



ALHORUM

Исследование лояльности клиентов страховых компаний 2014

Рейтинг лояльности клиентов 18-ти страховых компаний России



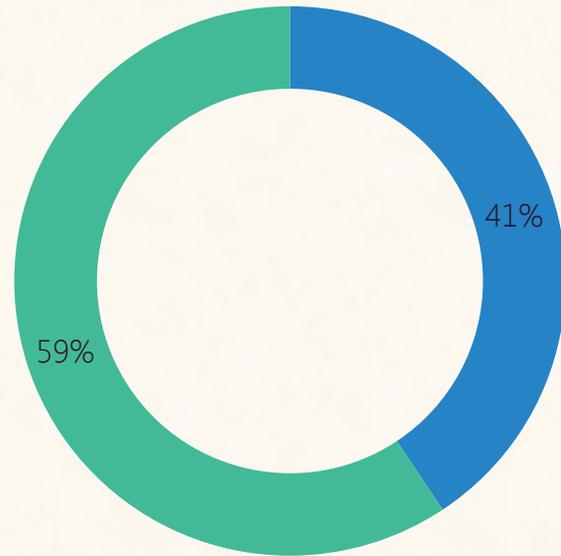
■ Отрицательный ■ ниже среднего ■ выше среднего

33% страховых компаний из исследуемых имеет отрицательный индекс лояльности по методике NPS.

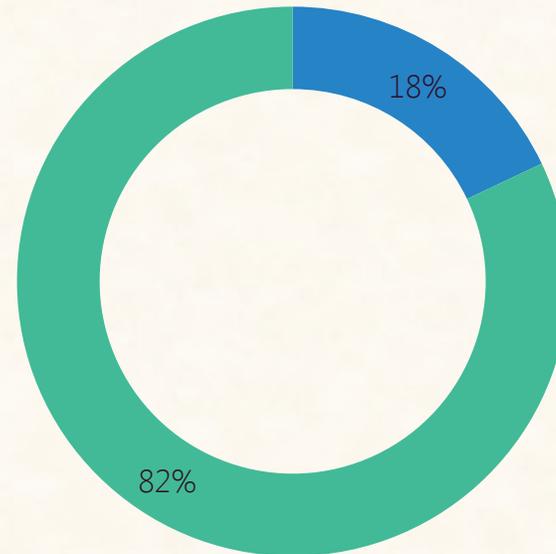
Среднее значение индекса лояльности по положительным значениям составляет 10,2%

Удовлетворенность обслуживанием в страховых компаниях

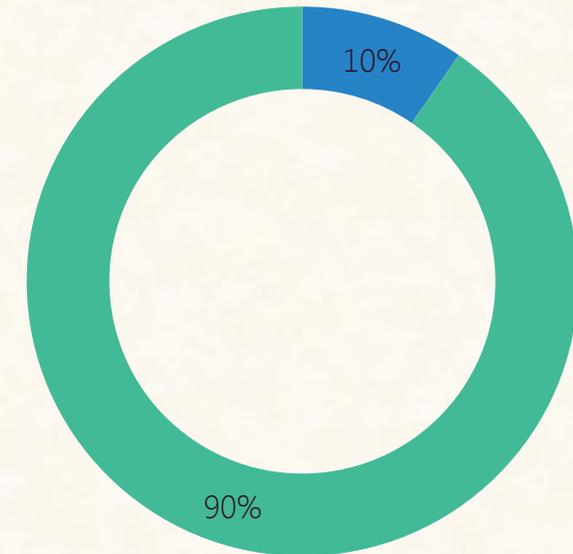
Рейтинг выше среднего



Рейтинг ниже среднего



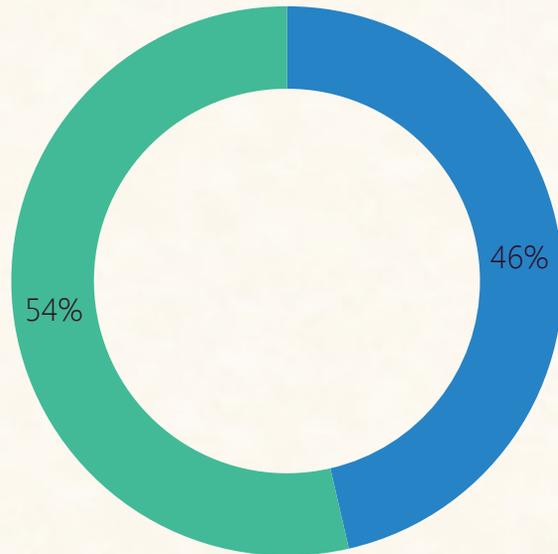
Отрицательный рейтинг



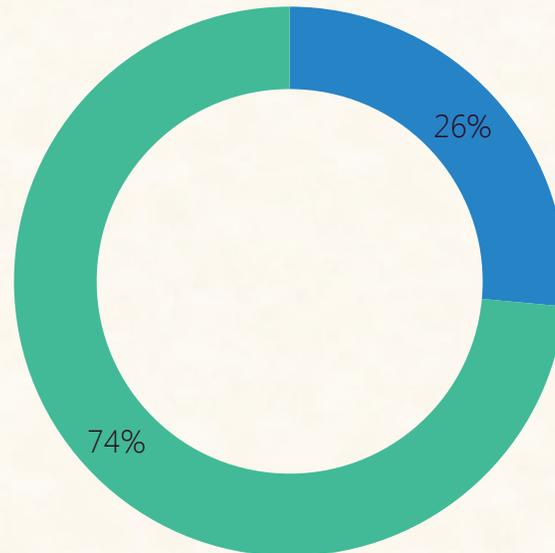
■ Доволен ■ Не доволен

Удовлетворенность размером выплат по страховым случаям

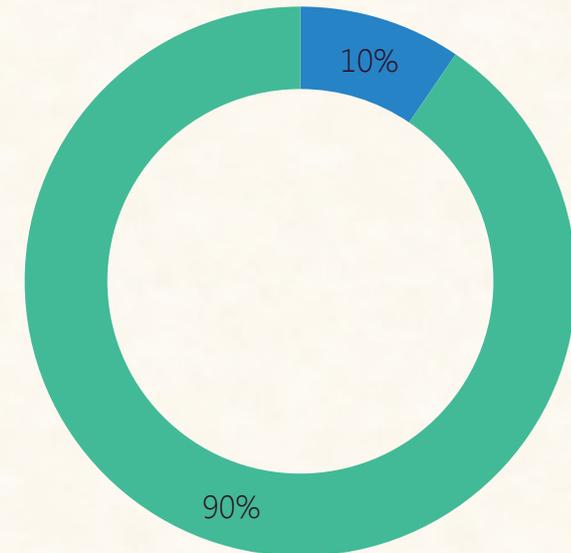
Рейтинг выше среднего



Рейтинг ниже среднего



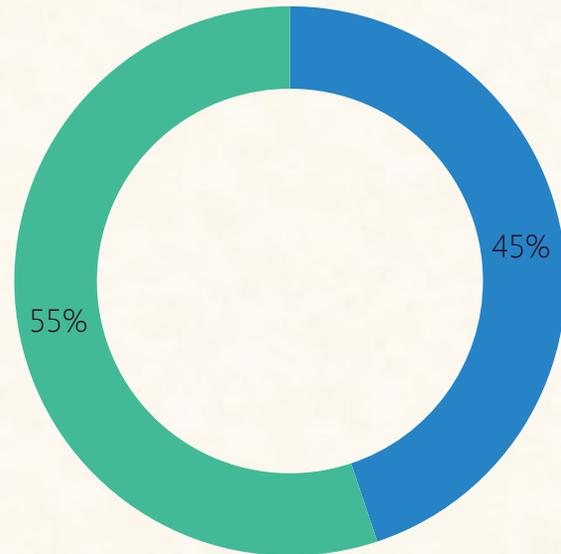
Отрицательный рейтинг



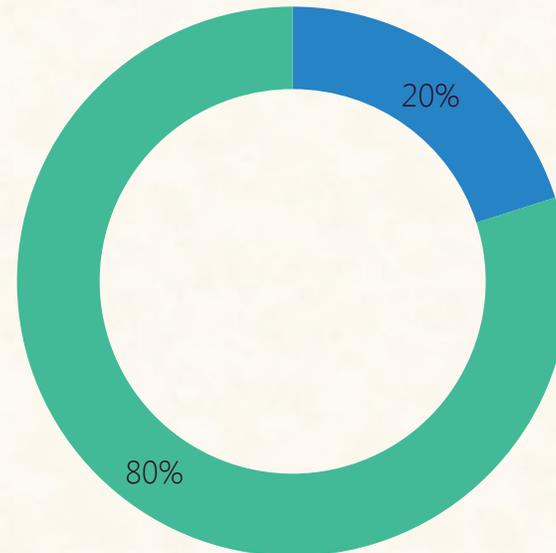
■ Доволен ■ Не доволен

Удовлетворенность быстротой выплат по страховым случаям

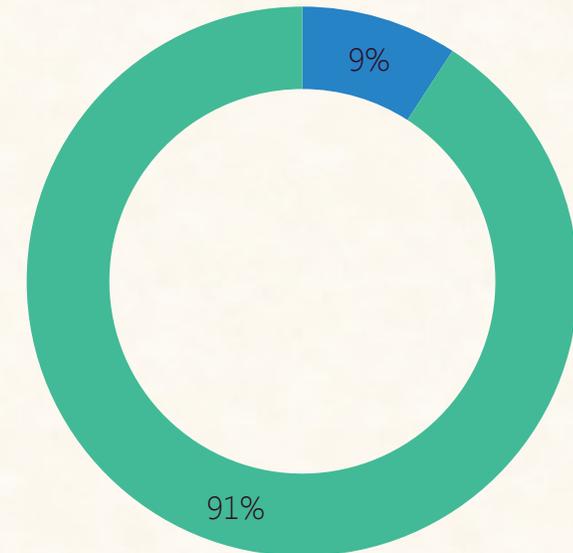
Рейтинг выше среднего



Рейтинг ниже среднего

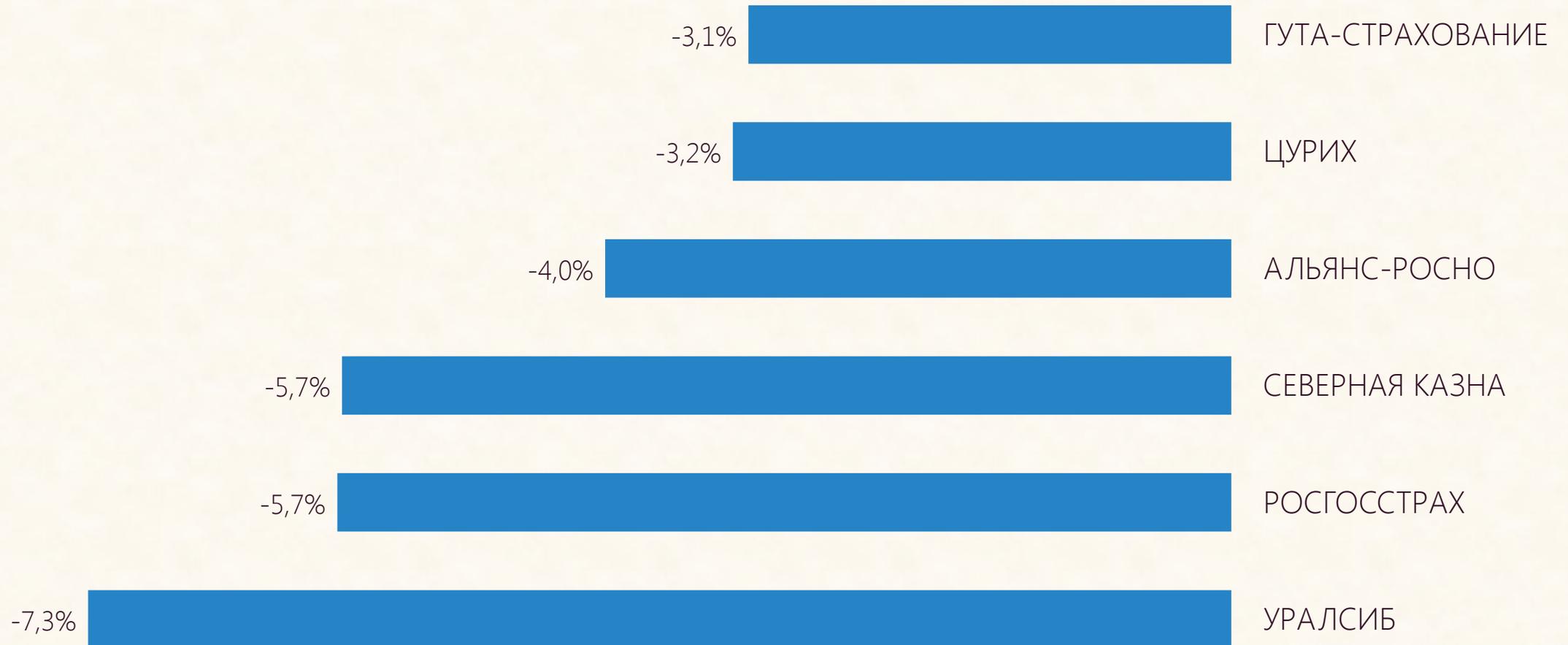


Отрицательный рейтинг

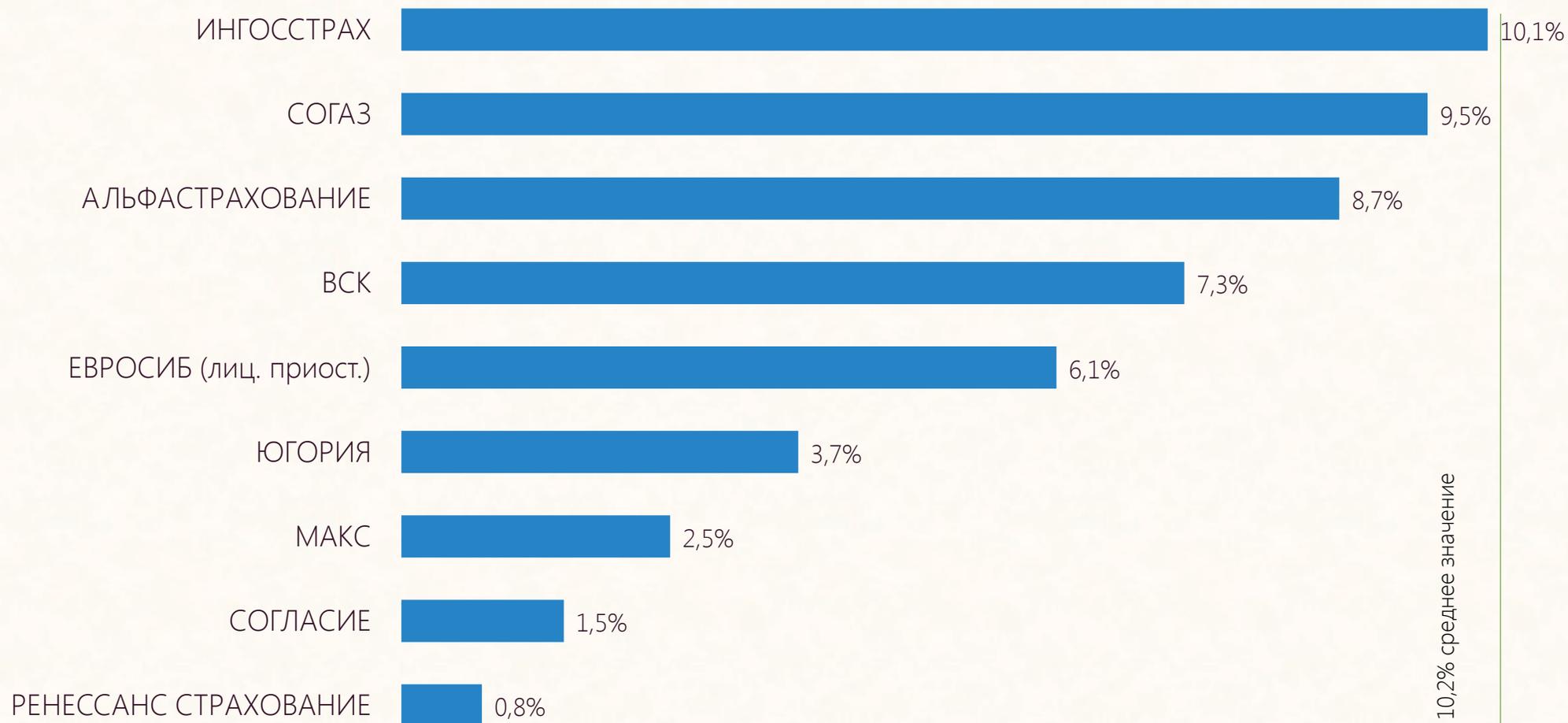


■ Доволен ■ Не доволен

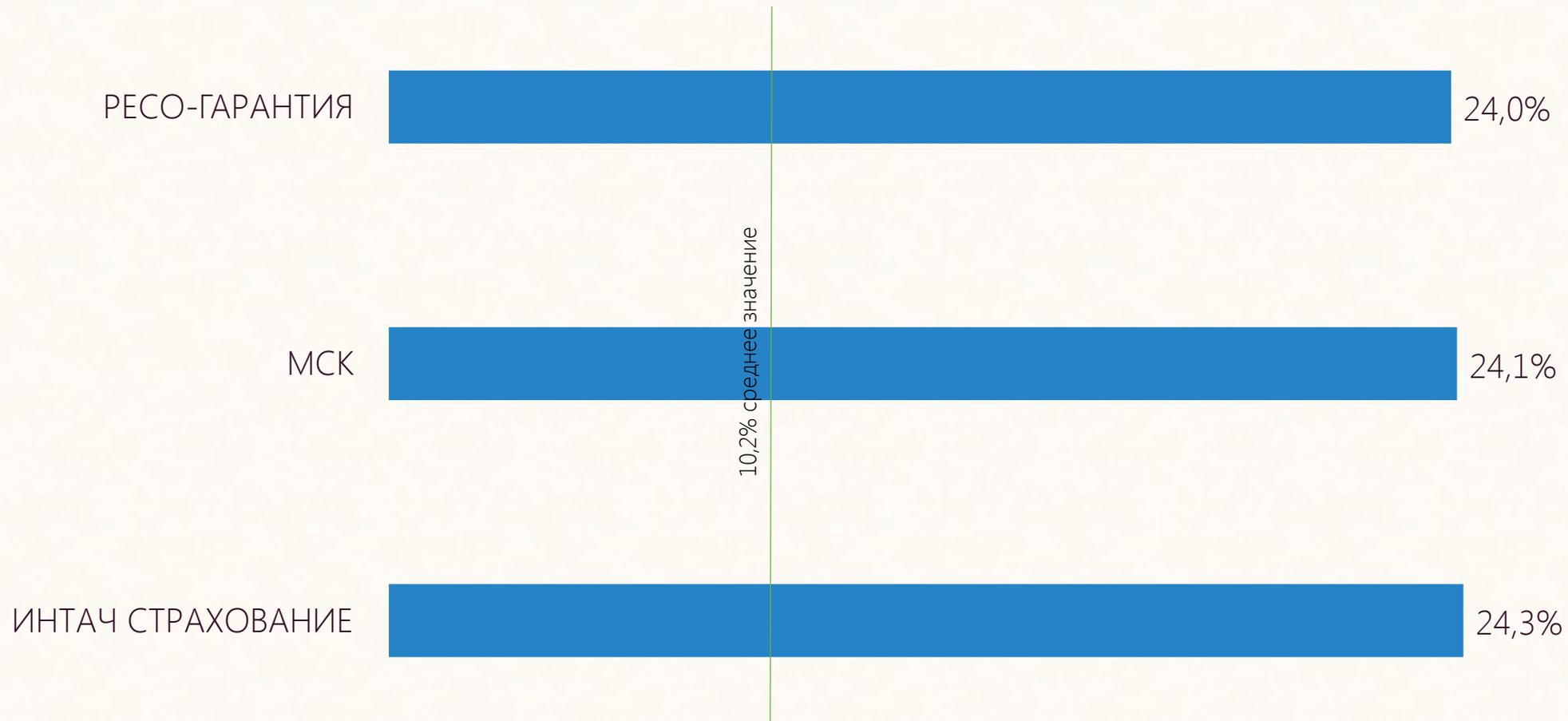
Страхование компании с отрицательной лояльностью



Страховые компании с лояльностью ниже среднего



Страховые компании с высокой лояльностью пользователей



Об исследовании:

- Индекс лояльности клиентов страховых компаний рассчитывался по расширенной методике Net Promoter Score (NPS)
- Зависимость значения рейтинга NPS от характеристик компаний (взносы, доля рынка, темп роста, выплаты) не обнаружена, в отличие от исследования лояльности клиентов банков
- Обработано более 8500 ответов клиентов страховых компаний
- Погрешность данных $\pm 2\%$

Практическая ценность исследования для заказчика:

- Выявлены «узкие места» в сервисе страховой компании-заказчика в сравнении с конкурентами
- Определены бизнес-процессы, влияющие на драйверы лояльности, принят план по реорганизации некоторых процедур работы с клиентами
- Планируемая рекламная кампания пересмотрена.