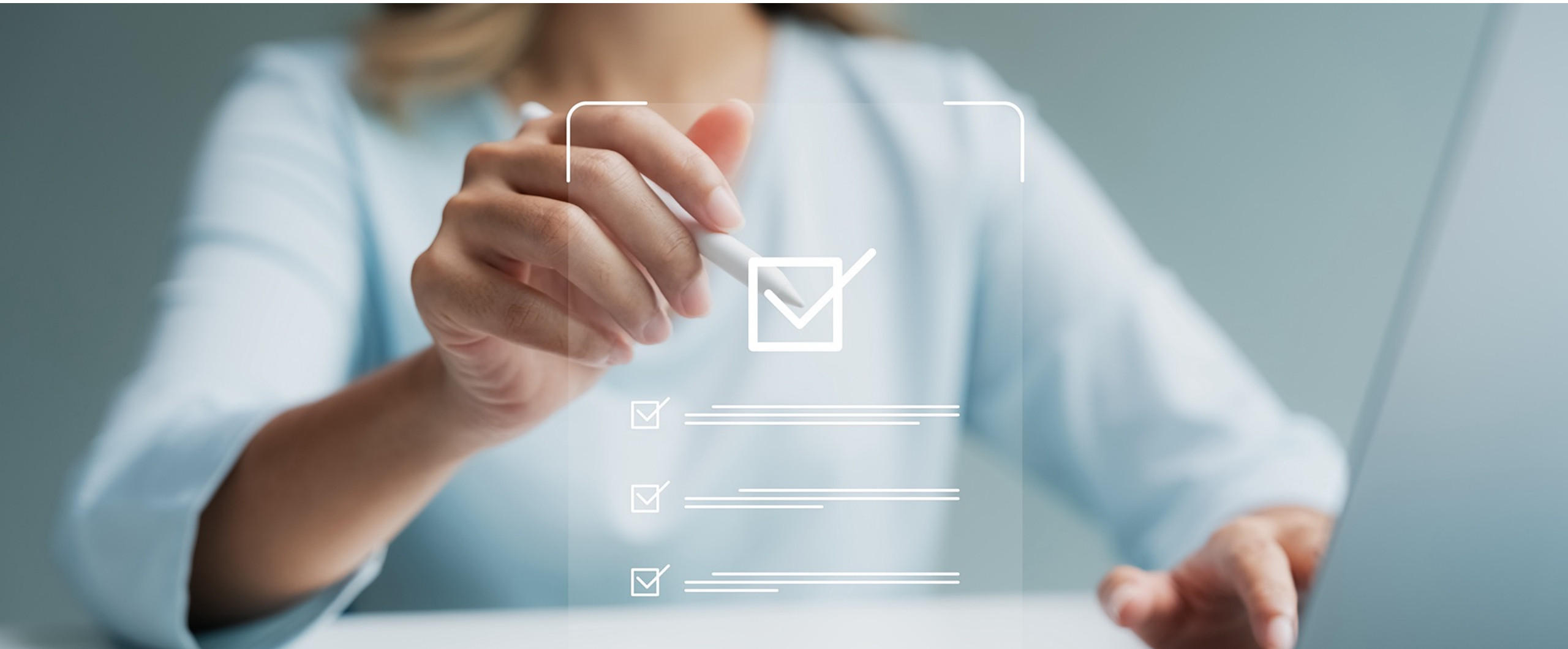


ÜGYFÉLTÁJÉKOZTATÓK – AHOGY AZ ÜGYFELEK LÁTJÁK



MIÉRT FONTOS AZ ÜGYFÉLTÁJÉKOZTATÓK VIZSGÁLATA?



MIÉRT FONTOS AZ ÜGYFÉLTÁJÉKOZTATÓK VIZSGÁLATA?

- **Biztosítási feltételek megértését befolyásolja, ezáltal az ügyfélelégedettséget**
- Javítják az ügyfélelégedettséget, aminek köszönhetően **nő az ügyfélmegtartás és a keresztértékesítés**

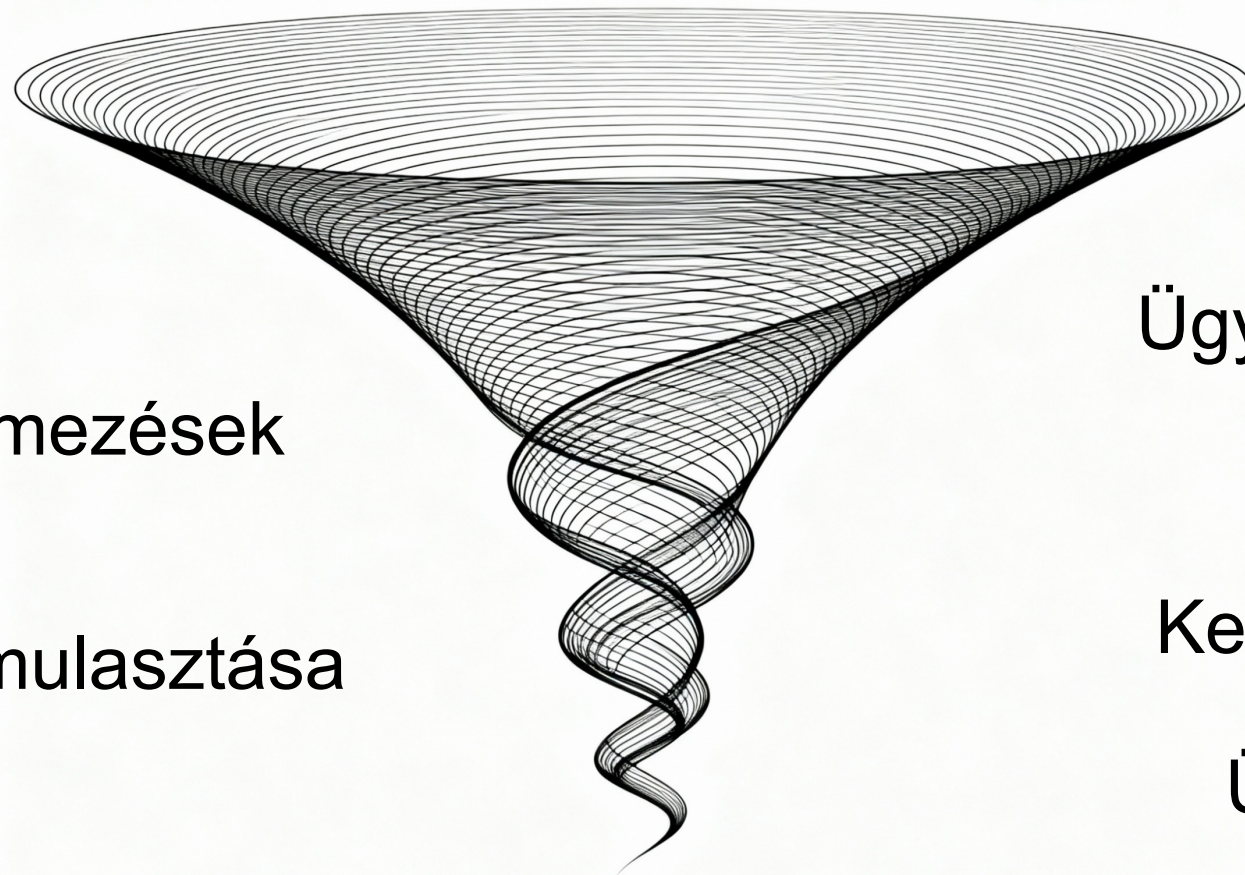
- **Személyre szabott interakciók kialakítása** (Mau et al., 2018)
- A **pontosabb ügyfélszegmentációnak** köszönhetően **nagyobb elérés** biztosítható (Stankovic et al., 2022)

- A **levél formátum** továbbra is az a formátum, ami közben a **legkevesebb a reklámzaj** – egyedül vagyunk a fogyasztóval – lehetőség a **hatékony** üzenetátadásra

- **Mindehhez az szükséges, hogy elolvassák és megértsék a tájékoztatókat**



Megértésre épülő objektív véleményalkotás



Félreértelmezések

Előnyök elmulasztása

Ügyfélélegedettség

Lojalitás

Keresztvásárlások

Ügyfél elérés

Hiedelmekre épülő szubjektív észlelés

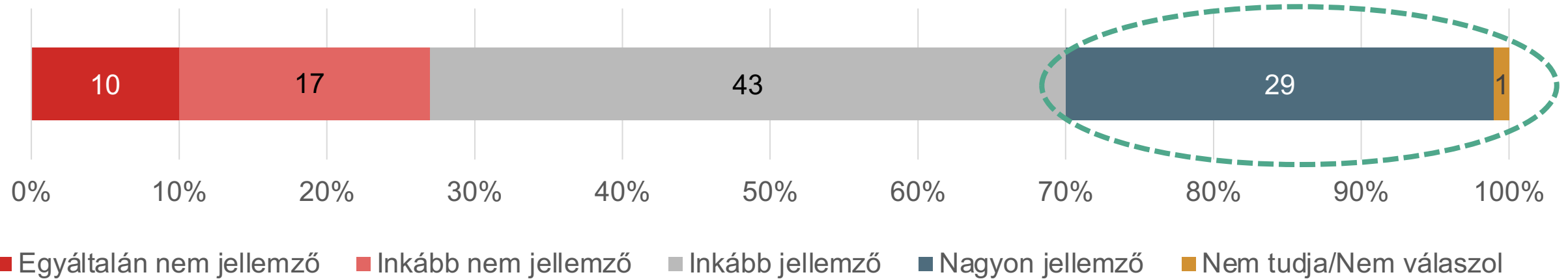


LÁSSUK IGAZ-E, HOGY NEM OLVASSÁK EL
AZ ÜGYFÉLTÁJÉKOZTATÓKAT!

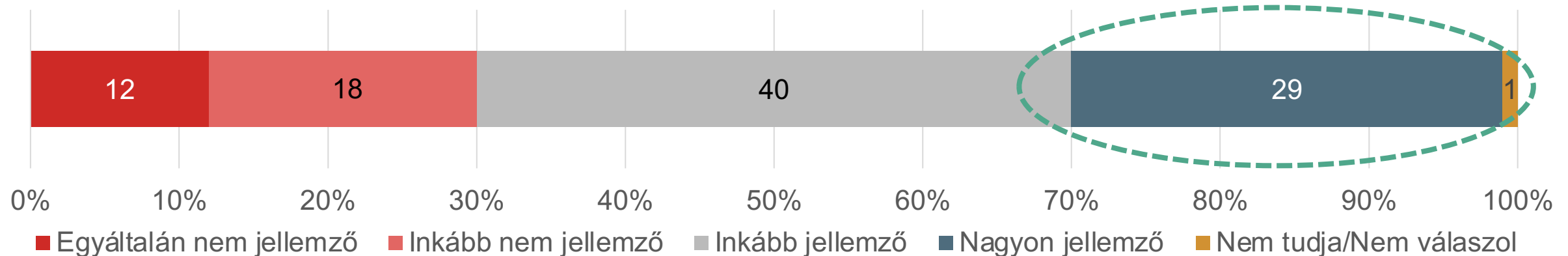


TÁJÉKOZTATÓK ELOLVASÁSA

Általánosságban mennyire jellemző Önre, hogy elolvassa a pénzügyi tájékoztatókat ügyintézésai során (pl. bankkal, biztosítóval, más szolgáltatóval)?



Mennyire jellemző Önre, hogy elolvassa a biztosítási tájékoztatókat?



AZ ELVÁRTHOZ KÉPEST KIFEJEZETTEN ALACSONY AZ ÜGYFÉLTÁJÉKOZTATÓK OLVASOTTSÁGA

Nagyon jellemző, hogy
elolvassa az
ügyféléltájékoztatókat

Arány: **29%**

Nagyon jellemző, hogy
elolvassa a **biztosítók**
ügyféléltájékoztatóit

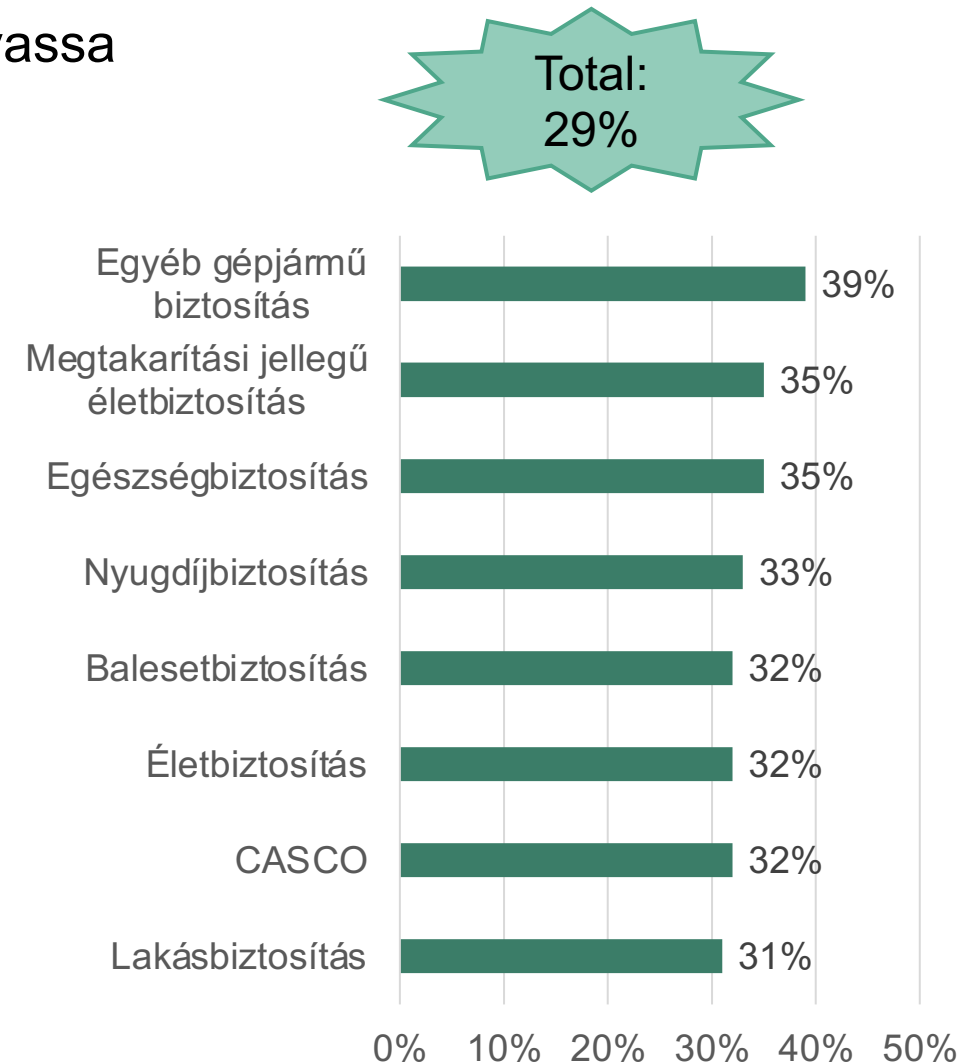
Arány: **29%**



BIZTOSÍTÁSI FOGYASZTÁS MENTÉN KIEMELKEDŐ CSOPORTOK

Biztosítók tájékoztatóinak olvasói: nagyon jellemző, hogy elolvassa

- **Minél több fajta biztosítása** van valakinek, annál inkább jellemző, hogy elolvassa a tájékoztatókat (0-1 biztosítással rendelkezőknek csak 20%-a)
- Akik **biztosítót váltanának a cégről szóló rossz hír, piaci információ** esetén (55%)
- Akik **biztosítót váltanának ha nem elérhető a cég** (34%)
- A **kötelező gépjármű-biztosítási biztosítójának eljárásával** egyáltalán nem elégedettek 39%-a elolvassa a tájékoztatókat
- A **kötelező gépjármű-biztosítási biztosítójának kapcsolattartásával** egyáltalán nem elégedettek 47%-a elolvassa a tájékoztatókat
- *Utastbiztosítása van (25%)!*



SZÁZADVÉG

A TÁJÉKOZTATÓK ÉRTÉKELÉSE



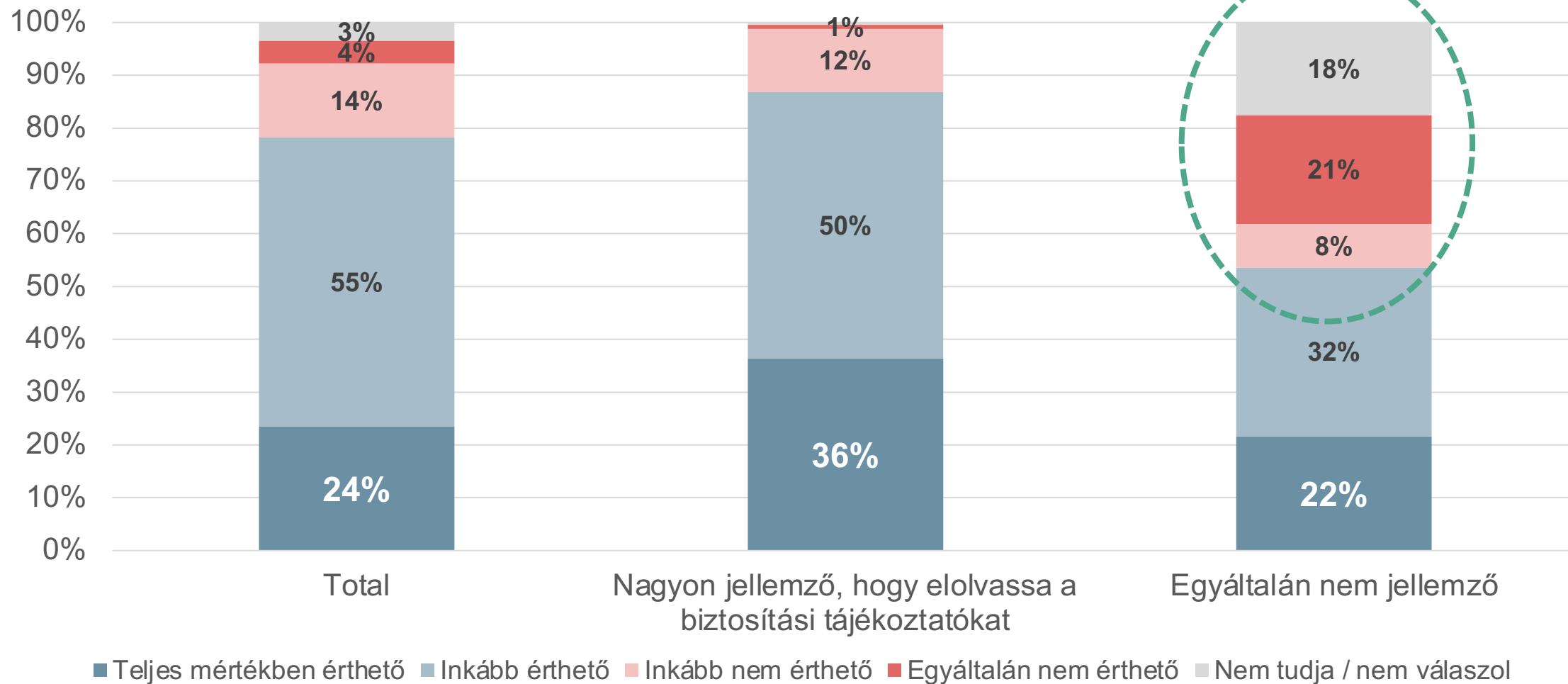
TÁJÉKOZTATÓK ELOLVASÁSÁNAK KÖRÜLMÉNYEI

*Milyen szituációban jellemző Önre, hogy elolvassa a tájékoztatót?
(több válasz lehetséges, %)*



TÁJÉKOZTATÓK ÉRTHETŐSÉGE – ‚NEM ÉRTEM, NEM OLVASOM’

Kérdés: Mennyire tartja érthetőnek a biztosítási tájékoztatókat?



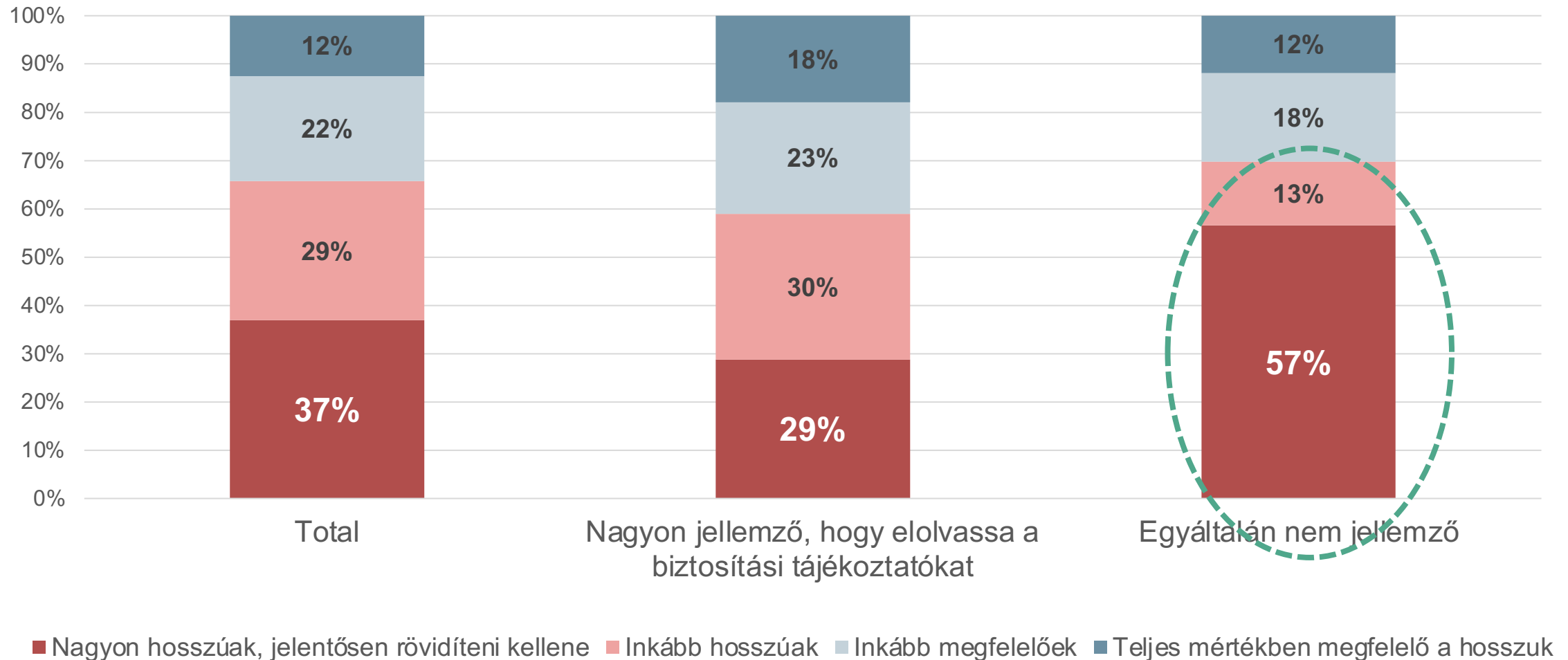
NEMZETKÖZI KUTATÁSOK IS EZT TÁMASZTJÁK ALÁ...

- A tájékoztatók **nyelvezete meghaladja az átlagos fogyasztó olvasási képességeit** (Walfish et al., 2005)
- Amennyiben a tájékoztató nyelvezete közel áll a fogyasztó szövegértési képességéhez, **nő a megértés**, ezáltal a biztosítások használhatósága, mely **jobb ügyfélélményt és erősebb lojalitást eredményez** (Vardell, 2019)
- Nem csak a **nyelvezet** fontos, a **vizuális kialakítás** és a **tartalom** szerkezete jelentősen befolyásolja a megértés (Hoffmann and McKenna, 2006)



TÁJÉKOZTATÓK TERJEDELME – 'A HOSSZÚ BIZTOSAN ÉRTHETETLEN'

Kérdés: Mennyire tartja hosszúnak a biztosítási tájékoztatókat?



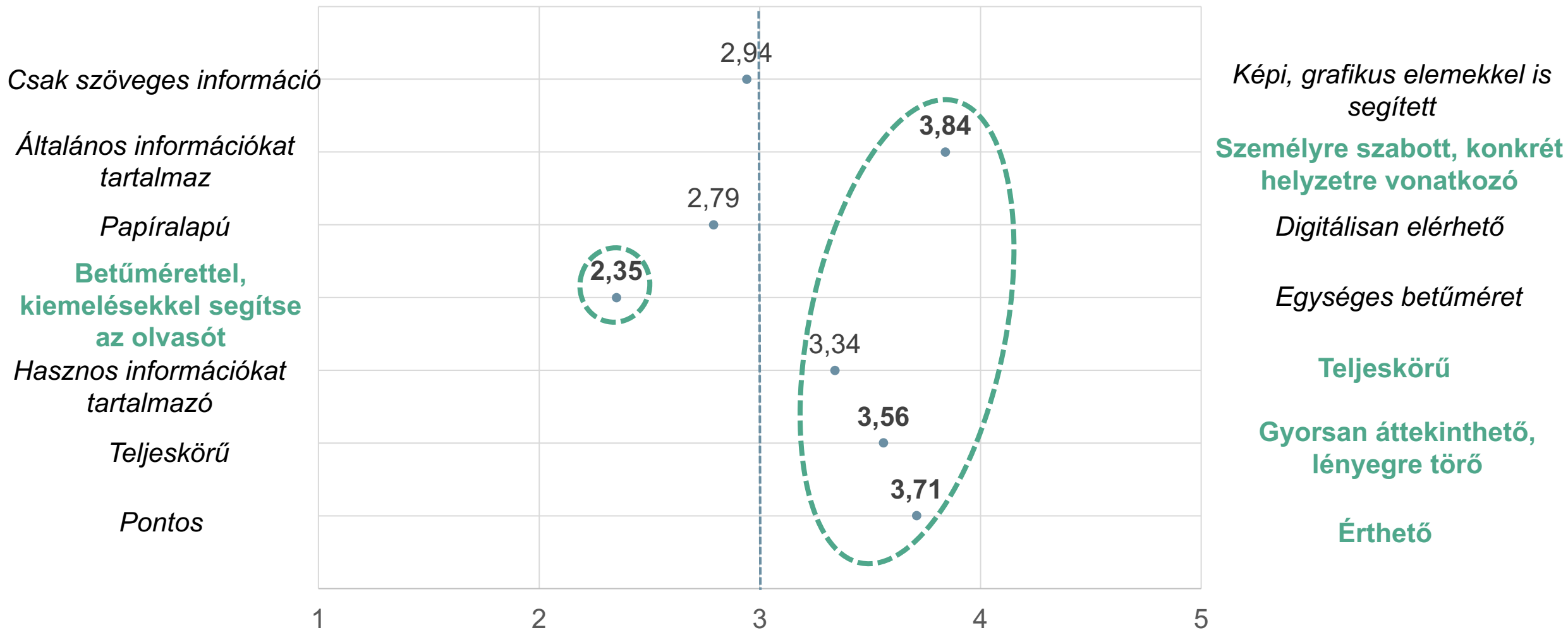
NEMZETKÖZI KUTATÁSOK IS EZT TÁMASZTJÁK ALÁ...

- A **hosszú ügyféltájékoztatókat** gyakran **bonyolultabbnak** vélik, ez befolyásolja az érthetőséget (Maux et al., 2024)
- A rövidebb, **tömör levelek** elősegítik a biztosítási feltételek **jobb megértését** anélkül, hogy túlterhelnék a fogyasztót (Kincaid and Gamble, 1977)
- Meg kell találni az **egyensúlyt a részletes információk** közlése és a fogyasztók figyelmét lekötő, **kezelhető levélhossz között** (Dreier et al., 2018)



TÁJÉKOZTATÓK KÍVÁNT JELLEMZŐI

Az alábbi tulajdonságpárok közül, Ön szerint melyik fontosabb?



SZÁZADVÉG

FOGYASZTÓI TÍPUSOK



TÁJÉKOZTATÓK JELLEMZŐIRE VONATKOZÓ IGÉNYEK

**Pontosan, minden legyen leírva,
kiemelésekkel segítve a megértést
(35%)**

Mindenre kiterjedő, általános tájékoztatót preferálnak, maximum a kiemeléseket fogadják el

Jellemzően a „nagy átlag”, picit fiatalabb, átlagos pénzügyi tudatosság. Nekik a leginkább elfogadható a jelenlegi struktúra és tartalom.

Átlagosan 4,1 biztosítástípus; közepes költség biztosításra



TÁJÉKOZTATÓK JELLEMZŐIRE VONATKOZÓ IGÉNYEK

Csak a lényeg képekkel és kiemelésekkel (31%)

Csak a rájuk vonatkozó részekre kíváncsiak, azok is tagoltan, grafikákkal segítve, röviden

Magasabb anyagi és társadalmi státusz, férfiak, sok biztosítástípussal, fogyasztói tudatosságuk magas, diplomás, középkorúak

Átlagosan 4,2 biztosítástípus; a legtöbbet költ biztosításra a négy csoport közül

Pontosan, minden legyen leírva, kiemelésekkel segítve a megértést (35%)

Mindenre kiterjedő, általános tájékoztatót preferálnak, maximum a kiemeléseket fogadják el

Jellemzően a „nagy átlag”, picit fiatalabb, átlagos pénzügyi tudatosság. Nekik a leginkább elfogadható a jelenlegi struktúra és tartalom.

Átlagosan 4,1 biztosítástípus; közepes költség biztosításra



TÁJÉKOZTATÓK JELLEMZŐIRE VONATKOZÓ IGÉNYEK

Papíron, lényegre törően (21%)

Röviden, érthetőn, lényegre törően, személyre szabottan, legyen papíron, egységes betűtípus

Jellemzően 60 felettek, nők, rosszabb anyagi körülmények között élnek, nem utaznak, alacsony iskolai végzettségűek

Átlagosan 3 biztosítás; minimálisan költ biztosításra

Csak a lényeg képekkel és kiemelésekkel (31%)

Csak a rájuk vonatkozó részekre kíváncsiak, azok is tagoltan, grafikákkal segítve, röviden

Magasabb anyagi és társadalmi státusz, férfiak, sok biztosítástípussal, fogyasztói tudatosságuk magas, diplomás, középkorúak

Átlagosan 4,2 biztosítástípus; a legtöbbet költ biztosításra a négy csoport közül

Pontosan, minden legyen leírva, kiemelésekkel segítve a megértést (35%)

Mindenre kiterjedő, általános tájékoztatót preferálnak, maximum a kiemeléseket fogadják el

Jellemzően a „nagy átlag”, picit fiatalabb, átlagos pénzügyi tudatosság. Nekik a leginkább elfogadható a jelenlegi struktúra és tartalom.

Átlagosan 4,1 biztosítástípus; közepes költés biztosításra



TÁJÉKOZTATÓK JELLEMZŐIRE VONATKOZÓ IGÉNYEK

Papíron, lényegre törően (21%)

Röviden, érthetőn, lényegre törően, személyre szabottan, legyen papíron, egységes betűtípus

Jellemzően 60 felettek, nők, rosszabb anyagi körülmények között élnek, nem utaznak, alacsony iskolai végzettségűek

Átlagosan 3 biztosítás; minimálisan költ biztosításra

Csak a lényeg képekkel és kiemelésekkel (31%)

Csak a rájuk vonatkozó részekre kíváncsiak, azok is tagoltan, grafikákkal segítve, röviden

Magasabb anyagi és társadalmi státusz, férfiak, sok biztosítástípussal, fogyasztói tudatosságuk magas, diplomás, középkorúak

Átlagosan 4,2 biztosítástípus; a legtöbbet költ biztosításra a négy csoport közül

Pontosan, minden legyen leírva, kiemelésekkel segítve a megértést (35%)

Mindenre kiterjedő, általános tájékoztatót preferálnak, maximum a kiemeléseket fogadják el

Jellemzően a „nagy átlag”, picit fiatalabb, átlagos pénzügyi tudatosság. Nekik a leginkább elfogadható a jelenlegi struktúra és tartalom.

Átlagosan 4,1 biztosítástípus; közepes költés biztosításra

Digitálisan, lényegre törően (13%)

Röviden, érthetőn, lényegre törően, személyre szabottan legyen digitálisan

Jellemzően fiatalok, inaktívak, az életkezdés miatt még rossz anyagi körülmények között élnek, de magasabb pü. tudatosság, átlagosan 4,1 biztosítástípus



SZÁZADVÉG

MEGOLDÁSI JAVASLATOK



MEGOLDÁSI JAVASLATOK

- **Az ügyfelek bevonása a tervezési folyamatba – kutatások (pl: fókuszcsoport, szemkamera)!**
- **Felhasználóközpontú tervezés**
- **Rendszeres visszajelzés kérése az ügyfelektől**

- **Kognitív terhelés csökkentése - *információkat kisebb, kezelhetőbb részekre bontjuk (felsorolások, táblázatok)***
- **Vizuális fejlesztések:** A vizuális elemek beépítése segít csökkenteni a kognitív terhelést

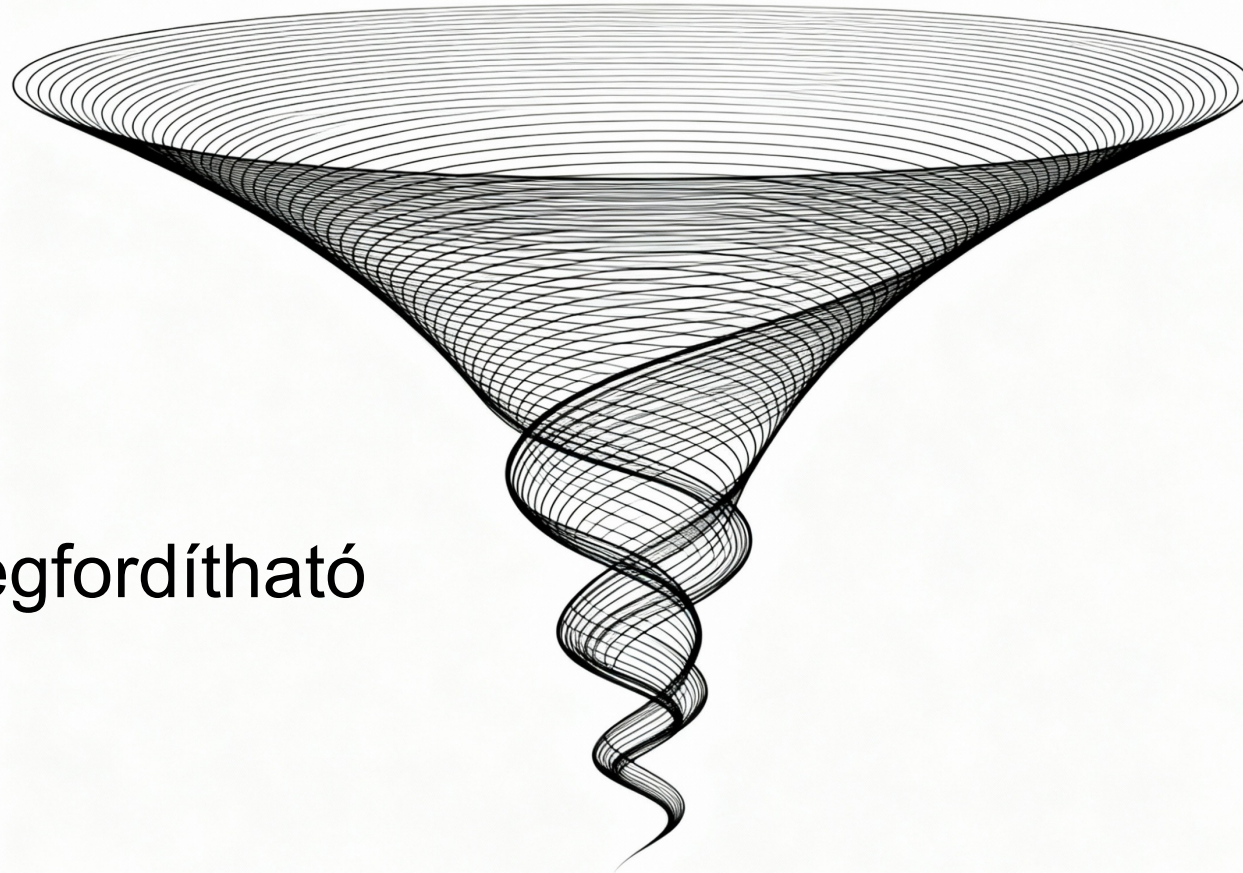
- **Speciális közönségre szabott tartalom:** Rendkívül fontos, hogy az írásos anyagokat az adott célközönség **olvasási szintjéhez és preferenciáihoz** igazítsák.
- **Pénzügyi/biztosítási ismeretekkel való összhang:** Fontos, hogy írásos anyagokat az ügyfelek pénzügyi/biztosítási ismereteinek szintjéhez igazítsák.

- **Egyszerű nyelvezet, szakzsargon kerülése**

- **Munkavállalók képzése:** jól tájékozottság, jó üzenetátadási képesség az ügyfelek részére



Megértésre épülő objektív véleményalkotás



Az irány megfordítható

Hiedelmekre épülő szubjektív észlelés



SZÁZADVÉG



Kövessen minket:



KÖSZÖNJÜK A FIGYELMET

SZÁZADVÉG KÖZÉLETI TUDÁSKÖZPONT ALAPÍTVÁNY

Cím: 1037 Budapest, Hidegkúti Nándor u. 8-10.

Telefon: +36 1 479 5280

E-mail: szazadveg@szazadveg.hu

WWW.SZAZADVEG.HU