

Полис страхования жизни – один из способов защитить свою семью от непредвиденных трат и дисциплинированно, без рывков, скопить сбережения. И клиентом по таким программам может стать любой человек, вне зависимости от его статуса и материального достатка. Но что интересно, Елены и Сергей чаще всего открывают полисы по страхованию жизни (анализировался клиентский портфель агентской сети компании «Allianz РОСНО Жизнь»). О причинах этого рассуждают специалисты компании.

Топ-10

«Мы планируем выпустить новый продукт. И, анализируя профиль клиента, просто ради любопытства, решили заглянуть в перечень имен. На наше удивление, десятка лидеров сформировалась легко», – рассказывают эксперты СК «Allianz РОСНО Жизнь».

Приводим топ имен среди мужчин и женщин.

Мужчины

Женщины

1. Сергей

2. Александр

3. Владимир

4. Андрей

5. Алексей

6. Дмитрий

7. Михаил

8. Евгений

9. Николай

10. Виктор

1. Елена

2. Татьяна

3. Наталья

4. Ирина

5. Ольга

6. Светлана

7. Марина

8. Анна

9. Людмила

10. Галина

О причинах

Первое возможное объяснение – это распространенность имен. В основном клиентами компаний по страхованию жизни становятся люди от 35 до 55 лет. А имя «Сергей», к примеру, в 70-х было одним из самых популярных в России. В 1960–1970 гг. частотность этого имени в Санкт-Петербурге достигла рекордного значения – 133%, в 80-е имя также было модным во всей России.

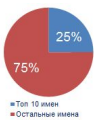
Вторая потенциальная причина – предрасположенность людей совершать те или иные поступки. Астрологи, антропонимисты и восточные мудрецы уверены, что имя в какой-то мере определяет отношение человека к жизни и даже влияет на его судьбу. Исследователи характеризуют людей с именами из приведенного рейтинга как, в том числе, целеустремленных личностей, с развитым чувством долга перед семьей, ценящих порядок и дисциплину, обладающих аналитическим и синтетическим складом ума. Что в целом вполне соответствует характерному портрету клиентов по страхованию жизни. Ведь, как правило, полисы открывают те, кто думает о завтрашнем дне и старается «подстелить соломки».

«Ну а если говорить серьезно, то, конечно, объективных причин не существует. Но мы рады, что в нашей стране все большее количество людей стремится обеспечить себе комфортное «завтра», – оговариваются страховщики.

И еще немного цифр

Если смотреть в процентном соотношении, то доля клиентов с рейтинговыми именами составляет 25% от общего количества клиентов, с которыми работают финансовые консультанты компании «Allianz РОСНО Жизнь». Всего в их перечне более 600 имен.

К слову, доли клиентов – мужчин и женщин практически равны: 56% против 44%.



Источник: www.wiki-ins.ru, 17.07.12