

Обзор исследования **Insurance Website Rank 2013**

Insurance Website Rank 2013

Введение

Insurance Website Rank 2013 – первое исследование **эффективности** сайтов страховых компаний, проводимое аналитическим агентством Marksw Webb Rank & Report.

Под эффективностью сайта понимается степень удовлетворения потребностей основных групп целевой аудитории: потребителей страховых услуг, представителей СМИ и соискателей работы в страховых компаниях. Чем лучше и полнее сайт решает задачи разных посетителей, тем он эффективнее.

Для исследования были отобраны сайты 25 российских страховых компаний, оказывающих широкий спектр страховых услуг для частных лиц.

Сайты страховых компаний, участвовавших в исследовании, были обследованы по чек-листу из 383 критериев, среди которых:

- 279 критериев, отражающих наличие, доступность и удобство получения информации, а также возможности заказа и покупки по 6 услугам: ОСАГО, КАСКО, ДМС, страхование путешественников, страхование имущества,

страхование от несчастного случая;

- 34 критерия полноты информации и наличия интерактивных сервисов для представителей СМИ;
- 21 критерий наличия информации о вакансиях, условиях труда и контактной информации для соискателей работы;
- 49 общих критериев по удобству навигационных элементов сайта и наличию общей информации о компании.

Результаты исследования:

- Рейтинг эффективности сайтов страховых компаний;
- Сравнительный анализ сайтов по всем основным информационным и функциональным критериям;
- Лучшие практики реализации отдельных элементов сайта страховой компании.

Исследование проведено в апреле-июне 2013 года.

Insurance Website Rank 2013

Краткие результаты исследования

Первое место в общем рейтинге эффективности занял сайт компании **АльфаСтрахование**, набравший 75,4 балла из 100 возможных. Не смотря на очевидные недостатки в части представления услуги ДМС, сайт АльфаСтрахования лучшим образом (среди обследованных 25 сайтов) представляет информацию об услугах ОСАГО, страхования путешественников и страхования от несчастного случая.

Второе место, набрав 74,7 баллов, получил сайт компании **Росгосстрах**. Хорошие результаты по всем группам критериев обеспечили сайту Росгосстраха высокую позицию в общем рейтинге.

Третье и четвертое места с одинаковым результатом в 71,6 балла заняли сайты **Ингосстраха** и компании **МАКС**. Сайт Ингосстраха также стал одним из лучших по представлению услуги КАСКО, а сайт МАКС – по представлению услуг ОСАГО и страхования имущества.

Рейтинг в целом показывает существенный разрыв в качестве онлайн-коммуникаций с потребителями

между лидерами рейтинга – сайтами таких компаний, как АльфаСтрахование, Ингосстрах, Allianz – и аутсайдерами – сайтами ERGO, АСКО и РСТК.

Сайты лидеров рейтинга – это не только полноценный информационный портал, предоставляющий максимум информации, необходимой для принятия решения о покупке полиса или для работы по страховому случаю, но и комплекс интерактивных инструментов, упрощающих взаимодействие со страховой компанией и, в ряде случаев, делающих это взаимодействие полностью дистанционным.

Основное направление развитие сайтов страховых компаний на ближайший год – развитие возможностей подбора, заказа и оплаты страховых полисов без необходимости посещения офиса страховой компании или страхового агента.

Insurance Website Rank 2013

Методика исследования

Исследование включает в себя четыре этапа.

Этап 1. Формирование образа идеального сайта универсальной страховой компании. Экспертами агентства Markswebb Rank & Report был составлен чек-лист, включающий 383 критерия, определяющих наличие информации о компании и ее услугах, доступность этой информации и наличие интерактивных сервисов для основных групп целевой аудитории.

Этап 2. Бенчмаркинг. Специалисты Markswebb Rank & Report отобрали для исследования 25 сайтов российских страховых компаний, предлагающих своим клиентам широкий спектр страховых услуг. Каждый сайт был обследован по сформированному чек-листу.

Этап 3. Рейтингование. На основании заполненных чек-листов и весовых коэффициентов отдельных критериев, определяющих относительную значимость критерия для той или иной группы целевой аудитории, каждому сайту выставляется общий балл эффективности по шкале от 0 до 100.

Этап 4. Анализ данных. Собранные данные по чек-листам проанализированы с точки зрения следующих вопросов исследования:

- Какая информация о страховых услугах и о компании, а также какие интерактивные элементы сайтов страховых компаний являются наиболее распространенными, а какие – редкими;
- Какие интерфейсные объекты на каких сайтах реализованы лучше и за счет чего;
- Каким должен быть сайт страховой компании, чтобы наиболее полно соответствовать ожиданиям посетителей в условиях высокой конкуренции.

Insurance Website Rank 2013

Рейтинг эффективности сайтов страховых компаний

№	Страховая компания	Баллы*
1	АльфаСтрахование	75,4
2	Росгосстрах	74,7
3-4	Ингосстрах	71,6
3-4	МАКС	71,6
5	Allianz	70,4
6	СОГАЗ	70
7	РЕСО-Гарантия	68,9
8	ВСК	67,5
9	Югория	66
10	Zurich	64,1
11	ГУТА-Страхование	62,2
12	Уралсиб	61,3

№	Страховая компания	Баллы
13	Сургутнефтегаз	55,9
14	Согласие	54,7
15	Энергогарант	48,4
16	Якорь	46,8
17	ПолисГарант	46,5
18	Инвестиции и финансы	45,3
19	Национальная Страховая Группа	44,5
20	Транснефть	43,1
21	Надежда	42,8
22	АСК	41,8
23	ERGO	34,7
24	АСКО	32,4
25	РСТК	23,4

Insurance Website Rank 2013

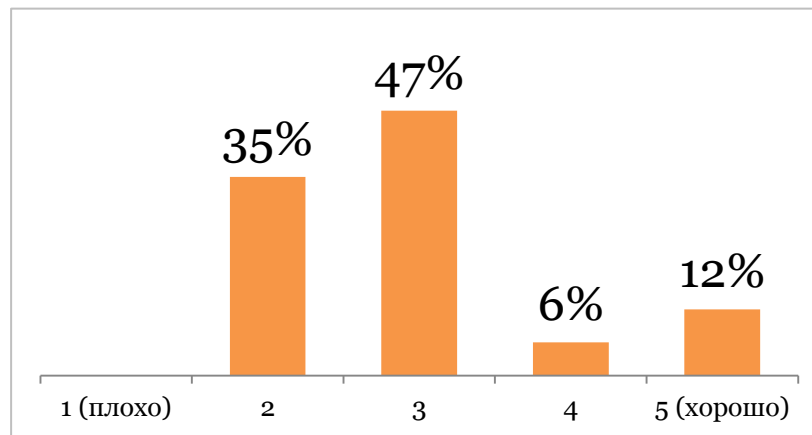
Поиск по сайту

Диаграмма: распределение сайтов страховых компаний по наличию стандартной формы поиска по сайту



Не смотря на то, что сайты страховых компаний, как правило, содержат большой объем информации об услугах и о компании в целом, около трети исследованных сайтов не содержат форм текстового поиска по сайту.

Диаграмма: распределение имеющихся на сайтах страховых компаний форм поиска по качеству поиска (оценка качества по 5-балльной шкале)



При этом среди сайтов, имеющих работоспособную форму поиска, менее 20% позволяют действительно с помощью этих форм найти страницы и документы с нужно информацией. У остальных 80% сайтов качество текстового поиска оставляет желать лучшего – поиск ведется не по всему сайту, либо искомые документы оказываются затерянными среди большого количества нерелевантных результатов поиска.

Insurance Website Rank 2013

Информация о страховых услугах

Диаграмма: распределение сайтов страховых компаний по наличию информации об услуге ОСАГО



Основная функция сайта страховой компании – поддержка продаж или полноценная продажа страховых полисов. При этом полнота описания страховой услуги – ключевой фактор принятия решения о покупке – зачастую является слабой стороной даже лучших сайтов.

Перечень страховых случаев, покрываемых полисом ОСАГО, представлен лишь у двух третей исследованных сайтов, а перечень нестраховых случаев – лишь у немногим более чем половины сайтов.

Insurance Website Rank 2013

Покупка страховых полисов онлайн

Диаграмма: распределение сайтов страховых компаний по наличию возможности заказать и оплатить полис онлайн



Не смотря на то, что современные технологии и бизнес-процессы позволяют полностью осуществлять продажу полисов дистанционно (с последующей доставкой бумажного полиса или отправкой электронной версии полиса по электронной почте), дистанционную продажу полисов предлагает абсолютное меньшинство страховых компаний.

Наиболее консервативной с точки зрения дистанционности продажи является услуга ДМС – только на 60% сайтов страховых компаний есть возможность оставить заявку на приобретение полиса, а возможность оплатить полис ДМС была обнаружена только на двух сайтах.

Наиболее продвинутые с точки зрения онлайн-продажи услуги – страхование путешественников и страхование имущества – около трети исследованных страховых компаний позволяют не только заказать, но и оплатить полис через свои сайты.

Об агентстве

Marksw Webb Rank & Report

Аналитическое агентство Marksw Webb Rank & Report реализует исследовательские проекты и оказывает консультационные услуги, направленные на повышение эффективности интернет-продуктов и интернет-маркетинга.

Агентство основано в 2010 году. Управляющими партнерами и экспертами агентства являются профессионалы с многолетним опытом работы на рынке интернет-маркетинга и в крупнейших интернет-компаниях России. Одним из базовых принципов работы агентства является полная независимость проводимых исследований и публикуемых рейтингов.

Исследование финансовых интернет-продуктов является ключевым направлением работы агентства.

Подробная информация об агентстве: markswwebb.ru

Для связи: +7 (495) 796-04-80, hello@markswwebb.ru

Агентство ежегодно проводит пять регулярных исследований для финансовой индустрии:

- 1) Retail Bank Rank – исследование эффективности корпоративных сайтов банков
- 2) Internet Banking Rank – исследование эффективности интернет-банков для физ.лиц
- 3) Mobile Banking Rank – исследование эффективности мобильных банков для физ.лиц
- 4) Business Internet Banking Rank – исследование эффективности интернет-банков для юр.лиц.
- 5) Insurance Website Rank – исследование эффективности сайтов страховых компаний.

Клиентами агентства являются такие финансовые организации как АК БАРС, Альфа-Банк, Бинбанк, Банк Восточный, GE Money Bank, ОТП Банк, Промсвязьбанк, Райффайзенбанк, Сбербанк России, ТКС Банк, ФГ Лайф и другие.