

Indywidualny Monitor Rynku Ubezpieczeniowego (GfK Insurance Monitor Data Survey)

Celem badania syndykatowego GfK Polonia „Indywidualny Monitor Rynku Ubezpieczeniowego” jest śledzenie zmian zachodzących na tym rynku pod względem znajomości i oceny towarzystw ubezpieczeniowych, preferencji w zakresie cech je charakteryzujących oraz posiadania polis przez klientów indywidualnych.

Badanie realizowane jest od 1997 roku, składa się z 4 pomiarów. Każdy pomiar przeprowadzany jest na próbie 1000 osób za pomocą wywiadów bezpośrednich ze wspomaganiami komputerowym (CAPI).

Wykorzystywane jest standaryzowane narzędzie badawcze opracowane przez GfK Polonia. Większość pytań porównywalna jest do analogicznych badań prowadzonych przez instytuty sieci GfK w innych krajach Europy Środkowej.

Wśród tematów poruszane są takie zagadnienia jak:

- spontaniczna i wspomagana znajomość marek firm ubezpieczeniowych.
- spontaniczna i wspomagana znajomość reklam firm ubezpieczeniowych.
- kryteria wyboru towarzystwa
- sympatia do towarzystw
- korzystanie wybranych typów ubezpieczeń
- stosowane źródła informacji o ofercie ubezpieczeniowej
- struktura klientów towarzystw ubezpieczeniowych
- wizerunek towarzystw (dotyczy wybranych towarzystw)
- polisy planowane do nabycia w ciągu dwóch lat
- preferowane towarzystwo w przypadku hipotetycznej zmiany
- członkostwo w OFE – obecne i planowane (zmiana lub nowe)