



Aviva działa w Polsce od 1992 roku i jest jedną z największych instytucji finansowych w kraju: obsługuje 3,5 miliona klientów i zarządza aktywami o wartości około 50 miliardów złotych. Świadczy usługi w zakresie ubezpieczeń na życie, jak również ubezpieczeń majątkowych, inwestycji oraz emerytur.

Z czymkolwiek się mierzysz jesteśmy przy Tobie



Kontekst rynkowy

Aviva w Polsce kojarzona jest głównie z polisami na życie i zdrowie. Jej udział w rynku ubezpieczeń na życie, mierzony składką przypisaną brutto, wynosi ponad 10 procent, co plasuje ją na drugiej pozycji w tej kategorii. Jest również obecna na rynku ubezpieczeń majątkowych, gdzie swoją pozycję buduje od 2007 roku, głównie za sprawą sprzedaży w systemie direct.

W ramach grupy funkcjonują także: Aviva Investors Poland TFI SA, oferująca fundusze inwestycyjne (TFI); jedno z największych na rynku towarzystw emerytalnych Aviva PTE, spółka joint-venture Santander Aviva, a także pośrednik finansowy – Expander.

W DNA firmy wpisane są także działania społeczne. W 2009 roku, z myślą o integracji społecznej i aktywizowaniu do działań na rzecz wspólnego dobra, powstała Fundacja Aviva. W swojej dotychczasowej historii

organizacja aktywnie wspierała m.in. polskich paraolimpijczyków i lokalne społeczności oraz pomagała walczyć ze smogiem w ramach akcji „Wiem, czym oddycham”.

Oferta

Oferta ubezpieczeń Avivy jest kompleksowa, a najsilniejszą kategorią produktową są ubezpieczenia na życie i zdrowie, zarówno indywidualne, jak i grupowe. Marka oferuje także ubezpieczenia majątkowe, w tym ubezpieczenia samochodów, nieruchomości, majątku firm, a także odpowiedzialności cywilnej. W ramach Aviva Investors proponuje klientom szeroką ofertę funduszy inwestycyjnych, a w ramach joint-venture z Santander Bank Polska: szereg produktów ubezpieczeniowych dla klientów banku.

Aviva dysponuje siecią własnych agentów ubezpieczeniowych, która – licząc blisko dwa tysiące osób – jest

jedną z największych na rynku. Rozwija też dynamicznie inne kanały sprzedaży, współpracuje z największymi multiagencjami i brokerami.

Jako jeden z liderów cyfryzacji w ubezpieczeniach marka oferuje dostęp do platformy samoobsługowej MojaAviva, która umożliwia zarządzanie, obsługę i zakup ubezpieczeń. Korzysta z niej już ponad pół miliona klientów.

Promocja marki

Przez lata firma stosowała różne strategie marketingowe, dopasowując je do sytuacji rynkowej i zmieniających się potrzeb klientów. Ambasadorami Avivy były m.in. Małgorzata Kożuchowska i Agnieszka Chylińska. Brand hero stał się Pan Pikuś, animowana postać o wyjątkowym charakterze, w swoim czasie mocno kojarzona z marką i symbolizująca proste rozwiązania w trudnym świecie finansów i ubezpieczeń.



Marka Aviva jest zaangażowana społecznie, czego wyrazem były dwie edycje akcji antysmogowej „Wiem, czym oddycham”, organizowanej przez Fundację Aviva. Jej efektem było m.in. zainstalowanie w całej Polsce trzystu czujników jakości powietrza.

Rok 2020 i pandemia nadszarpaneły poczucie bezpieczeństwa Polaków, dlatego w komunikacji marketingowej Aviva postanowiła wrócić do korzeni i do podstawowej misji ubezpieczyciela. Tak powstała koncepcja oparta właśnie o poczucie bezpieczeństwa: „Aviva. Jesteśmy przy Tobie”. Niezależnie od okoliczności; od tego kim są, dokąd zierają i o czym marzą klienci, Aviva jest przy nich, a w trudnych sytuacjach zdejmując z ich barków ciężar, m.in. wypłacając świadczenia finansowe. Jesienią 2020 roku firma wdrożyła nową platformę komunikacji marki i w 2021 roku prowadzi oparte o nią działania, m.in. szeroko zakrojoną kampanię w telewizji, radiu i Internecie, wspartą reklamą outdoor i działaniami w mediach społecznościowych. Dodatkowo w ramach nowej komunikacji marki firma przygotowała cykl podcastów „Jesteśmy przy Tobie”, w których dziennikarka radiowa Agnieszka Szydłowska i jej goście poruszają ważne tematy związane z szeroko pojętym poczuciem bezpieczeństwa. Dzięki pojemnej, uniwersalnej formule i narracji zgodnej z DNA marki Aviva, platforma komunikacyjna została szybko wdrożona we wszystkich kanałach komunikacji z klientami.

Osiągnięcia

Marka świadomie określa się jako lider cyfryzacji w sektorze ubezpieczeń, czego dowodem jest m.in. najbardziej wszechstronny serwis online dla klientów ubezpieczeniowych w Polsce – MojaAviva. Stale rozwija cyfrowe procesy i kompetencje takie jak likwidacja szkód online czy robotyzacja procesów. Marka Aviva jest niekwestionowanym liderem w mediach społecznościowych



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Ponad 540 mln złotych – tyle rocznie firma wypłaca klientom w ramach świadczeń i odszkodowań z ubezpieczeń na życie i zdrowie oraz majątkowych.
- W 2018 roku Aviva jako pierwsza w Polsce zainstalowała billboard oczyszczający powietrze.
- W czasie pandemii Covid-19, w ramach akcji „Aviva Medykom” firma bezpłatnie ubezpieczyła życie 29 000 medyków i pracowników ochrony zdrowia.

100 000

Tyłu klientów co miesiąc loguje się w serwisie MojaAviva.

w kategorii budowania zaangażowania w branży ubezpieczeniowej (wg raportu Sotrendera, 2020).

W 2021 r. inicjatywa „Aviva Medykom”, w ramach której firma udostępniła bezpłatne ubezpieczenie na życie dla pracowników ochrony zdrowia, została wyróżniona główną nagrodą w kategorii CSR w konkursie marketingowym Golden Arrow. Uzyskała też nominację do nagrody Effie 2020 oraz wyróżnienie w konkursie Liderów Świata Bankowości i Ubezpieczeń w kategorii „Najlepsza inicjatywa do walki ze skutkami pandemii Covid-19”.

W 2020 roku Aviva otrzymała po raz ósmy godło Firma Przyjazna Klientowi, przyznawane przez Experience Institute. Rok wcześniej firma zajęła pierwsze miejsce w rankingu miesięcznika „Polish Market”: Pery Polskiej Gospodarki w kategorii „Pery sektora finansowego”. W roku 2018 serwis MojaAviva został laureatem konkursu technologicznego „Lider 2017” miesięcznika „Gazeta Bankowa” za najlepsze rozwiązanie w kategorii „Ubezpieczenia i inne Instytucje Finansowe”; serwis zwyciężył także w konkursie e-Commerce Polska Awards, organizowanym przez Izbę Gospodarki Elektronicznej, w kategorii „Najlepsza aplikacja ubezpieczeniowa”. W tym samym roku Fundacja Aviva otrzymała brązowe Effie za akcję „Wiem, czym oddycham” w kategorii „Positive change: CSR”.

www.aviva.pl

HISTORIA MARKI

1992 Commercial Union rozpoczyna działalność w Polsce; w listopadzie wystawione zostają pierwsze polisy na życie.

1994 Firma staje się liderem rynku indywidualnych ubezpieczeń na życie.

1997 Commercial Union poszerza swoją ofertę o ubezpieczenia majątkowe.

1998 Powstaje Commercial Union PTE, które wkrótce staje się liderem rynku funduszy emerytalnych.

2007 Marka wprowadza ubezpieczenia komunikacyjne w systemie direct.

2008 Startuje BZ WBK-CU – joint-venture ubezpieczyciela z Bankiem Zachodnim WBK.

2009 Marka Aviva zastępuje brand Commercial Union.

2015 Aviva przejmuje firmę doradztwa finansowego Expander.

2018 BZ WBK Aviva zmienia nazwę na Santander Aviva.

2021 Rusza proces przejęcia Avivy w Polsce przez największą w Europie grupę ubezpieczeniową Allianz.