

Компания Profi Online Research опубликовала результаты регулярного исследования отношения россиян в возрасте от 21 до 55 лет к страховым продуктам, по итогам III-го квартала 2008 г.

Исследование проводилось методом интерактивного опроса среди участников онлайн панели компании Profi Online Research, проживающих в 13 самых крупных российских городах (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Челябинск, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Уфа, Екатеринбург, Самара, Омск, Пермь, Волгоград). Общая выборка составила 7100 человек, репрезентируя трудоспособное городское население России с погрешностью в пределах 10%. Результаты исследования представлены в виде графиков и таблиц, где процентные показатели округлены до целых значений.

Profi Online Research – российская компания, специализирующаяся на проведении онлайн исследований. Компания была создана в 2006 году, и на данный момент ее панель насчитывает более 75 000 респондентов из России.

Исследование включало 3 блока:

1. Brand&Tracking
 - ✓ Знание страховых компаний
 - ✓ Лояльность к страховым компаниям
 - ✓ Капитал марок
2. Пользование продуктами и услугами и портрет потребителя
 - ✓ Пользование продуктами и услугами
 - ✓ Планирование пользования продуктами и услугами
 - ✓ Сегментация пользователей по продуктам (портрет)
3. Оценка эффективности рекламы страховых компаний/ продуктов
 - ✓ Знание и восприятие рекламы страховых продуктов
 - ✓ Влияние рекламы на мотивацию к покупке
 - ✓ Отношение к рекламе

Наиболее известны среди экономически-активного населения России универсальные страховые компании (широкого профиля), в первую очередь компании, которые широко рекламируют свои страховые продукты для автовладельцев (такие как Росгосстрах, РОСНО, Ингосстрах, Цюрих, Ресо-Гарантия). Среди лидеров преобладают российские компании, однако высокие позиции в «десятке» уже занимает швейцарская Цюрих-Русь, близко к «десятке» подобралась Чешская Страховая компания, а второе место по уровню знания занимает РОСНО, принадлежащая Allianz. Компаниями первого выбора для россиян являются, прежде всего, Росгосстрах, Росно, Ингосстрах и Альфастрахование. А при выборе страховой компании клиенты больше всего внимания обращают на качество и уровень обслуживания, а также удобство работы и загруженность офисов компании, опираясь на собственный опыт или кого-то из знакомых или друзей.

Самыми популярными видами страхования по количеству застрахованных являются автомобильные страховые продукты, а также медицинское страхование путешественников. В среднем каждый россиянин пользуется двумя страховыми продуктами помимо ОМС.

Согласно результатам опроса, государственная страховая компания Росгосстрах является самой известной среди россиян – около половины всех опрошенных назвали Росгосстрах без подсказки. Также значительно опережает другие компании по показателю спонтанного вспоминания компания РОСНО – ее вспомнило более трети россиян. На третьем месте Ингосстрах, который вспомнила четверть опрошенных россиян. Всего россияне смогли вспомнить более 350 названий страховых компаний, в том числе и уже несуществующие на рынке, такие как Авест, Евро-Азиатская страховая компания, Доверие и т.д.

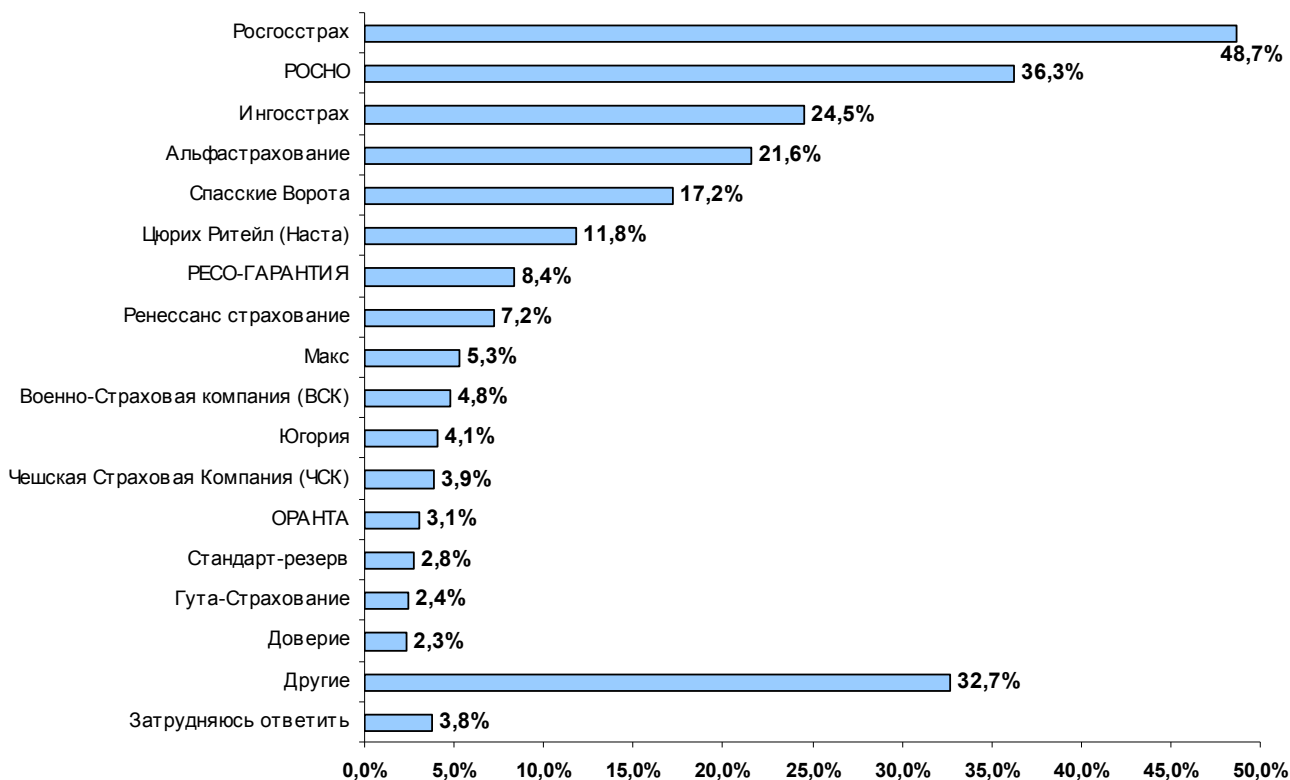


Рисунок 1. Вспоминание страховой компании без подсказки. Регион Россия

Самый популярный вид страхования по количеству застрахованных (не считая ОМС) это еще один вид обязательного вида страхования – ОСАГО – его использует больше половины россиян. Почти треть россиян пользуется страховкой выезжающих за рубеж – скорее всего, в большинстве случаев речь идет о стандартной медицинской страховке, входящей в комплект вместе с путевкой.

Как показали результаты исследования, страхование уже стало неотъемлемой частью жизни россиян – лишь немногим более 18% опрошенных не пользуются никаким страхованием, за исключением ОМС (обязательного медицинского страхования). Те, кто пользуется страховыми продуктами, в среднем использует 2 вида страховки – наиболее популярное сочетание ОСАГО+КАСКО, используемое автовладельцами.

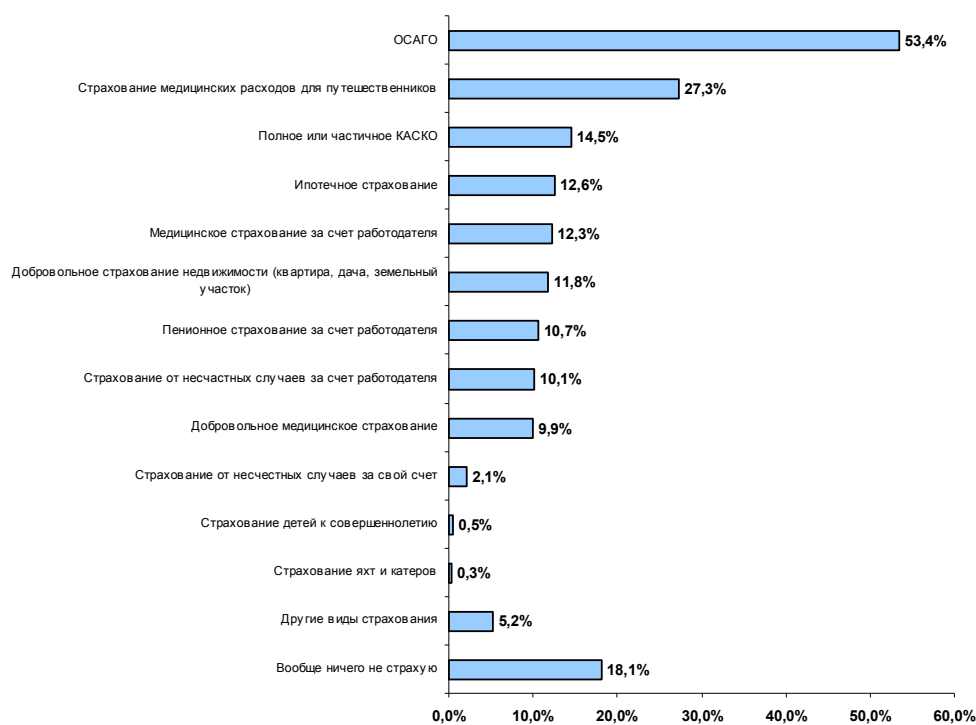
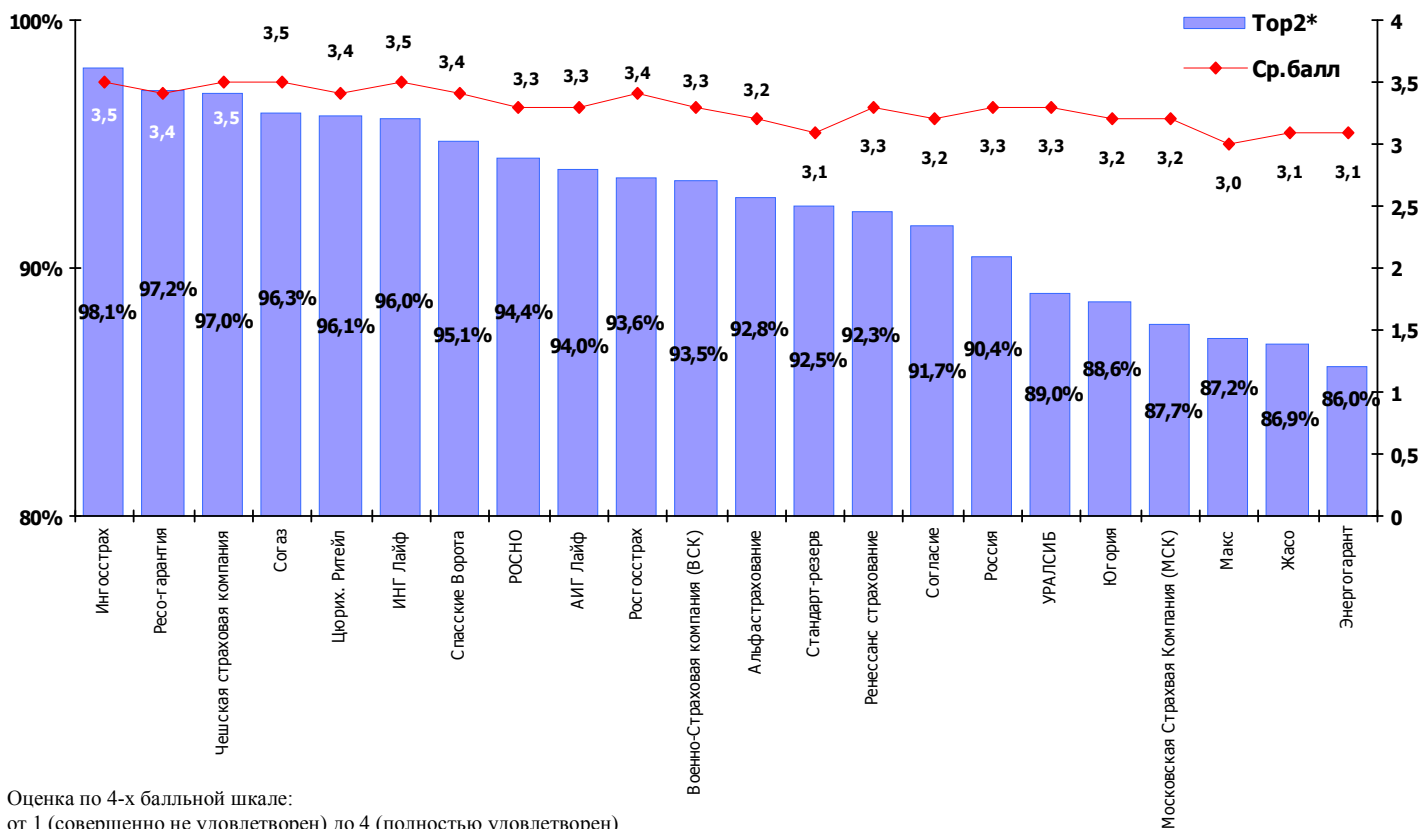


Рисунок 2. Страховые продукты, которыми пользуются физические лица. Регион Россия

Если физические лица (граждане) чаще всего пользуются автострахованием, то предприятия малого и среднего бизнеса, в первую очередь, страхуют имущество. Вообще, среди наиболее популярных видов страхования, используемых юридическими лицами, не только страхование имущества и ответственности, связанных с деятельностью компаний, но также и страховые продукты для сотрудников – медицинское страхование персонала практикуют около 12% компаний малого и среднего бизнеса, корпоративные пенсионные программы используют чуть более 3% предприятий.



Рисунок 3. Страховые продукты, которыми пользуются юридические лица. Регион Россия



* Top2 - сумма долей ответов "полностью удовлетворен" и "Скорее удовлетворен"

Рисунок 4. Удовлетворенность качеством обслуживания страховых компаний. Регион Россия

Результаты опроса показали довольно высокую удовлетворенность качеством обслуживания страховых компаний – большинством крупных компаний более 90% клиентов удовлетворены полностью или в высокой степени. Среди лидеров компании Ингосстрах, Ресо, Чешская Страховая Компания, Согаз, Цюрих и ИНГ Лайф оценены наиболее высоко по качеству их обслуживания. Среди крупных страховых компаний чуть менее высоко оцениваются клиентами Уралсиб, Югория, Московская Страховая Компания, МАКС, ЖАСО, Энергогарант. Тем не менее, более 85% клиентов в целом довольны обслуживанием в этих страховых компаниях.

Несмотря на то, что Ингосстрах наиболее высоко оценен по качеству обслуживания, при необходимости обращения в страховую компанию наиболее вероятно обращение в Росгосстрах – почти 40% опрошенных стали бы рассматривать эту компанию в первую очередь и почти 70% стали бы рассматривать ее в принципе. Также с некоторым отрывом от остальных компаний на втором месте с почти 60%-ной вероятностью обращения находится компания РОСНО. Если Росгосстраху такую популярность помогает достичь, прежде всего, успешное позиционирование в автостраховании, то РОСНО – комплекс различных видов страхования для населения. Также среди компаний первого выбора также Ингосстрах, Альфастрахование, Цюрих, Ренессанс, Ресо, Согаз, ВСК, Югория.

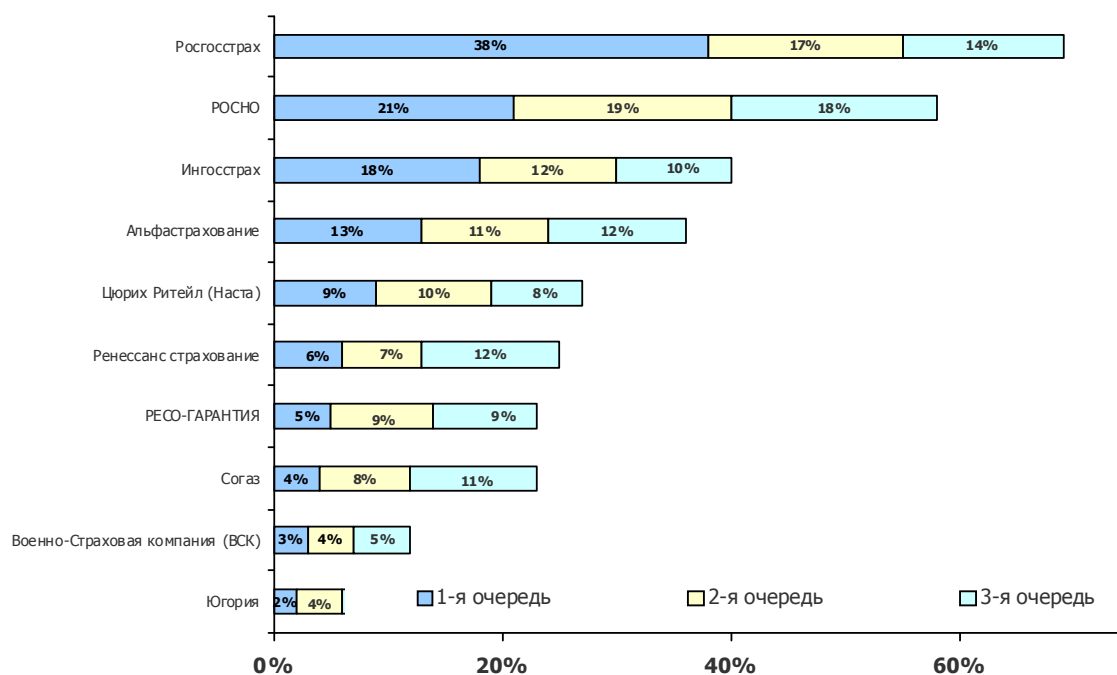


Рисунок 5.

Страховые компании, которые попадут в список выбора. Регион Россия

Обращение в первую, вторую, третью очереди

При выборе страховой компании, в первую очередь, учитывается собственный предыдущий опыт или опыт знакомых и друзей. Кроме того, довольно важна при выборе компании быстрота и удобство обслуживания, которые она обеспечивает своим клиентам – чтобы не было больших очередей в отделении, а часы работы были удобны для клиентов (работа в вечернее время и в выходные дни оптимальна для большинства частных клиентов). Интересно, что размер тарифов на обслуживание занимает лишь пятую позицию в списке факторов выбора после качества и удобства обслуживания в страховой компании.

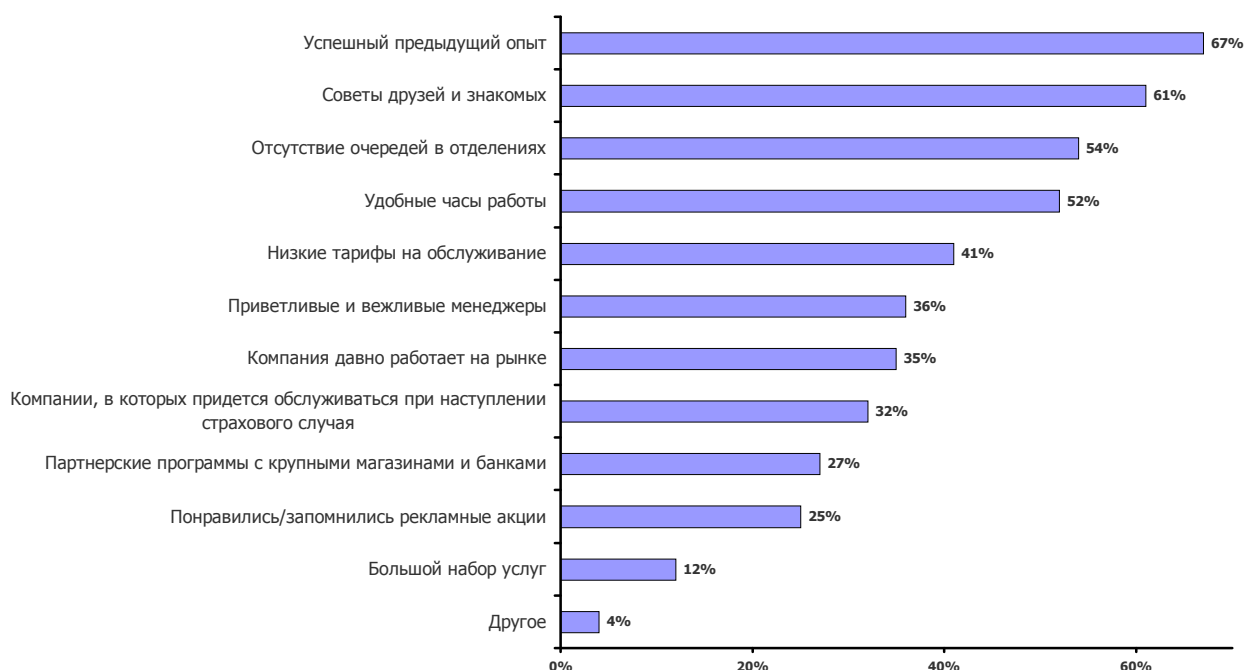


Рисунок 6. Основные характеристики при принятии решения о выборе страховой компании. Регион Россия.

Справочная информация

Анкета для опроса состоит из 75 вопросов, представляющих 2 основных блока – для физических лиц и для предприятий малого и среднего бизнеса. Блок для физических лиц, в свою очередь, имеет 10 подблоков, в том числе 2 подблока заполняют все респонденты, вне зависимости от пользования страховыми продуктами, а 8 подблоков заполняют пользователи конкретных видов страховых продуктов.

Общий отчет по одному региону/ РФ в целом состоит из 150 основных и порядка 50 дополнительных слайдов с оценкой конкурентной позиции конкретного банка.

Условия включения страховой компании в опрос и/или получения более полной версии отчета можно уточнить у наших менеджеров: Елены Смирновой elena@profiresearch.ru, Дмитрия Василяшко dmitriy@profiresearch.ru

Profi Online Research www.profiresearch.ru/