Вышел очередной номер журнала « Новые продукты в страховании ».

.

Как обычно, выпуск содержит подборку статей, опубликованных в печатных и электронных СМИ за минувший месяц и посвященных новым продуктовым разработкам российских и зарубежных страховщиков. Также специально для данного журнала эксперты проекта «Страховой маркетинг» регулярно готовят аналитические обзоры по видам страхования или каналам продаж. В свежем номере читайте обзоры: «Особенности конкуренции при продажах каско через автосалоны в 2011 году», «Банковский канал на рынке каско» и «Страховщики становятся «пенсионерами».

В номере можно найти ответы на вопросы: «Как развивается проект ВСК по продаже полисов через страховые терминалы?», «Приживется ли в России принцип Pay-as-you-drive?», «Каковы особенности предложений каско ведущих страховщиков через автосалоны?» и т.д.

Традиционное обследование состояния заявленных ранее продуктов методом «таинственный страхователь» на этот раз выявило довольно значительное число закрытых программ. Кроме того, по ответам консультантов на запрос страхователя можно судить об успешности того или иного продукта. Как вам, например, такой реальный ответ, полученный нами в одной крупной компании: «А зачем вам полис ДМС, если есть ОМС? Он дорогой...»?

Также в выпуске помещена сводная таблица новых продуктов, заявленных в прошлом месяце. Глядя на новые предложения страховщиков, можно сделать вывод, что обычным автокаско сегодня клиента уже не возьмешь. Компании предлагают продукты по продлению гарантии, GAP-страхование, каско для автомобилей возрастом от 7 до 10 лет, страхование от поломок, полисы, покрывающие ущерб свыше 120 тысяч рублей, полисы с бонусным вознаграждением страхователю при удвоении числа договоров и проч. В страховании жизни в июне появились предложения инвестиционных продуктов.

Также в номере освещены последние правительственные и общественные инициативы, создающие новые поля для страховщиков; объявленные маркетинговые акции; программы, запущенные в регионах. Обсуждаются традиционные и нестандартные каналы продаж. Публикуются интервью с менеджерами компаний.

Выпуск «Новые продукты в страховании» №3 содержит порядка 80 статей на более чем 100 страницах и снабжен рубрикатором, интерактивным оглавлением и индексами упоминаемых компаний и персоналий.

Источник: www.wiki-ins.ru, 13.07.11