



Дослідження ринку страхових послуг для фізичних осіб

Контактні особи: Дмитро Яблоновський, Лідія Кулиба

GfK Ukraine (044) 230-0260

Для чого потрібне наше дослідження? (1)

У наших Клієнтів - страхових компаній виникають найрізноманітніші запитання...



- Як можна розділити користувачів страхових послуг на сегменти, та в чому специфіка попиту на послуги у кожному з них?

Ось деякі з них

- На які страхові послуги очікувати зростання попиту у майбутньому?

- Ми провели рекламну компанію, як вона вплинула на наш бренд? Що відбувається із брендами конкурентів?

- Як клієнти обирають страховика? З яких джерел беруть інформацію?

Для чого потрібне наше дослідження? (2)

За допомогою яких даних регулярного дослідження страхового ринку GfK Ukraine можна відповісти на питання, що періодично виникають у наших Клієнтів – страхових компаній:

- Як можна розділити користувачів страхових послуг на сегменти, та в чому специфіка попиту на послуги у кожному з них?



Аналіз показників (знання, користування тощо) в розрізі регіонів, розміру населених пунктів, доходу, віку, статусу занятості та рівня освіти респондентів

- На які страхові послуги очікувати зростання попиту у майбутньому?



Динаміка поточного користування, наміри щодо користування страховими послугами у майбутньому

- Як клієнти обирають страховика? З яких джерел беруть інформацію?



**Основні критерії, якими керуються при виборі СК для співпраці або зміни своєї основної СК;
Основні ініціатори відкриття різних страхових послуг;**

- Ми провели рекламну компанію, як вона вплинула на наш бренд? Що відбувається із брендами конкурентів?



**Лідери ринку по знанню та користуванню страховими послугами;
Частки ринку СК та їх потенціал;
Аналіз іміджового сприйняття страхових компаній серед досліджуваної аудиторії;
Аналіз зміни рівня знання СК разом зі зміною рівня знання їх реклами.**



Методологія та характеристики вибірки (1)

Дослідження ринку страхових послуг для фізичних осіб у 2012 році планується проводити у наступному форматі:

Перша частина дослідження:



**1000 інтерв'ю F2F
(вдома у респондента)**

- Рівень знання бренду та реклами СК
- Співпраця із СК
- Привабливість СК
- Поточне користування страховими послугами
- Наміри щодо користування страховими послугами

Вибірка є репрезентативною для населення України за статтю, віком, регіоном проживання та розміром населеного пункту. В опитуванні беруть участь особи старше 16 років.

Методологія та характеристики вибірки (2)

5

Друга частина дослідження:



600 Online інтерв'ю

- Рівень знання бренду та реклами СК
- Рівень задоволеності основною СК
- Рівень знання та користування страховими послугами
- За чиєю ініціативою респонденти користуються страховими послугами
- Джерела інформації про страхові послуги
- Критерії вибору СК
- Імідж СК

Вибірка - респонденти віком від 25 до 50 років, що проживають у містах з населенням 1 млн. та більше, з середнім та вище середнього доходом.

Результати дослідження



Результати дослідження (окремо по Online та F2F частинах дослідження):

1. Аналітичний звіт про дослідження у форматі PowerPoint;
2. Таблиці розподілів у форматі Excel за хвилю за такими параметрами як вік, стать, освіта, професійний статус, рівень добробуту, регіон проживання, розмір населеного пункту, користування страховими послугами;
3. Масив даних в SPSS (за потребою);
4. Презентація звіту про дослідження в м. Києві (за потребою).

Всі результати дослідження надаються в електронному вигляді українською мовою.

Строки проведення дослідження



- Дане дослідження буде проведено у **квітні та жовтні 2012 р.**

- Кожній страховій компанії, яка придбає результати дослідження (по F2F та Online частині), пропонується безкоштовно додати одне питання в анкету Online дослідження.

Вартість результатів дослідження

8



Вартість результатів дослідження:

- Річна підписка (дві хвили) – 43 600 грн. з ПДВ:
 - результати по F2F частині дослідження: 26 600 грн. з ПДВ;
 - результати по Online частині дослідження (за умови придбання даних по F2F частині): 17 000 грн. з ПДВ.
- Підписка на півроку (одна хвиля) – 25 900 грн. з ПДВ:
 - результати по F2F частині дослідження: 15 900 грн. з ПДВ;
 - результати по Online частині дослідження (за умови придбання даних по F2F частині): 10 000 грн. з ПДВ.

Наш досвід та клієнти



GfK Ukraine входить до складу GfK Group, компанії, яка займає перше місце на ринку маркетингових і соціологічних досліджень в Східній Європі і 4-е місце в Європі і в світі. GfK Ukraine є лідером в Україні в сфері маркетингових і соціологічних досліджень.

В компанії GfK Ukraine працює понад 190 штатних співробітників – спеціалістів у різних галузях (соціологи, психологи, економісти, а також спеціалісти в сфері маркетингу, статистики, програмування, математики). GfK Ukraine має 26 регіональних представництв та власну мережу інтерв'юерів (понад 900) і бригадирів в усіх областях України. Інтерв'юери та бригадири постійно проходять навчання, тренінги та інструктажі перед кожним проектом.

В 2006-2011 роках клієнтами GfK Ukraine з дослідження українського ринку страхових послуг для фізичних осіб були такі страхові компанії та організації: Allianz, Дельта життя, Дженералі Гарант, ІНГО Україна, РЗУ Україна, Провідна, Страхові традиції, СКМ Фінанс, Українських страховий альянс / АХА, СК «Універсальна», Uniq, Українська Страхова Група.