

В 2011 году к наиболее перспективным и быстро растущим каналам продаж услуг по страхованию от несчастных случаев и болезней могут быть отнесены:

⋮

- WSM (продажи на рабочих местах) – в 2–2,5 раза;

- продажи через автосалоны – в 1,5–1,6 раза;

- банковские продажи (страхование заемщиков и «несвязанные» банковские продажи) – на 49%;

- прямые корпоративные продажи – на 47%;

- брокерские продажи (в основном, по юридическим лицам) – на 43%;

- кросс-продажи с другими видами страхования – на 30–35%.

Более скромные показатели темпов прироста отмечаются по агентскому каналу, по каналам продаж туристам и путешественникам, по продажам через школы и спортивные организации.

Подробная структура каналов и механизмов продаж полисов страхования от несчастных случаев и болезней, а также динамика за период 2008–2010 гг. приводятся в новом маркетинговом исследовании «Страхование от несчастных случаев и болезней в 2010–2011 гг.: показатели и программы по сегментам, каналы продаж, прогноз

развития».

Помимо каналов и механизмов продаж в исследовании представлена уникальная информация по страхованию от несчастных случаев и болезней за счет юридических лиц, которая основана на предложениях страховщиков по запросу реального юридического лица. Приведенная информация позволяет:

– оценить характер программ страхования от НС компаний-конкурентов по 12 ключевым параметрам (изучить первичные предложения и их обработанные версии, позволяющие производить сравнение);

– получить представление об основных тенденциях в модификациях программного предложения по страхованию от несчастных случаев для юридических лиц;

– изучить тарифы 10 ведущих страховщиков по страхованию от несчастных случаев и их динамику по сравнению с 2010 годом;

– ознакомиться с методами стимулирования продаж ведущих компаний-конкурентов.

Отличительной чертой нового маркетингового исследования по страхованию от несчастных случаев и болезней является изучение показателей и программ, а также особенностей организации продаж по следующим сегментам:

– банковские продажи;

– WSM-продажи (продажи на рабочих местах);

– кросс-продажи с другими страховыми услугами и целевой группе страхователей;

– продажи через автосалоны.

Также в исследовании описан рынок страхования от несчастных случаев и его реальная структура (конкурентный, кэптивный, банковский и схемный сегменты) по итогам 2010 года и I полугодия 2011 года. Показаны ключевые точки роста и стратегии страховщиков на рынке страхования от несчастных случаев и болезней.

Кроме того, в исследовании приводится новый прогноз развития рынка страхования от несчастных случаев в Российской Федерации до 2014 года (включительно).

Существенно расширить границы использования нового маркетингового исследования по страхованию от несчастных случаев и болезней поможет расширенное электронное приложение, которое включает разделы «Предложения для юридических лиц», «Правила страхования от несчастных случаев и болезней», «Таблицы выплат при телесных повреждениях».

Более подробно о маркетинговом исследовании « [Страхование от несчастных случаев и болезней в 2010–2011 гг.: показатели и программы по сегментам, каналы продаж, прогноз развития](#) » можно узнать из анонса, в котором представлена полная информация о структуре исследования, а также о таблицах и диаграммах, содержащихся в нем.

Источник: www.wiki-ins.ru, 03.08.11

Автор: Брызгалов Д.