

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

*Пресс-релиз*

*Согласно данным исследования страхового рынка<sup>\*</sup>, в 2009 году респондентам оказались наиболее знакомы такие компании как «Росгосстарх», «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.

---

<sup>\*</sup> В исследовании «Мониторинг страхового рынка. Страховые компании» участвуют 7 100 российских граждан в возрасте от 21 до 55 лет, принимающих финансовые решения или оказывающих влияние на принятие решений в семье. Исследование проводится методом анкетного опроса респондентов через Online панель Profi Online Research в 13 крупнейших городах страны: Москва, Санкт-Петербург, Казань, Челябинск, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Нижний Новгород, Уф, Екатеринбург, Самара, Омск, Пермь, Волгоград.

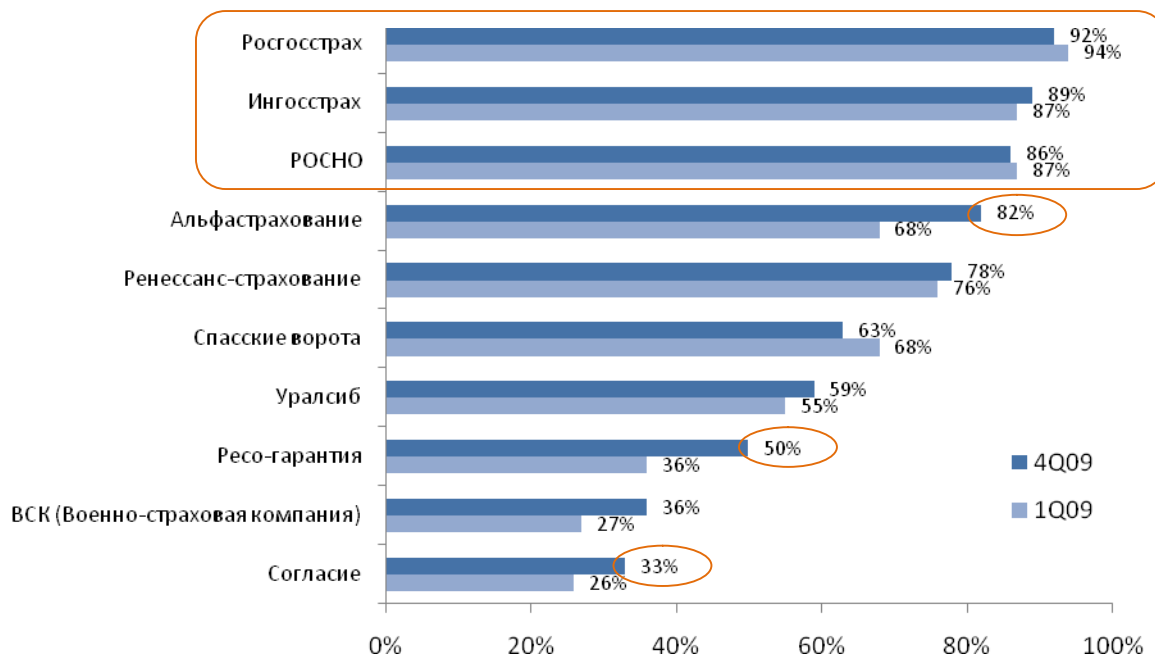


Рис. №1: Знание страховых компаний (4Q09 и 1Q09)

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:**

Компания [Profiresearch.ru](http://Profiresearch.ru) работает с 2006 года, специализируется на проведении маркетинговых исследований, основанных на передовых Интернет-технологиях. На данный момент Online-панель компании насчитывает более 92 000 респондентов. По вопросам информационного сотрудничества и за дополнительной информацией обращайтесь к Валерии Ериной – тел. (495) 930 06 93, [valeria@profiresearch.ru](mailto:valeria@profiresearch.ru)