

# Маркетинг в страховании

---

- удовлетворение страховых интересов клиентов — экономическое и социальное обоснование
-

# Маркетинг в страховании

---

- комплексный подход к вопросам организации и управления всей деятельностью страховой компании, направленной на оказание страховых услуг и в таких количествах, которые соответствуют потенциальному спросу.
-

# Маркетинг в страховании

---

- ряд функций страховой компании, включающий в себя планирование, ценообразование, рекламирование, организацию сети продвижения страховых полисов на основе реального потенциального спроса на страховые услуги.
-

Для анализа состояния конкуренции необходима следующая информация:

---

- состояние конкуренции в данной сфере;
  - перечень и характеристика предприятий, способных создать конкуренцию;
  - сильные и слабые стороны конкурентов и данного предприятия перед ними;
  - прогноз тенденций развития.
-

# МАРКЕТИНГ

---

Маркетинг  
товаров

Маркетинг  
услуг

---

# Виды рынка услуг

---

- **возможный рынок**, где есть лица, имеющие потребность в конкретных услугах и желающие их приобрести;
  - **потенциальный рынок**, где лица, имеющие средства и потребность в данных услугах, не желают их приобретать;
  - **скрытый рынок**, где лица, у которых имеются деньги и желание их потратить, не имеют потребности в приобретении данной услуги.
-

# страховой рынок

---

- Это рынок с активным спросом, где имеются потребности и средства для их удовлетворения.
-

# Маркетинг — это система управления, содержащая

---

- принципы,
  - функции,
  - структуры,
  - нормативные и правовые акты
-



# основополагающий принцип страхового маркетинга:

---

- обоснованный выбор определенных целей и стратегий функционирования и развития страховой компании в целом, направленных на нахождение наиболее эффективного сочетания разработки нового страхового продукта с действующими или модернизируемыми видами страхования, а также отказ от видов, не пользующихся спросом, или существенная их переработка;
-

# Функции страхового маркетинга

---

- учет требований рыночного спроса по новизне страхового продукта;
  - определение оптимального набора страховых услуг и структуры страховой организации;
  - принятие обоснованных решений;
  - разработка системы продвижения страхового продукта до потребителя.
-

---

# **Страховой продукт как центральный элемент страхового маркетинга**

---

# страховой продукт

---

результат человеческой деятельности по осуществлению экономической защиты от последствий различных случайных и вероятных (чаще всего неблагоприятных) естественных и общественных явлений.

---

# Страховой продукт становится страховым товаром (или услугой)

---

Обладает  
полезностью для  
потребителя

(то есть  
потребительской  
стоимостью)

обладает меновой  
стоимостью

---

# Страховой продукт

---

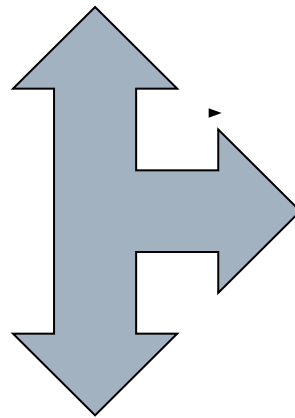
созданная трудом общественная  
полезность, предназначенная для  
эквивалентного обмена на рынке на  
другой товар

---

# Условия разработки нового страхового продукта

---

- изучения спроса страхового рынка на услуги



- формирование спроса

- предвидение, как будет меняться спрос с изменениями обществе.
-