

В компании «Росгосстрах-Жизнь» организовано движение «Высота 140», основной целью которого выступает выполнение плана продаж в 2011 году на 140%.

⋮

В компании предлагают каждой продающей единице взять на себя обязательство по выполнению плана продаж на 140%. Если данные обязательства будут реализованы, то, по мнению руководства страховщика, компания займет первое место на рынке страхования жизни в 2011 году.

По итогам 2010 года компания «Росгосстрах-Жизнь» уступила свое традиционное второе место на рынке страхования жизни компании «АльфаСтрахование-Жизнь». Но результаты I квартала 2011 года позволили страховщику выйти на первое место, опередив не только «АльфаСтрахование-Жизнь», но и «Метлайф Алико». Основным каналом продаж полисов страхования жизни является агентская сеть. В 2010 году, по оценке «Страхового маркетинга», на агентский канал страховщика приходится 85% собранных премий. Высокие темпы роста по данному каналу, скорее всего, и определили значительный рост премий компании по страхованию жизни в I квартале 2011 года. То есть планы по «захвату высоты 140» начали реализовываться.

В маркетинговом исследовании [«Страхование жизни в 2011 году: динамика показателей и программ, каналы продаж, прогноз развития»](#) подробно рассматриваются каналы продаж на рынке страхования жизни как в целом, так и по ведущим страховщикам. Большой раздел исследования посвящен обучению, КВ, симулированию агентов в ведущих страховых компаниях, в том числе «Алико», «Дженерали ППФ Страхование жизни», «Альянс РОСНО Жизнь».

Источник: www.wiki-ins.ru

Автор: Брызгалов Д.В.□