

ОСАО «Ингосстрах» предлагает в первичном предложении по ДМС за счет юридических лиц на 2012 год наибольшее число клиник с самой низкой стоимостью прикрепления. Из наиболее популярных 20 поликлиник в компании «Ингосстрах» лучшая стоимость прикрепления отмечается по 4 организациям: «Поликлиника Минэкономразвития № 2», ООО «Дирекция», «Клиника ЛМС», «Городская поликлиника № 3 ДЗМ».

Такой вывод об использовании компанией «Ингосстрах» тактики «низкого предложения» (лучшего предложения по стоимости) содержится в новом маркетинговом исследовании « [ДМС за счет юридических лиц в 2012 году: анализ рынка, динамика предложения, перспективы развития](#) ».

В 2012 году в исследовании изучены предложения по ДМС 12 ведущих страховщиков («АльфаСтрахование», ВСК, «Ингосстрах», МАКС, «РЕСО-Гарантия», «Ренессанс Страхование», РОСНО, «Росгосстрах», «Россия», СОГАЗ, «Согласие», «УралСиб»).

Годом ранее компания «Ингосстрах» предлагала самую низкую стоимость прикрепления в первичном предложении по следующим клиникам: ОАО «Медроконтракт», «Мединцентр ГлавУпДК при МИД России», «Коопвнешторг», «Центральная поликлиника Литфонда», «Поликлиника Литфонда (VIP-отделение)».

В предложениях по ДМС на 2012 год наибольшее количество популярных лечебных учреждений с самой низкой стоимостью среди 12 изученных страховщиков помимо «Ингосстраха» (4 поликлиники) наблюдается в компаниях «Ренессанс Страхование» (3 клиники), «Согласие» (2 клиники) и «АльфаСтрахование» (2 клиники).

Эксперты отмечают следующие практические аспекты использования результатов исследования в деятельности страховых компаний на рынке ДМС:

- изучение реальных предложений компаний-конкурентов на рынке ДМС за счет юридических лиц. Выявление особенностей позиционирования, конкурентных преимуществ, объема предоставляемых бонусов;
- изучение предложений компаний-конкурентов в ответ на запрос по перечню клиник. Выявление особенностей позиционирования, конкурентных преимуществ, объема предоставляемых бонусов;
- корректировка программ и предложений страховой компании на основе изучения конкурентной среды рынка ДМС за счет юридических лиц, в том числе по набору оказываемых медицинских услуг, исключениям, страховым суммам, характеру программ, лечебным учреждениям;
- выделение реальных конкурентных преимуществ страховщика по ДМС, их использование для участия в конкурсах, а также при подготовке рекламно-информационных материалов;
- определение уровня стоимости программ ДМС по отдельным лечебным учреждениям страховой компании по сравнению с компаниями-конкурентами. Получение динамики изменения стоимости у компаний-конкурентов в предложениях на 2009–2012 гг.;
- определение наиболее правильного позиционирования страховщика и его конкурентных преимуществ с учетом новых тенденций, характерных для рынка ДМС.

Источник: www.wiki-ins.ru, 20.12.11

Автор: Брызгалов Д.