

Inspire metamarketing

Benchmarking страховых компаний

Содержание

1. Анализ конкурентной среды. Позиционирование конкурентов
2. Нишевой анализ:
 - Рациональная дифференциация
 - Эмоциональная дифференциация

Позиционирование конкурентов

СК «Страховые традиции»:

Позиционирует себя как молодая компания, в которой работают Люди.

- **Целевая Аудитория:** Менеджеры среднего звена с заработком 600-1500 долл в месяц, не обязательно имеющие семью
- **Логотип** существует отдельно от названия и слогана „Приємне відчуття спокою”
- В **рекламе** всегда присутствуют корпоративные желтый и серый цвета.
- **Реклама:** Видео-ролик “Летающие кресла”: *мы гарантируем выплаты в течение трех дней.* Видео-ролики про страхование ремонта: *“Ремонт і нічого зайвого”*

«Инго Украина»

На рынке в качестве страховщиков с 2004 года.

- **Целевая Аудитория:** корпоративные клиенты – крупные компании Украины, ТНК. Менеджеры среднего звена с доходом от 1000 долл (если нет семьи) и выше. Большое разнообразие видов страхования.
- **Логотип** существует отдельно от названия компании, вместо него могут ставиться названия филиалов, отделений. Корпоративные цвета – синий, голубой. Везде в рекламе присутствует небо.
- **Слоган:** «Жизнь гарантирует сюрпризы. Мы гарантируем выплаты»
- **Рекламные кампании:** Видео-ролик «*Ми страхуємо мрії*»

«Оранта» Оберігає Україну

- **Целевая Аудитория:** Менеджеры среднего и высшего звена с доходом от 1000 долл в месяц, имеющие семью
- **Логотип** выполнен в сине-оранжевых цветах.
- **Реклама:** Серия видео-роликов с черным юмором. Еще одна серия видео-роликов: «5 преимуществ лидера». Реклама семейного страхования – видео-ролик «А помнишь, как мы с тобой познакомились» Последний рекламный ролик «А плюс два?»: Страхование каско 12 мес + 2 бесплатно
- **Позиционирование:** клиент может быть спокоен, если он застрахован в Оранте.



СК «НОВА»

Достаточно известная компания

- **Целевая Аудитория:** Корпоративные клиенты, Консерваторы (компании, которые стали пользоваться услугами НОВА давно и не хотят отказываться от них сейчас. Среди них много крупных банков и инвест фондов). Широкий спектр страховых услуг
- **Логотип** используется только в варианте блоком на красном фоне
- **Сущность бренда:** мы создаем чувство защищенности и уверенности в будущем у наших клиентов
- **Реклама** представлена биллбордами: логотип компании на красном фоне



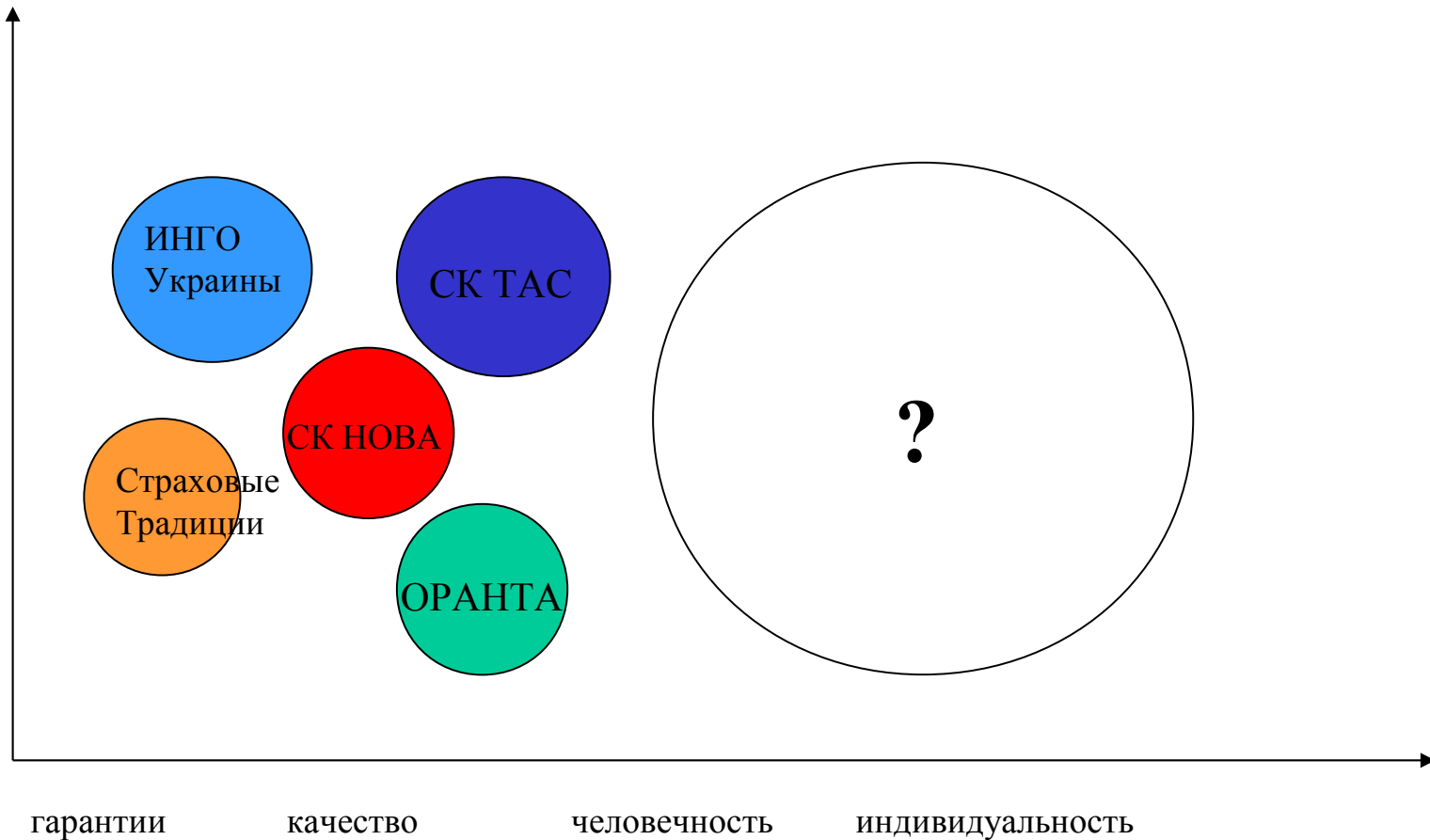
Страховая группа «ТАС»

Позиционируют себя в дорогом ценовом сегменте

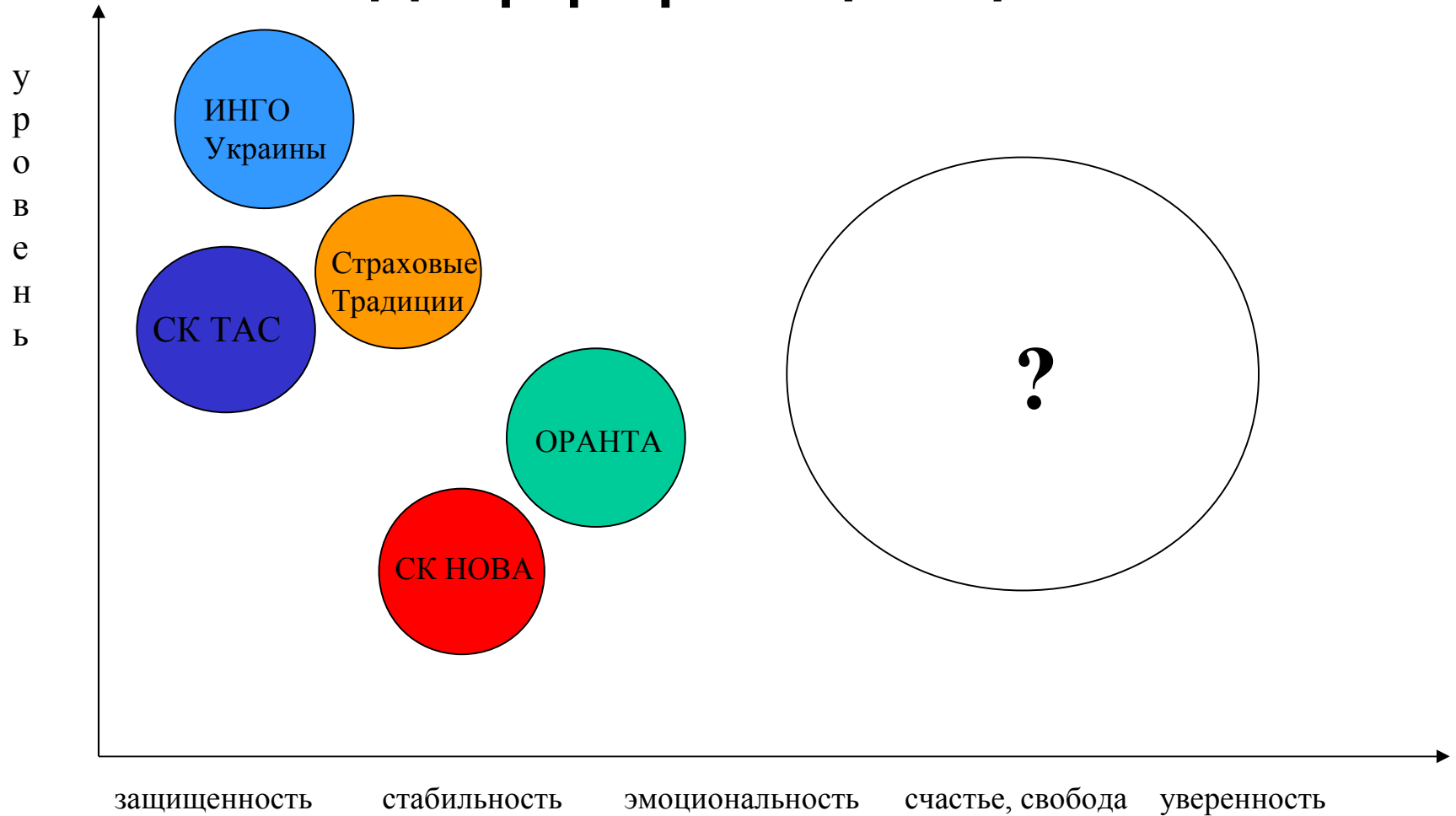
- **Целевая Аудитория** – крупные владельцы частной собственности, люди с достатком и обычно старше 30-35 лет. У них уже есть семья, возможно даже внуки.
- **Логотип** выполнен в сине-красных цветах
- **Реклама:** Имиджевый видео-ролик: „Довіряю. Почуваюсь спокійно”
- На сегодняшний день известен более банк, чем СК



Рациональная дифференциация



Эмоциональная дифференциация



inspire metamarketing

© inspire metamarketing, 2008