

Страхование жизни в России

Пресс-релиз

Согласно данным ежеквартального мониторинга страхового рынка¹, на конец 2009 года из 7 100 участников исследования страховку жизни имели 1 136 человек, что составляет 16% от всей выборки. Наибольшее количество опрошенных, их оказалось порядка 1/3, является клиентами «Росгосстраха».

Второе место по степени реализации предложений по страхованию жизни разделили «Ингосстрах» и «Альфастрахование». Их услугами воспользовалось 14% опрошенных (по 7% в каждой). Третье место отошло компании «ВСК» (5% соответственно) – см. рис. №1. Таким образом, на 4 лидирующих страховых компании приходится чуть более половины застрахованных в сегменте страхования жизни.



Рис. №1: В какой компании у Вас оформлена программа страхования жизни (ТОП-10 самых популярных компаний, присутствовавших в ответах респондентов)?

Следует отметить, что добровольное пенсионное страхование пока не получило распространение – лишь каждый десятый респондент указывал, что имеет эту страховку. Наибольшее распространение в нашей стране получили страхование жизни для защиты семьи в случае потери кормильца/утраты работоспособности кормильца и накопительное страхование. Именно эти виды страхования жизни оказались наиболее востребованными среди наших соотечественников – почти ¾ страхующих жизнь имеют один из этих видов полисов (см. рис. №2).



¹ Данные предоставлены на основе ежеквартального синдикативного исследования «Мониторинг розничного рынка. Страховые компании». Общая выборка 7100 человек. Возраст участников от 21 до 55 лет. География - 13 российских городов с населением 1 000 000+.

Важно отметить, что подавляющее большинство респондентов (98%) в целом оказалось удовлетворено услугами по страхованию жизни, которые предоставляют их страховщики (см. рис. №2).

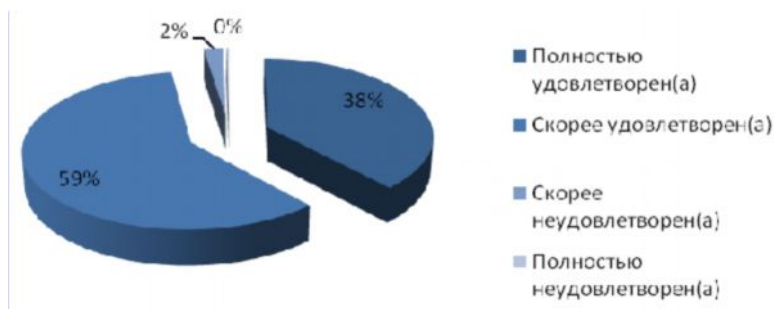


Рис. №3: Насколько Вы удовлетворены этой услугой (страхование жизни) в своей страховой компании?

Какими предложениями страховых организаций могут заинтересоваться клиенты, желающие застраховать свою жизнь или жизнь своих близких? Выяснилось, что большинство ищет выгодные условия страхования (71%), еще 68% смотрят на степень известности и надежности компании. Анализ данных показывает, что роль имиджа компании за последний год несколько возросла. Вероятнее всего, это связано с финансовым кризисом, который заставил клиентов более щепетильно подходить к выбору обслуживающей организации. Также половина опрошенных заинтересована в том, чтобы страховщик предлагал не только страхование жизни отдельных лиц, но и пакеты для всех членов семьи (см. рис. №4).



Рис. №4: Если Вы решите застраховать свою жизнь или жизнь своих близких, какие основные параметры Вы будете учитывать при выборе компании? Выберите не более 3 ответов.

Информация о компании:

Агентство маркетинговых исследований [Profi Online Research](http://www.profiresearch.ru) специализируется на Онлайн технологиях. На данный момент собственная панель компании насчитывает более 120 000 респондентов. www.profiresearch.ru

По вопросам информационного сотрудничества и за дополнительной информацией обращайтесь к **Валерии Ериной** – тел.: (495) 930 06 93, valeria@profiresearch.ru