

Ежегодное аналитическое исследование «Каналы продаж на страховом рынке Российской Федерации в 2011 году».

В аналитическом исследовании «Каналы продаж на страховом рынке Российской Федерации в 2011 году», подготовленном проектом «Страховой маркетинг», содержится наиболее полная и систематизированная информация по каналам продаж на страховом рынке по итогам I полугодия 2011 года и 2010 года.

Уникальность исследования заключается в том, что при его подготовке была использована внутренняя информация из более чем 15 ведущих страховщиков по структуре каналов продаж в I полугодии 2011 года.

В исследовании представлены три больших блока аналитической информации: каналы продаж в целом, каналы продаж по ключевым видам страхования и оценка каналов продаж в 2011 году.

Блок **«Каналы продаж»** позволяет получить обобщенную информацию по следующим вопросам:

- структура каналов продаж и ее динамика на страховом рынке (за исключением ОМС) по итогам I полугодия 2011 года и 2010 года;

- характеристика отдельных каналов продаж страховых услуг: показатели по каналу и их динамика, премиями по каким видам наполнен канал продаж, каковы доли канала в структуре премий по видам страхования. В исследовании изучены агентский, брокерский, офисный, банковский, автосалонный, лизинговый каналы продаж страховых услуг.

Блок «**Каналы продаж по ключевым видам страхования**» включает информацию по таким актуальным вопросам:

- структура каналов продаж и ее динамика по определенному виду страхования в I полугодии 2011 года и 2010 году;

- динамика премий, собираемых по различным каналам продаж по определенным видам страхования, в I полугодии 2010–2011 гг. и в 2009–2010 гг. В исследовании изучены каско, ОСАГО, страхование имущества физических лиц, страхование имущества юридических лиц, страхование жизни, страхование от несчастных случаев и болезней, ДМС.

Блок «**Оценка каналов продаж в 2011 году**» предоставляет ожидаемую структуру каналов продаж в 2011 году, а также качественные тенденции развития каналов продаж на период 2011–2012 гг.

**Для чего исследование** необходимо в деятельности страховых компаний?

1. Исследование позволяет получить самую полную и свежую информацию о структуре каналов продаж на страховом рынке Российской Федерации по итогам I полугодия 2011 года.

2. Исследование предоставляет возможность аналитическим службам страховых компаний в отчетных или рекламных документах ссылаться на авторитетный источник информации, например, при определении доли страховой компании по ключевым каналам продаж страховых услуг.

3. Результаты исследования позволяют сравнить темпы прироста / убыли премий, собираемых страховщиком по различным каналам продаж, с темпами прироста / убыли канала продаж и понять реальный вектор его развития у страховщика, а следовательно, оценивать и планировать деятельность «канальных» подразделений.

4. Качественная и количественная оценка структуры каналов продаж на 2011–2012 гг. позволяет страховой компании выделить приоритетные направления продаж в ближайшей перспективе, в том числе и в процессе бюджетирования.

Исследование состоит из **9 разделов**, представленных на **46 страницах**, и содержит **77 таблиц и рисунков-графиков**

**Стоимость исследования** составляет 35000 (тридцать пять тысяч) рублей.

Исследование предоставляется в печатном виде (**цветные графики**) на русском языке.

**Содержание исследования**

Цели, задачи и методология исследования

1. Общая характеристика и структура каналов продаж на страховом рынке Российской Федерации в I полугодии 2010–2011 гг.
2. Каналы продаж на рынке каско в I полугодии 2011 года и в 2007–2010 гг.
3. Каналы продаж на рынке ОСАГО в I полугодии 2011 года и в 2008–2010 гг.
4. Каналы продаж на рынке страхования имущества физических лиц в I полугодии 2011 года и в 2008–2010 гг.
5. Каналы продаж на рынке страхования имущества и ответственности юридических лиц в I полугодии 2011 года и в 2008–2010 гг.
6. Каналы продаж на рынке страхования жизни в I полугодии 2011 года и в 2008–2010 гг.
7. Каналы продаж на рынке страхования от несчастных случаев в I полугодии 2011 года и в 2008–2010 гг.
8. Каналы продаж на рынке ДМС в I полугодии 2011 года и в 2008–2010 гг.
9. Основные тенденции в развитии каналов продаж на страховом рынке Российской Федерации на 2011–2012 гг.

## **Таблицы и графики исследования**

*К разделу 1 (23 таблицы и рисунка-графика)*

Рис.1.1. Структура каналов продаж на страховом рынке в I полугодии 2011 года (за исключением ОМС)

Рис.1.2. Динамика структуры каналов продаж на страховом рынке (за исключением ОМС) в I полугодии 2010–2011 гг.

Таб.1.1. Премии по каналам продаж на страховом рынке Российской Федерации в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.1.3. Структура каналов продаж на страховом рынке в 2010 году (за исключением ОМС)

Рис.1.4. Динамика структуры каналов продаж на страховом рынке в 2009–2010 гг. (за исключением ОМС)

Таб.1.2. Премии по каналам продаж на страховом рынке Российской Федерации в 2009–2010 гг.

Рис.1.5. Доля агентского канала продаж по различным видам страхования в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.1.6. Структура агентского канала продаж в I полугодии 2011 года по видам

страхования

Рис.1.7. Динамика структуры агентского канала продаж в I полугодии 2010–2011 гг. по видам страхования

Рис.1.8. Доля брокерского канала продаж по различным видам страхования в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.1.9. Структура брокерского канала продаж в I полугодии 2011 года по видам страхования

Рис.1.10. Динамика структуры брокерского канала продаж в I полугодии 2010–2011 гг. по видам страхования

Рис.1.11. Доля офисных (прямых) продаж по различным видам страхования в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.1.12. Структура канала офисных продаж в I полугодии 2011 года по видам страхования

Рис.1.13. Динамика структуры канала офисных продаж в I полугодии 2010–2011 гг. по видам страхования

Рис.1.14. Доля продаж через банки по различным видам страхования в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.1.15. Структура канала банковских продаж в I полугодии 2011 года по видам страхования

Рис.1.16. Динамика структуры канала банковских продаж в I полугодии 2010–2011 гг. по видам страхования

Рис.1.17. Доля продаж через автосалоны по различным видам страхования в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.1.18. Структура канала продаж через автосалоны в I полугодии 2011 года по видам страхования

Рис.1.19. Динамика структуры канала автосалонных продаж в I полугодии 2010–2011 гг. по видам страхования

Рис.1.20. Доля продаж через лизинговые компании по различным видам страхования в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.1.21. Структура канала продаж через лизинговые компании в I полугодии 2011 года по видам страхования.

*К разделу 2 (6 таблиц и рисунков-графиков)*

Рис.2.1. Структура каналов продаж на рынке каско в I полугодии 2011 года

Рис.2.2. Динамика структуры каналов продаж на рынке каско в I полугодии 2010–2011 гг.

Таб.2.1. Премии на рынке каско по каналам продаж в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.2.3. Структура каналов продаж на рынке каско в 2010 году

Рис.2.4. Динамика структуры каналов продаж на рынке каско в 2007–2010 гг.

Таб.2.2. Премии на рынке каско по каналам продаж в 2009–2010 гг.

*К разделу 3 (6 таблиц и рисунков-графиков)*

Рис.3.1. Структура каналов продаж на рынке ОСАГО в I полугодии 2011 года

Рис.3.2. Динамика структуры каналов продаж на рынке ОСАГО в I полугодии 2010–2011 гг.

Таб.3.1. Премии на рынке ОСАГО по каналам продаж в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.3.3. Структура каналов продаж на рынке ОСАГО в 2010 году

Рис.3.4. Структура каналов продаж на рынке ОСАГО в 2008–2010 гг.

Таб.3.2. Премии на рынке ОСАГО по каналам продаж в 2009–2010 гг.

*К разделу 4 (6 таблиц и рисунков-графиков)*



Рис.4.1. Структура каналов продаж на рынке страхования имущества физических лиц в I полугодии 2011 года

Рис.4.2. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования имущества физических лиц в I полугодии 2010–2011 гг.

Таб.4.1. Премии на рынке страхования имущества физических лиц по каналам продаж в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.4.3. Структура каналов продаж на рынке страхования имущества физических лиц в 2010 году

Рис.4.4. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования имущества физических лиц в 2008–2010 гг.

Таб.4.2. Премии на рынке страхования имущества физических лиц по каналам продаж в 2009–2010 гг.

*К разделу 5 (9 таблиц и рисунков-графиков)*

Рис.5.1. Структура каналов продаж на рынке страхования имущества и ответственности юридических лиц в I полугодии 2011 года

Рис.5.2. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования имущества и ответственности юридических лиц в I полугодии 2010–2011 гг.

Таб.5.1. Премии на рынке страхования имущества и ответственности юридических лиц по каналам продаж в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.5.3. Структура каналов продаж на рынке страхования имущества юридических лиц от огня и иных опасностей в I полугодии 2011 года

Рис.5.4. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования имущества юридических лиц от огня и иных опасностей в I полугодии 2010–2011 гг.

Таб.5.2. Премии на рынке страхования имущества юридических лиц от огня и иных опасностей по каналам продаж в I полугодии 2010-2011 гг.

Рис.5.5. Структура каналов продаж на рынке страхования имущества юридических лиц от огня и иных опасностей в 2010 году

Рис.5.6. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования имущества юридических лиц от огня и иных опасностей в 2008–2010 гг.

Таб.5.3. Премии на рынке страхования имущества юридических лиц от огня и иных опасностей по каналам продаж в 2009–2010 гг.

*К разделу 6 (6 таблиц и рисунков-графиков)*

Рис.6.1. Структура каналов продаж на рынке страхования жизни в I полугодии 2011 года

Рис.6.2. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования жизни в I полугодии 2010–2011 гг.

Таб.6.1. Премии на рынке страхования жизни по каналам продаж в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.6.3. Структура каналов продаж на рынке страхования жизни в 2010 году

Рис.6.4. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования жизни в 2008–2010 гг.

Таб.6.2. Премии на рынке страхования жизни по каналам продаж в 2009–2010 гг.

*К разделу 7 (6 таблиц и рисунков-графиков)*

Рис.7.1. Структура каналов продаж на рынке страхования от несчастных случаев в I полугодии 2011 года

Рис.7.2. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования от несчастных случаев в I полугодии 2010–2011 гг.

Таб.7.1. Премии на рынке страхования от несчастных случаев по каналам продаж в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.7.3. Структура каналов продаж на рынке страхования от несчастных случаев в 2010 году

Рис.7.4. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования от несчастных случаев в 2008–2010 гг.

Таб.7.2. Премии на рынке страхования от несчастных случаев по каналам продаж в 2009–2010 гг.

*К разделу 8 (6 таблиц и рисунков-графиков)*

Рис.8.1. Структура каналов продаж на рынке ДМС в I полугодии 2011 года

Рис.8.2. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования ДМС в I полугодии 2010–2011 гг.

Таб.8.1. Премии на рынке ДМС по каналам продаж в I полугодии 2010–2011 гг.

Рис.8.3. Структура каналов продаж на рынке ДМС в 2010 году

Рис.8.4. Динамика структуры каналов продаж на рынке страхования ДМС в 2008–2010 гг.

Таб.8.2. Премии на рынке ДМС по каналам продаж в 2009–2010 гг.

*К разделу 9 (9 рисунков-графиков)*

Рис.9.1. Структура каналов продаж страховых услуг в Российской Федерации на 2011 год (оценка)

Рис.9.2. Динамика структуры каналов продаж на страховом рынке в 2008–2011 гг.

Рис.9.3. Структура каналов продаж на рынке каско в 2011 году (оценка)

Рис.9.4. Структура каналов продаж на рынке ОСАГО в 2011 году (оценка)

Рис.9.5. Структура каналов продаж на рынке страхования имущества и ответственности юридических лиц в 2011 году (оценка)

Рис.9.6. Структура каналов продаж на рынке страхования имущества физических лиц в 2011 году (оценка)

Рис.9.7. Структура каналов продаж на рынке страхования от несчастных случаев в 2011 году (оценка)

Рис.9.8. Структура каналов продаж на рынке ДМС в 2011 году (оценка)

Рис.9.9. Структура каналов продаж на рынке страхования жизни в 2011 году (оценка).

