

КАСКО. Маркетинговое исследование потребительского поведения в условиях кризиса

<https://marketpublishers.ru/r/C88563C99C0RU.html>

Дата: 21.03.2009

Страниц: 0

Цена: 40 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)

Артикул: C88563C99C0RU

Описание

Маркетинговое исследование посвящено анализу изменений потребительского поведения на рынке добровольного автострахования. Анализируется мотивация и модели поведения потребителей на фоне снижения платежеспособного спроса, повышения тарифов страхования, повышения стоимости ремонта и обслуживания, изменения финансовой устойчивости страховых компаний. Исследование позволяет понять: объем спроса на КАСКО в 2009 году, ценовую структуру спроса, структуру спроса по видам продукта.

Содержание

1. СОДЕРЖАНИЕ

2. СПИСОК ИЛЛЮСТРАЦИЙ

3. О КОМПАНИИ INDEXBOX

4. ВВЕДЕНИЕ

5. МЕТОДОЛОГИЯ

6. ПОНЯТИЕ КАСКО

7. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ

7.1. Объем и динамика рынка в 2006-2009 гг.

7.2. Структура рынка по игрокам

7.3. Основные макроэкономические факторы, оказывающие влияние на спрос в период кризиса

8. ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ РЫНКА В 2009 Г.

8.1. Умеренно оптимистичный прогноз

8.2. Пессимистичный прогноз

9. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ВЕДУЩИХ ИГРОКОВ РЫНКА

9.1. «Росгосстрах»

9.2. «Ингосстрах»

9.3. «РЕСО-гарантия»

9.4. «РОСНО»

9.5. «АльфаСтрахование»

9.6. Особенности маркетинговой политики страховщиков

10. ХАРАКТЕРИСТИКА СПРОСА

10.1. Объем и структура спроса на услуги добровольного автострахования

10.2. Структурные изменения спроса на рынке добровольного автострахования в 2008-2009

(прогноз) гг.

11. ХАРАКТЕРИСТИКА ЦЕЛЕВЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ ДОБРОВОЛЬНОГО АВТОСТРАХОВАНИЯ

- 11.1. Характеристика страховой культуры потребителей
- 11.2. Мотивационная структура потребителей КАСКО
- 11.3. Стратегии изменения подхода к страхованию автомобилей в связи с экономическим кризисом

12. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРИ ВЫБОРЕ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ

- 12.1. Механизмы принятия решения на рынке добровольного автострахования
- 12.2. Стратегии поиска информации на рынке автострахования
- 12.3. Критерии выбора страховой компании
- 12.4. Причины отказа от страхования
- 12.5. Модели потребительского поведения на рынке добровольного автострахования
 - 12.5.1. Результативная модель.
 - 12.5.2. Рекомендательная модель
 - 12.5.3. Агентская модель
 - 12.5.4. Имиджевая модель
 - 12.5.5. Информационно-аналитическая модель

13. ЛОЯЛЬНОСТЬ К СТРАХОВЫМ КОМПАНИЯМ

- 13.1. Статистика продления договоров КАСКО
- 13.2. Анализ лояльности потребителей к страховым компаниям

14. РЕЗЮМЕ: СДВИГИ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ ПОВЕДЕНИИ НА РЫНКЕ ДОБРОВОЛЬНОГО АВТОСТРАХОВАНИЯ

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ:

- Таблица 1. Взносы по страхованию наземного автотранспорта, I полугодие 2008 г.
- Таблица 2. Взносы по добровольному страхованию автогражданской ответственности, I полугодие 2008 г.
- Таблица 3. Классификация страховщиков по типу маркетинговой политики
- Таблица 4. Пользование страховыми услугами по имущественным группам

ПЕРЕЧЕНЬ РИСУНКОВ:

- Рисунок 1. Объем и динамика страховых взносов по КАСКО 2006-2009 гг.
- Рисунок 2: Объем автокредитования, прогноз изменения темпов прироста в 2009 г.
- Рисунок 3. Реальные располагаемые доходы населения 1998-2009 гг. (прогноз)
- Рисунок 4. Продажи новых иномарок относительно общего числа продаваемых автомобилей
- Рисунок 5. Объем и динамика страховых взносов по КАСКО 2006-2009 гг. (умеренно оптимистичный прогноз)
- Рисунок 6. Объем и динамика страховых взносов по КАСКО 2006-2009 гг. (пессимистичный прогноз)
- Рисунок 7. Спрос на годовой полис КАСКО в 1-м полугодии 2008 г., распределение по цене полиса
- Рисунок 8. Прогноз спроса на годовой полис КАСКО в 2009 г., распределение по цене полиса.
- Рисунок 9. Другие автостраховые продукты/услуги, востребованные параллельно с КАСКО
- Рисунок 10. Мотивационная структура потребителей КАСКО
- Рисунок 11. Прогноз изменения мотивационной структуры потребителей КАСКО в связи с кризисом
- Рисунок 12. Прогноз изменения механизмов приобретения полиса КАСКО в связи с кризисом.
- Рисунок 13. Источники поиска предварительной информации
- Рисунок 14. Прогноз изменений в источниках поиска предварительной информации о рынке автострахования в ситуации кризиса.
- Рисунок 15. Источники поиска информации о страховых компаниях и конкретных страховых продуктах.
- Рисунок 16. Прогноз изменений в источниках поиска информации о страховых компаниях и конкретных страховых продуктах в связи с кризисом.
- Рисунок 17. Критерии выбора потребителями страховой компании для приобретения полиса КАСКО
- Рисунок 18. Причины отказа потребителей от страхования КАСКО
- Рисунок 19. Проблемы, существующие в отрасли добровольного автострахования в России, по мнению потребителей
- Рисунок 20. Прогноз изменения моделей выбора потребителями страховой компании для приобретения полиса КАСКО в связи с кризисом.
- Рисунок 21. Планы потребителей по продлению договоров КАСКО, владельцы отечественных и иностранных автомобилей.
- Рисунок 22. Планы потребителей по продлению договоров КАСКО, группы потребителей

по уровню дохода

Оформление заказа

Название: КАСКО. Маркетинговое исследование потребительского поведения в условиях кризиса

Ссылка: <https://marketpublishers.ru/r/C88563C99C0RU.html>

Цена: 40 000 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:

info@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:

<https://marketpublishers.ru/r/C88563C99C0RU.html>