

# All Insurance Brand Performance

Merjenje pozicije in podobe znamk na zavarovalniškem trgu

Ponudba



**ALL INSURANCE BRAND  
PERFORMANCE** JE REŠITEV, KI MERI  
POZICIJO IN PODOBO ZNAMK NA  
ZAVAROVALNIŠKEM TRGU, TEMELJI  
PA NA KONTINUIRANEM  
SPREMLJANJU POSAMEZNIKOV –  
**KOMITENTOV BANK**

**DIFERENCIACIJA ZNAMKE**  
**USTREZNOST ZNAMKE ZA**  
**CILJNO SKUPINO**  
**DOLGOROČNI POTENCIAL**  
**USPEŠNOSTI ZNAMKE**

**NAROČNIKU DAJE VPOGLED V :**

RELEVANTNOST  
BLAGOVNE  
ZNAMKE

PRIZMA PODOBE  
ZNAMKE

INDEKS MOČI  
ZNAMKE

NEPOSREDNA  
PRIMERJAVA DVEH  
ZNAMK

TRENDI V ČASU

USPEŠNOST PRI  
CILJNI SKUPINI

# Brand Tracking: Delovanje -> Podoba -> Moč -> Uspešnost na trgu

## AKTIVNOSTI

- brendirani izdelki *razširitve*
- pozicioniranje na policah
- distribucija
- odnos s trgovci
- oglaševanje
- promocija
- korporativni ugled
- sponzorstva
- PR
- izvor izdelkov
- aktivnosti konkurence

## BRAND IMAGE

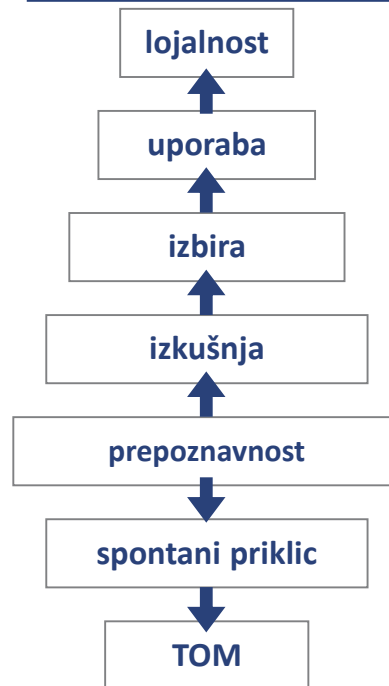
### *Mehki elementi*

- osebnost
- vrednote
- percepcija
- uporabniki
- odnos
- Fizična in samo-percepcija

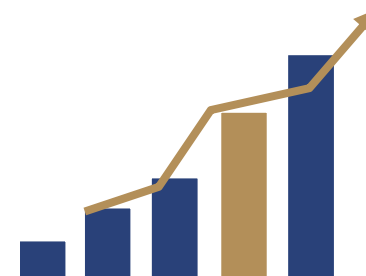
### *Trdi elementi*

- percepcija cene
- Percepcija trga
- Izdelki
- karakteristike in koristi
- pod-kategorije

## MOČ ZNAMKE



## POZICIJA NA TRGU

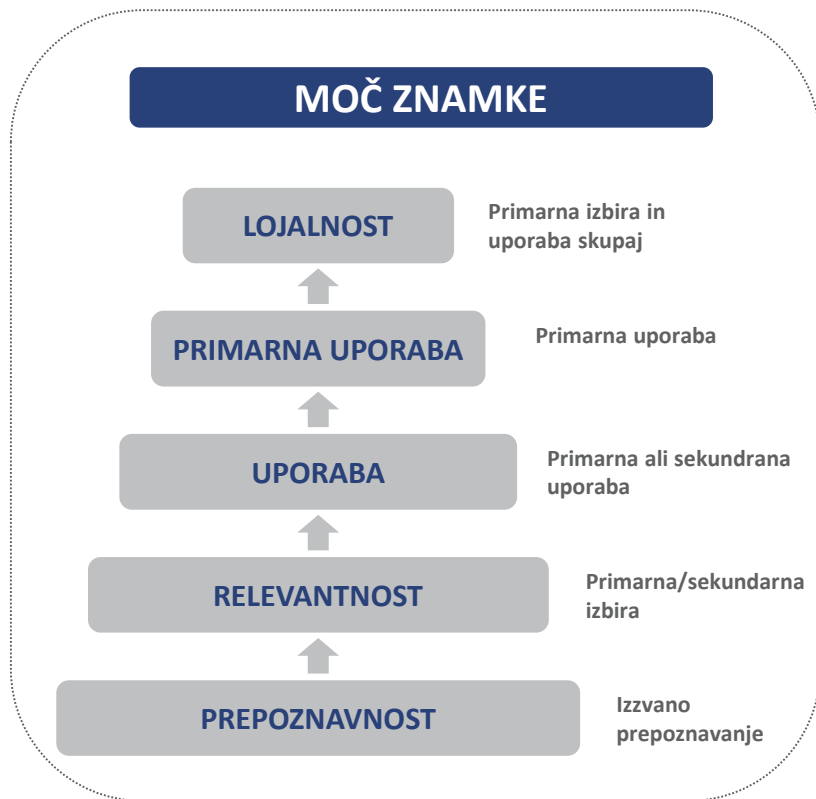


prodaja



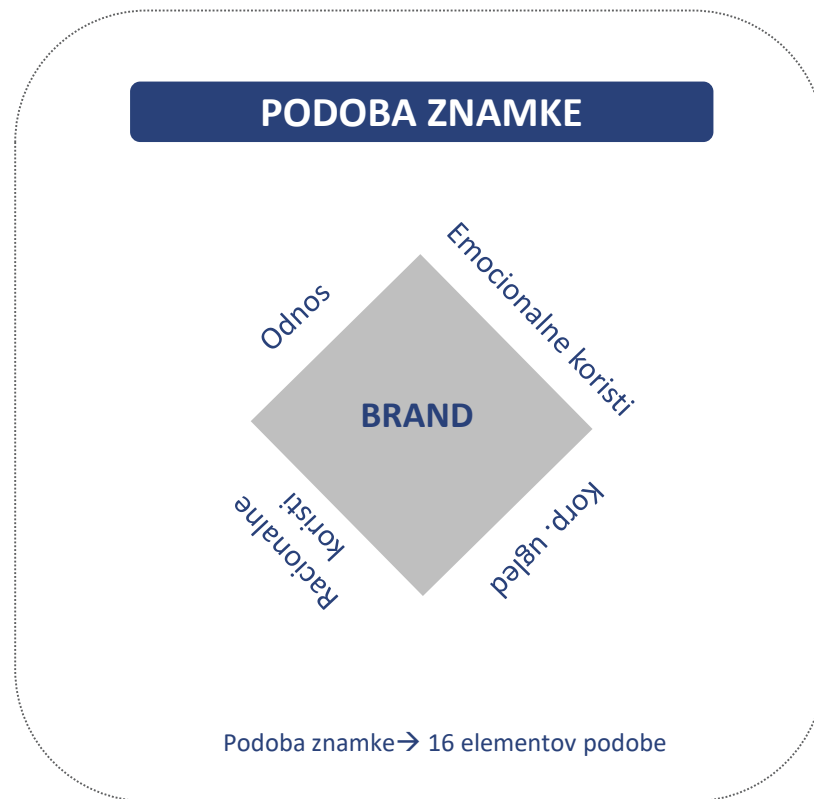
tržni delež

## 2 Razlaga KPI-jev: BSI in UGLED ZNAMKE



ALL INSURANCE  
(izvaja se 1 x letno/ sept. vsako leto)

&



ALL INSURANCE BRAND PERFORMANCE  
(izvaja se 1 x letno/ sept. vsako leto ali ad hoc po dogovoru)

## Podobo merimo s pomočjo 16-ih elementov, razdeljenih v 4 dimenzije

Dimenzija	Element
emocionalne koristi	Je zaupanja vredna zavarovalnica.
emocionalne koristi	Je poštena pri reševanju škodnih zahtevkov.
emocionalne koristi	Pogoji zavarovanja so predstavljeni jasno in razumljivo.
emocionalne koristi	Izpolnjuje pričakovanja svojih strank.
racionalne koristi	Je odzivna in vedno na voljo, ko jo potrebujem.
racionalne koristi	Ponuja najboljše razmerje med ceno in tem kar dobim.
racionalne koristi	Postopek sklenitve/podaljšanja zavarovanja je enostaven.
racionalne koristi	S ceno se vedno približa pričakovanjem strank.
racionalne koristi	Inovator pri uporabi sodobnih spletnih tehnologij.
odnos	Najbolj strokovni zavarovalni agenti.
odnos	Se odlično prilagaja željam in potrebam strank.
odnos	Mi skuša prodati le zavarovanja, ki so primerna zame.
korporativni ugled	Je ponos gospodarstva.
korporativni ugled	Skrbi za svoje zaposlene.
korporativni ugled	Ima jasno vidno vizijo razvoja.
korporativni ugled	Med največjimi sponzorji športa in kulture.

**BPI** (brand performance index) - zavarovalnica definira 3-5 elementov, ki sestavljajo/manifestirajo identiteto znamke.

# METODOLOGIJA



Spletno anketiranje, CAWI metoda

---

Spletni panel Valicon

---

Vzorec 15+ years

---

Internetni uporabniki (penetracija v ciljni skupini 75%+)

---

Reprezentativnost po spolu, starosti, izobrazbi, regiji

---

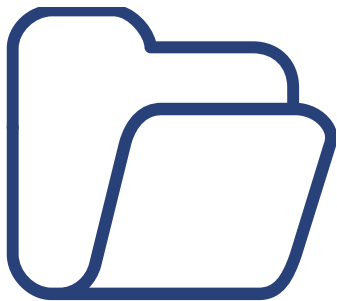
Velikost vzorca  $n=1.000$

---

Čas meritev:

Jesen

# KAJ DOBITE?



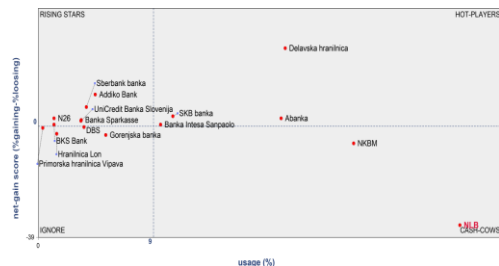
## Poročilo v PPT in PDF formatu:

---

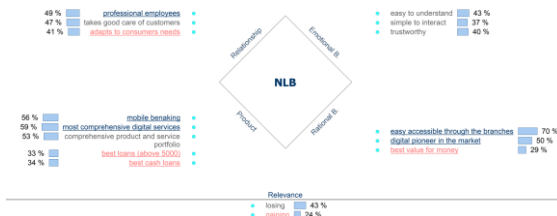
- Standardna poročila za celoten trg:
    - BSI – Brand Strength piramide (za All Insurance naročnike)
    - Relevantnost znamke (po ciljnih skupinah)
    - Podoba znamke– vse ciljne skupine (asociacije in specifične)
  - Za ciljno znamko:
    - Prizma znamke (trg, uporabniki znamke, neuporabniki znamke)
    - Gonilci uspeha znamke
    - BPI (če definirate temeljne elemente)
-

## ILUSTRATIVNI PRIMERI

## Analiza relevantnosti znamke



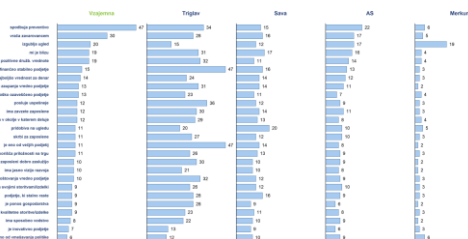
## Profil znamke



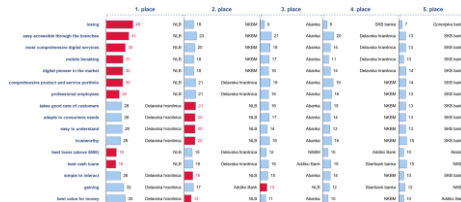
## Analiza pomembnosti elementov



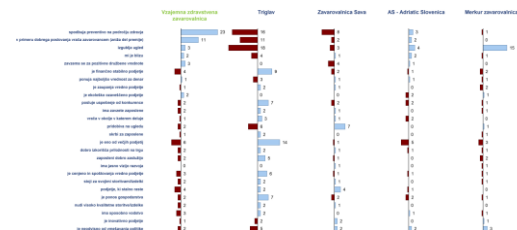
## Podoba znamke



## Najmočnejše povezane znamke po elementih



## Specifičnost znamke po posameznih elementih





# CENOVNI OKVIR



All Insurance Brand Performance	Cena*
Sindicirana meritev (Q3), dodatni modul pri paketu All Insurance (vsaj 3 kategorije)**	4.500 €
Sindicirana meritev (Q3), kot naročilo samostojnega modula***	5.000 €
Ad hoc meritev (kadarkoli) – samostojna raziskava na zahtevo	6.000 €

\*Cene ne vključujejo DDV. Cena vključuje vse naloge, aktivnost opisane v opisu projekta.

Pogoji so podrobneje opisani na naslednji strani.

\*\*Cena ob naročilu All Insurance paketa - vsaj treh kategorij zavarovanja.

\*\*\* Cena velja ob naročilu le Brand Performance modula, brez All Insurance paketa.

# Splošni pogoji

## *TOTAL CONFIDENTIALITY:*

- *Naročnik je lastnik poročil, podatkov in priporočil pridobljenih v okviru projekta. Valicon ne bo razkril nobene od teh informacij katerikoli tretji osebi.*
- *Naročnik ne sme razkril nobene od the informacij katerikoli tretji osebi in ne sem uporabljati the informacij za lastne potrebe brez pisnega soglasja Valicon.*

## *Plačilni pogoji in veljavnost ponudbe:*

- *V primeru spremembe metodologije, vzorca, vprašalnikov ali projektnih nalog si pridržujemo pravico do spremembe cene, o čemer vas predhodno obvestimo.*
- *Postavitev projekta se začne po prejemu naročila in potrditvi ciljev projekta*
- *Odzivni čas naročnika ni vključen*
- *Račun se izda: 100% na dan oddaje podatkov/rezultatov.*
- *Rok plačila: 30 dni*
- *Veljavnost ponudbe: 60 dni.*

# VALICON

Več informacij:

[matjaz.robinsak@valicon.net](mailto:matjaz.robinsak@valicon.net)

[maja.blatnik@valicon.net](mailto:maja.blatnik@valicon.net)

## VALICON Ljubljana

Kopitarjeva 2  
1000 Ljubljana  
T: +386 1 420 49 00  
F: +386 1 420 49 60  
[info@valicon.si](mailto:info@valicon.si)

## VALICON Zagreb

Baruna Trenka 16  
10000 Zagreb  
T: +385 1 640 99 55  
F: +385 1 640 99 56  
[info@valicon.hr](mailto:info@valicon.hr)

## VALICON Sarajevo

Branilaca Sarajeva 20  
71000 Sarajevo  
T: +387 33 258 655  
F: +387 33 258 656  
[info@valicon.ba](mailto:info@valicon.ba)

## VALICON Beograd

Gavrila Principa 16/2  
11000 Beograd  
T: +381 11 32 86 978  
F: +381 11 30 30 444  
[info@valicon.rs](mailto:info@valicon.rs)

**ESOMAR**  
member



**Authorized IBM Cloud**  
Solution Provider - IBM SaaS  
Solution Provider - IBM SaaS

**Authorized  
Software Value Plus**  
Business Analytics

