



NEM MIND ARANY, AMI ONLINE

2016. november 28., hétfő 17:00

A A + f t g



Az online értékesítés előretörése az európai biztosítókat sem kerülte el, kontinens szerte több mint 300 online csatornán érhető el biztosítási termékek, számuk pedig folyamatosan növekszik, Magyarországon összességében 15 csatorna fedi le az online elérhető biztosítási piac legnagyobb részét. Az új típusú értékesítési módszerek használata azonban közel sem garancia a sikerre, derül ki a Mount Onyx és a Bécsi Egyetem közös kutatásából.

A kutatás elsődleges célja, hogy alapvetően SWOT analízis útján vesse össze az egyes országok online biztosítási piacainak fejlettségi szintjét,

egyben egy felállítson és folyamatosan karbantartson egy egységes európai benchmarkot. Ennek megfelelően egy folyamatos, 31 ország biztosítóinak illetve biztosítási terméket kínáló szolgáltatójának összesen 300 értékesítési csatornájának monitorozásáról van szó egy komplex sikerességet, árazást, promóciókat és szolgáltatási minőséget osztályozó rendszer segítségével.

Az elsődleges összetevési alapot Európa online biztosítási piacának jelenlegi állapota jelenti, az eddigi tapasztalatok alapján már rövid időn belül egyértelmű trendek rajzolódnak ki, elég ha csak a mobiloptimalizált weboldalak előretörését említjük példaként. Nem csak a hagyományos webes csatornák körül van élet, sőt. A piac teljességét nézve láthatóan a kiszolgálás sebessége és minősége az a két alapvető indikátor, melyek mentén a legnagyobb változások tapasztalhatók, illetve elsősorban itt válik szét a piac legjobbakra, és átlagos szolgáltatókra helyi és európai szinten egyaránt.

A termékválaszték tekintetében azonban jóval kisebbek a kilengések, ami egyben azt is jelenti, hogy mindenekelőtt ezen a területen van az egyik legnagyobb kiaknázatlan piaci potenciál, különösebb rés piacok megtalálása helyett elegendőnek látszik az is, ha az átlagosnál szélesebb termékportfólióval rendelkezünk, hogy komoly versenylőnyre tegyünk szert a vetélytársakkal szemben. Az árképzést illetően nincsenek nagy meglepetések, legalábbis azok számára, akik aktívan követik az uralkodó online trendeket. A piac igen vehemensen a személyre szabott díjak, a rugalmas díjazás felé mozdul.

Európa országai mindent összevetve nagyon széles skálán mozognak erősségek és gyengeségek tekintetében, a biztosításban megszokott nemzeti karakterisztikák érezhetően az online piacon is visszaköszönnek. A kutatás több száz egyénileg vizsgált kritériummal dolgozik, melyeket az adott mérési célnak leginkább megfelelő KPI-ok szerint rendez különféle csoportokba, majd ezek teljesítményét egy 0-100%-ig terjedő skálán osztályozza. Az egyes országok közti különbségek elképesztőek lehetnek, az úgynevezett online önkiszolgáló szolgáltatás tekintetében például akár 50 százalékos is meghaladó különbségek figyelhetők meg a teljesítménymutatókban. De a követeléskezelésben használatos kapcsolattartás minősége is igen hullámzó, itt a piac legjobbjának mutatója 80%, míg a legrosszabbul teljesítőének alig 34,3 százalék. Akadnak példaértékű országok is, melyek valamennyi vizsgált KPI tekintetében az európai átlag felett teljesítenek, ilyen például Dánia vagy Olaszország, de a régióban maradva Csehország és Magyarország is.

Hírlevél

Iratkozzon fel hírlevelünkre és értesüljön első kézből az ágazat híreiről!

E-mail címe:

Legolvasottabb

- **Figyelem: Így változnak a nyugdíjak januártól!**
- **Korkezdvezményes nyugdíj: 2014-ben fontos változás jöhet**
- **Új nyugdíjrendszerről is dönt a parlament**
- **Vészjelzést adott ki a meteorológiai szolgálat**
- **Jönnek az új tízezresek – mit kell tenni a régiékekkel?**

Címkék