

«Ингосстрах» стал лидером рейтинга удовлетворенности потребителей услугами автострахования (каско), согласно итогам исследования EPSI Rating (Европейский индекс удовлетворенности заинтересованных сторон).

Индекс удовлетворенности клиентов «Ингосстраха» в рамках программ каско составил 76,4 балла (по 100-балльной шкале). Это наивысший результат рейтинга, свидетельствующий о том, что клиенты «Ингосстраха» высоко оценивают качество работы страховой компании по программам добровольного автострахования.

Опрос проводился среди владельцев полисов каско, имеющих опыт обращения в страховую компанию за возмещением. В ходе исследования были опрошены 2000 респондентов – клиенты 9 ведущих страховых компаний, проживающие в Москве и Московской области.

В ходе исследования потребителей просили оценить удовлетворенность работой страховой компании по нескольким аспектам. Респонденты оценивали репутацию (имидж) страховой компании в обществе, ожидания до взаимодействия, качество продукта и качество обслуживания, а также соотношение «цена-качество». Лидером по качеству обслуживания клиенты также признали компанию «Ингосстрах».

Результаты исследования показали, что потребители услуг автострахования очень критично относятся к выбору страховой компании при покупке полиса каско. В целом по рынку индекс удовлетворенности российских потребителей качеством работы страховых компаний соответствует среднему уровню оценки удовлетворенности потребителей в рамках шкалы EPSI.

EPSI Rating (Европейский индекс удовлетворенности заинтересованных сторон) – это комплексная система для сбора, анализа и распространения информации об имидже, предпочтениях и воспринимаемом качестве, а также о лояльности потребителей, сотрудников и других заинтересованных сторон коммерческих компаний,

неправительственных и правительственных организаций. В рамках проекта EPSI Rating исследуются наиболее значимые потребительские сектора экономики, в том числе отрасль страхования. С 2012 года принято решение провести глубокий анализ рынка и в России. Индексы удовлетворенности и лояльности рассчитываются с помощью единого аналитического метода, применяемого во всех странах Европы и США, на основе ответов респондентов на 50 вопросов.

Источник: www.wiki-ins.ru, 17.07.12