

## 安世联合全球调查 | 银行卡权益：提高客户满意度的潜力所在

银行卡一般会附带增值保险和救援产品与服务，比如消费保护、公共责任保险或者旅行保险等。但是银行卡客户真的了解这些附带的权益吗？这些权益真的符合客户的期望吗？安世联合最新的一项研究分析了13个国家中不同类型的支付方式以及客户感知的权益，该项研究揭示了一些不为人知的发现，尤其是将银行卡作为支付方式时。

### 全球概览



\* 2018年2月，调查公司OpinionWay通过计算机辅助的网络访问卷为安世联合针对澳大利亚，巴西，中国，南非，俄罗斯，土耳其，比利时，德国，法国，意大利，西班牙，荷兰，英国等13个国家的用户进行了调查。

### 少数人真正了解这些权益

银行卡权益对新的客户来说极具吸引力，74%的人认为这是他们在申请银行卡时重点考虑的问题。尽管如此，很多人并不知道这些银行卡权益。大约有30%的受访者（中国有36%的人）表示他们不了解银行卡是否有相关的权益，而其余的人只有粗略的了解，而不能正确说出具体的权益名称。有些人甚至会误解这些“权益”的真正含义，而是列举出一些不相关的功能，比如移动支付、返现或者网上银行等等。

安世联合救援业务首席市场官 **Jérôme Joubert** 谈到：“在展示权益带给客户的价值时，更好的沟通和教育非常重要。正如我们研究中所强调的，申请银行卡时，这些权益对客户来讲是关键信息。而银行的沟通起着至关重要的作用。”

在整个西欧和世界其他地区，只有 34% 的人表示知道他们的银行卡有附带的权益。例如，在中国只有 13% 的人会使用附带的旅行救援及保险/购物保障和道路/故障救援服务，而在那些真正使用过银行卡权益的中国客户中，有超过 86% 的人在使用后表示非常满意。

**Jérôme Joubert** 继续谈到：“银行可以更加有效地利用银行卡及相关权益，因为这些能很大程度上影响客户的整体体验，尤其是在客户处于困难的情况下，比如事故、欺诈等等。出色的客户体验还会带来口碑推荐，从而提升客户保留率和新客户获取。”

## 利用数字化满足新需求

越来越多的人希望用数字化的方式使用他们的权益，例如通过移动 APP。现如今，客户正在寻求即时主动的数字化服务：75% 的人认为主动的旅行理赔管理服务非常实用（如航空延误或行李丢失时的自动赔款），74% 的人希望获取医院和医生的地理位置，而 73% 的人需要数据风险防范与安全保护服务帮助恢复数据。

**Jérôme Joubert** 评论道：“根据这些发现，我们正在调整现有的权益，并计划推出新的权益让银行能够更好地满足客户的潜在需求与期望，提升客户满意度。数字化领域的专业经验可以带来真正的变化，我们正在助力合作伙伴并投资创新解决方案，为客户带来更为自如轻松的生活。”

---

## 关于安世联合

---

安世联合（Allianz Worldwide Partners），原安联全球救援（Allianz Global Assistance），是集救援与保险解决方案于一体的世界领先 B2B2C 服务提供商，致力于在全球救援、国际健康与生活、全球汽车及旅行保险专业领域提供全球保障服务。通过安联全球救援、安联全球健康与安联全球汽车三大国际知名品牌的直销或数字渠道为客户提供集保险、服务与技术为一体的个性化解决方案。安世联合在全球 78 个国家拥有超过 19,000 名员工，提供 70 多种语言的服务，每年成功处理超过 5400 万个案件，专注于为世界各地的客户与员工提供贴心保障。安世联合大中华区于 2003 年正式进驻中国市场，在北京成立在华第一家外商独资救援公司。作为中国第一家通过 ISO9001:2008 认证且于 2017 年取得 ISO9001:2015 新版认证的救援机构，安世联合已成为中国救援行业的领导者，并持续致力于通过覆盖全国的服务商网络和先进的信息技术提供更加卓越，高效，安全的解决方案，为客户创造更多价值。

## 媒体联络人

安世联合大中华区  
朱婷：+86 10 86471764

电子邮箱: [christine.zhut@allianz.com](mailto:christine.zhut@allianz.com)