Warszawa, 7.10.2025

**Wypadki chodzą po ludziach - ważne, żeby być gotowym na wszelki wypadek. Kampania rabatowa od Balcia.**

**Balcia Insurance wystartowała z kampanią Global Accident Campaign 2025, której motyw przewodni brzmi: *„Wypadki się zdarzają. Ale możesz być na nie gotowy”.* W ramach akcji wszystkie ubezpieczenia z grupy wypadkowej – Balcia Accident, Extreme i Junior – dostępne są z 35% rabatem we wszystkich kanałach sprzedaży: online, w aplikacji Balcia, a także u partnerów i agentów.**

To największa tegoroczna kampania produktowa marki w regionie CEE, realizowana równolegle w kilku krajach. Jej celem jest zwiększenie świadomości i sprzedaży ubezpieczeń od następstw nieszczęśliwych wypadków, ale także odczarowanie samego pojęcia „ubezpieczenia wypadkowego” – pokazanie, że to rozwiązanie dla każdego, kto żyje aktywnie, niezależnie od wieku, stylu czy tempa życia.

**Go Ahead – kampania, która mówi o życiu bez pauzy**

Hasło kampanii #GoAhead odwołuje się do filozofii marki: zachęca, by działać, próbować, doświadczać – ale z poczuciem zabezpieczenia. W materiałach promocyjnych Balcia pokazuje codzienne sytuacje, które mogą przydarzyć się każdemu: poślizgnięcie na hulajnodze, nieudany skok na deskorolce czy kontuzja dziecka podczas zajęć sportowych.

– *Ubezpieczenie wypadkowe często kojarzy się z poważnymi zdarzeniami. Tymczasem większość wypadków to drobne urazy, które mogą wywrócić codzienność do góry nogami. Chcemy pokazać, że ubezpieczenie nie musi być czymś odległym czy nudnym – to część współczesnego stylu życia, tak jak aktywność, podróże czy troska o zdrowie* – mówi Joanna Borowiec, Product Manager w Balcia Insurance.

**Influencerzy, społeczność i „Ooops momenty”**

Integralną częścią kampanii jest aktywność w mediach społecznościowych. Balcia zaprosiła do współpracy influencerów z trzech kategorii: lifestyle, sport/adventure oraz parenting. Każdy z nich opowiada swoją historię – sytuację, w której ubezpieczenie okazało się pomocne lub mogłoby uratować dzień.

Materiały będą publikowane w formie reelsów, postów i stories na Instagramie i TikToku, z kodem GOAHEAD35, który umożliwia zakup polisy z rabatem 35%. Kampanii towarzyszy akcja społecznościowa „Pokaż swoje codzienne Ooops momenty”, zachęcająca internautów do dzielenia się sytuacjami, w których „coś poszło nie tak”. To naturalne przedłużenie przekazu marki: życie bywa nieprzewidywalne, ale z Balcia można podchodzić do niego z dystansem.

**Accident, Extreme, Junior – trzy produkty, jedno podejście: żyj aktywnie**

Balcia konsekwentnie rozwija ofertę ubezpieczeń dopasowanych do stylu życia klientów. W ramach kampanii promowane są trzy produkty, które łączy idea elastyczności i cyfrowej prostoty.

**Balcia Accident** to klasyczne ubezpieczenie NNW dla dorosłych – zapewniające ochronę finansową w przypadku urazu, hospitalizacji lub trwałego uszczerbku na zdrowiu w wyniku wypadku. Polisa obejmuje codzienne sytuacje – od potknięcia na schodach po kontuzję w pracy czy w czasie wolnym. Dzięki cyfrowemu procesowi zawarcia umowy można ją kupić w kilka minut przez aplikację lub stronę internetową.

**Balcia Extreme** to propozycja dla osób, które lubią adrenalinę. Obejmuje sporty wysokiego ryzyka, m.in. narciarstwo, snowboard, wspinaczkę, kitesurfing, downhill, skateboarding czy jazdę enduro. Ubezpieczenie pokrywa koszty leczenia i rehabilitacji po urazach, a także świadczenia z tytułu trwałego uszczerbku na zdrowiu. Produkt skierowany jest do ludzi, którzy żyją intensywnie, ale rozsądnie – chcą ryzykować z głową.

**Balcia Junior** to wariant stworzony z myślą o najmłodszych – dzieciach i młodzieży w wieku 0–17 lat. Chroni w przypadku urazów w domu, w szkole, na placu zabaw czy treningu. W razie nieszczęśliwego zdarzenia polisa pokrywa koszty leczenia, rehabilitacji oraz wypłaca świadczenie finansowe. Działa 24/7 – również w weekendy i ferie, zarówno w Polsce, jak i za granicą.

- *To trzy różne produkty, ale jedno wspólne przesłanie: nie musisz rezygnować z życia w ruchu, by czuć się bezpiecznie. Wypadki chodzą po ludziach – ważne, żeby być gotowym na wszelki wypadek* – mówi Joanna Borowiec, Product Manager w Balcia Insurance.

**Nowoczesna marka dla aktywnych**

Balcia konsekwentnie redefiniuje sposób, w jaki mówi się o ubezpieczeniach – zamiast straszyć konsekwencjami, inspiruje do działania. W kampanii Global Accident Campaign 2025 marka podkreśla, że ubezpieczenie może być częścią codziennego, miejskiego i aktywnego stylu życia.

- *Ubezpieczenie nie powinno być postrzegane jako formalność. To inwestycja w spokój, który pozwala żyć na pełnych obrotach – z dziećmi, ze sportem, z pasją. Balcia to marka, która mówi: rób swoje, my Cię ochronimy* – dodaje Joanna Borowiec.

* **Rabat:** 35% na ubezpieczenia Accident, Extreme i Junior (ważny do 15.11)
* **Kanały:** kampania digital, public relations, influencer marketing, media społecznościowe (Instagram, TikTok, Facebook), kanały sprzedaży Balcia
* **Hasło:** Wypadki się zdarzają. Ale możesz być na nie gotowy.
* **Więcej informacji:** <https://www.balcia.pl/pl/goahead35>