

Знание страховых компаний и их логотипов среди россиян (итоги 2009 года)

Согласно данным исследования страхового рынка, в 2009 году респондентам оказались наиболее знакомы такие компании как «Росгосстрах», «Ингосстрах» и «РОСНО». Эта тройка твердо держит лидирующие позиции на рынке отечественного страхования.

Надо отметить, что респонденты достаточно хорошо осведомлены о страховых компаниях. В среднем, каждый из участников исследования сумел вспомнить (с подсказкой) 6-8 организаций.

Интересно отметить, что «Альфастрахование», занимающая по итогам прошедшего года в рейтинге знания с подсказкой 4 место, несмотря на кризис, сумела не просто удержать свои позиции на рынке, но и увеличить уровень осведомленности о себе с 68% в начале года до 82% в его конце. Благодаря успешной рекламной политике, а также активной работе, как с реальными, так и с потенциальными клиентами, этот страховщик поднялся в рейтинге на одну позицию вверх, оставив позади «Ренессанс-страхования», знание о котором в течение года осталось на прежнем уровне.

Не менее удачно сложился прошедший год и для «Ресо-гарантии», которая смогла повысить уровень своей известности с 36% до 50%. Не потерялась среди конкурентов, оперирующих на исследуемом рынке и компания «ВСК», увеличившая осведомленность россиян о своей деятельности на 9 процентных пунктов (см. рис. №1).

Видимо, финансовый кризис расшевелил страховщиков. Чтобы не оказаться выброшенными на берег, большинство из них стало предпринимать ряд действий по работе с аудиторией, направленных на привлечение и удержание клиентов. Это касается, в первую очередь, разработки новых (так называемых антикризисных) страховых продуктов, и привлечение к ним внимания общественности.

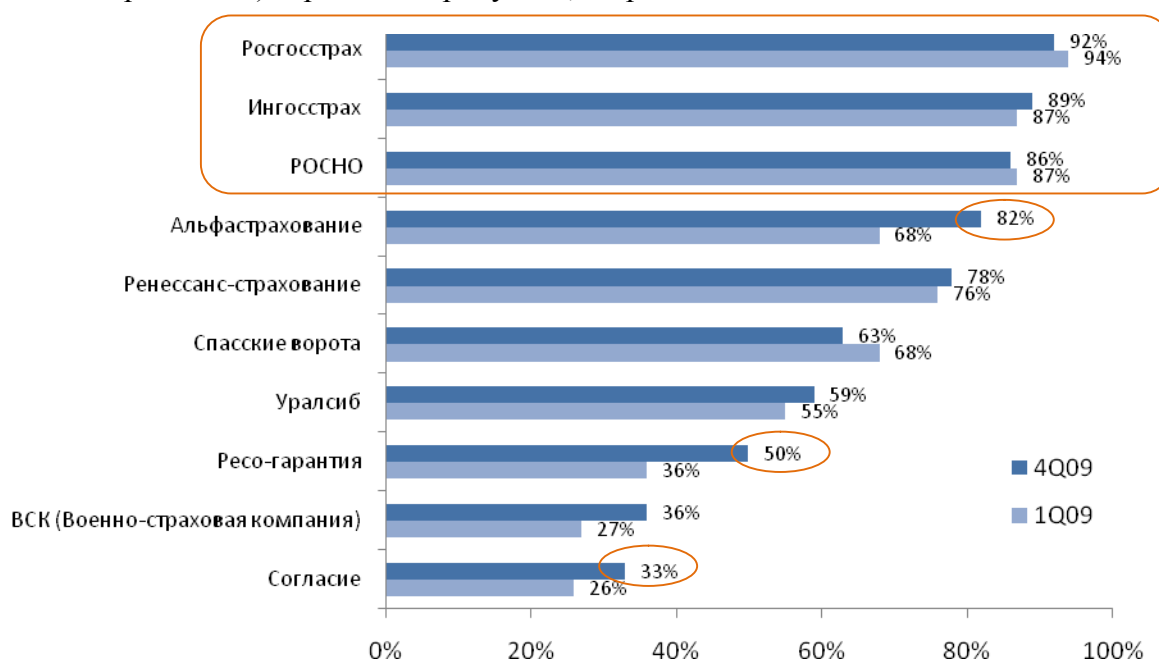


Рис. №1: Знание страховых компаний (4Q09 и 1Q09)

Со знанием логотипов страховщиков дела обстоят несколько иначе. Знание имени той или иной компании и уровень узнавания ее логотипа далеко не всегда совпадают. Так, к примеру, логотип «Ингосстраха» в IV квартале 2009 года, узнали 76% респондентов, в то время как это название этой организации знакомо 89% опрошенных. Компания «Альфастрахование» по итогам года была известна 82%, логотип же организации узнали лишь 63%. Существуют и обратные ситуации. Так, «МСК» известна 28% опрошенных, в то время как ее логотип знает гораздо большее число респондентов – 37%.



Рис. №2: Знание логотипов страховых компаний с подсказкой

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 92 000 респондентов. www.profiresearch.ru

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