«Росгосстрах», «Ингосстрах» и Allianz (РОСНО) – наиболее известные и узнаваемые страховые бренды в России. Состав тройки лидеров не меняется в течение последних пяти лет. Об этом свидетельствуют результаты всероссийских опросов, организованных Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ) в 2007–2012 гг. В рамках опроса узнаваемость понимается как знание с подсказкой, когда потребитель узнает бренд, если видит его или слышит о нем. А известность трактуется как спонтанное знание бренда – если потребитель самостоятельно (без подсказки) его вспоминает и называет.

«Росгосстрах» – бесспорный лидер рейтинга узнаваемости. Бренд этой компании знаком 91% россиян (см. таблицу 1). «Ингосстрах» с уровнем узнаваемости 52% снова занимает второе место. Компания «РОСНО», поднявшаяся в прошлом году на вторую позицию, не удержала ее и замыкает тройку лидеров. Узнаваемость данной компании немного снизилась, что может объясняться недавним ребрендингом – РОСНО ведет с 2012 г. свою деятельность под новым именем Allianz. Компании «АльфаСтрахование» и «СОГАЗ» знакомы пока не более трети россиян.

Примечательно, что 6 из 10 страховщиков, входящих в топ-10 рейтинга, демонстрировали до 2011 г. динамичный рост уровня узнаваемости (рост составлял от 11 до 24 процентных пунктов в год). Узнаваемость страховщиков второй десятки рейтинга росла менее интенсивно (от 1 до 5 п.п. в год). Однако в 2012 г. тенденция изменилась. Темп роста уровня узнаваемости лидеров рейтинга замедлился, а у компаний второй десятки – остался на прежнем уровне. В результате максимальный прирост показателя узнаваемости составил 6 п.п., и продемонстрировала его страховая компания «Согласие», не вошедшая в десятку лидеров.

Показатели уровня спонтанного знания российских страховых брендов остаются невысокими. Рейтинг известности неизменно возглавляет один из крупнейших отечественных страховщиков – «Росгосстрах» (см. таблицу 2). Показатель известности этого бренда на протяжении последних пяти лет остается стабильным – без подсказки

данную компанию вспоминает половина россиян. Известность Allianz (РОСНО) – более чем в два раза ниже по сравнению с лидером (20%). Замыкает топ-3 «Ингосстрах» – уровень спонтанного знания этого бренда составляет не более 10%. Показатели известности других страховщиков – участников топ-10 рейтинга в 2012 г. остались на минимальном уровне. euromodel.dk

Инициативный всероссийский опрос НАФИ в 2009–2012 гг. Опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 регионах России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%.

Таблица 1. Скажите, пожалуйста, какие из перечисленных ниже страховых компаний вы знаете (слышали о них)?*, % от респондентов

	2009	2011	2012
Росгосстрах	62	86	91

Ингосстрах

43

50

52

Allianz (РОСНО)**

38

55

48

АльфаСтрахование

36

30

31

СОГАЗ

12

28

29

ВТБ Страхование

нет данных

нет данных

25

Ренессанс Страхование

21

26

25

УралСиб

14

27

24

РЕСО-Гарантия

13

15

17

Югория

5

16

16

** Сумма ответов превышает 100%, т.к. вопрос предусматривал возможность множественного выбора.*

*** С* 2012 г*. компания РОСНО работает под новым брендом Allianz. Несмотря на присоединение компании «РОСНО» к группе Allianz, практически все респонденты, упоминавшие название объединенной компании, именуют ее РОСНО.*

Таблица 2. Назовите, пожалуйста, несколько страховых компаний, работающих в России, названия которых первыми приходят вам в голову?*, % от респондентов

2007

2012

Росгосстрах

57

52

Allianz (РОСНО)**

23

20

Ингосстрах

13

10

СОГАЗ

нет данных

6

АльфаСтрахование

5

5

РЕСО-Гарантия

4

5

МАКС

2

5

Согласие

0

4

УралСиб

4

3

Югория

1

3

** Сумма ответов превышает 100%, т.к. вопрос предусматривал возможность множественного выбора.*

*** С* 2012 г*. компания РОСНО работает под новым брендом Allianz. Несмотря на присоединение компании «РОСНО» к группе Allianz, практически все респонденты, упоминавшие название объединенной компании, именуют ее РОСНО.*

Источник: НАФИ

Источник: www.wiki-ins.ru, 25.12.12