

«Росгосстрах», РОСНО и «Ингосстрах» – наиболее известные и узнаваемые отечественные страховые бренды. И состав тройки лидеров не меняется в течение последних пяти лет.

Об этом свидетельствуют результаты совместного исследования Национального агентства финансовых исследований (НАФИ) и ИА «Страхинфо» в апреле 2012 г. В рамках опроса узнаваемость понимается как знание с подсказкой, когда потребитель узнает бренд, если видит его или слышит о нем. А известность трактуется как спонтанное знание бренда – если потребитель самостоятельно (без подсказки) вспоминает и называет бренд.

«Росгосстрах» традиционно лидирует в рейтинге узнаваемости со значительным отрывом от остальных страховщиков – бренд этой компании знаком 90% россиян (см. табл. №1). Узнаваемость таких компаний, как «РОСНО» и «Ингосстрах» значительно ниже (56% и 53% соответственно). Страховые компании второй тройки рейтинга узнаваемости («АльфаСтрахование», «СОГАЗ» и «УралСиб») знакомы пока не более трети россиян.

Примечательно, что 6 из 10 страховщиков, входящих в топ-10 рейтинга, демонстрировали до 2011 г. динамичный рост уровня узнаваемости (рост составлял от 11 до 24 процентных пунктов в год). Узнаваемость страховщиков второй десятки рейтинга росла менее интенсивно (от 1 до 5 п.п. в год). Однако в 2012 г. тенденция изменилась. Темп роста уровня узнаваемости лидеров рейтинга замедлился, а у компаний второй десятки – остался на прежнем уровне. В результате максимальный прирост показателя узнаваемости составил 5 п.п., и продемонстрировала его страховая компания «Согласие», не вошедшая в десятку лидеров.

Показатели уровня известности российских страховых компаний традиционно значительно ниже узнаваемости. Рейтинг спонтанного знания также неизменно возглавляет крупнейший отечественный страховщик – «Росгосстрах» (см. табл. №2). Показатель известности этого бренда на протяжении последних пяти лет остается стабильным – без подсказки данную компанию вспоминает половина россиян.

Известность РОСНО – в два раза ниже по сравнению с лидером (всего 21%). Замыкает топ-3 «Ингосстрах» – уровень спонтанного знания этого бренда составляет 9%. Показатели известности других страховщиков – участников топ-10 рейтинга по-прежнему остаются на минимальном уровне.

Инициативный всероссийский опрос НАФИ. Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 регионах России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%.

Таблица 1. Рейтинг узнаваемости (знание с подсказкой) страховых компаний, % от респондентов

Декабрь 2009

Май 2011

Апрель 2012

Росгосстрах

62

86

89

РОСНО

38

55

56

Ингосстрах

43

50

53

АльфаСтрахование

36

30

31

СОГАЗ

12

28

28

УралСиб

14

27

25

ВТБ Страхование

нет данных

нет данных

25

Ренессанс Страхование

21

26

23

Югория

5

16

15

РЕСО-Гарантия

13

15

15

** Сумма ответов превышает 100%, т.к. вопрос предусматривал возможность множественного выбора.*

Источник: НАФИ

Таблица 2. Рейтинг известности (спонтанное знание), % от респондентов

Март 2007

Апрель 2012

Росгосстрах

57

53

РОСНО

23

21

Ингосстрах

13

9

АльфаСтрахование

5

5

СОГАЗ

нет данных

5

РЕСО-Гарантия

4

4

МАКС

2

4

Согласие

0

4

УралСиб

4

3

Югория

1

3

** Сумма ответов превышает 100%, т.к. вопрос предусматривал возможность множественного выбора.*

Источник: НАФИ

Источник: [Национальное агентство финансовых исследований](#) , 19.04.12