

# Сотрудничество страховых компаний и банков.

Выполнила:  
Евстигнеева  
Екатерина  
Группа 1309

2013

Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 "О банках и банковской деятельности" (ст. 5) прямо запрещает кредитной организации заниматься страховой деятельностью.

Выгода банка: вознаграждение

Выгода страховой компании:

- быть посредниками и в розничном, и в корпоративном страховании
- сами нуждаются в страховой защите

## Банкострахование - взаимодействие

банков и страховых компаний, результатом которого становится продвижение страховых продуктов клиентам банков наряду с предоставлением им банковских услуг, а также страхование рисков самих банков.

- комиссия банка от продажи страховых продуктов составляет 25%
- GAP-insurance (гарантия сохранения стоимости автомобиля)

# МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА АГЕНТСКИХ ПРОДАЖ

---

Классификация маркетинговой поддержки:

- на уровне центрального офиса
- на уровне региональных филиалов
- на уровне страхового агента

Методы маркетинговых коммуникаций:

- имиджевая (рекламная и PR)
- информационная
- методологическая
- прочие виды поддержки.

# Имиджевая поддержка

---

Успешное продвижение на рынок страховых услуг той или иной компании зависит от последовательного соблюдения трех условий:

- 1) awareness (осведомленность о существовании/знание бренда);
- 2) availability (наличие в продаже/поставленная дистрибуция);
- 3) affordability (ценовая доступность для выбранной аудитории).

Прямые скидки предоставляются непосредственно во время совершения покупки и могут быть в виде:

- ⦿ - сезонных скидок;
- ⦿ - мелкооптовых скидок;
- ⦿ - скидок в виде разовых акций с указанием цены в местах продаж или на упаковке;
- ⦿ - скидок при комбинированной упаковке;
- ⦿ - скидок дополнительным объемом.

# Создание адаптированных страховых продуктов (услуг)

---

Название  
страховщик  
а

Вид  
страхования

Характерис  
тика

---

**Спасибо за внимание!**