

Подведены итоги исследования, которое провела в июне 2014 года одна из крупнейших в мире маркетинговых компаний. Полученные результаты удивили многих бизнесменов: практически все страховые сайты получали больше трети своего трафика из поисковых систем.

Для раскрутки сайта компания-владелец использует множество инструментов, в их числе наполнение ресурса уникальным контентом, который перед размещением проверяет специальная система-антиплагиат. Недавно одно из ведущих мировых маркетинговых агентств провело исследование трафика страховых сайтов и выяснило, что значительная часть посетителей приходит на веб-ресурсы по ссылкам из поисковых систем.

Как отметили эксперты, среди поискового трафика лидирует официальный сайт компании State Farm – его доля составляет 36%, второе место за GEICO, а на третьей строчке оказался сайт компании Progressive. Однако при этом оба этих сайта вышли в лидеры при поисковой выдаче по запросу «автострахование».

Как отмечают сотрудники агентства, распределение первых мест во многом обусловлено тем, что онлайн-потребители обычно не указывают в запросе конкретные компании, а дают общий запрос.

Если говорить о тематических страницах, то в поисковиках тематика «автострахование» за второй квартал 2014 года выглядит так: 10,4% принадлежит Progressive, 6,2% – GEICO, и всего 4,9% – компании Esurance.

Одновременно специалисты собрали информацию о наиболее частых запросах пользователей, ищущих страховые компании. Ими стали такие слова, как «авто», «жизнь» и «здоровье».

Источник: [Статистика.ру](http://statistika.ru) , 11.08.14