

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАХОВЫХ УСЛУГ

Е. Ларюшкина

4 курс, факультет экономики и управления

Научный руководитель – доц. **Т.Б. Заводчикова**

В современных условиях на отечественном страховом рынке присутствует значительное количество различных страховых организаций.

В условиях жесткой конкуренции решающее значение имеет проблема повышения конкурентоспособности страховых услуг.

Данная проблема актуальна и для самарского филиала «Страховой компании «СЕВЕРНАЯ КАЗНА».

Данная компания основана в 1993 г. и является универсальной российской страховой компанией, оказывающей услуги юридическим и физическим лицам.

Конкурентоспособными услугами этой компании являются страхование имущества граждан и страхование опасных производственных объектов, страхование ответственности автоперевозчиков. Менее конкурентоспособными являются страхование автогражданской ответственности (ОСАГО), страхование автотранспорта (КАСКО).

Проведенный анализ конкурентоспособности страховых услуг компании, показал необходимость:

– открытия новых офисов. Это позволит сделать услуги более доступными. Клиент может приобрести полис рядом с местом жительства или работы, не тратя много времени. Для многих это гораздо удобнее, чем звонить в страховую компанию или добираться до какого-то большого офиса.

– увеличения объемов брендовой рекламы. Брендовая реклама – это реклама которая дает представление потенциальному клиенту не о конкретном продукте, а о компании в целом. Свой стиль компания определяет исходя из ориентации на клиента. ООО СК «СЕВЕРНАЯ КАЗНА» необходимо увеличить объемы рекламы, чтобы бренд «СЕВЕРНАЯ КАЗНА» был на слуху. Таким образом, когда у потенциального клиента появляется необходимость приобретения страхового полиса, он вспомнит именно о компании «СЕВЕРНАЯ КАЗНА».

Экономическое обоснование предлагаемых рекомендаций показывает их эффективность.