КАК ВЫ ВЫБИРАЕТЕ СТРАХОВУЮ КОМПАНИЮ?

Маркетинг начинается с изучения спроса, то есть, потребностей потенциальных клиентов и их ожиданий от приобретения того или иного продукта или услуги. В нашей рубрике «Опрос номера» страхователи отвечают на один из ключевых вопросов страхового маркетинга: «Как вы выбираете страховую компанию?»

Руслан Ахмадуллин, директор автошколы компании «АвтоМото Школа «Гарант» :

– При выборе страховой компании для приобретения ОСАГО или КАСКО я руководствуюсь, во-первых, рейтингом надежности этой компании. Чем выше рейтинг, тем больше уверенность в том, что при наступлении страхового случая у вас не возникнет проблем. Во-вторых, для меня имеет значение удобное месторасположение офиса продаж. В-третьих, я интересуюсь отзывами об этой компании у своих друзей и знакомых. В-четвертых, для меня играют роль цена, уровень сервиса, качество предоставляемых услуг и профессионализм агента.

Оформить страховку должно быть удобно, с минимальными временными затратами, быстро, надежно, без бумажной волокиты.

В любом случае, если вы выберете страховую компанию, и она вас по каким-то соображениям не устроит, ее всегда можно поменять. Хотя следует помнить, что сделать это можно только один раз в год. Также стоит обращать внимание на добросовестность страховщика или страхового агента, как представителя страховой компании, во избежание попадания к мошенникам. Ведь, согласитесь, мало купить полис от надежной фирмы, нужно еще, чтоб он был правильно оформлен, а бланк ОСАГО или КАСКО не оказался фальшивым. И, главное, чтобы страховая компания добросовестно выполняла свои обязательства перед клиентом.

Юрий Гершов, заместитель финансового директора компании «АСД»:

– Выбирая страховую компанию для бизнеса, в первую очередь я ориентируюсь на наличие у страховщика предложений, максимально соответствующих задачам, стоящим перед компанией. Сегодня основное направления страхования, интересующее компанию – это автострахование. Мы имеем достаточно большой парк автомобилей в различных городах России. Определяющее значение при выборе страховой играет наличие (или возможность формирования) уникального предложения для нашей компании: интересует приемлемая цена услуги, качество сервиса и простота взаимодействия. Специфика работы нашей компании также требует от страховой компании широкого регионального присутствия. И, хотя для нас стоимость услуг имеет значение, гарантия получения выплат важнее, так что на откровенный демпинг мы не идем. Качество клиентского сервиса мы определяем скоростью реагирования на запросы и оперативностью решения возникающих проблем.

Второе направление страхования, которое использует наша компания – это ДМС. Определяющими факторами здесь являются наличие регионального охвата, качество и разнообразие предлагаемых медицинских услуг и приемлемая цена. Немаловажное значение имеет удобство расчетов по прикреплению/открепленню сотрудников (у нас большая текучка).

Если же говорить о личном страховании, то в этом случае критерии выбора страховщика будут другие. Когда мне нужно застраховать свой автомобиль, я выбираю страховщика только из тех, кто имеет возможность прямого урегулирования убытка в сервисе дилера, где я приобретаю автомобиль, и только компании из топ-10. Определяющее значение имеет цена за одинаковый набор услуг. Обращаю так же внимание на рекомендации сотрудников автосалонов в части простоты и скорости урегулирования ремонтных работ.

А когда я приобретаю медицинскую страховку при выезде за рубеж, критериями выбора являются удобство оформления полиса и известное имя страховщика.

Начальник планово-экономического отдела ЗАО «Городские ТеплоСистемы» Алексей Белоусов:

– Наша организация выбирает страховую компанию с помощью проверенного брокера, с которым мы успешно сотрудничаем в течение многих лет. Поскольку мы работаем в сфере, в которой тарифы регулируются государством, то основное значение для нас при выборе имеет размер тарифа при соответствующем уровне надежности и реноме страховой компании. За надежностью компаний мы следим и при помощи рекомендаций брокера и самостоятельно, отслеживая их рейтинги в прессе.