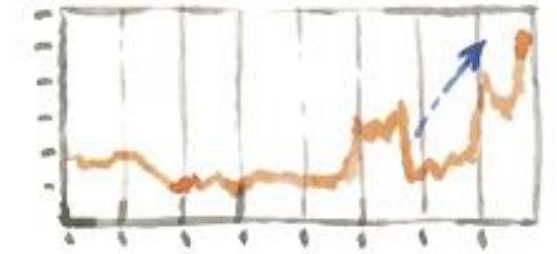


# Dlaczego klienci (nie) kupują grupówki?

Badanie **Nationale-Nederlanden** we współpracy z agencją **smartscope**



# Benefits, które w dobie pandemii zyskały na znaczeniu



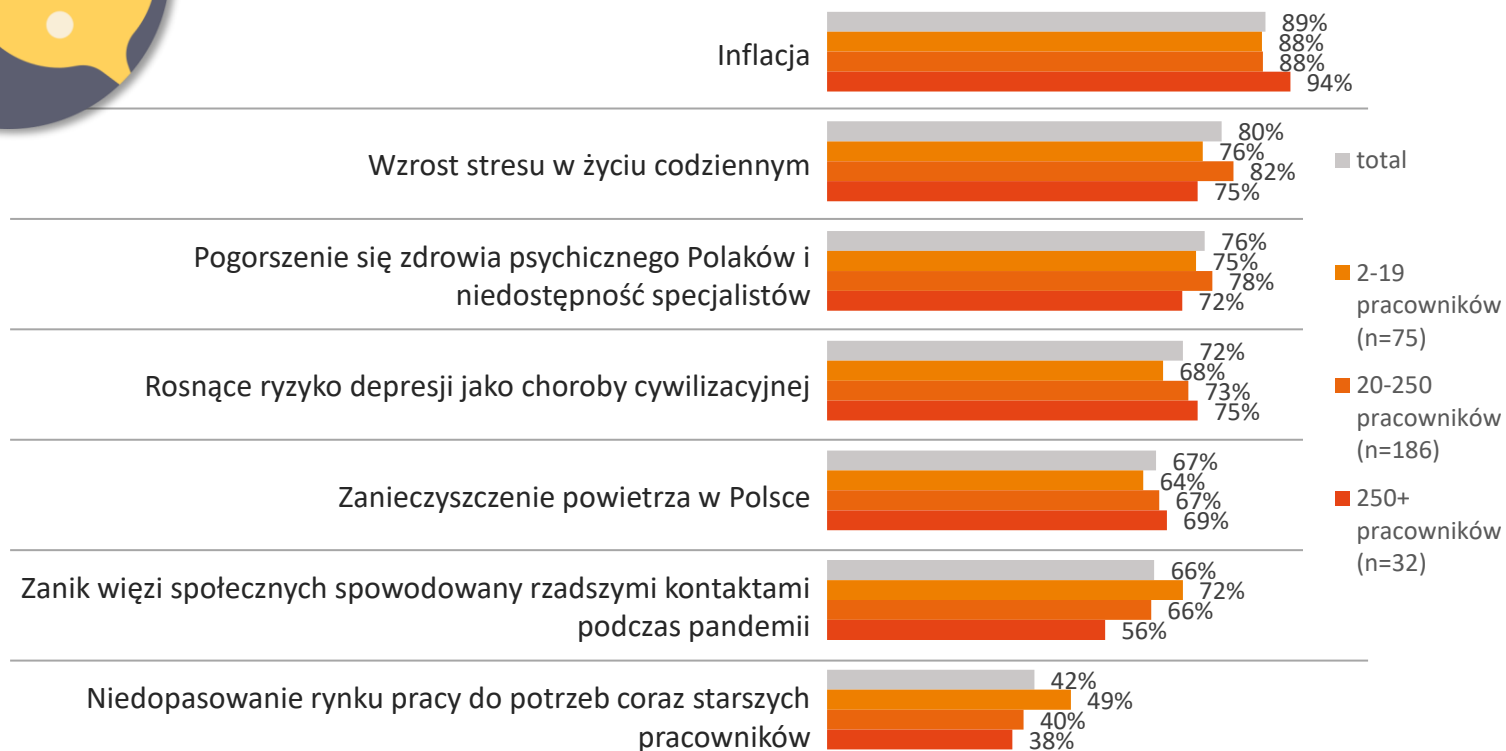
podstawa: cała próba, n=245  
IBRIS, 01.2021

# Istotne problemy społeczne dla pracodawców



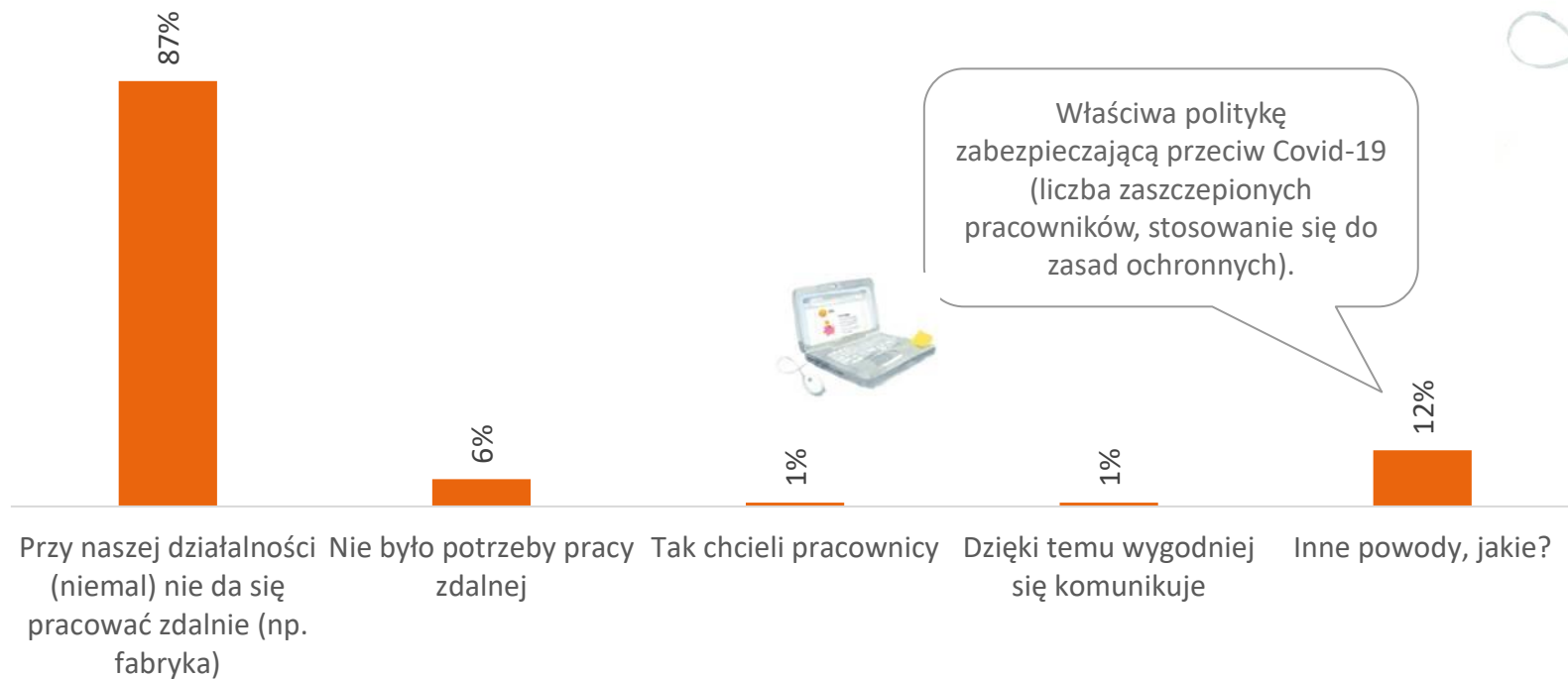
## PROBLEMY SPOŁECZNE (T2B)

(skala od 1 do 5)



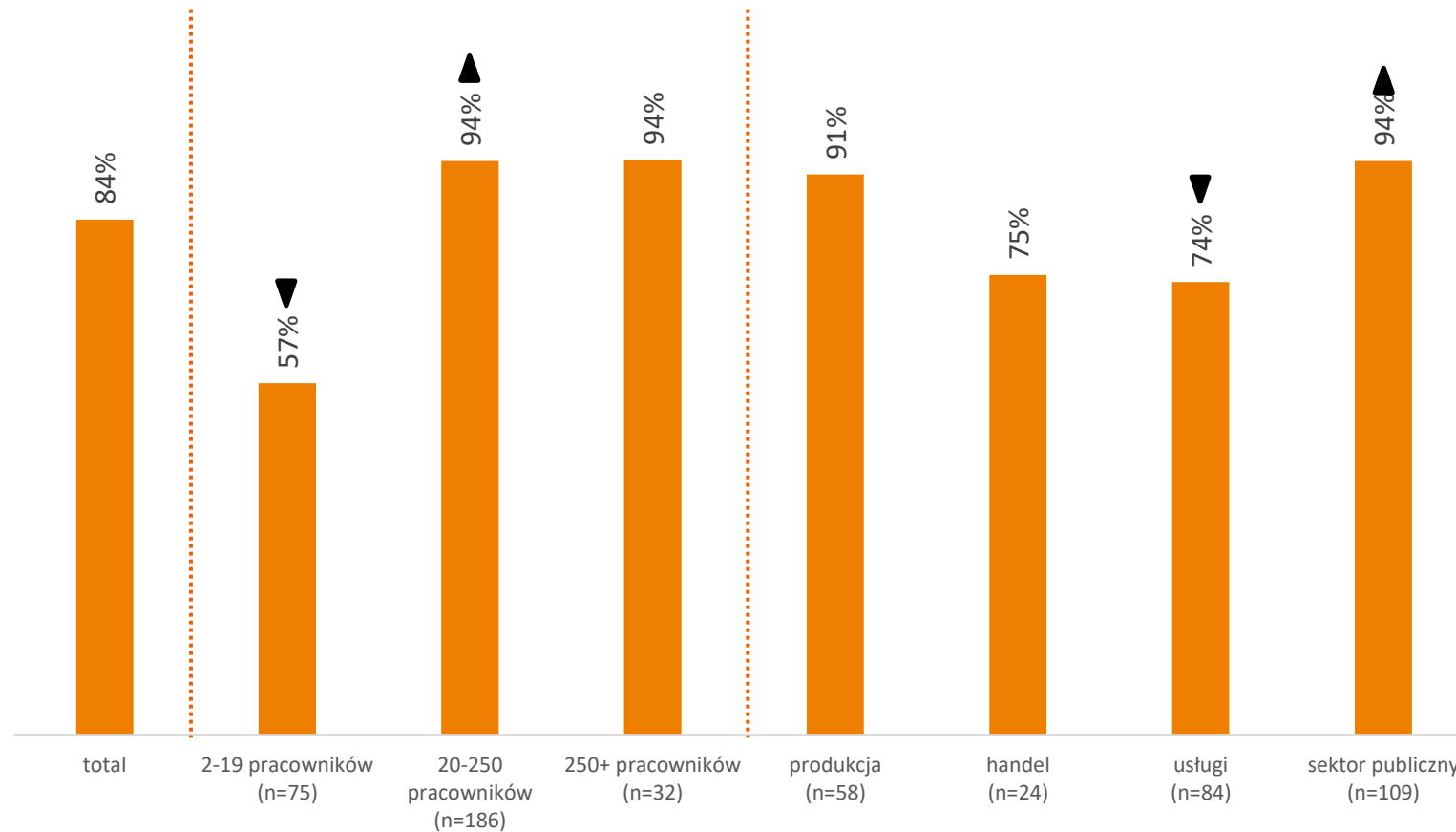
podstawa: cała próba, n=293  
Smartscope, 12.2021

# Powody stacjonarnego trybu pracy



podstawa: firmy pracujące stacjonarnie, n=252  
Smartscope 12.2021

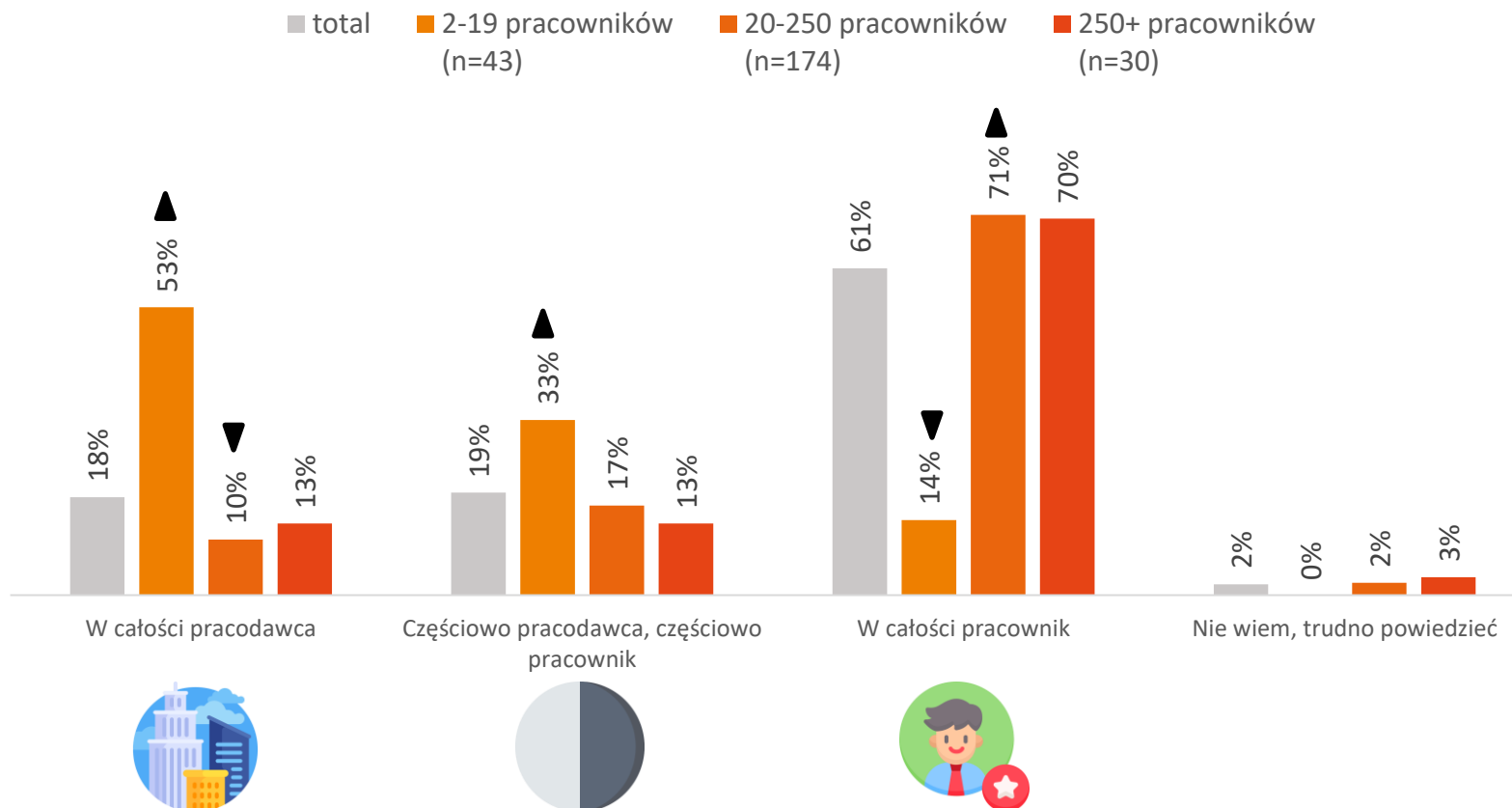
# Posiadanie ubezpieczenia grupowego w firmie



strzałkami oznaczono istotne statystycznie odchylenia względem całej próby ▲▼

podstawa: cała próba, n=293  
Smartscope, 12.2021

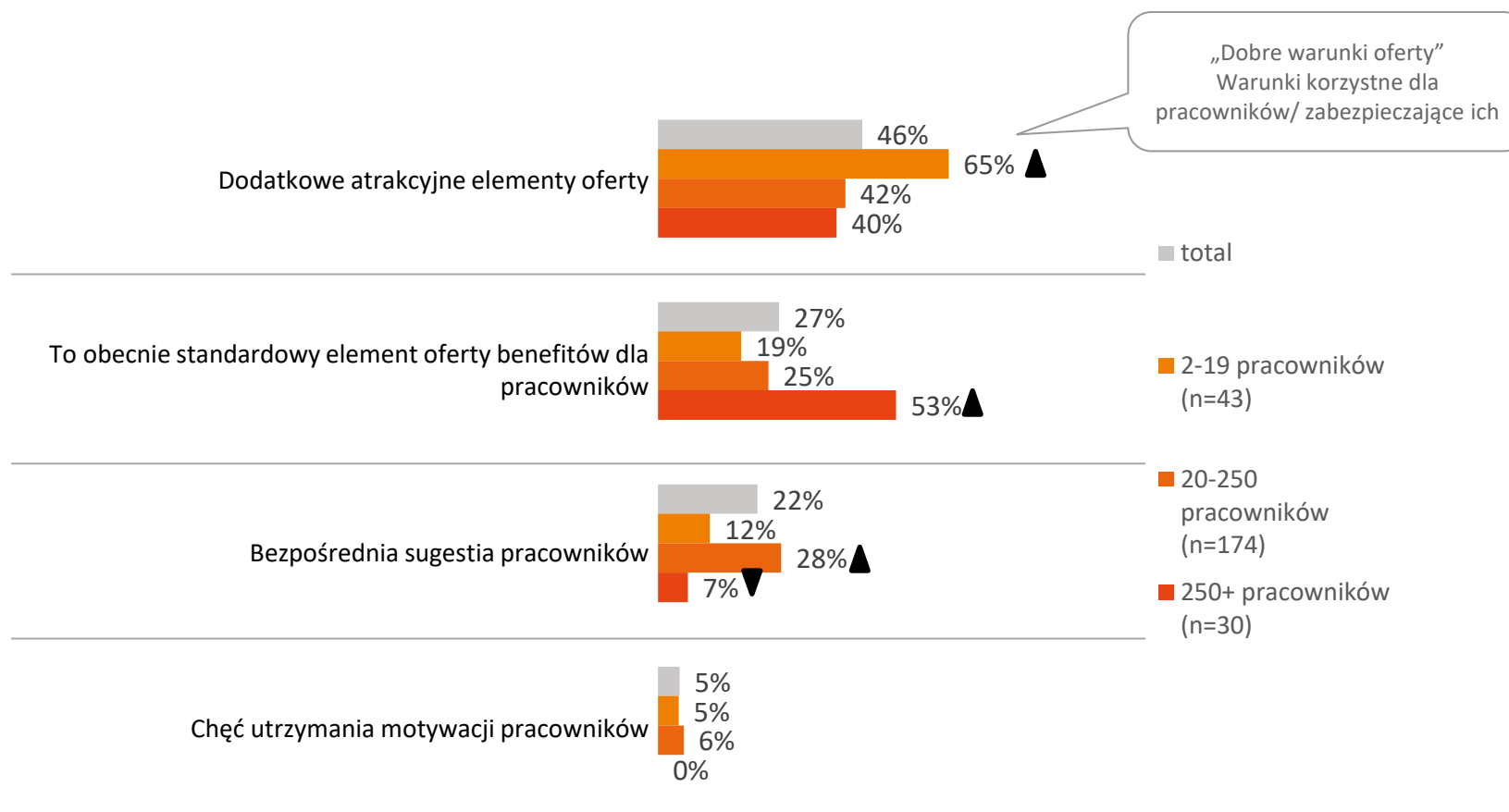
# Koszty ubezpieczenia



strzałkami oznaczono istotne statystycznie odchylenia względem całej próby ▲▼

podstawa: firmy posiadające ubezpieczenie grupowe, n=247  
Smartscope, 12.2022

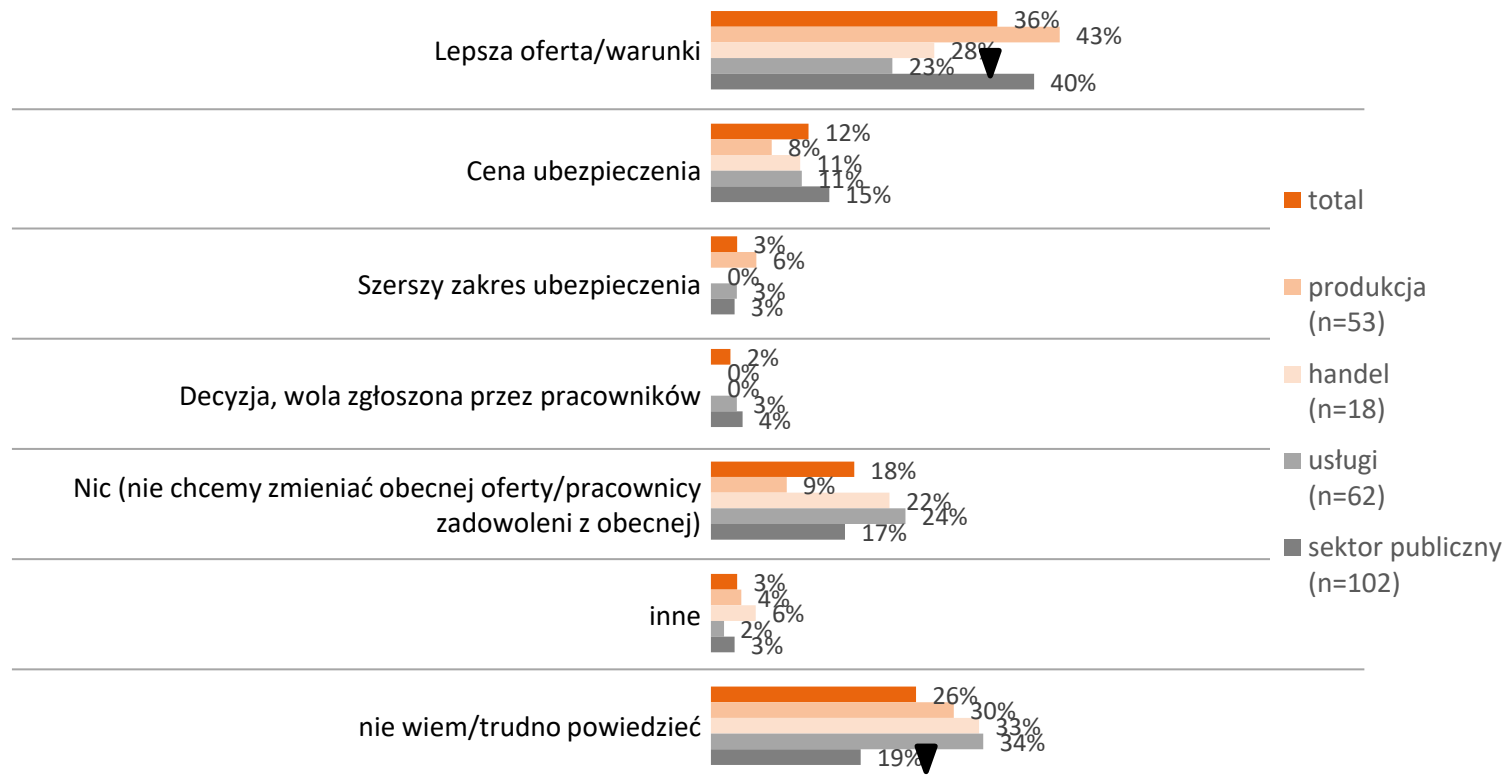
# Motywacja do zakupu ubezpieczenia



strzałkami oznaczono istotne statystycznie odchylenia względem całej próby ▲▼

podstawa: firmy posiadające ubezpieczenie grupowe, n=247  
Smartscope, 12.2022

# Motywacja do zmiany ubezpieczenia

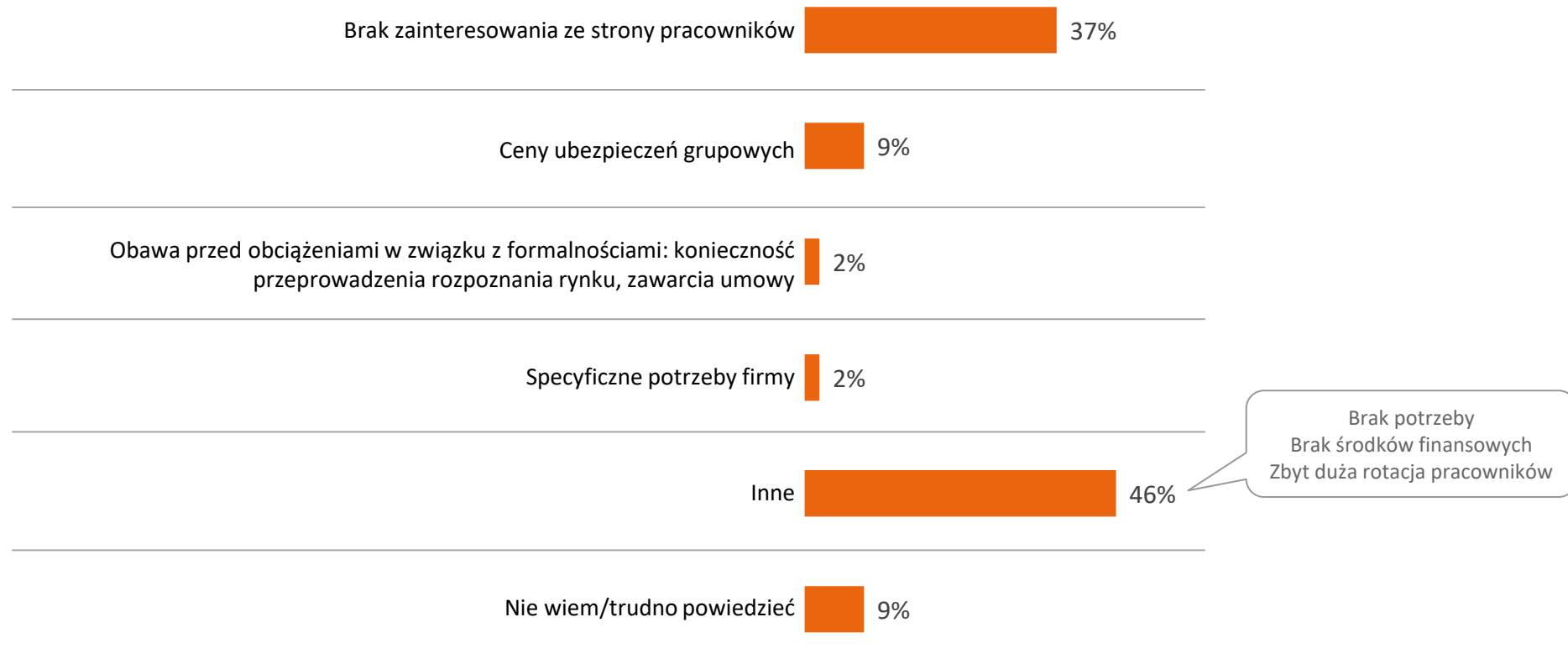


strzałkami oznaczono istotne statystycznie odchylenia względem całej próby ▲▼

podstawa: firmy posiadające ubezpieczenie grupowe, n=247  
Smartscope, 12.2022

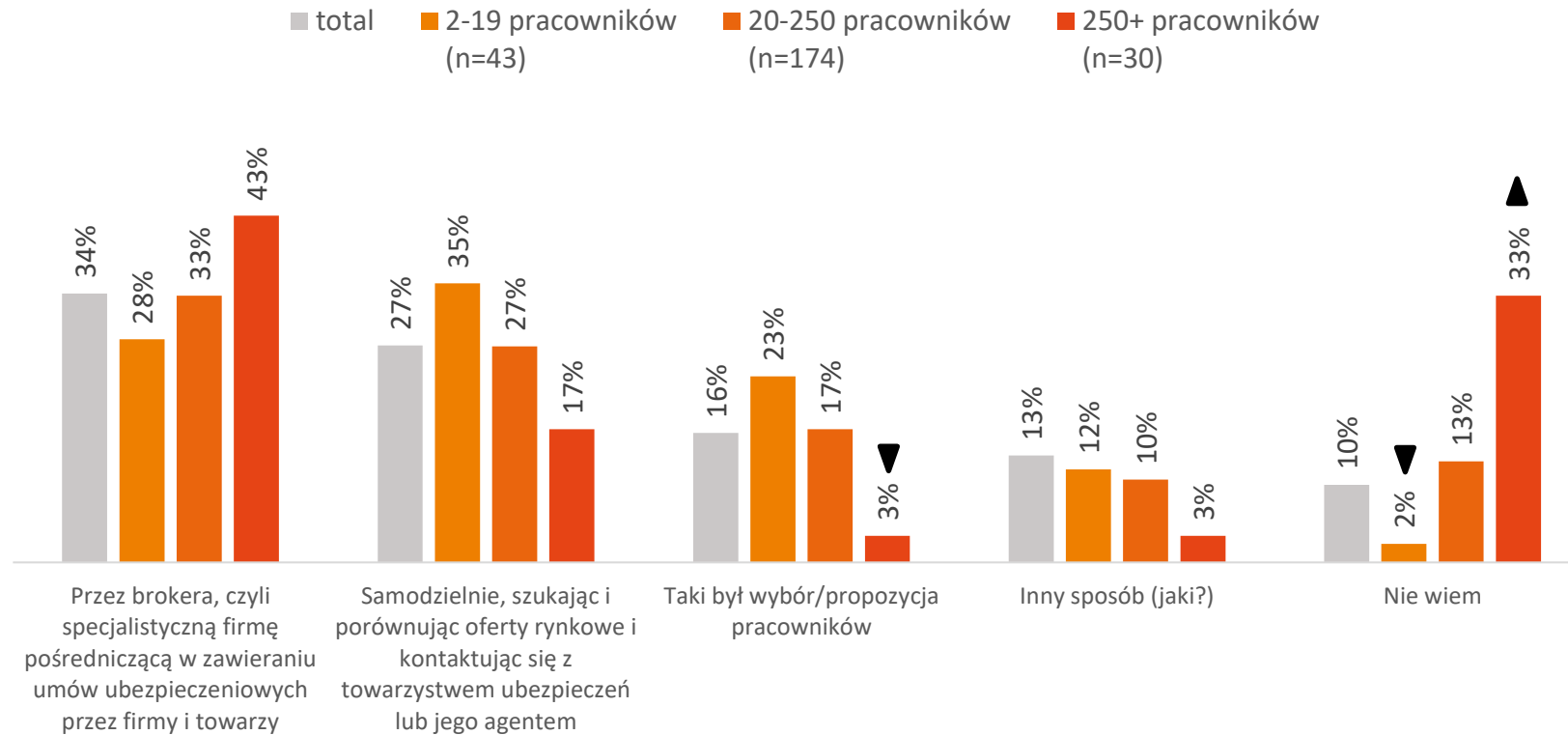


# Bariery wobec zakupu ubezpieczenia



podstawa: firmy nieposiadające ubezpieczenia, n=46  
Smartscope, 12.2022

# Sposób wyboru ubezpieczenia



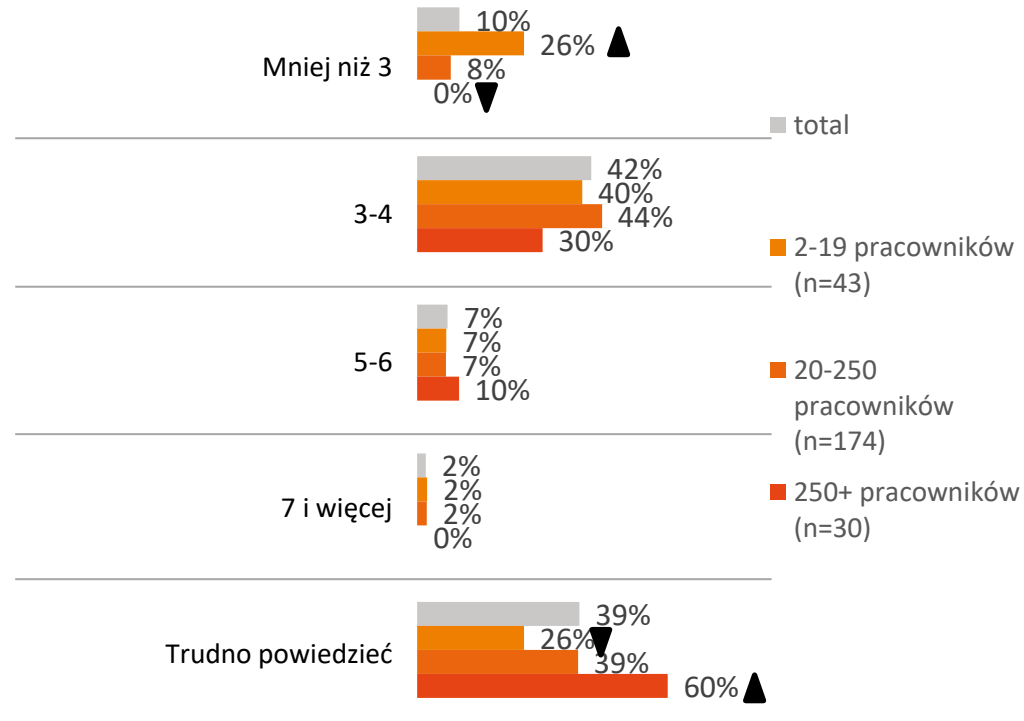
strzałkami oznaczono istotne statystycznie odchylenia względem całej próby ▲▼

podstawa: firmy posiadające ubezpieczenie grupowe, n=247  
Smartscope, 12.2022

# Sposób wyboru ubezpieczenia



## LICZBA PRZEANALIZOWANYCH OFERT



strzałkami oznaczono istotne statystycznie odchylenia względem całej próby ▲▼

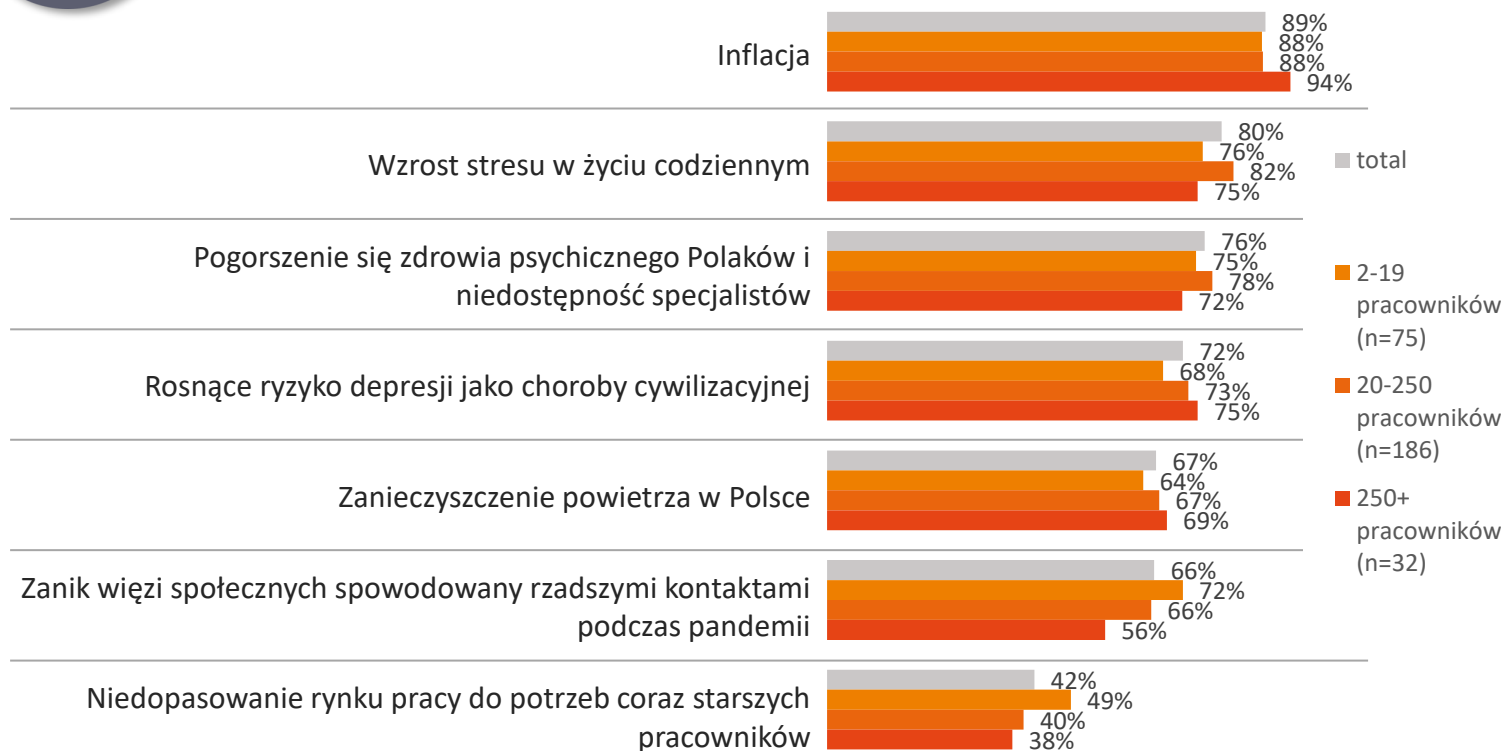
podstawa: firmy posiadające ubezpieczenie grupowe, n=247  
Smartscope, 12.2022

# Istotne problemy społeczne dla pracodawców



## PROBLEMY SPOŁECZNE (T2B)

(skala od 1 do 5)



podstawa: cała próba, n=293  
Smartscope, 12.2021

# Dlaczego klienci (nie) kupują grupówki?

**DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ**

**Katarzyna Ciechońska** [katarzyna.ciechonska@nn.pl](mailto:katarzyna.ciechonska@nn.pl)

**Diana Rychter** [diana.rychter@nn.pl](mailto:diana.rychter@nn.pl)

**Anna Kwiatkowska** [anna.kwiatkowska@nn.pl](mailto:anna.kwiatkowska@nn.pl)