



Центр стратегических исследований (ЦСИ) компании «Росгосстрах» подготовил обзор основных показателей деятельности страховщиков с точки зрения потребителей (страхователей) на рынке по данным за 2014 год. «Расчеты произведены на основании трех волн замеров, проведенных в начале, середине и конце прошлого года, – говорит руководитель ЦСИ компании «Росгосстрах», профессор Финансового университета при Правительстве РФ Алексей Зубец. – Обработаны данные, полученные от 23 тыс. респондентов, что гарантирует высокую точность результатов».

В число рассмотренных показателей вошли:

- уровень удовлетворенности страхователей работой страховых компаний;
- удовлетворенность процедурой получения выплат и размером возмещения – если клиент получал выплаты в своей страховой компании;
- удовлетворенность страхователей надежностью страховщика – финансовой устойчивостью компании;
- удовлетворенность потребителей тем, как их компания выполняет взятые на себя обязательства;
- удовлетворенность уровнем обслуживания в компании;
- удовлетворенность доступностью компании – широтой сети удобно расположенных офисов;

– удовлетворенность финансовыми условиями страховщика – уровнем цен, доходностью (если речь идет об инвестиционных страховых продуктах) и системой скидок;

– оценка современности страховой компании по мнению ее клиентов;

– готовность страхователя рекомендовать своего страховщика друзьям и знакомым.

По итогам замеров, проведенных ЦСИ компании «Росгосстрах» в прошлом году, 87% страхователей – физических лиц удовлетворены работой своего страховщика. Показатель по сравнению с данными 2013 года снизился незначительно – на 1 п.п. Доля страхователей, удовлетворенных процедурой и размером выплаты страхового возмещения, составляет 71%. Этот показатель не изменился по сравнению с 2013 годом.

Доля клиентов, считающих своего страховщика надежным, по итогам 2014 года составляет 91% (90% годом ранее). О том, что их компания полностью выполняет взятые на себя обязательства, говорят 86% страхователей (85% по итогам 2013 года). По этим двум параметрам изменения показателей находятся в пределах погрешности измерений.

Сервис, представляемый в офисах страховщиков, считают качественным 89% клиентов (минус 2 п.п. по отношению к данным подобного обзора по итогам 2013 года). Доступной, располагающей широкой сетью представительств, считают свою компанию 89% респондентов (92% по итогам 2013 года). Привлекательными финансовыми условиями своего страховщика находят 77% страхователей, как и год назад. Современной считают свою компанию 90% потребителей страховых услуг. 76% клиентов готовы рекомендовать своего страховщика друзьям и знакомым.

«В целом показатели потребительского восприятия страховых брендов мало меняются последние несколько лет, – говорит Алексей Зубец. – С одной стороны, это свидетельствует о том, что страховщикам удается удерживать стабильный уровень сервиса, несмотря на кризис на рынке ОСАГО. Однако отсутствие явной положительной динамики подтверждает: внутренние ресурсы страхового сообщества для поступательного развития рынка исчерпаны, необходима поддержка отрасли со

стороны государства».

Об этом же говорит изменение отношения к страховщикам в корпоративном сегменте, где восприятие клиентами страховых компаний несколько хуже, чем на рынке массовых продуктов для физических лиц. Это можно объяснить более высокими требованиями к страховщику со стороны руководителей предприятий и их заместителей, опрошенных в рамках исследования ЦСИ компании «Росгосстрах».

В 2014 году на рынке страхования предприятий и организаций доля клиентов, которые довольны работой своего страховщика, сократилась на 3 п.п. Заметно снизилась удовлетворенность процедурой возмещения и размерами выплат (52% довольных в 2014 году против 68% годом ранее). Доля корпоративных клиентов, считающих свою страховую компанию надежной и выполняющей свои обязательства, сократилась на 7 п.п. и 5 п.п. соответственно, при этом оценка качества сервиса осталась на уровне прошлого года (86% удовлетворенных корпоративных клиентов). Доля страхователей, считающих свою страховую компанию доступной, располагающей широкой сетью удобно расположенных офисов, снизилась до 87%. Финансовые условия страховых компаний считают привлекательными 72% руководителей предприятий и их заместителей.

При этом по итогам 2014 года практически не снизилась доля корпоративных клиентов, готовых рекомендовать своего страховщика друзьям и знакомым: сегодня она составляет 72% против 73% в 2013 году.

По итогам прошлого года, как и за весь период наблюдений, «Росгосстрах» с большим отрывом сохраняет позицию самого известного страхового бренда России. Более 90% россиян заявили, что знают бренд; при этом «знание без подсказки» составило 39% участников исследования. Эти показатели примерно в три раза выше, чем у ближайшего конкурента. «Росгосстрах» также сохраняет безусловное лидерство по числу клиентов, намеренных обратиться в компанию, если им понадобится дополнительный страховой полис: согласно данным исследования, в компанию готовы обратиться треть от тех, кто намерен приобрести новое страхование, тогда как к ближайшему конкуренту готов обратиться каждый пятый из тех, кому понадобится страховой полис.

Информация предоставлена компанией

Источник: [Википедия страхования](#) , 16.02.15