

В аналитическом исследовании представлена **эсклюзивная информация** по следующим специализированным аспектам:

1. Проанализирована структура каналов продаж на страховом рынке РФ в 1 полугодии 2010 года в целом и в разрезе по агентскому, брокерскому каналам, прямым (офисным) продажам, дистрибьюции через банки и автосалоны, через прочие каналы.
2. Представлена структура каналов продаж в 1 полугодии 2010 года по 8 видам страхования: КАСКО, ОСАГО, «Зеленая карта», страхование жизни, ДМС, страхование от несчастных случаев и болезней, страхование имущества юридических лиц, страхование имущества физических лиц.
3. Проанализированы тенденции в динамике структуры каналов продаж за 2007-2009 гг в целом по рынку и по 8 видам страхования.
4. Произведена оценка структуры каналов продаж на страховом рынке по итогам 2010 года в целом и по 8 видам страхования.
5. Выделены ключевые тенденции в модификации структуры каналов продаж на 2011 год.

Важнейшие практические аспекты использования результатов исследования:

- Определение доли страховой компании по ключевым каналам продаж страховых услуг;
- Сравнение темпов прироста / убыли премий, собираемых страховщиком по различным каналам продаж, с темпами прироста / убыли канала продаж, что позволит понять реальный вектор его развития у страховщика;
- Использование данных прогноза структуры каналов продаж на 2010-2011 год для выделения приоритетных направлений продаж в ближайшей перспективе, в том числе и в процессе бюджетирования;
- Использование прогноза структуры продаж по 8 видам страхования для подготовки специальных страховых программ для продвижения через перспективные каналы;
- Для составления прогноза по сбору премий страховой компанией по каналам продаж на 2010-2011 гг.

Исследование представлено на **33 страницах**, содержит **50 графиков**.

Стоимость исследования составляет 29000 (двадцать девять тысяч) рублей.

Исследование предоставляется в печатном виде (**цветные графики**) на русском языке.

Структура исследования

Цели, задачи и методология исследования

1. Общая характеристика и структура каналов продаж на страховом рынке Российской Федерации в 2009-2010 гг
2. Структура и динамика каналов продаж по видам страхования
 - 2.1 Структура каналов продаж по добровольному автострахованию в 2010 году
 - 2.2 Структура каналов продаж на рынке ОСАГО в 2010 году
 - 2.3 Структура каналов продаж на рынке «Зеленая карта» в 2010 году
 - 2.4 Структура каналов продаж по добровольному медицинскому страхованию в 2010 году
 - 2.5 Структура каналов продаж по страхованию от несчастных случаев и болезней в 2010 году

году

2.6 Структура каналов продаж по страхованию жизни в 2010 году

2.7 Структура каналов продаж по страхованию имущества юридических лиц (за исключением автострахования) в 2010 году

2.8 Структура каналов продаж по страхованию имущества физических лиц (за исключением автострахования) в 2010 году

3. Основные тенденции в развитии каналов продаж в 2010-2011 гг

Таблицы и графики исследования по разделам

К разделу 1 (14 рисунков)

Рис.1.1 Структура каналов продаж на страховом рынке в 1 полугодии 2010 года (за исключением ОМС)

Рис.1.2 Структура каналов продаж на страховом рынке в 2009 году (за исключением ОМС)

Рис.1.3 Динамика структуры каналов продаж на страховом рынке в 2007-2009 году (за исключением ОМС)

Рис.1.4 Доля агентского канала продаж по различным видам страхования в 2008-2010 гг

Рис.1.5 Структура агентского канала продаж в 1 полугодии 2010 года по видам страхования

Рис.1.6 Доля брокерского канала продаж по различным видам страхования в 2008-2010 гг

Рис.1.7 Структура брокерского канала продаж в 1 полугодии 2010 года по видам страхования

Рис.1.8 Доля прямых продаж по различным видам страхования в 2008-2010 гг

Рис.1.9 Структура канала прямых продаж в 1 полугодии 2010 года по видам страхования

Рис.1.10 Доля продаж через банки по различным видам страхования в 2008-2010 гг

Рис.1.11 Структура канала банковских продаж в 1 полугодии 2010 года по видам страхования

Рис.1.12 Доля продаж через автосалоны по различным видам страхования в 2008-2010 гг

Рис.1.13 Структура канала продаж через автосалоны в 1 полугодии 2010 года по видам страхования

Рис.1.14 Доля прочих каналов продаж по различным видам страхования в 2008-2010 гг

К разделу 2 (27 рисунков)

Рис.2.1.1 Структура каналов продаж на рынке КАСКО в 1 полугодии 2010 года

Рис. 2.1.2 Структура каналов продаж на рынке КАСКО в 2009 году

Рис.2.1.3 Сравнение каналов продаж по добровольному автострахованию (КАСКО) в 2006-2010 гг

Рис.2.2.1 Структура каналов продаж на рынке ОСАГО в 1 полугодии 2010 года

Рис.2.2.2 Структура каналов продаж на рынке ОСАГО в 2009 году

Рис.2.2.3 Динамика структуры каналов продаж на рынке ОСАГО в 2008-2010 гг

Рис.2.3.1 Структура каналов продаж на рынке «Зеленая карта» в 2009 году

Рис.2.3.2 Динамика каналов продаж на рынке «Зеленая карта» в 2009-2010 гг

Рис.2.4.1 Структура каналов продаж на рынке ДМС в 1 полугодии 2010 года

Рис.2.4.2 Структура каналов продаж на рынке ДМС в 2009 году

Рис.2.4.3 Динамика структуры каналов продаж на рынке ДМС в 2007-2010 гг

Рис.2.5.1 Структура каналов продаж на рынке страхования от несчастных случаев в 1 полугодии 2010 года

Рис.2.5.2 Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования от несчастных случаев в 1 полугодии 2009-2010 года

Рис.2.5.3 Структура каналов продаж на рынке страхования от несчастных случаев в 2009 году

Рис.2.5.4 Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования от несчастных случаев в 2008-2010 года

Рис.2.6.1 Структура каналов продаж на рынке страхования жизни в 1 полугодии 2010 года

Рис.2.6.2 Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования жизни в первом полугодии 2008-2010 гг

Рис.2.6.3 Структура каналов продаж на рынке страхования жизни в 2009 году

Рис.2.6.4 Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования жизни в 2008-2010 гг

Рис.2.7.1 Каналы продаж на рынке страхования имущества юридических лиц в 1 полугодии 2010 года

Рис.2.7.2 Динамика каналов продаж на рынке страхования имущества юридических лиц в 2009-2010 гг

Рис.2.7.3 Каналы продаж в сегменте «корпоративной розницы» рынка страхования имущества юридических лиц в 2010 году

Рис.2.7.4 Динамика каналов продаж в сегменте «корпоративная розница» рынка страхования имущества юридических лиц в 2007-2010 гг

Рис.2.7.5 Каналы продаж в сегменте страхования имущества крупного бизнеса в 2010 году

Рис.2.7.6 Динамика каналов продаж в сегменте страхования имущества крупного бизнеса в 2008-2010 гг

Рис.2.8.1 Структура каналов продаж на рынке страхования имущества физических лиц в 2009 году

Рис.2.8.2 Динамика структуры каналов продаж в сегменте страхования имущества физических лиц в 2007-2010гг

К разделу 3 (9 рисунка)

Рис.3.1 Оценка структуры каналов продаж страховых услуг в Российской Федерации на 2010 год

Рис.3.2 Динамика структуры каналов продаж на страховом рынке в 2007-2010 гг

Рис.3.3 Оценка структуры каналов продаж на рынке КАСКО в 2010 году

Рис.3.4 Оценка структуры каналов продаж на рынке ОСАГО в 2010 году

Рис.3.5 Оценка структуры каналов продаж на рынке страхования от несчастных случаев и болезней в 2010 году

Рис.3.6 Оценка структуры каналов продаж на рынке ДМС в 2010 году

Рис.3.7 Оценка структуры каналов продаж на рынке страхования жизни в 2010 году

Рис.3.8 Оценка структуры каналов продаж на рынке страхования имущества юридических лиц в 2010 году

Рис.3.9 Оценка структуры каналов продаж на рынке страхования имущества физических

лиц в 2010 году