

В канун любимых зимне-весенних "гендерных" праздников специалисты «Зетта Страхование» проанализировали половозрастную структуру клиентов-автомобилистов. Подавляющее большинство страхователей – мужчины, но женщины склонны меньше экономить на страховках.

В целом, сбалансированный клиентский портфель «Зетта Страхование» повторяет гендерную структуру населения страны: порядка 46-48% клиентов – мужчины, а 52-54% – женщины. В имущественных видах страхования и в сегменте страхования выезжающих за рубеж преобладают покупатели – дамы (57% и 65% соответственно). В моторном страховании традиционно доминируют мужчины и занимают долю в 70% в структуре клиентского портфеля компании.

Анализируя финансовое поведение страхователей, эксперты «Зетта Страхование» обратили внимание на, что женщины в меньшей степени склонны использовать усеченные страховые продукты и КАСКО с франшизой. Также дамы не стремятся экономить на дополнительных опциях. В этой связи средняя стоимость полиса для женщины-водителя традиционно выше, чем для автовладельца-мужчины. Так, средний чек на покупку полиса эконом-КАСКО для мужчин составляет 8500 рублей, а для женщин – 8800 рублей. Стоимость полного КАСКО в компании «Зетта Страхование» мужчинам обходится в среднем в 35 000 рублей, а дамам – на 3-4 тысячи больше, как раз именно потому, что женщины предпочитают покупать полное КАСКО, не экономя на опциях.

«Главная задача страховщика – правильно определить запрос целевой аудитории и своевременно предложить нужный продукт. Поэтому некоторые страховщики периодически возвращаются к мысли о разработке продуктов со специальными опциями как для мужчин, так и для женщин. Прекрасный пол в большей степени нуждается в тонких настройках, большей заботе о «мелочах», к которым мужчины относятся с некоторой долей пренебрежения – например, помощь на дороге или выезд аварийного комиссара. Поздравляем мужчин с праздником защитника отечества и желаем каждому беспрепятственного пути. И, конечно, самые большие комплименты нашим женщинам, которым мы желаем счастья, любви и защиты», — рассказал директор по маркетингу ООО «Зетта Страхование» Фёдор Стоянов