

GfK IMM 2018

INSURANCE MARKET MONITOR

Komplexní studie pojišťovacího trhu



GfK IMM 2018

Komplexní studie pojišťovacího trhu

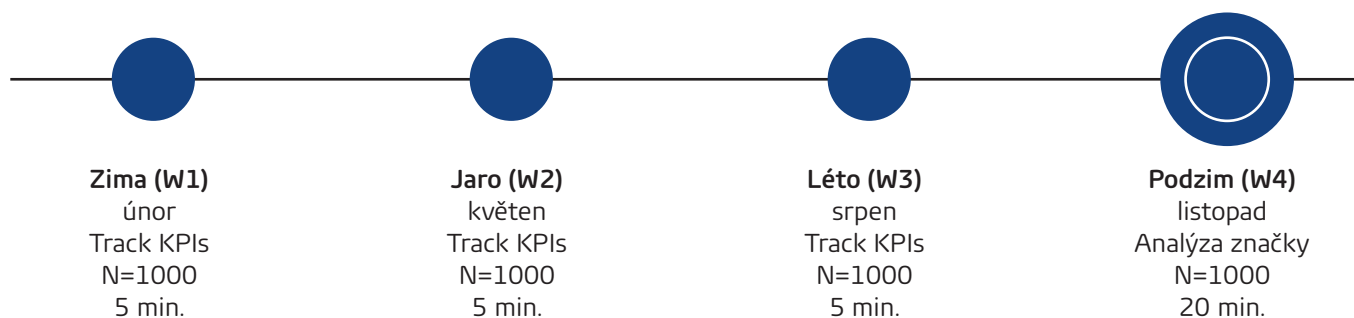
Představení výzkumu IMM 2018:

Výzkumné řešení GfK IMM poskytuje informace o postojích populace k pojištění obecně, pojistným produktům a jednotlivým pojišťovnám. Uspadňuje tak klientům orientaci na pojišťovacím trhu a umožňuje efektivně reagovat na jeho vývoj. Řešení pokrývá základní témata, jako jsou znalost reklamy a značky a klientství, a zároveň poskytuje hlubší vhled do vnímání společností. Řešení také mapuje cestu k pořízení čtyř produktových kategorií na pozadí lifestyle segmentace.

Modulární design výzkumu:

GfK IMM 2018 se sestává ze čtyř vln výzkumu – tří krátkých studií sledujících hlavní KPIs a jedné hloubkové studie zaměřující se na porozumění rozhodování v oblasti pořizování a využívání pojistných produktů a vnímání pojišťoven.

Harmonogram výzkumného řešení



Pokrytí modulů výzkumu

Track KPIs (5 min.)
kvantifikace posunů v KPIs
znalost reklamy a značky a klientství
v průběhu roku 2018

Analýza značky (20 min.)
hloubková analýza pojišťovacího trhu v oblasti vnímání pojišťoven, ochoty doporučit, klientství na produktech a cesty k pořízení produktu (obsahuje Track KPIs)

Obsah dotazníku

Společné pro oba dotazníky:

- Spontánní a podpořená znalost značky
- Spontánní a podpořená znalost reklamy
- Klientství

Specifické pro dotazník Analýza značky:

- Využívání pojistných produktů (vlastní, domácnosti)
- Klientství na produktech
- Touchpointy (historické pořízení produktu)
- Výdaje na pojištění dle produktů
- Historické důvody pro uzavření pojištění (pro 4 produktové kategorie)

- Nejdůležitější faktory pro výběr pojišťovny (pro 4 produktové kategorie)
- Doporučení (NPS), důvod doporučení, důvod nedoporučení
- Image pojišťoven (15 atributů)
- Preferovaná pojišťovna pro budoucí pořízení produktů (pro 4 produktové kategorie)

Výzkum Analýza značky se prioritně zaměřuje na porozumění cestě k pořízení 4 produktových kategorií:

Životní pojištění

Cestovní pojištění

Pojištění domácnosti
nebo nemovitosti

Povinné ručení /
havarijní pojištění

GfK IMM 2018

Komplexní studie pojišťovacího trhu

Harmonogram výzkumného řešení



Klientství
v pojišťovnách



Lifestylová
segmentace, lifestages



Sociodemografické
třídění, ekonomická
aktivita, příjem



Typ bydlení



Zkušenost s krizovými
událostmi

Metodika výzkumu:

Cílová skupina



Obecná populace ČR ve věku 16–70 let
(s podskupinami osob rozhodujících o pojištění a klientů pojišťoven)

Metoda sběru dat



CAWI (Computer-Assisted Website Interviewing)
– dotazování v rámci GfK online panelu

Výběr vzorku



Kvótní výběr respondentů dle věku, pohlaví, velikosti místa bydliště,
regionu a vzdělání – reprezentativní na populaci ČR

NABÍZENÉ VÝSTUPY:



Průběžné výsledky z jednotlivých vln
s tabulkami pro sledování trendů.



Report s čtivým zobrazením výsledků
a shrnutím v ČJ (cena překladu AJ na
vyžádání).



Osobní prezentace v Praze a okolí.

TERMÍNY DODÁNÍ:



Dostupné nyní



1. 6. 2018



24. 8. 2018



5. 12. 2018

CENA VÝSTUPŮ (BEZ DPH):



212 000 Kč
Kompletní výzkumné řešení
pro rok 2018

119 000 Kč
Výstupy hloubkové sondy
Analýza značky vč. Track
KPIs W4

145 000 Kč
Výstupy Track KPIs
za W1, W2, W3 a W4

Máte nějaké otázky? Kontaktujte nás!

Kristina Hanušová | kristina.hanusova@gfk.com | +420 731 534 275