

Маркетингове дослідження

Проведемо маркетингове дослідження для страхової компанії «Саламандра» (філія м. Харків).

Компанія прагне краще зрозуміти, хто є її потенційними споживачами. Оцінити популярність та доступність своїх страхових програм та продуктів.

Підрахунок частки клієнтів, готових купувати конкретний страховий продукт, або визначення його прийнятної вартості являються кількісними дослідженнями. Для проведення таких досліджень застосовуються соціологічні опитування за репрезентативною вибіркою, що відображає досліджуваний сегмент страхового ринку або населення в цілому. Як правило, використовуються формалізовані опитування, що пропонують респондентові обмежений вибір відповідей.

ОПИТУВАННЯ

1. Ваша стать:

- ☐ Жіноча
- ☐ Чоловіча

2. Скільки Вам років: _____

3. Чи є Ви громадянином України:

- ☐ Так
- ☐ Ні

4. Чи користувались Ви послугами страхових компаній раніше?

- ☐ Так
- ☐ Ні

5. Чи чули Ви раніше про страхову компанію «Саламандра»?

- ☐ Так
- ☐ Ні

6. В якій страховій послугі Ви зацікавлені найбільше?

- ☐ Автострахування
- ☐ Туристичне страхування
- ☐ Страхівка на випадок захворювання «Covid»
- ☐ Особисте страхування(Застрахувати можна життя і здоров'я, захиститися від ризиків нещасних випадків і пов'язаних з ними витрат на лікування, відновлення працездатності тощо)

7. Чому Ви надасте перевагу:

- Інтернет страхування

(Вибрати оптимальну страхову програму, заповнити потрібні дані, побачити повну суму та сплатити за поліс — усе це ви зробите буквально за 5 хвилин, з будь-якої частину світу й у зручний час. Потрібні тільки смартфон, планшет, ноутбук чи ПК із доступом в інтернет і банківська картка. Одразу після списання коштів із вашого рахунку, ми надсилаємо договір страхування на контактну електронну адресу.)

- Страхування в офісі компанії з безпосереднім спілкуванням із фахівцями

За результатами анкетування:

Серед опитаних більшість було жінок – 63%.

Переважний вік – в діапазоні від 36 до 45 років (34,3%), трохи менше (25,7%) – тих, кому від 46 до 55 років. Зовсім небагато юних читачів – тих, кому від 18 до 25.

Більшість опитаних є громадянами України – 88%

Також більшість вже раніше вже користувалася послугами страхових компаній – 68%

Про нашу страхову компанію раніше чули 72% опитаних.

За популярністю страхових послуг маємо наступний результат:

- 23% - Автострахування
- 5% - Туристичне страхування
- 4% - Страхівка на випадок захворювання «Covid»
- 68% - Особисте страхування

74,3% надають перевагу спілкуванню з компанією у форматі онлайн – за допомогою чат-ботів, месенджера у Facebook та sms-повідомлень та Інтернет страхуванню.

А 14,3% люблять живе спілкування з фахівцями, тому особисто навідуються в офіс компанії.

Висновок:

На основі інформації, отриманої в ході маркетингового дослідження, можемо стверджувати, що страхова компанія «Саламандра» веде досить успішну діяльність. Дане опитування допомогло виділити основні види страхування в яких зацікавлені наші клієнти, тому тепер компанія може сконцентруватися на їх покращенні. Також позитивним буде покращення та пошвидшення надання послуг Онлайн.