego rodzaju. Za taką traktowaliśmy aplikację, która posiadała chociaż jedną funkcję dedykowaną danemu ubezpieczeniu.

² Użytkownik ma możliwość wpisania podstawowych danych do polisy i przesłania ich do konsultanta w celu późniejszego nawiązania przez niego kontaktu i szybszego rozwiązania sprawy.

³ W aplikacji jest możliwość ręcznego zapisania danych użytkownika, które mogą być wykorzystywane w innych funkcjonalnościach aplikacji.

⁴ Ubezpieczyciel zakłada konto klienta przypisane do konkretnej szkody lub polisy, dostępne wyłącznie przez aplikację mobilną (nie jest to ogólne internetowe konto klienta do obsługi ubezpieczeń).

Liczba aplikacji mobilnych obsługujących daną funkcję na tle wszystkich aplikacji dla danego rodzaju ubezpieczenia



Nie prezentujemy funkcjonalności dotyczących odnowienia polisy, ponieważ żadna ubezpieczeniowa aplikacja mobilna nie pokrywa tego etapu *customer journey*.

Jedna z aplikacji mobilnych oferuje kompleksowy zestaw funkcjonalności do obsługi szkód. Ubezpieczyciel dzięki zastosowaniu aplikacji zmodyfikował i zoptymalizował procesy likwidacji szkód.

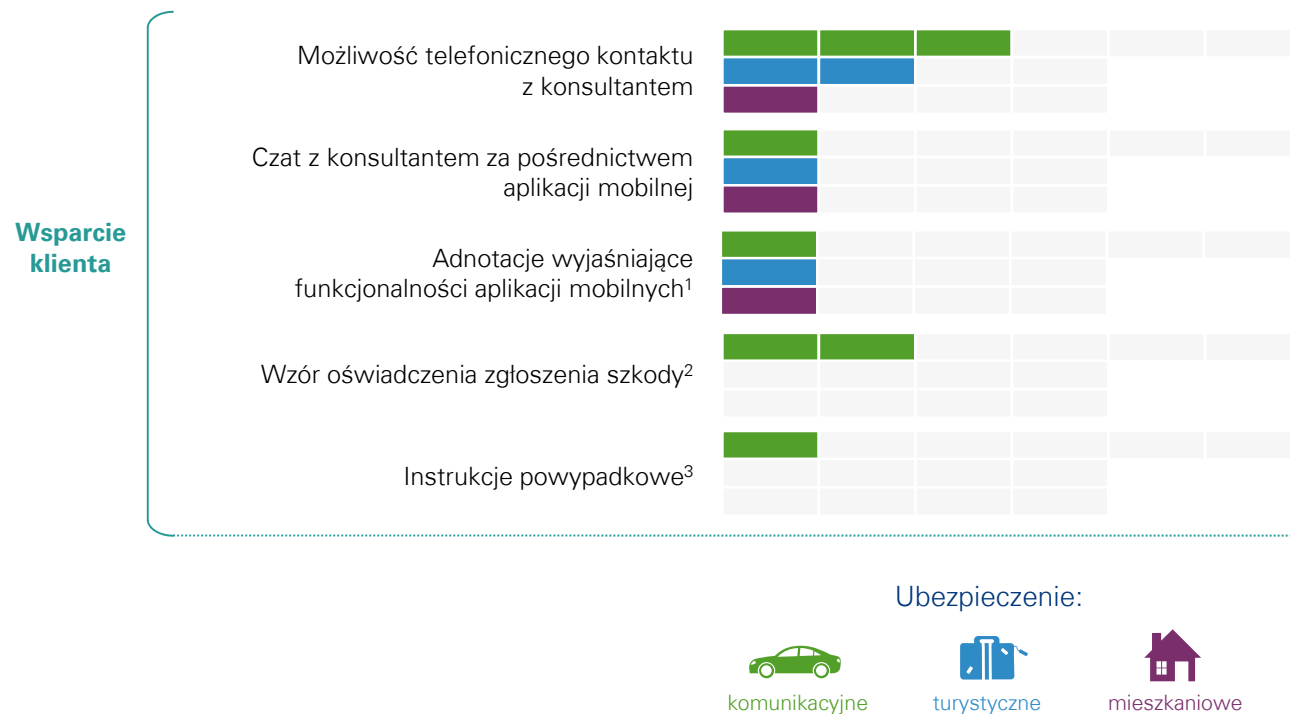
Wdrożenie aplikacji mobilnej daje zupełnie nowe możliwości zarówno klientom, jak i ubezpieczycielom. Dla przykładu oględziny szkody z poziomu aplikacji mobilnej przez *video streaming* umożliwia klientowi szybsze zgłoszenie szkody oraz optymalizuje wykorzystanie czasu rzeczoznawców pracujących dla zakładu ubezpieczeń.

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

¹ Dokonanie ekspertyzy może się odbyć poprzez połączenie video z poziomu aplikacji mobilnej na smartfonie klienta do pracownika w centrali firmy, który ma możliwość zdalnej oceny szkody.

Funkcje wspierające obsługę klienta w korzystaniu z aplikacji mobilnej

Liczba aplikacji mobilnych obsługujących daną funkcję na tle wszystkich aplikacji dla danego rodzaju ubezpieczenia



Brak wsparcia klienta na różnych etapach *customer journey* może zmniejszać efektywność korzystania z aplikacji mobilnych i dodatkowo spowodować eskalację ich niezadowolonych.

Wydaje się, że obecne aplikacje oferują to wsparcie szczątkowo, przez co trudno dopatrzyć się jednolitego standardu gwarantującego intuicyjność obsługi. Natomiast pojawienie się aplikacji o bardziej skomplikowanych funkcjonalnościach wymagać będzie opracowania nowych funkcji wsparcia.

Zapewnienie odpowiedniego poziomu wsparcia użytkownika w przypadku aplikacji mobilnych jest ważnym elementem zarządzania doświadczeniami klienta.

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

¹ Wyjaśnienia elementów i pojęć z zakresu procesu ubezpieczeniowego.

² Pomoc w sporządzaniu oświadczenia w razie zaistnienia wypadku drogowego.

³ Wskazówki dotyczące zabezpieczenia miejsca wypadku, udzielania pierwszej pomocy, procedury zgłaszania szkody.

Polski konsument może kupić polisy tylko w trzech aplikacjach mobilnych

Funkcjonalność sprzedażowa pokrywana przez wybraną aplikację mobilną

			
Automatyczne wczytanie danych do ubezpieczenia	☐	☒	☒
Sparametryzowanie ochrony ubezpieczeniowej ¹	☒	☐	☐
Porównanie wariantów ²	☐	☒	☒
Podstawowe pisma dostępne w PDF (OWU, regulamin świadczenia usług)	☒	☒	☒
Płatność za pomocą aplikacji mobilnej	☐	☒	☒
Wysyłanie dokumentów na adres e-mail	☒	☒	☒
Przegląd historii polis klienta zakupionych przez aplikację mobilną	☐	☒	☒

Na polskim rynku zaledwie trzy aplikacje mobilne umożliwiają zakup polisy. W dwóch przypadkach chodzi o ubezpieczenia turystyczne, w trzecim – komunikacyjne.

Jedna z aplikacji dla ubezpieczeń turystycznych oferuje możliwość wprowadzania danych konsumenta z wykorzystaniem substytutu internetowego konta klienta w postaci konta w aplikacji, umożliwiającego zapamiętanie wprowadzonych ręcznie danych. Natomiast aplikacja dla ubezpieczeń komunikacyjnych wczytuje dane za pomocą kodu QR.

Ubezpieczyciele wprowadzili wiele przydatnych funkcji zakupowych, rekompensując brak możliwości połączenia aplikacji mobilnej z internetowym kontem klienta, które wydaje się kluczowe w przypadku oferowania sprzedaży tym kanałem.

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

¹ Konsument ma możliwość zapoznania się z zakresem ochrony ubezpieczeniowej za pomocą kliku prostych suwaków dla podstawowych polis, np. wyjazd zagraniczny, wyjazd na narty.

² Zestawienie zakresu ubezpieczeń proponowanych przez aplikację mobilną.

Ubezpieczyciele promują swoje aplikacje przez Internet lub wcale



Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

Jedna kratka oznacza jedno towarzystwo ubezpieczeń posiadające aplikację mobilną do obsługi ubezpieczeń.

Samo wprowadzenie aplikacji mobilnej przez firmę nie gwarantuje sukcesu. Brak komunikacji marketingowej bardzo ogranicza dotarcie do grupy potencjalnych użytkowników i wykorzystanie pełni jej potencjału. Dlatego ważne jest, aby wdrażanie aplikacji poprzeć odpowiednimi działaniami promocyjnymi. Dopóki ubezpieczyciele w Polsce traktują aplikacje mobilne jako kanał niszowy, trudno jest spodziewać się, by inwestowali oni duże środki w ich promocję. Tłumaczy to, dlaczego ubezpieczyciele nie prowadzą działań promujących aplikacje ubezpieczeniowe w mediach tradycyjnych, czyli telewizji, radiu i prasie. Inaczej sytuacja promocji aplikacji wygląda w Internecie. Na wykresie prezentujemy wykorzystanie kilku wybranych sposobów promocji aplikacji za pośrednictwem Internetu przez ubezpieczycieli działających w Polsce.

Pierwszym i wydawałoby się oczywistym miejscem promocji aplikacji jest strona ubezpieczyciela. Wydaje się ona naturalnym i najważniejszym miejscem, gdzie potencjalny użytkownik może zdobyć informacje o jej funkcjonalnościach. Tym bardziej dziwić może fakt, że tylko niektórzy ubezpieczyciele umieszczają takie informacje na swoich portalach.

Drugim popularnym sposobem promocji w Internecie jest YouTube. Wydaje się on dobrym miejscem na umieszczanie nie tylko reklam, ale także podręczników użytkownika aplikacji. Mimo tego z tej możliwości korzysta tylko jeden ubezpieczyciel.

Kolejnym sposobem promocji są portale społecznościowe. Większość analizowanych towarzystw ubezpieczeń co do zasady posiada profile na portalach *social media*, lecz tylko niektóre wykorzystują je do promowania za ich pośrednictwem swoich aplikacji.

Przegląd aplikacji mobilnych ubezpieczycieli majątkowych w Polsce - najważniejsze informacje



Polskie aplikacje mobilne ubezpieczycieli majątkowych są wypadkową pierwszych prób i eksperymentów – nie wyznaczają one jeszcze standardu obsługi.



Wśród dziesięciu największych ubezpieczycieli majątkowych w Polsce tylko czterech stworzyło aplikacje do obsługi ubezpieczeń. Oferują one jedynie wybrane funkcje obsługi. Żadna z nich nie umożliwia dostępu przez aplikację mobilną do internetowego konta klienta.

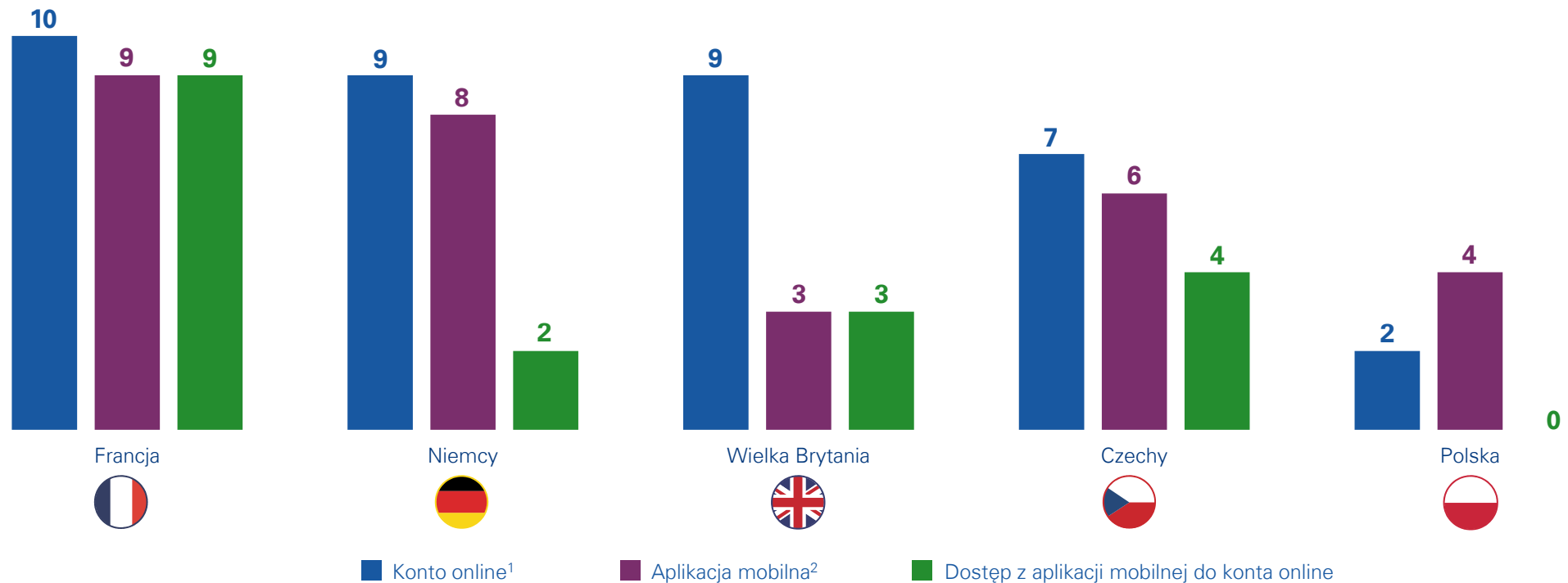
7

Aplikacje mobilne ubezpieczycieli w Europie

TOP 10 ubezpieczycieli oferujących polisy komunikacyjne – porównanie z rynkami zagranicznymi pod kątem wprowadzenia aplikacji mobilnych

W celu lepszego zobrazowania sytuacji polskiego rynku zdecydowaliśmy się porównać go do kilku innych państw europejskich. Wybraliśmy Wielką Brytanię jako rynek najbardziej scyfryzowany, opierający swoją sprzedaż i obsługę głównie na kanale *direct*, a także Francję i Niemcy, jako jedne z największych rynków w Europie. Dodatkowo prezentujemy również informacje o rynku czeskim, który jest mały, ale podobny do polskiego.

Do analizy wybraliśmy ubezpieczenia komunikacyjne, które są produktem o największym udziale w rynku. Do porównania z każdego kraju wzięliśmy tylko 10 największych ubezpieczycieli sprzedających ten rodzaj ubezpieczenia.



Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r. TOP 10 ubezpieczycieli komunikacyjnych według składki przypisanej brutto, Niemcy – Zeitschrift für Versicherungswesen 2014; Wielka Brytania – Association of British Insurers 2014; Francja według obrotów – Argus de l'assurance 2013; Czechy – Czech Insurance Association 2015, Polska – Komisja Nadzoru Finansowego 2015.

¹ Konto online – Dostęp do internetowego konta klienta na portalu ubezpieczyciela posiadającego jakiejkolwiek funkcje do obsługi ubezpieczeń komunikacyjnych.

² Aplikacja mobilna – Aplikacja mobilna posiadająca jakiejkolwiek funkcje do obsługi ubezpieczeń komunikacyjnych.

Aplikacje ubezpieczeniowe w Europie

Wielka Brytania



Rynek ubezpieczeniowy w Wielkiej Brytanii charakteryzuje się wysokim stopniem cyfryzacji. Niemal cała sprzedaż polis majątkowych dla klientów indywidualnych odbywa się za pośrednictwem Internetu.

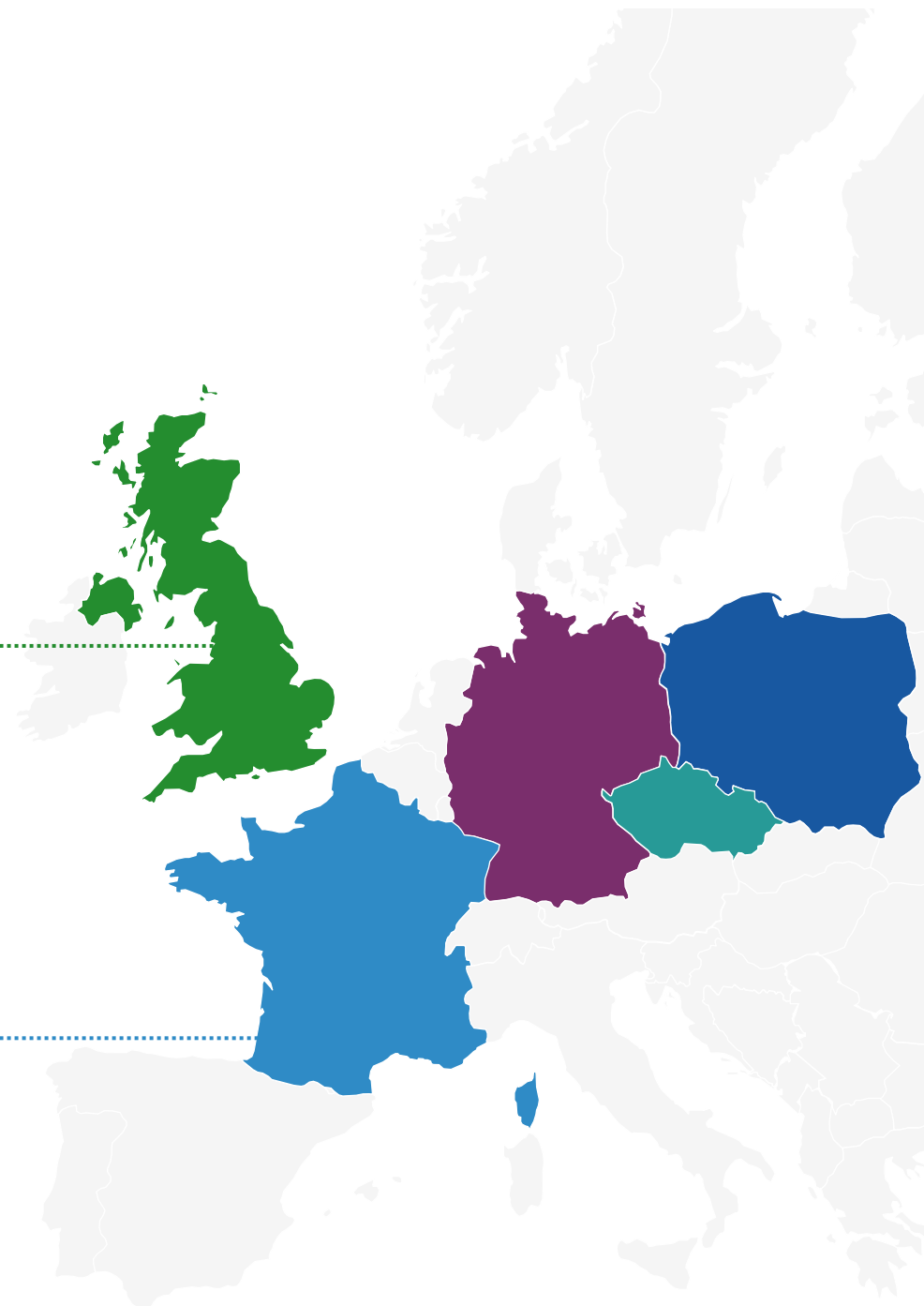
Zaawansowanie cyfryzacji ubezpieczycieli przełożyło się na sposób wdrażania aplikacji mobilnych, które pojawiły się później niż w innych badanych krajach, ale od razu z dostępem do internetowego konta klienta. Umożliwia ono łatwe wprowadzenie pełnego zestawu funkcji do obsługi ubezpieczenia.

Firmy dają możliwość oceny przez klientów funkcjonalności zarówno stron internetowych, jak i aplikacji mobilnych. Dzięki temu ubezpieczyciele stale monitorują zadowolenie konsumentów i mogą im zaoferować lepszą jakość obsługi.

Francja



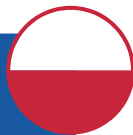
Rynek francuski charakteryzuje się silnym powiązaniem firm ubezpieczeniowych z sektorem bankowym. Aż 7 z 10 największych ubezpieczycieli należy do grupy kapitałowej z bankiem. Pięć z tych firm tworzy wspólne aplikacje dla usług bankowych i ubezpieczeniowych. Co więcej, standardem rynkowym stał się dostęp do internetowego konta klienta przez aplikację mobilną.



Polska

Tylko część firm wdrożyło aplikacje mobilne, jednak oferują one ograniczone funkcjonalności.

Dotychczas żadna aplikacja mobilna w Polsce nie oferuje klientom dostępu do internetowego konta klienta w przeciwieństwie do pozostałych analizowanych krajów.



Niemcy

Rynek aplikacji mobilnych w Niemczech jest w początkowej fazie rozwoju pod kątem ich jakości i udostępnianych funkcjonalności. Z aplikacji służących do obsługi ubezpieczeń tylko dwie umożliwiają dostęp do internetowego konta klienta. Pozostałe z nich mają ograniczone funkcje obsługi ubezpieczeń. Oprócz tego ubezpieczyciele stworzyli szereg aplikacji, które oferują dodatkowe funkcje niezwiązane z obsługą ubezpieczeń.

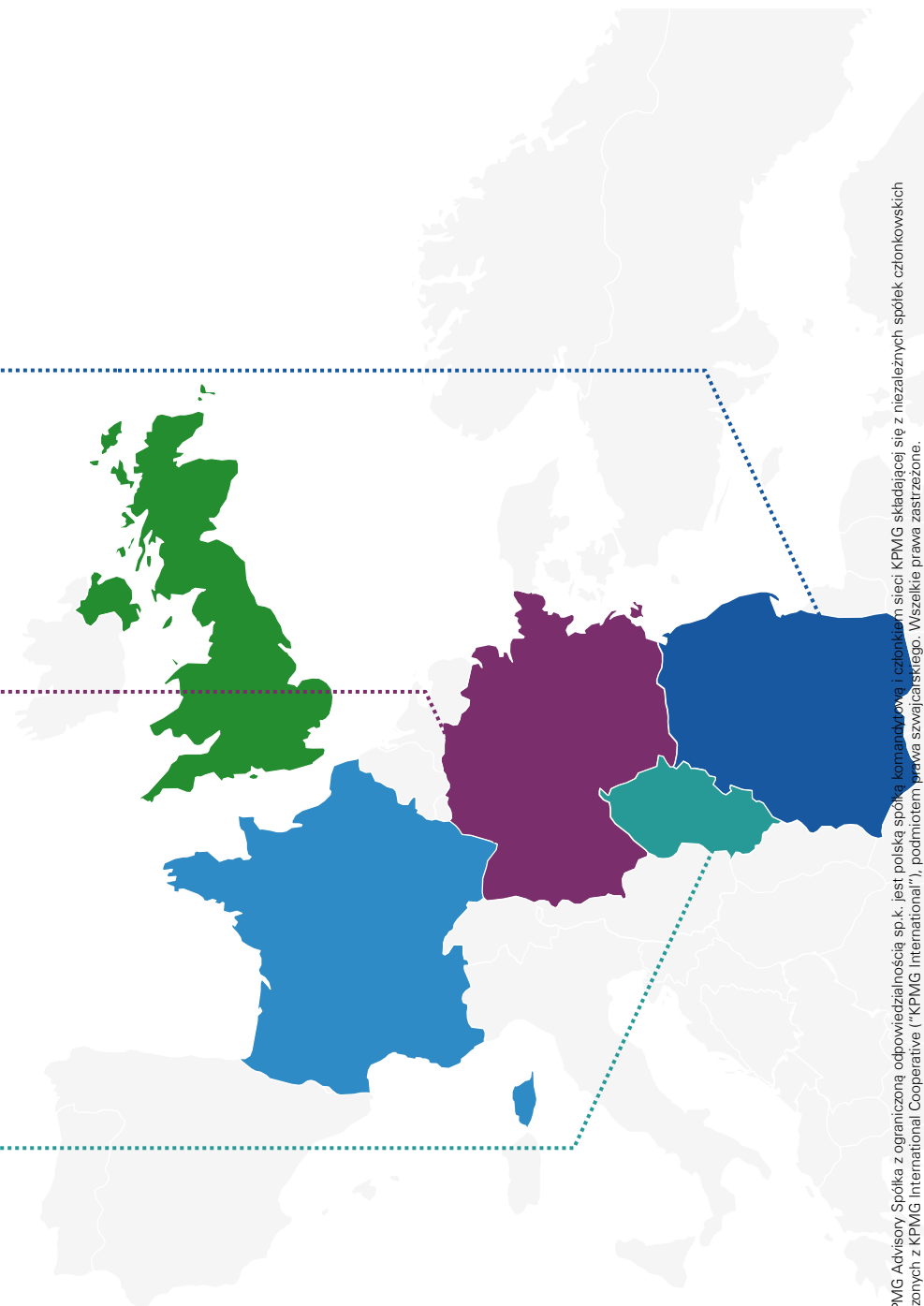


Czechy

Ubezpieczyciele w Czechach rozpoczęli wdrażanie aplikacji mobilnych w podobnym czasie jak firmy w Polsce. Obecnie tylko kilku z czołowych ubezpieczycieli udostępnia aplikacje.

Czeskie aplikacje łączą w sobie proste funkcjonalności obsługowe, takie jak podgląd polis czy zgłaszanie szkód, a także niezwiązane z obsługą ubezpieczeń, takie jak podgląd ruchu drogowego czy też poradniki, jak postępować w razie kolizji.

Żadna czeska aplikacja nie umożliwia zakupu polisy.



Aplikacje mobilne ubezpieczycieli w Europie - najważniejsze informacje



Analiza wybranych rynków zagranicznych pokazuje, że oferowanie przez ubezpieczycieli aplikacji mobilnych do obsługi polis może w przyszłości stać się standardem.



Ubezpieczyciele majątkowi w Polsce, jako cały rynek, wydają się mieć najmniej rozwinięte aplikacje mobilne w porównaniu do wybranych krajów w Europie.



8

Przykłady aplikacji mobilnych w ubezpieczeniach i ich wykorzystania

Sposób wykorzystania aplikacji zależy od indywidualnych potrzeb klienta - przykłady

Przykładowy klient	Charakterystyka klienta	Przykładowe podejście do aplikacji mobilnych	Funkcje przydatne w wybranych sytuacjach
 Janek, 24 l.	- Kończy studia, podejmuje pierwszą pracę - Dorastał wraz z technologią cyfrową, dobrze ją rozumie - Nie zna czasów przed komputeryzacją - Nie rozstaje się ze smartfonem, codziennie korzysta z aplikacji mobilnych - Większość spraw załatwia zdalnie, nie lubi tracić czasu - Jeszcze nie miał kontaktu z branżą ubezpieczeniową, więc dopiero wybierze swojego ubezpieczyciela	„Mam kilkadziesiąt aplikacji w telefonie i z wielu korzystam codziennie. Załatwianie spraw przez komórkę to dla mnie normalna sprawa.” „Gdy korzystam z jakiejś usługi, to sprawdzam, czy firma ma aplikację na telefon. Jeśli ma to chętniej skorzystam.” „Kto by pamiętał o kupnie ubezpieczenia przed wyjazdem? Zwykle przypominam sobie w drodze na dworzec lub w pociągu, ale aplikacja rozwiązuje ten problem.”	Zakup ubezpieczeń, np. turystycznych
 Ania, 35 l. i Darek, 37 l. z dziećmi	- Pracują w dużych firmach, mają dwójkę dzieci - Oboje korzystają z technologii cyfrowej, częściej do realizacji zadań niż do rozrywki - Korzystają z wielu urządzeń cyfrowych: laptop, tablet, smartfony - Mają mało czasu, więc zależy im na jego optymalizacji - Posiadają różne produkty ubezpieczeniowe (mieszkaniowe, komunikacyjne, OC, zdrowotne)	„Są sytuacje w życiu, kiedy telefon można do czegoś wykorzystać. Zdarza mi się załatwiać różne szybkie sprawy, gdy jestem w biegu.” „Siedzę na placu zabaw z dziećmi i w tym czasie załatwiam różne sprawy na telefonie. Za trzy dni kończy mi się polisa, dlatego nie miałabym sprawdzić ceny ubezpieczenia w telefonie?”	- Podgląd posiadanych polis i płatność rat - Szybkie odnowienie
 Krzysztof, 56 l.	- Przedsiębiorca, ma dorosłe dzieci - Ma tablet i komputer, ale używa ich głównie do pracy - Używa telefonu głównie do dzwonienia, a z aplikacji korzysta, gdy jest to najbardziej efektywne lub konieczne - Bardziej ceni sobie wygodę niż czas	„Zwykle nie korzystam z aplikacji i nie interesuje mnie, czy dana firma ją ma. Ale po tym, gdy użyłem telefonu do zgłoszenia szkody, chyba zmienię zdanie. Zadzwońiłem na infolinię, aby zgłosić szkodę, a wtedy konsultantka zaproponowała mi ściągnięcie aplikacji. Zaskoczyło mnie, że było szybciej i wygodniej niż przez infolinię.”	- Zgłoszenie szkody - Obsługa szkody

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

Komentarz: Przytoczone wypowiedzi zostały opracowane w celu zobrazowania potencjalnych sytuacji klientów.

Powstały z wykorzystaniem doświadczeń zebranych podczas badań oraz rozmów z przedstawicielami różnych typów klientów.

Propozycja Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego jako ciekawa alternatywa

Ciekawe rozwiązanie wyręczające po części ubezpieczycieli zaproponował Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny. Wyróżniająca się na rynku aplikacja mobilna *Na wypadek* pokazuje duże zrozumienie potrzeb klientów, przez co liczba instalacji tylko na systemie android sięgnęła już niemal 50 000.

Dzięki aplikacji osoby poszkodowane w wypadku mają możliwość sprawdzenia, czy pojazd, który spowodował wypadek, ma wykupione ubezpieczenie. Dodatkowo pozwala na automatyczne pobranie danych o polisie OC oraz polisie AC. Wymaga to jednak podania 6 ostatnich cyfr numeru polisy w celu weryfikacji uprawnienia do pobrania informacji.

„Aplikacja UFG Na wypadek stanowi znakomity przykład wykorzystania bazy Ośrodka Informacji UFG – prowadzonej zgodnie z obowiązkiem ustawowym – na potrzeby wsparcia indywidualnego klienta w procesie likwidacji szkody. Dzięki aplikacji klient nie tylko uzyskuje potwierdzenie posiadania ubezpieczenia OC przez sprawcę wypadku komunikacyjnego, ale także szczegółowe wskazówki, jak i gdzie zgłosić szkodę poniesioną w tym wypadku”.



Zdzisława Cwalińska-Weychert
Wiceprezes Zarządu UFG



Możliwość wybrania wcześniej wprowadzonego auta z profilu użytkownika, określenia czasu i rodzaju kolizji oraz zapisanie jej w profilu aplikacji redukuje niebezpieczeństwo pominięcia istotnych przy zgłoszeniu szkody faktów.

Aplikacja wspiera w precyzyjnym zgromadzeniu odpowiedniej dokumentacji mogącej się okazać przydatną w procesie likwidacji szkody.

Aplikacja pozwala na szczegółowe sprecyzowanie informacji o zdarzeniu, które mogą okazać się istotne dla likwidatora szkody. Zapisanie notatki głosowej pozwala na zapamiętanie wielu szczegółów, które mogłyby później umknąć poszkodowanemu.

Aplikacja umożliwia przeprowadzenie użytkownika krok po kroku przez wszystkie czynności, jakie należy wykonać, aby odpowiednio przeprowadzić proces zgłoszenia szkody. Pomoc nie ogranicza się jednak wyłącznie do prostych komunikatów. Cały proces charakteryzuje się aktywnym wsparciem zakończonym przesłaniem na mejla dokumentów, które w znaczący sposób mogą wesprzeć zgłaszającego szkodę.

Źródło: Aplikacja mobilna *Na wypadek* Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego na systemie Android, maj 2016 r.

Trōv – pierwsze na świecie ubezpieczenie dostępne tylko przez aplikację mobilną

Trōv to *fintech*, który rozpoczął swoją działalność w 2014 roku w Australii, we współpracy z Suncorp, Guidewire i Anthemis Group. Obecnie przygotowuje się do wejścia na rynki brytyjski i amerykański. Wszystkie usługi świadczone klientom odbywają się za pośrednictwem aplikacji mobilnej.

Aplikacja jest skierowana głównie do młodych ludzi, tzw. *millenials*. Umożliwia ubezpieczenie niemal każdego sprzętu domowego, w tym elektroniki, instrumentów muzycznych, roweru, konsol do gier, a także samochodu i nieruchomości.



Aplikacja umożliwia zakup polisy na krótki czas, np. na czas podróży lub nieobecności w domu.

Dotychczas do aplikacji dodano ponad 940 tys. przedmiotów o wartości ponad 8,5 miliarda dolarów.

Model biznesowy zakłada, iż za sprzedaż, obsługę i zgłaszanie szkód odpowiada Trōv, natomiast lokalni partnerzy dostarczają jedynie produkt ubezpieczeniowy.

Trōv zajął 5 miejsce w rankingu najbardziej innowacyjnych fintechów ubezpieczeniowych Digital Insurance Agenda w 2015 roku.

trōv

Jak to działa?

1

Po zainstalowaniu aplikacji klient wpisuje przedmioty, które chce objąć ubezpieczeniem.

Dla każdego przedmiotu jest dokonywana wycena polisy.

Klient jednym kliknięciem decyduje, czy chce „uruchomić” polisę lub też ją „wylączyć”.

2

Wszystkie produkty mogą zostać objęte ochroną przed:

- uszkodzeniem
- zgubieniem
- kradzieżą

3

Zgłoszenie szkody odbywa się w formie chatu z poziomu aplikacji i wymaga tylko kilku kliknięć.

Klient jest obsługiwany przez zautomatyzowany system, który umożliwia wydanie decyzji o wypłacie roszczenia w ciągu kilku minut od zgłoszenia szkody!



Źródło: Strona internetowa Trōv (www.trov.com), maj 2016 r.

Cuvva - pierwsza chwilówka dla ubezpieczeń samochodowych

Cuvva to szkocki startup oferujący krótkoterminowe ubezpieczenie samochodu, wyłącznie za pośrednictwem aplikacji mobilnej.

Firma uruchomiła aplikację w październiku 2015 r. i działa obecnie tylko w Wielkiej Brytanii.

Aplikacja skierowana jest do osób pożyczających samochód na krótki czas, nawet do 1 godziny.

Zakup polisy trwa mniej niż 10 minut.

Usługa dotyczy wyłącznie samochodów, które posiadają równoległe standardową polisę komunikacyjną właściciela (tj. polisa Cuvva nie może być jedyną polisą ubezpieczającą samochód).



Jak to działa?

1

Rejestracja

W celu założenia konta i późniejszego zakupu polisy wystarczy zamieścić w aplikacji:

- dane osobowe,
- zdjęcie prawa jazdy,
- swoje selfie ☺

2

Wycena polisy

Aby zakupić chwilową polisę, należy zamieścić w aplikacji:

- numer rejestracyjny samochodu,
- szacowaną wartość samochodu

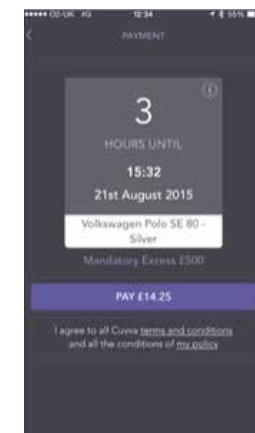
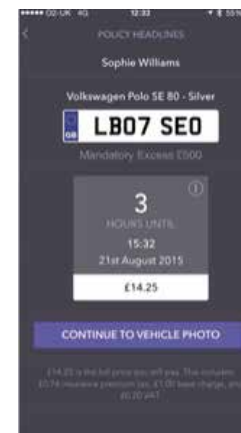
Aplikacja zwraca następnie proponowane ceny polis za okres 1, 2, 3, 4 lub 24 godzin.

3

Płatność

Aplikacja umożliwia dokonanie płatności z pomocą karty kredytowej.

Autoryzacja wymaga wysłania przez aplikację zdjęcia samochodu z widoczną tablicą rejestracyjną.



Źródło: Strona internetowa Cuvva (www.cuvva.co), maj 2016 r.

9

Perspektywy aplikacji mobilnych na polskim rynku ubezpieczeń majątkowych

Ewolucja podejścia branż do wykorzystania aplikacji mobilnych (AM)

Modele biznesowe przedsiębiorstw w coraz większym stopniu są realizowane przez złożone ekosystemy, na które składają się systemy informatyczne, dane, procesy i ludzie. Dlatego skuteczne i duże zmiany w firmach coraz częściej są wynikiem ewolucji, a nie pojedynczego projektu. Cyfryzacja procesów biznesowych i kanałów kontaktu z klientem pozwala na nowo wymyśleć sposób działania firm. „Cyfryzacja oczekiwań klienta” tylko przyspieszy wdrażanie nowych pomysłów.

Taką ewolucję firm umożliwiającą przez cyfryzację można zaobserwować w różnych branżach i rynkach, przywołując chociażby polską bankowość czy rynki ubezpieczeniowe za granicą, ale jej tempo i uwarunkowania mogą być zupełnie różne.

Z jednej strony gotowe przykłady z innych branż i rynków, dotyczące samych rozwiązań, jak i kolejnych etapów zmian, są argumentem przemawiającym za przyspieszeniem wprowadzenia zmian na polskim rynku ubezpieczeń.

Z drugiej strony ubezpieczyciele mają obecnie jeszcze szereg innych wyzwań do pokonania, takich jak automatyzacja procesów operacyjnych, cyfryzacja sprzedaży przez agentów, uporządkowanie architektury systemów informatycznych, poprawa wyników finansowych. Mogą one przyczyniać się do odsunięcia na bok działań dotyczących tematów strategicznych, w tym aplikacji mobilnych, które dopiero w długim terminie wpłyną na poprawę działania ubezpieczycieli.

Jednak towarzystwa ubezpieczeń, które nie zareagują właściwie na zachodzące zmiany i nie wykorzystają możliwości, jakie daje cyfryzacja, w tym aplikacje mobilne, w perspektywie 5, 10, 15 lat mogą być w coraz słabszej pozycji konkurencyjnej względem innych graczy na rynku. Mamy nadzieję, że przygotowany przez nas materiał pozwoli polskim towarzystwom ubezpieczeń lepiej przygotować ich organizacje do zmian rynkowych.

Typowe etapy ewolucji podejścia branż do wykorzystania aplikacji mobilnych



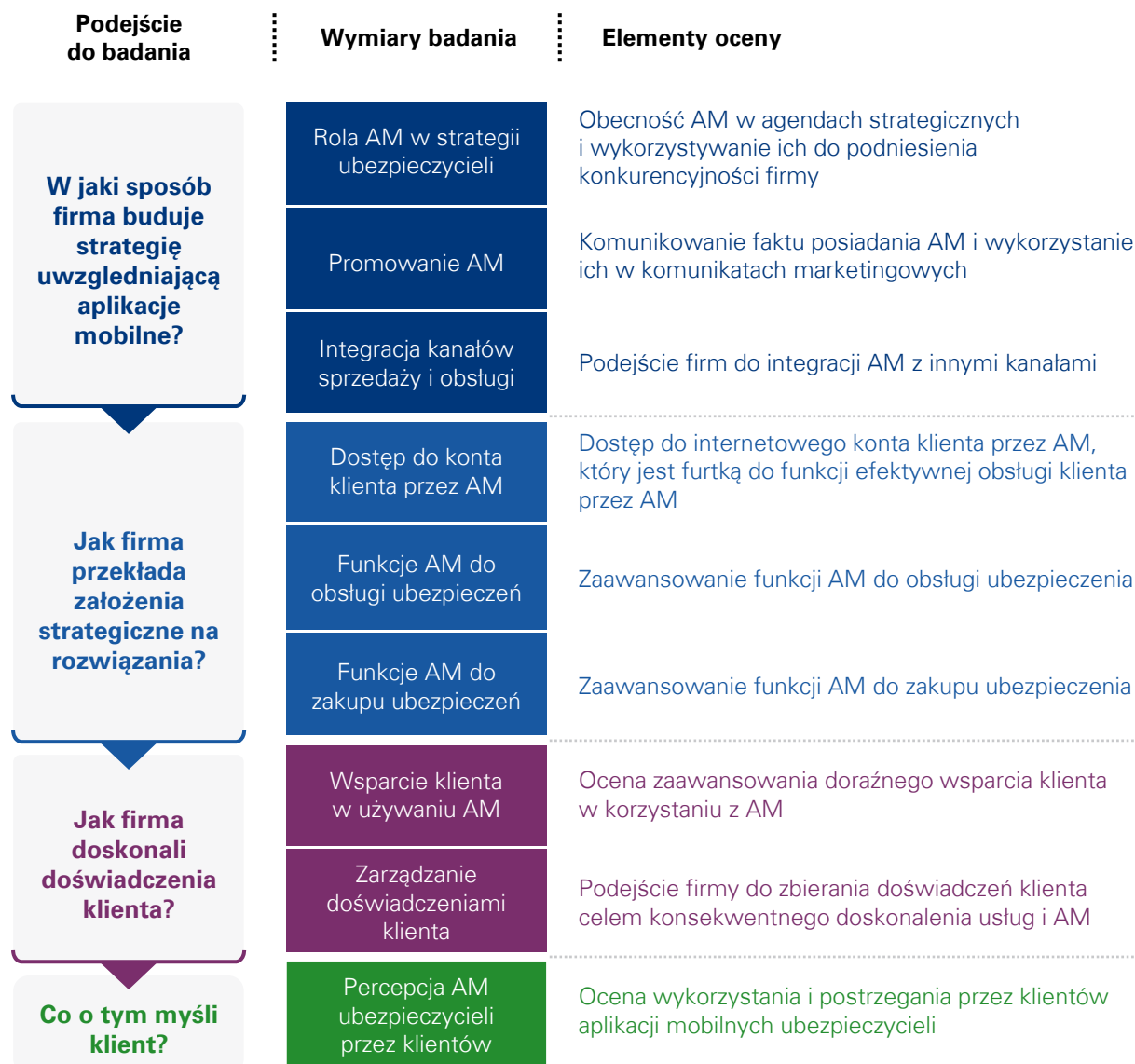
Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

Wprowadzenie do opisu schematu ewolucji podejścia firm do wykorzystania aplikacji mobilnych

Celem opracowania schematu ewolucji było przedstawienie, jak zmienia się podejście firm danej branży do adaptacji nowych idei i technologii w kontekście wykorzystania aplikacji mobilnych. Ewolucja ta wynika z pewnej ich bezwładności organizacyjnej wobec zupełnie nowych możliwości i rozwiązań.

Opisaliśmy ten schemat na tle dziewięciu wymiarów, aby ułatwić identyfikację etapu, na którym znajduje się dana branża, a poszczególnym firmom – zaplanowanie wykorzystania aplikacji mobilnych.

Chociaż schemat ewolucji wydaje się uniwersalny co do branży, w niniejszym raporcie opisaliśmy go pod kątem branży ubezpieczeń.



Komentarz: Skrót AM - aplikacja mobilna.

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

Typowa charakterystyka etapów ewolucji podejścia firm w danej branży do wykorzystania aplikacji mobilnych do zmian modeli biznesowych i operacyjnych

	Budowanie świadomości	Poznanie możliwości	Ustrukturyzowane wdrożenie	Doskonalenie
Rola AM w strategii ubezpieczycieli	Wdrożenia AM są wynikiem pojedynczych działań, testowanie	AM wdrażane są w wybranych obszarach biznesowych z wybranymi funkcjami	AM stają się przedmiotem planowania strategicznego	AM wykorzystywane są do maksymalizowania przewagi konkurencyjnej
Promowanie AM	Brak	Aplikacje promowane na portalu internetowym ubezpieczyciela	Wykorzystywane jako element komunikatów marketingowych	Komunikowanie korzyści AM poprzez spektrum mediów marketingowych
Integracja kanałów sprzedaży i obsługi	AM nie jest kanałem kontaktu	Multikanalowość	Międzykanałowość	Omnikanalowość
Dostęp do konta klienta przez AM	Brak konta klienta	Substytut konta klienta	Logowanie do konta klienta	Uprozczone formy logowania
Funkcje AM do obsługi ubezpieczeń	Przeważają funkcje AM inne niż do obsługi i zakupu ubezpieczeń	Pojawiają się funkcje AM, które bez smartfonów nie były możliwe	AM umożliwiają standardową obsługę ubezpieczeń	Umożliwiają kompleksową obsługę ubezpieczeń z możliwością personalizacji ustawień
Funkcje AM do zakupu ubezpieczeń	Brak funkcji AM do zakupu ubezpieczeń	Pierwsze próby funkcji AM do zakupu prostych ubezpieczeń	Funkcje AM do zakupu prostych ubezpieczeń stają się standardem	Funkcje AM do zakupu ubezpieczeń stają się standardem
Wsparcie klienta w używaniu AM	Podpowiedzi kontekstowe	Przesyłanie dokumentów informacyjnych, udostępnianie podręcznika dla użytkownika formie tekstowej lub video	Autoryzowanie połączenie z konsultantem infolinii, wersja demonstracyjna konta	Możliwość monitorowania przez konsultanta działań klienta w AM
Zarządzanie doświadczeniami klienta	Brak – klienci traktują AM jako ciekawostkę, dlatego nie eskalują negatywnych doświadczeń	Reakcja dopiero na bardzo negatywne doświadczenia klientów i ich narzekanie	Wdrażanie regularnego procesu i nauka jego stosowania	Bardzo zaawansowany proces z wykorzystaniem funkcji interfejsu AM
Percepcja AM ubezpieczycieli przez klientów	Traktowane jako ciekawostka dla entuzjastów, a nie jako wsparcie	Wybrani klienci chcą je mieć pod ręką, zauważając ciekawe funkcje	Większość klientów dostrzega ich zalety, ale w praktyce niewielu ich używa	Coraz częściej stają się standardowym narzędziem obsługi

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

Funkcje aplikacji mobilnych - na jakich rynkach lub w jakich branżach można je znaleźć?

		Ubezpieczyciele w Polsce	Ubezpieczyciele za granicą	Banki w Polsce ¹	Inne branże w Polsce ¹
Poszukiwanie informacji	Informacje o zagrożeniach				
	Wyszukiwanie placówki/agenta				
Zakup ubezpieczenia	Oględziny do zakupu ubezpieczenia przez <i>video streaming</i>				
	Płynne przechodzenie pomiędzy kanałami kontaktu				
	Ubezpieczenia natychmiastowe i krótkoterminowe				
	Ułatwiony zakup ubezpieczeń turystycznych				
	Zakup ubezpieczenia komunikacyjnego				
	Płatności z poziomu aplikacji				
Obsługa polisy	Dodawanie zdarzeń do kalendarza				
	Dostęp do internetowego konta klienta z aplikacji mobilnej				
	Informowanie o nadchodzących zagrożeniach				
	Informowanie o zaplanowanych spotkaniach				
	Podgląd i płatność rat				
	Podgląd polisy klienta				
	Przypomnienia o zdarzeniach ubezpieczeniowych				
	Zaświadczenie o bezszkodowości				
	Zgłoszenie sprzedaży samochodu				
Odnowienie	Odnowienie polisy komunikacyjnej				
Zgłoszenie szkody	Instrukcja postępowania powypadkowego				
	Umawianie wizyt w klinice lub warsztacie				
	Zarządzanie realizacją usługi assistance				
	Zgłoszenie szkody				
Obsługa szkody	Odwołanie od decyzji ubezpieczyciela				
	Oględziny szkody przez <i>video streaming</i>				
	Podgląd historii szkód				
	Śledzenie stanu likwidacji szkody				

Opracowaliśmy zestaw kluczowych funkcji aplikacji mobilnych dla poszczególnych etapów *customer journey*. Są to funkcjonalności, które mogą okazać się szczególnie przydatne dla klientów i towarzystw ubezpieczeń. Definicje tych funkcji podaliśmy w dalszej części raportu.

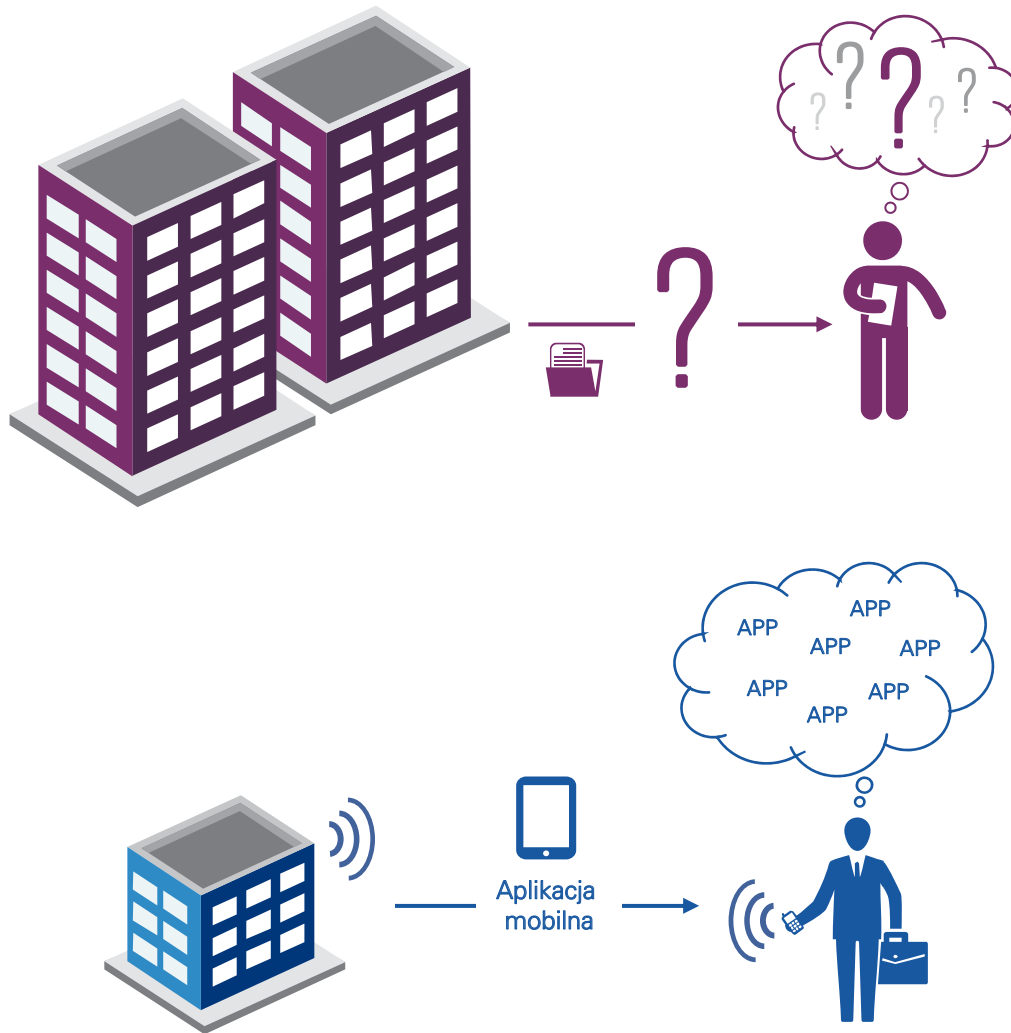
Ponieważ aplikacje mobilne na świecie to historia ostatnich lat, poszczególne rynki ubezpieczeniowe dopiero wypracowują standardy w tym zakresie. Niniejsze zestawienie pokazuje, na których rynkach można znaleźć pierwsze firmy, których aplikacje oferują wymienione funkcje. Dodatkowo porównaliśmy obecność wybranych funkcji także w innych branżach, gdzie to było adekwatne.

Widać, że aplikacje mobilne oferowane przez ubezpieczycieli w Polsce znajdują się na początkowym etapie rozwoju i nie oferują jeszcze rozwiązań wykorzystywanych już na innych rynkach.

¹ Dla banków i innych branż dokonaliśmy oceny funkcji aplikacji mobilnych, które miały analogiczny cel jej zastosowania.

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

Wprowadzenie do wizji rozwoju aplikacji ubezpieczeniowych w Polsce



Aplikacje mobilne to nie tylko powielenie funkcji obsługowych oferowanych przez Internet. Smartfony umożliwiają klientowi realizację obsługi w wielu nowych sytuacjach lub w sposób, w który do tej pory nie był możliwy. Jednak z punktu widzenia firm najciekawsze zastosowania to te, które pozwolą zmienić sposób realizacji procesów po stronie firmy – ich szybsze działanie, umożliwiając lepsze ich zarządzanie i realizować je z mniejszą pracochłonnością.

Polski sektor ubezpieczeń podjął pierwsze próby uruchomienia aplikacji mobilnych do obsługi ubezpieczeń. W celu zrozumienia spektrum możliwości, jak aplikacje mobilne w przyszłości mogą zmienić sposób działania towarzystw ubezpieczeń majątkowych w Polsce, opracowaliśmy wizję przedstawioną na kolejnych slajdach tego raportu.

W pierwszym kroku staraliśmy się przewidzieć możliwe korzyści zastosowania poszczególnych funkcji aplikacji przez ubezpieczycieli. Oceniliśmy je w trzech kategoriach:

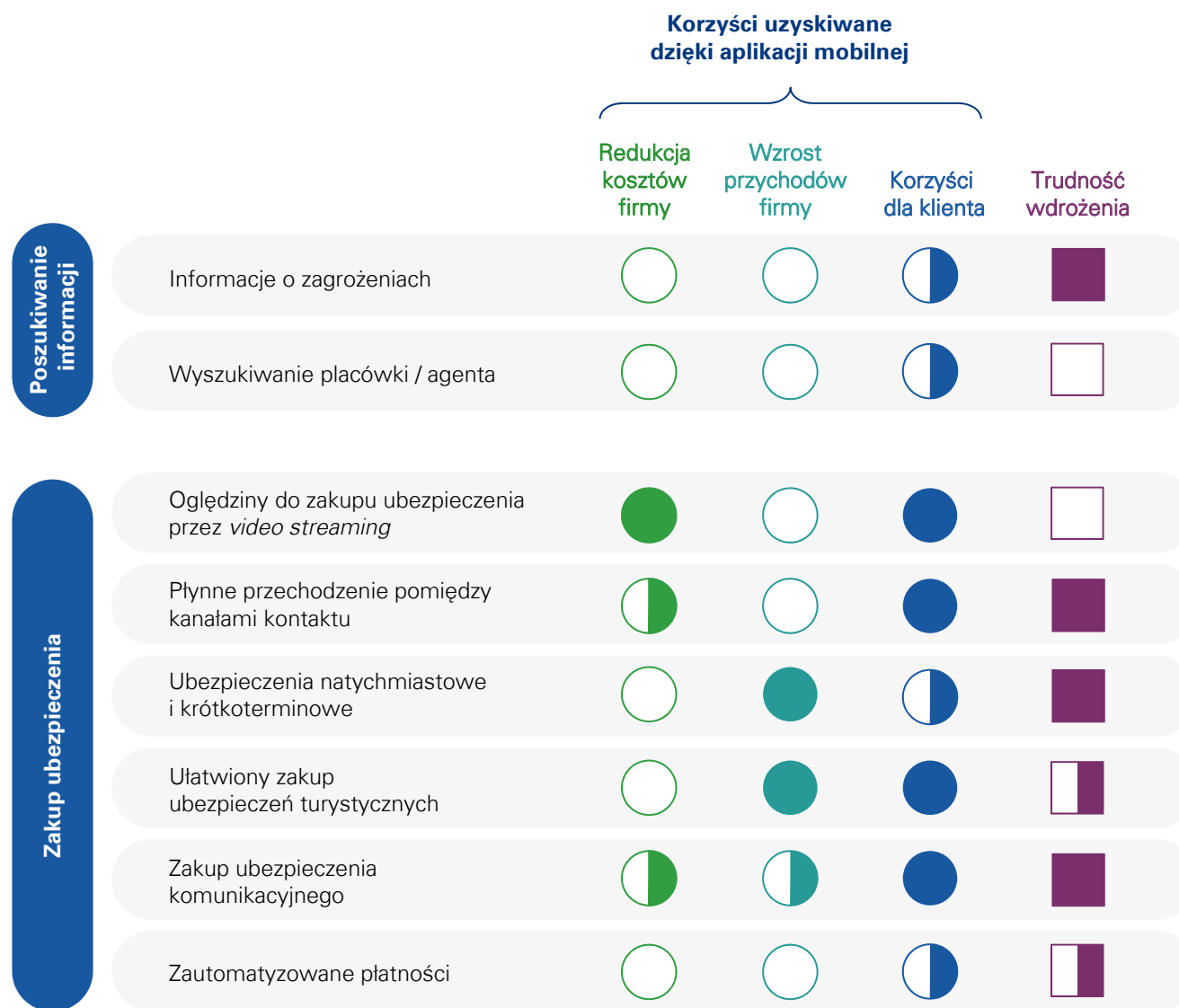
- wpływ na redukcję kosztów firmy,
- wpływ na wzrost przychodów firmy,
- korzyści dla klienta.

Co do zasady korzyści wynikające z redukcji kosztów powinny być przez firmę osiągnięte najszybciej, a korzyści dla samego klienta będą przekładać się na wyniki działalności samej firmy najwolniej. Dodatkowo zdecydowaliśmy się na ocenę barier opóźniających wdrożenie poszczególnych funkcjonalności. Z uwagi na strategiczny charakter tej analizy posłużyliśmy się tylko trzystopniową skalą.

Następnym etapem naszej wizji jest określenie, w jakiej perspektywie czasu poszczególne funkcje aplikacji mobilnych staną się standardem wdrażanym na większą skalę przez polskich ubezpieczycieli. Poprzez standard rozumiemy wykorzystanie danej funkcji przez co najmniej 7 liczących się na rynku towarzystw ubezpieczeń. Niektóre z funkcji już są udostępniane przez współczesne aplikacje mobilne, jednak historia pokazuje, że pojawianie się innowacyjnych rozwiązań nie oznacza szybkiej reakcji rynkowych konkurentów. Możliwe jest też pojawienie się nowych graczy, którzy wejdą na rynek z nowymi całościowymi modelami biznesowymi wykorzystującymi dobrodziejstwo cyfryzacji.

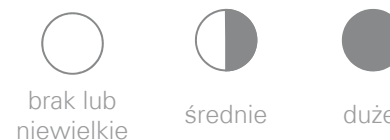
Opracowując niniejszą wizję kierowaliśmy się obserwacjami z innych rynków oraz wiedzą ekspercką specjalistów KPMG. Mamy na uwadze, że nasza wizja może nie uwzględniać wszystkich rozwiązań, jakie mogą pojawić się w przyszłości, ale prezentujemy pewien całościowy obraz zmian mogących wpłynąć na modele biznesowe i operacyjne towarzystw ubezpieczeń.

Ocena potencjału aplikacji mobilnych dla polskich ubezpieczycieli majątkowych



Legenda

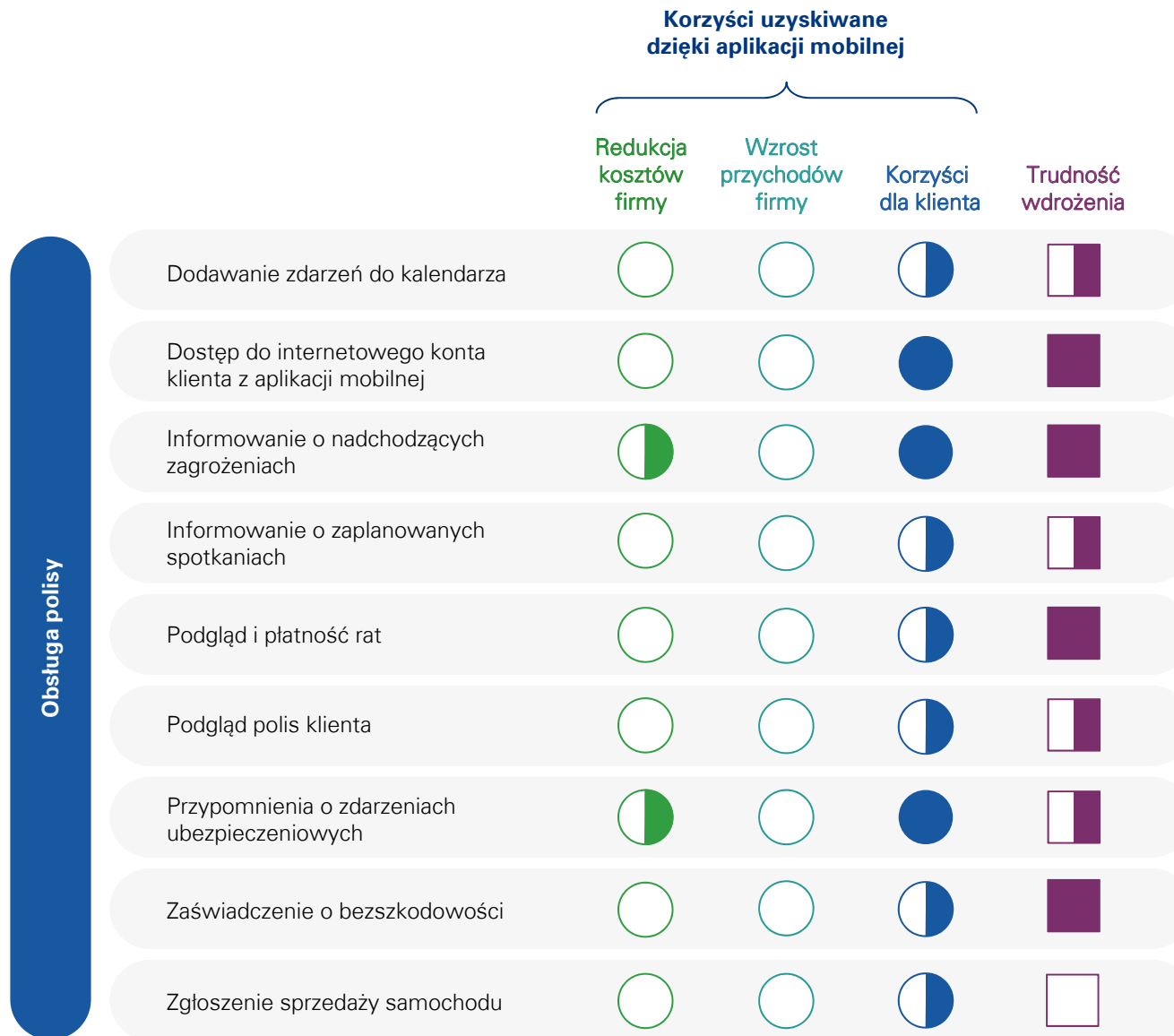
Ocena możliwych korzyści do uzyskania dzięki poszczególnym funkcjom:



Ocena trudności wdrożenia danej funkcji:



Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.



Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

Ocena potencjału aplikacji mobilnych dla polskich ubezpieczycieli majątkowych

		Korzyści uzyskiwane dzięki aplikacji mobilnej			
		Redukcja kosztów firmy	Wzrost przychodów firmy	Korzyści dla klienta	Trudność wdrożenia
Odnawianie	Odnawienie polisy komunikacyjnej				
	Instrukcja postępowania powypadkowego				
	Umawianie wizyt w klinice lub warsztacie				
	Zarządzanie realizacją usługi assistance				
	Zgłoszenie szkody				
Zgłoszenie szkody	Odwołanie od decyzji ubezpieczyciela				
	Oględziny szkody przez <i>video streaming</i>				
	Podgląd historii szkód				
	Śledzenie stanu likwidacji szkody				
Obsługa szkody					

Legenda

Ocena możliwych korzyści do uzyskania dzięki poszczególnym funkcjom:



brak lub niewielkie



średnie



duże

Ocena trudności wdrożenia danej funkcji:



niewielka



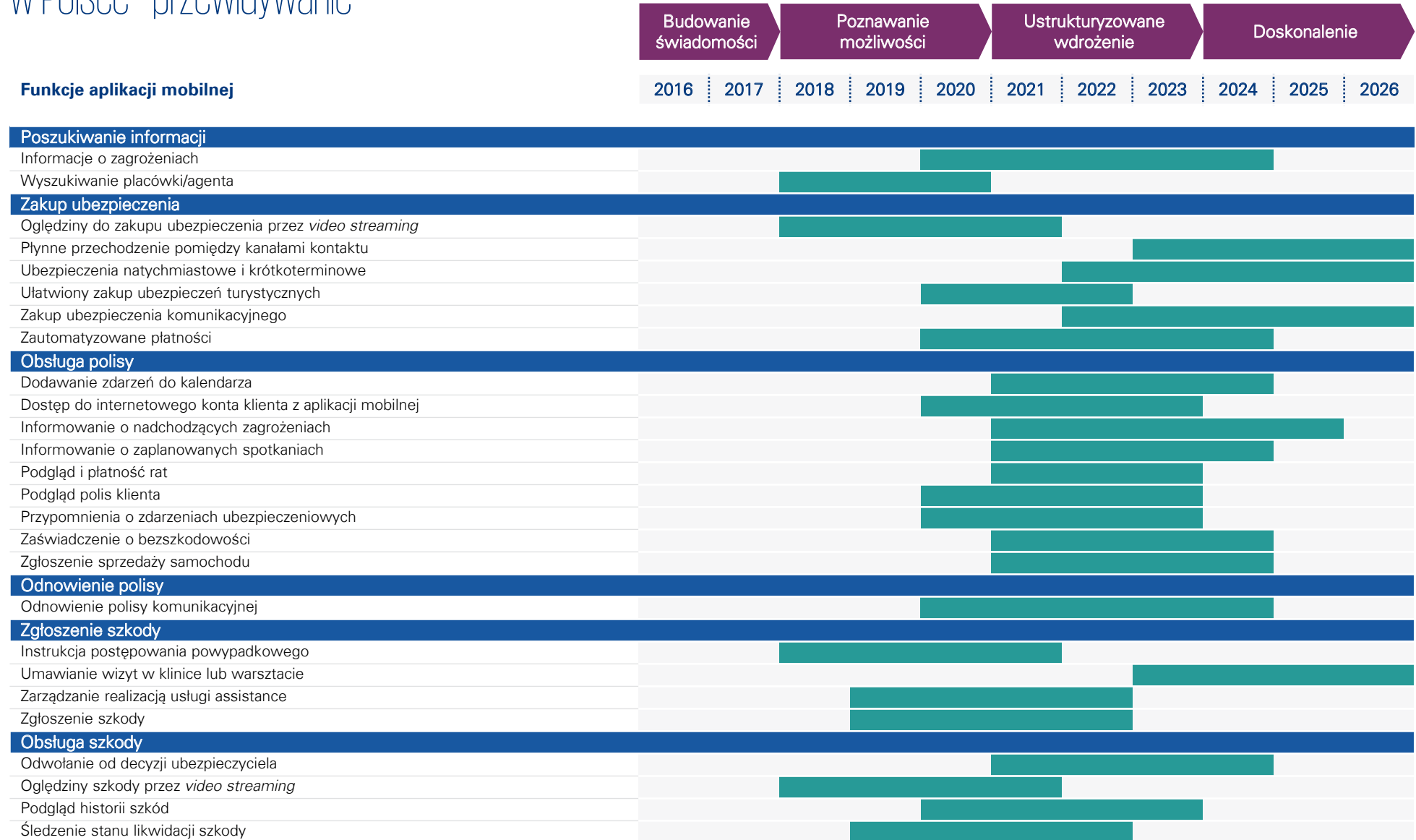
średnia



duża

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

Kiedy wybrane funkcje aplikacji mobilnych staną się standardem wśród ubezpieczycieli majątkowych w Polsce - przewidywanie



Legenda

 przewidywane lata, w których dana funkcja aplikacji mobilnej może stać się standardem rynkowym, czyli posiadanym przez co najmniej 7 znaczących ubezpieczycieli.

Źródło: Opracowanie własne KPMG w Polsce, maj 2016 r.

Ubezpieczenia w zasięgu ręki – czy aplikacje mobilne otworzą nowe możliwości przed ubezpieczycielami w Polsce?

Definicje funkcji aplikacji mobilnych i przykłady ich zastosowań

Poszukiwanie informacji

Informacje o zagrożeniach – Określanie poziomu zagrożenia w danej lokalizacji, w tym z wykorzystaniem informacji od zewnętrznych dostawców danych. Klient ma możliwość sprawdzenia w aplikacji np. czy nieruchomość znajduje się na terenie zalewowym, czy też o przebywaniu na obszarze o podwyższonej przestępczości.

Wyszukiwanie placówki/agenta – Wyszukanie najbliższej lokalizacji oddziału ubezpieczyciela lub punktu sprzedażowego agenta za pomocą GPS w telefonie, wybrania punktu na mapie lub ręcznego wpisania adresu.

Zakup ubezpieczenia

Oględziny do zakupu ubezpieczenia przez *video streaming* – Funkcja realizowana podobnie jak oględziny szkody.

Płynne przechodzenie pomiędzy kanałami kontaktu – Zintegrowanie ze sobą różnych kanałów kontaktu (oddział, komputer, kontakt telefoniczny, smartfon, tablet) pomiędzy ubezpieczycielem a klientem w trakcie jednego zakupu. Korygowanie oferty możliwe jest w każdym urządzeniu na bieżąco, przez co swobodnie można rozpocząć zakup na jednym urządzeniu, aby dokończyć go na innym. Dodatkowo wybieranie połączeń telefonicznych z wykorzystaniem aplikacji mobilnej pozwala na automatyczną weryfikację i autoryzację dzwoniącego oraz podgląd przez konsultanta ekranu klienta lub wręcz dokończenie rozpoczętego przez niego zakupu.

Ubezpieczenia natychmiastowe i krótkoterminowe – Dzięki aplikacjom mobilnym towarzystwa ubezpieczeń mogą oferować nowe rodzaje produktów, które wymagają zakupu w czasie rzeczywistym lub identyfikacji obszaru. Przykładem jest ubezpieczenie na czas jazdy pożyczonym samochodem. Potrzeba zakupu takiego ubezpieczenia może pojawić się dopiero bezpośrednio przed wyjazdem.

Ułatwiony zakup ubezpieczeń turystycznych – Zakup ubezpieczenia ułatwany jest m.in. poprzez automatyzację wypełnienia potrzebnych danych. Te dane są pobierane z poprzednio zakupionych polis lub profilu klienta, który dostępny jest na bieżąco w koncie klienta online. Dzięki tym funkcjom klient ma możliwość szybkiego i łatwego zakupu, np. będąc w drodze na lotnisko lub przekraczając granicę państwa.

Zakup ubezpieczenia komunikacyjnego – Wdrożenie w aplikacji mobilnej funkcji zakupu ubezpieczenia komunikacyjnego pojawi się dopiero z chwilą zautomatyzowania wprowadzania tych danych z uwagi na ilość potrzebnych informacji. Zautomatyzowanie procesu wprowadzania danych przez aplikację mobilną przy zakupie polisy komunikacyjnej realizowane jest poprzez skanowanie dowodu osobistego, wykorzystanie kodów QR oraz wykorzystanie bazy UFG i CEPiK. Każdy dowód rejestracyjny posiada kod QR.

Zautomatyzowanie płatności – Przewiduje się, że w przyszłości będzie większa integracja między aplikacjami użytkowymi i płatniczymi. Tym samym płatności przez aplikacje mobilne będą mogły zostać zautomatyzowane. Klient, kupując ubezpieczenie przez aplikację, nie będzie musiał podawać danych do płatności. Autoryzacja nastąpi przez aplikację płatniczą dostępną w telefonie.

Dodawanie zdarzeń do kalendarza – Aplikacja mobilna umożliwia automatyczne dodanie zdarzeń do kalendarza klienta dostępnego na smartfonie. W kalendarzu klienta pojawiają się zdarzenia dotyczące np. końca polisy oraz płatności rat wraz ze szczegółami tych operacji.

Dostęp do internetowego konta klienta z aplikacji mobilnej – Aplikacja mobilna umożliwia dostęp do internetowego konta klienta dostępnego na portalu ubezpieczyciela. Dostęp do internetowego konta klienta jest kluczem do standaryzacji funkcji obsługowych.

Informowanie o nadchodzących zagrożeniach – Ubezpieczyciele informują swoich klientów na bieżąco przez aplikację mobilną o nadchodzących powodziach, huraganach, pożarach lub innych zagrożeniach dotyczących danej lokalizacji. Klient dostaje informację o nadejściu fali powodziowej z wyprzedzeniem, co pozwala mu podjąć odpowiednie działania zapobiegawcze.

Informowanie o zaplanowanych spotkaniach – Komunikaty push wysyłane przez towarzystwo ubezpieczeń przypominają klientowi o umówionych oględzinach, spotkaniu z agentem, spotkaniu z komisją lekarską czy wizycie w warsztacie.

Podgląd i płatność rat – Aplikacja mobilna umożliwia podgląd historii oraz uproszczoną realizację przyszłych płatności rat.

Przegląd polis klienta – Aplikacja mobilna umożliwia podgląd historii polis klienta dostępnych na koncie online. Dodatkowo istnieje możliwość pobrania i zapisania polisy w aplikacji mobilnej w trybie off-line oraz zapisania polisy w formie PDF. Użytkownik nie ma konieczności przetrzymywania polis w formie papierowej z uwagi na to, że zawsze może pokazać potrzebne dokumenty na ekranie smartfona.

Przypomnienia o zdarzeniach ubezpieczeniowych – Aplikacja mobilna umożliwia bieżące informowanie klienta o zdarzeniach związanych z jego ubezpieczeniem. Dzięki komunikatom push ubezpieczyciel informuje klienta o: zbliżających się płatnościach rat, końcu polisy, konieczności zakupu polisy (jeśli znajduje się w pobliżu lotniska lub przekracza granicę), postępie likwidacji szkody, brakujących dokumentach dotyczących szkody, badaniu technicznym.

Zaświadczenie o bezszkodowości – Aplikacja umożliwia sprawdzenie historii szkodowej wybranego pojazdu. Klient ma możliwość zapisania dokumentu w postaci pliku PDF.

Zgłoszenie sprzedaży samochodu – Aplikacja umożliwia powiadomienie ubezpieczyciela o zmianie właściciela pojazdu. Klient ma możliwość przestania za pomocą aplikacji mobilnej zdjęć dokumentów (np. umowa kupna sprzedaży, dane zbywającego i dane nabywającego) będących podstawą do zarejestrowania zgłoszenia sprzedaży samochodu. Potwierdzenie o ukończeniu procesu będzie dostępne dla klienta w aplikacji lub będzie przesyłane na e-mail podany w koncie.

Definicje funkcji aplikacji mobilnych i przykłady ich zastosowań

Odnawianie

Odnawienie polisy komunikacyjnej – Możliwość odnowienia polisy przez aplikację mobilną w kilku kliknięciach, wykorzystując do tego celu historię polis oraz dane dostępne na koncie klienta. Aplikacja mobilna umożliwia wsparcie klienta w całym procesie odnowienia polisy, np. informując klienta o wstępnej propozycji odnowienia, umożliwiając podjęcie decyzji w sprawie odnowienia lub umówienia spotkania z agentem w celu zmiany warunków ubezpieczenia.

Zgłoszenie szkody

Instrukcja postępowania powypadkowego – Aplikacja mobilna zawiera instrukcję postępowania w razie zaistnienia wypadku, od wyciągnięcia trójkąta informującego o niebezpieczeństwie aż po powiadomienie wszystkich niezbędnych instytucji.

Umawianie wizyt w klinice lub warsztacie – Ubezpieczony ma możliwość dokonania rezerwacji wizyty lekarskiej lub wizyty w warsztacie samochodowym z wykorzystaniem aplikacji mobilnej, która pozwala na łatwy wybór najbardziej optymalnego dla niego terminu dzięki całościowemu podglądowi dostępnych możliwości.

Zarządzanie realizacją usługi assistance – Możliwość śledzenia w aplikacji mobilnej postępu realizacji usługi assistance. Po zgłoszeniu potrzeby skorzystania z usługi assistance klient otrzymuje możliwość śledzenia lokalizacji i przewidywanego czasu dojazdu pomocy drogowej na miejsce zdarzenia. Aplikacja ułatwia wzajemne lokalizowanie się pomocy i poszkodowanego. Przekazuje także informacje w postaci komunikatów push o postępie w ramach realizacji obsługi assistance. Można także łatwo zmienić docelowe miejsce otrzymania pomocy.

Zgłoszenie szkody – Klient ma możliwość pełnego zgłoszenia szkody przez aplikację mobilną, w tym wykonania zdjęć dokumentów, zdalnych oględzin, zlokalizowania miejsca czy podyktowania notatki. Dopasowanie działań przez ubezpieczyciela do zmienionych procesów umożliwi dostarczenie szybszej informacji zwrotnej dla klienta.

Obsługa szkody

Odwwołanie się od decyzji ubezpieczyciela – Klient ma możliwość odwołania się od decyzji ubezpieczyciela przez aplikację mobilną.

Oględziny szkody przez *video streaming* – Aplikacja mobilna umożliwia połączenie video przez smartfona klienta z rzeczoznawcą towarzystwa ubezpieczeniowego, który dzięki temu ma możliwość zdalnego wykonania oględzin. Dzięki tym rozwiązaniom klient ma możliwość dokonania oględzin jednocześnie ze zgłoszeniem szkody. To nie tylko przyspieszy proces po stronie klienta, ale także zoptymalizuje pracę rzeczoznawcy, który nie będzie tracił czasu na dojazd.

Podgląd historii szkód – Rozszerzenie funkcjonalności aplikacji mobilnych umożliwia użytkownikom podgląd historii zgłoszonych szkód, w tym decyzji ubezpieczyciela oraz historii wypłat odszkodowań.

Śledzenie stanu likwidacji szkody – Aplikacja umożliwia bieżący podgląd, na jakim etapie jest likwidowana szkoda, czy nie brakuje potrzebnych dokumentów oraz o przewidywanych terminach realizacji poszczególnych etapów. W ramach tej funkcji klient otrzymuje dostęp do historii komunikacji kierowanej od towarzystwa ubezpieczeń do klienta, np. potwierdzenie zgłoszenia szkody, kosztorys naprawy szkody na bazie oględzin oraz o wypłacie szkody.



Perspektywy dla aplikacji mobilnych na polskim rynku ubezpieczeń majątkowych - najważniejsze informacje



Cyfryzacja poszczególnych branż, w szczególności cyfryzacja procesów biznesowych i kanałów kontaktu, w tym poprzez wdrożenie aplikacji mobilnych, jest wieloetapowym i wieloletnim procesem ewolucji.



Zmiana działania firmy zakładająca wykorzystanie aplikacji mobilnych jest decyzją o charakterze strategicznym. Szczególnie dla pierwszych firm na danym rynku początkowe efekty wdrożenia aplikacji mogą być niewielkie lub mało mierzalne, ale już w niedalekiej przyszłości będą one miały coraz większy wpływ na konkurencyjność firm.



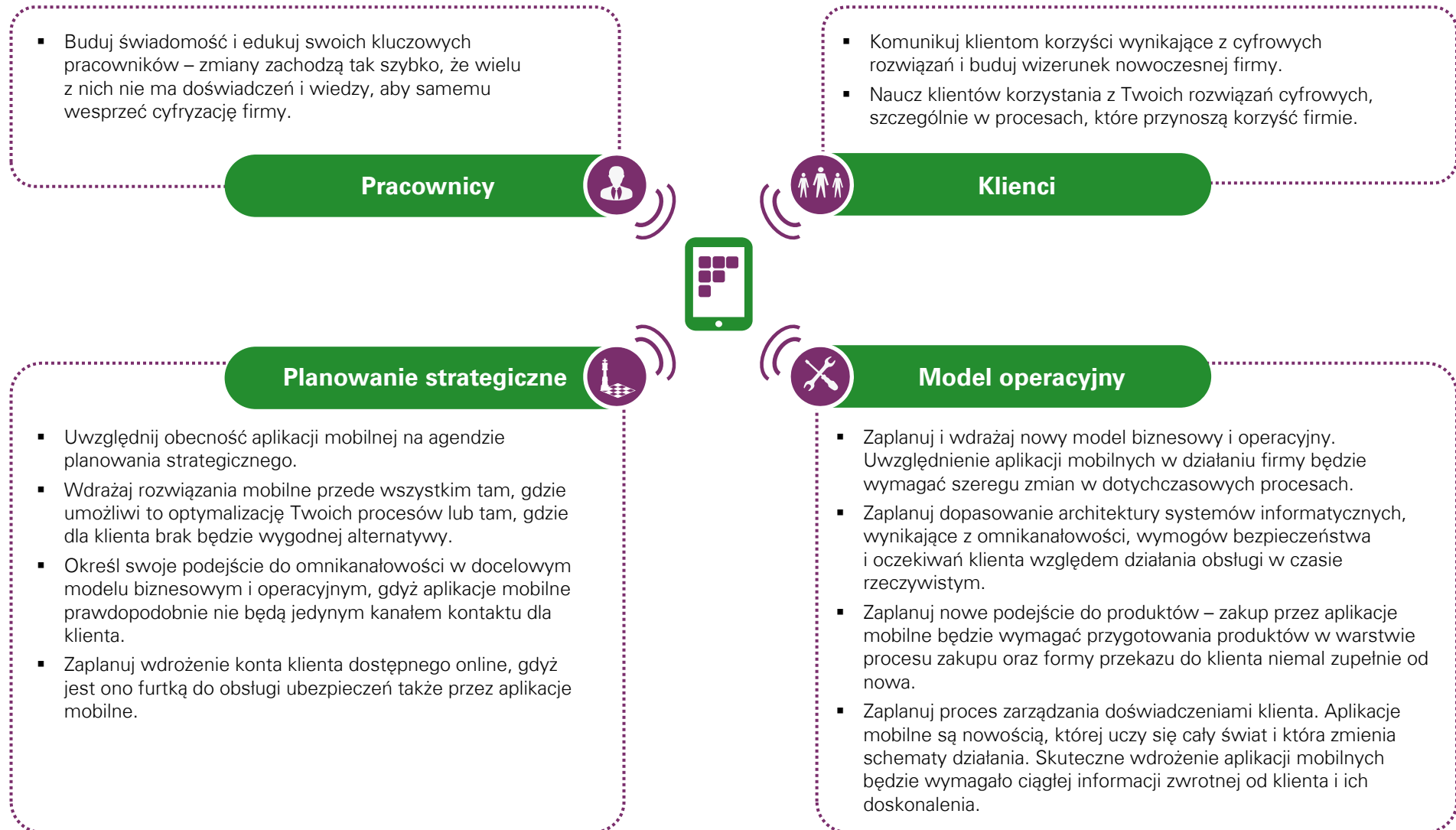
Zwiększenie konkurencyjności ubezpieczyciela umożliwiające przez aplikacje mobilne może mieć pozytywny wpływ zarówno na przychody, jak i na zoptymalizowanie kosztów działania:

- Zwiększenie lub utrzymanie przychodów z ubezpieczeń nastąpi dzięki temu, iż posiadanie aplikacji przez towarzystwa ubezpieczeń będzie wpływało na wybory ubezpieczenia przez klientów oraz może stać się dodatkowym kanałem sprzedaży w przyszłości.
- Zmniejszenie kosztów działania firmy nastąpi dzięki zoptymalizowaniu wybranych procesów i zmianie modelu działania firmy.



Według przewidywań KPMG zawartych między innymi w raporcie „A New World of Opportunity: The insurance innovation imperative” ubezpieczenia są przykładem rynku, który z dużym prawdopodobieństwem ulegnie istotnym zmianom dzięki nowym technologiom i innowacjom.

Jeżeli zdecydowałeś się, aby Twoja firma w pełni wykorzystwała możliwości, jakie dają aplikacje mobilne...



10

Usługi KPMG
wspierające
cyfryzację
ubezpieczycieli

Usługi KPMG w obszarze cyfryzacji ubezpieczeń

KPMG dostrzega trendy rynkowe oraz zmieniające się oczekiwania konsumentów dotyczące cyfryzacji. Zbudowaliśmy szerokie kompetencje łączące wiedzę na temat rozwiązań technologicznych, w tym systemów IT oraz budowy strategii dla kanałów cyfrowych, ze znajomością branży ubezpieczeniowej wynikającą z wieloletniego doświadczenia w realizacji projektów dla naszych klientów ubezpieczeniowych. Niniejszy slajd prezentuje przykładowe usługi dla towarzystw ubezpieczeń w zakresie cyfryzacji.



Pozostałe publikacje KPMG dotyczące cyfryzacji ubezpieczeń

W latach 2014-2015 KPMG opublikowało 2 raporty z serii „Ubezpieczenia w zasięgu ręki” podsumowujące stan cyfryzacji polskiego rynku ubezpieczeń, zarówno z punktu widzenia klientów, jak i ubezpieczycieli.



Jeden klik od ubezpieczenia Czy Polacy są gotowi na kanały cyfrowe?

Wyniki badania konsumenckiego wśród polskich użytkowników narzędzi cyfrowych. Prezentuje podejście, zwyczaje i preferencje Polaków odnośnie korzystania z kanałów cyfrowych w ubezpieczeniach.



Przegląd portali online majątkowych towarzystw ubezpieczeń w Polsce

Raport ukazuje przegląd funkcjonalności portali internetowych 17 towarzystw majątkowych, w podziale na największych graczy oraz tzw. ubezpieczycieli *direct*.

Inne publikacje KPMG prezentujące globalne spojrzenie na trendy rynku ubezpieczeniowego



A new world of opportunity The insurance innovation imperative



Transforming Insurance Securing competitive advantage



The Intelligent Insurer: Creating value from opportunities in a changing world



The Valued Insurer: Leading the pursuit of sustainable growth

KPMG jest globalnym partnerem specjalistycznego portalu *the-digital-insurer.com*



DIGITAL INSURER jest internetowym forum poświęconym cyfryzacji branży ubezpieczeniowej.

KPMG jest sponsorem inicjatywy „**Digital Insurance in Action**”, której celem jest zebranie w jednym miejscu najlepszych przykładów wdrożeń rozwiązań cyfrowych na świecie.

Piotr Kondratowicz
Aleksandra Rogalska

Notatki

Kontakt:

Leszek Wroński

Head of Advisory Central & Eastern Europe

Partner, Management Consulting

T: +48 22 528 11 23

E: lwronski@kpmg.pl

Jerzy Kalinowski

Head of Strategy & Operation Consulting

Partner, Management Consulting

T: +48 22 528 11 30

E: jerzykalinowski@kpmg.pl

Piotr Siciak

Management Consulting

Dyrektor

T: +48 22 528 37 55

E: psiciak@kpmg.pl

Piotr Kondratowicz

Management Consulting

Starszy Menedżer

T: +48 22 528 11 36

E: pkondratowicz@kpmg.pl

Magdalena Maruszczak

Marketing & Communications

Dyrektor

T: +48 22 528 11 61

E: mmaruszczak@kpmg.pl

Znajdź nas:

kpmg.pl

youtube.com/kpmgpoland

facebook.com/kpmgpoland

twitter.com/kpmgpoland

linkedin.com/company/kpmg_poland

instagram.com/kpmgpoland

pinterest.com/kpmgpoland

kpmg.com/pl/app

itunes.com/apps/KPMGThoughtLeadership

itunes.com/apps/KPMGGlobalTax

itunes.com/apps/KPMGPolandCareer

Zeskanuj kod, aby przejść
do strony kpmg.pl



Biura KPMG w Polsce

Warszawa

ul. Inflancka 4A
00-189 Warszawa
T: +48 22 528 11 00
F: +48 22 528 10 09
E: kpmg@kpmg.pl

Kraków

al. Armii Krajowej 18
30-150 Kraków
T: +48 12 424 94 00
F: +48 12 424 94 01
E: krakow@kpmg.pl

Poznań

ul. Roosevelta 18
60-829 Poznań
T: +48 61 845 46 00
F: +48 61 845 46 01
E: poznan@kpmg.pl

Wrocław

ul. Bema 2
50-265 Wrocław
T: +48 71 370 49 00
F: +48 71 370 49 01
E: wroclaw@kpmg.pl

Gdańsk

al. Zwycięstwa 13a
80-219 Gdańsk
T: +48 58 772 95 00
F: +48 58 772 95 01
E: gdansk@kpmg.pl

Katowice

ul. Francuska 34
40-028 Katowice
T: +48 32 778 88 00
F: +48 32 778 88 10
E: katowice@kpmg.pl

Łódź

al. Piłsudskiego 22
90-051 Łódź
T: +48 42 232 77 00
F: +48 42 232 77 01
E: lodz@kpmg.pl



© 2016 KPMG Advisory Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k. jest polską spółką komandytową i członkiem sieci KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich stowarzyszonych z KPMG International Cooperative ("KPMG International"), podmiotem prawa szwajcarskiego. Wszelkie prawa zastrzeżone.

Informacje zawarte w niniejszej publikacji mają charakter ogólny i nie odnoszą się do sytuacji konkretnej firmy. Ze względu na szybkość zmian zachodzących w polskim prawodawstwie i gospodarce prosimy o upewnienie się w dniu zapoznania się z niniejszą publikacją, czy informacje w niej zawarte są wciąż aktualne. Przed podjęciem konkretnych decyzji proponujemy skonsultowanie ich z naszymi doradcami. Poglądy i opinie wyrażone w powyższym tekście prezentują zapatrywania autorów i mogą nie być zbieżne z poglądami i opiniami KPMG Advisory Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k.