

ANALIZA SLOVENSKE ZAVAROVALNIŠKE PANOGE NA INTERNETU 2017

9. letna
nacionalna
raziskava

Ste dovolj digitalno konkurenčni, da bodo uporabniki sprejeli ravno vašo ponudbo?

Prednaročila
do 19. aprila

LETOŠNJA ANALIZA VKLJUČUJE RAZISKAVE IN POROČILA:

- #1 **Analiza slovenske zavarovalniške panoge 2017** – Vsebinska in hevristična analiza spletnih mest vseh slovenskih zavarovalnic, produktnih spletnih mest, profilov na družbenih omrežjih ...
- #2 **Mystery shopping raziskava** – Digitalna odzivnost in komunikativnost slovenskih zavarovalnic
- #3 **Analiza slovenskega mobilnega zavarovalništva** – Vsebinska in hevristična analiza vseh mobilnih spletnih strani slovenskih zavarovalnic

POSEBNE STORITVE PO NAROČILU:

- #4 **Primerjalne benchmark analize za vse raziskave** – primerjave spletnih mest / mobilnih spletnih strani zavarovalnic
- #5 **Analiza uporabniške izkušnje (z »eyetracking« tehnologijo)** – testiranje uporabe spletnih mest zavarovalnic z realnimi uporabniki

Pomagamo vam odgovoriti na vprašanja:

- Kako konkurenčni ste na internetu?
- Kako izboljšati vašo digitalno konkurenčnost?
- Kako izboljšati vaše spletne strani?
- Kakšna je vaša odzivnost in kakovost digitalnega komuniciranja in poslovanja?
- Katere so vaše šibke točke poslovanja in kako jih odpraviti?
- Kaj delajo druge zavarovalnice?
- Kdo je boljši in kako postati najboljši v svoji konkurenci?
- Kakšni so digitalni trendi dandanes v zavarovalniški panogi v tujini?
- Kako izboljšati digitalno konkurenčnost v letu 2017?

Komu so namenjena poročila raziskav:

- **Urednikom spletnih mest in članom spletnega uredništva** – »Kje smo v primerjavi s konkurenco, kako se razvija digitalna zavarovalniška panoga in kakšna so pričakovanja uporabnikov?«
- **Oddelkom marketinga** – »Smo na spletu konkurenčni in kako smo lahko še bolj?«
- **Oddelkom za odnose z javnostmi / PR** – »Kako učinkovito z digitalnimi orodji komunicirati s specifičnimi javnostmi?«
- **Upravi in vrhnjemu menedžmentu** – »Ali izkoriščamo vse potencialne digitalnega poslovanja?«

O raziskavi

Analiza zavarovalniške panoge vključuje:

- vse **spletne strani** slovenskih zavarovalnic – **VKLJUČNO Z VAŠO!**
- **produktne spletne strani** zavarovalnic
- njihovo **prikazovanje na pametnih telefonih in tablicah**
- **profili** na družbenih omrežjih

V analizo smo vključili tudi 15 najboljših tujih zavarovalnic.

- Analizo izvajajo **analitiki in svetovalci** podjetja E-laborat pod vodstvom **Uroša Žižka**.
- Vsako spletno stran analiziramo z vidika vsebinske kakovosti, **elementov dobre uporabniške izkušnje**, ter najbolj učinkovitih pristopov poslovnega digitalnega komuniciranja.
- Analiziramo tudi doseg in **konkurenčnost posameznih spletnih mest** v digitalnem prostoru **na podlagi več kot 100 ključnih besed in besednih zvez**, ki jih uporabniki uporabljajo pri iskanju zavarovalniških produktov in informacij.
- Med izvajanjem analize arhiviramo **primere dobrih praks**, ki so kasneje **predstavljene v raziskovalnem poročilu analize**.

Podatki bodo predstavljeni v poročilu Analiza slovenske zavarovalniške panoge na internetu 2017.



Primeri tipičnih strani raziskovalnega poročila



Poročila prejmete v PDF obliki, opremljena z direktnimi povezavami do primerov.

DODATNE INFORMACIJE:

www.e-laborat.si

info@e-laborat.si

01 565 52 92

»Digitalni domačini« na pohodu

Ne preseneča dejstvo, da se dandanes vedno več področij človekovega življenja seli na splet. **Ideja o popolni digitalizaciji**, ki bo zajela vse in vsakogar, tako utegne kaj hitro postati naša realnost. Po predpostavkah tujih raziskav, naj bi se do leta 2025 uveljavil **nov tip potrošnika**, ki bi s svojim znanjem **v digitalnem prostoru** popolnoma **dominiral**. »Digitalni domačini« naj bi **neprestano živeli on-line**, ter tako pomagali narekovati smernice in trende delovanja družbe, v kateri bi **digitalna komunikacija** postala **norma vsakdana**. Tako bi pripomogli k transformaciji mnogih panog, ki bi svoje poslovanje v želji čim uspešnejšega prilagajanja svojim uporabnikom sedaj popolnoma digitalizirali. Zavarovalniška panoga v tem oziru prav gotovo ni izjema, saj so zavarovalniški produkti in storitve v digitalnem prostoru že nekaj časa prisotni.

Vprašanje je le, koliko zavarovalnic zna prednosti in potenciale digitalne komunikacije obrniti sebi v prid?



#1 Analiza slovenske zavarovalniške panoge 2017

Osnovna raziskava slovenskega digitalnega zavarovalništva prikaže **standarde in trende** v slovenski zavarovalniški panogi **v digitalnem okolju**. Ker vedno analiziramo tudi tuja spletna mesta, ta ponudi tudi primerjave s stanjem v tujini. Poleg natančne **vsebinske** in **uporabniške analize** vseh spletnih mest, v tej raziskavi analiziramo tudi vsa **produktna spletna mesta**, ter **kommunikacijo na družbenih omrežjih**. Na podlagi pridobljenih rezultatov pripravimo poročilo analize, v katerem so **podatki predstavljeni opisno**, ter **v obliki tabel, grafov**, opremimo pa ga tudi s **primeri dobrih in slabih praks**.

POTEK ANALIZE IN PRIPRAVA POROČILA

- **Zajem podatkov** – analiza spletnih mest, analiza produktnih spletnih strani, prikazovanje na mobilnih napravah.
- **V analizo smo vključili** vse spletne strani slovenskih zavarovalnic, produktne spletne strani zavarovalnic, profile na družbenih omrežjih, ter 15 izbranih **tujih zavarovalnic**.
- **Spletno stran analiziramo z vidika vsebinske kakovosti** (preko 250 parametrov), ter izvedemo hevristično analizo uporabniške izkušnje.
- Izvedli bomo tudi **analizo spletnih tržnih deležev** – pozicije posameznih spletnih mest zavarovalnic na spletnih iskalnikih. Pri tem bomo upoštevali 100 ključnih besed in besednih zvez, ki jih uporabniki uporabljamo, ko iščemo storitve zavarovalnic.

POROČILO ANALIZE VSEBUJE rezultate raziskave v obliki grafov, tabel, komentarjev, primere najboljših praks, komentarje in priporočila.

POROČILO ODGOVARJA NA VPRAŠANJA

- *Katera zavarovalnica je najbolj digitalno konkurenčna?*
- *Po čem se vaša zavarovalnica razlikuje od konkurenčne?*
- *Kaj so dobre prakse?*
- *Kateri trendi so aktualni v letu 2017?*



Poročilo raziskave bo izšlo v prvi polovici maja 2017

Redna **CENA** poročila znaša **1.830,00 EUR + ddv**.

Cene poročil s **POPUSTI** v priloženi **naročilnici**.

ANALIZA SLOVENSKE ZAVAROVALNIŠKE PANOGE NA INTERNETU 2017

Katere analize bomo izvajali in kateri produkti so vam na voljo

V podjetju E-laborat redno **izvajamo temeljito analizo stanja slovenskega digitalnega zavarovalništva**. Tako kot se spreminja digitalni prostor, tako se pojavljajo tudi novi digitalni trendi. Zavarovalništvo se mora kot vsaka druga panoga slednjim prilagajati, saj nenehne spremembe v digitalnem prostoru povzročajo, da zavarovalnice uvajajo nove načine poslovanja in nove načine komuniciranja z javnostmi.

Zato vsako leto **naše raziskave vključujejo novosti**, ki **zagotavljajo kar najvišjo uporabno vrednost** naših **produktov in storitev**. Letos lahko izbirate med v nadaljevanju predstavljenimi generičnimi produkti in dodatnimi individualiziranimi raziskovalno-svetovalnimi storitvami.

Ker želimo, da naše rešitve rešujejo vaše realne in aktualne probleme, smo vedno **hvaležni, ko se na nas obrnete** s konkretnimi pričakovanji, predlogi in potrebami.

VESELI BOMO VAŠEGA ZANIMANJA!

Kakšno vrednost ima lahko digitalizacija za celotno zavarovalniško panogo in posamezno zavarovalnico?

- Več namenjene pozornosti s strani uporabnikov
- Ustvarjanje personaliziranih produktov, ki se prilagajajo potrebam uporabnikov
- Optimizacija nakupa zavarovalniških produktov
- Optimizacija iskanja informacij, ki jih uporabnik v danem trenutku želi najti
- Vpliv na nadaljnje poslovanje zavarovalnice

Vir: McKinsey & Company



#2 Mystery Shopping raziskava

Z metodo »skrivnostnega nakupovanja« merimo v obdobju dveh tednov **digitalno odzivnost vaše in vseh ostalih slovenskih zavarovalnic**. Z lažnega elektronskega naslova vam posredujemo določena vprašanja in povpraševanja za vaše produkte na navedene informativne elektronske naslove. Pri zavarovalnicah, ki to omogočajo, izvedemo tudi povpraševanja preko spletnih obrazcev.

POTEK ANALIZE IN PRIPRAVA POROČILA

- Z lažnega elektronskega naslova vam **na informativni elektronski naslov** pošljemo specifična **vprašanja, povpraševanja** o vaših ponudbah in zavarovalniških produktih.
- Kjer je to mogoče, pošljemo **povpraševanja tudi preko informativnih obrazcev**.
- Analiziramo tudi **kakovost komuniciranja preko e-novic** (»newsletter«), pri čemer beležimo vašo odzivnost in ustreznost komuniciranja v digitalnem prostoru.

POROČILO ANALIZE VSEBUJE posamezne podatke, ki bodo predstavljeni v obliki tabel in grafov. Podatki bodo opremljeni s komentarji, prikazani pa bodo tudi primeri digitalnih praks – predvsem dobrih.

Podatki bodo predstavljeni v poročilu **Analiza slovenske zavarovalniške panoge na internetu 2017**.

#3 Analiza mobilnih spletnih mest slovenskih zavarovalnic

Spletno poslovanje v vseh **panogah postaja mobilno**, pri čemer zavarovalniška panoga prav gotovo ni izjema. Delež uporabnikov mobilnih spletnih mest je marsikje že zdavnaj presegel 50 %. Kako-vostno prilagojeno in **uporabniku prijazno prikazovanje** vaših **spletnih strani na mobilnih napravah postaja** vaša **ključna konkurenčna prednost**. Z namenom, da vam trende takega poslovanja čim bolj približamo, izvajamo analizo slovenskega mobilnega zavarovalništva.

VIDIKI ANALIZE

- **Vstopna stran** – Prilagojenost slednje potrebam uporabnikom, ki dostopajo preko mobilnih naprav.
- **Vsebine** – Prilagojenost vsebin za uporabnike.
- **Navigacija** – Primernost in učinkovitost navigacije na mobilnih napravah.
- **Oblikovanje** – Učinkovito oblikovanje CTA (»Call To Action«), predstavitev in vstopne strani.
- **Ponudba** – Enostavnost predstavitev ponudbe, ter njena prilagoditev za mobilne uporabnike.
- **Uporabniška izkušnja na mobilnih napravah** – Izpolnjevanje obrazcev, informativnih izračunov.
- **Hitrost** – Hitrost nalaganja mobilnih strani slovenskih zavarovalnic.

POTEK IN IZVEDBA ANALIZE

Vsako mobilno spletno stran bomo analizirali na različnih mobilnih napravah, z vidika vsebinske kakovosti in vidika uporabniške izkušnje (cca 100 parametrov kakovosti).

POROČILO ODGOVARJA NA VPRAŠANJA

- *Katere zavarovalnice dobro služijo tudi mobilnim uporabnikom?*
- *Katera spletna mesta so dobro prilagojena?*
- *Katere so dobre mobilne prakse in zakaj ravno te?*

DODATNE INFORMACIJE:

www.e-laborat.si
info@e-laborat.si
01 565 52 92



Poročilo raziskave bo izšlo v drugi polovici maja 2017

Redna **CENA** poročila znaša **1.710,00 EUR + ddv**.
Cene poročil s **POPUSTI** v priloženi **naročilnici**.

Zakaj je dobro spletno mesto ključno za vašo konkurenčnost?

Komentarji/izjave zadovoljnih naročnikov, ki jim je analiza v preteklosti že pomagala.

“S pomočjo večletnega sodelovanja s strokovnjaki družbe e-Laborat, njihovih izobraževalnih delavnic in strokovnih analiz, smo svoje znanje na vseh področjih digitalnega poslovanja nadgradili in tudi zaradi tega postali uspešnejši.”

Goran Juroševič,
Vodja spletnega poslovanja, Zavarovalnica Triglav, d.d.

“Ker vedno stremimo k izboljšanju, smo že leta naročniki raziskav E-laborat. Te nas vedno umestijo na mesto, ki nam v tistem trenutku pripada. Tako se učimo, primerjamo z ostalimi in izboljšujemo.”

Barbara Franko
Vodja digitalnega bančništva, Sberbank banka d.d.



#4 Primerjalna analiza za spletno mesto / mobilno spletno stran

Gre za **dodatno raziskavo**, ki jo bomo izvedli za **vaše spletno mesto ali mobilno spletno stran** na podlagi vašega naročila in natančnega usklajevanja vaših potreb, poslovnih načrtov in ciljev.

Pri dodatni analizi bomo **izhajali iz obstoječih podatkov** ter **primerjali podatke za vašo zavarovalnico s podatki celotne panoge**, pri čemer se bomo osredotočili na vaše »šibke točke« in te dodatno analizirali. V poročilu bodo slednje s tabelami in grafi prikazane, podana pa bodo tudi priporočila za izboljšave, nazorno opremljena s slikami in primeri dobrih praks.

Vaše spletno mesto / mobilno spletno stran primerjamo s konkurenčno zavarovalnico po Vaši izbiri.

POTEK ANALIZE IN PRIPRAVA POROČILA

- Izvedli bomo **dodatno poglobljeno interpretacijo podatkov** analize panoge.
- **Identificirali** bomo **vaša šibka področja** in področja, ki jih bomo določili skupaj, izhajajoč iz vaših KPI-jev.
- Izbrana **področja** bodo **analizirali naši strokovnjaki** za uporabniško izkušnjo in spletno poslovanje.
- Za **prilagobo poročila** bomo predvideli priporočila in izboljšave.

POROČILO ANALIZE bo vsebovalo razširjene podatke, ki bodo natančno prikazovali kakovost vašega spletnega mesta / mobilne spletne strani.

PRIKAZ PODATKOV bo v obliki grafov, tabel, komentarjev. Za vašo šibka področja bomo pripravili priporočila izboljšav, s slikami primerov dobrih praks, da boste pomanjkljivosti lahko nemudoma odpravili.

POROČILO ODGOVARJA NA VPRAŠANJA

- **Katere postopke je potrebno dodati, optimizirati?**
- **Katere vsebine je priporočljivo nadgraditi?**

Redna **CENA** analize znaša **2.100,00 EUR + ddv**.
Cena analize s **POPUSTI** v priloženi **naročilnici**.

#5 Analiza uporabniške izkušnje s tehnologijo »eyetracking«

Gre za **najbolj zanesljivo in učinkovito raziskavo za testiranje kakovosti interakcije** med uporabniki in vašim spletnim mestom ali mobilno spletno stranjo. **S to raziskavo zanesljivo najdemo probleme**, zaradi katerih uporabniki ne opravijo postopkov, zaradi katerih po vaši strani brskajo. Raziskava se **izvaja na realnih uporabnikih**, pri čemer **uporabniku dodelimo naloge (scenarije)**, vezane na uporabo spletnega mesta / mobilne spletne strani. Scenarije določimo skupaj, saj so ti ključni za poslovno učinkovitost vašega spletnega mesta ali mobilne spletne strani. Raziskavo izvajamo **s tehnologijo »eyetracking«** - sledenja gibanja očesa, pri čemer testiranje uporabniške izkušnje izvajamo z **najsodobnejšo tehnologijo (Tobii X120)** za »Eyetracking«.



FAZE RAZISKAVE

- 1) V sodelovanju z naročnikom uskladimo vsebinska izhodišča in **definiramo ključne faktorje uspeha** (KPI-je) spletnega mesta.
- 2) **Določimo 10 scenarijev** (npr. naročilo storitve, iskanje informacij, povezanih s storitvijo, izpolnitev informativnega vprašalnika ...), ki jih kasneje testiramo na realnih uporabnikih.
- 3) **V nadzorovanih okoliščinah** v naših prostorih **izvedemo testiranja** (5-sekundni test vstopne strani, testiranje vseh scenarijev, poglobljen intervju o vtisu uporabnika).
- 4) Po končanih testiranjih **podatke interpretiramo**, ter **prilagodimo poročilo s konkretnimi priporočili** za optimizacijo spletnega mesta / mobilne spletne strani. Podatke raziskave predstavimo na interni delavnici.

Izsledki raziskave s to tehnologijo zagotavljajo 100 % zanesljive povratne informacije o kakovosti vašega spletnega mesta.

Redna **CENA** analize znaša **6.500,00 EUR + ddv**,
oziroma **4.500,00 EUR brez tehnologije »eyetracking«**.
Cena analize s **POPUSTI** v priloženi **naročilnici**.

Zakaj izbrati ravno nas?

Ker že **dvajseto leto opravljamo analize različnih panog na spletu in pripravljamo specializirane raziskovalne priročnike**. Ker vedno stremimo k zadovoljstvu naših naročnikov in k uspešnim poslovnim dogovorom, iz katerih vsakdo pridobi. Pobuda je prišla s strani strank, ki so želele redna poročila o trendih in standardih v panogi, ter nasvete za aktualne in najboljše rešitve njihovih konkretnih problemov. **Naš cilj je priprava takšnega poročila raziskave, ki bo nazorno odražalo trenutne digitalne trende in novosti, ter hkrati izpostavljalo dobre prakse in pomagalo manj dobrim na poti do izboljšave.** Želja je ustvariti priročnik z visoko uporabno vrednostjo, ki bo s primeri predstavljal preverjeno najboljše – domače in tuje – aktualne spletne prakse, ter vas usmeril k večji digitalni konkurenčnosti v svoji panogi.



Do sedaj so našo ponudbo sprejeli že:

Abanka Vipava d.d., Adria Airways d.d., Adria mobil d.o.o., Adriatic Slovenica d.d., Agencija RS za okolje, Allianz Hungaria Zrt., Alpina d.d., Alta skladi d.d., Amis, d.o.o., Avto Triglav d.o.o., Banka Celje d.d., Banka Koper d.d., Dnevnik d.d., Elektro Ljubljana d.d., Eles, d.o.o., Engrotuš d.d., Fakulteta za komercialne in poslovne vede, Fakulteta za turistične študije - Turistica, Fashion.si, Fructal d.d., GA, gospodinjski aparati d.d., Gen-i d.o.o., Gorenje d.d., Gorenjska banka, d.d., GZS, Gospodarsko razstavišče d.o.o., Grand Hotel Toplice Bled d.o.o., Grawe Zavarovalnica d.d., Microsoft Slovenija d.o.o., Hit, d.d., Hoteli Bernardin, d.d., Hypo Alpe-Adria-Bank d.d., Istrabenz Turizem d.d., Izi mobil, d.d., JAPTI, Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije, Kapitalska družba, d.d., KD Group d.d., Lek d.d., Lokalna turistična organizacija Bovec, Loterija Slovenije, d.d., Luka Koper, d.d., Medis d.o.o., Mercator d.d., Microsoft Slovenija d.o.o., Ministrstvo za javno upravo, Ministrstvo za obrambo, MM Marketing magazin, Mobitel, d.d., Nikon GmbH, NLB d.d., Nova KBM d.d., Olimpijski komite Slovenije, PM Poslovni medij d.o.o., Porsche Slovenija, d.o.o., Poštna banka Slovenije, d.d., Računalniške novice, Radio Triglav Jesenice, d.o.o., Raiffeisen banka d.d., Relax Turizem d.o.o., Renault Nissan Slovenija d.o.o., Sava Hoteli Bled, d.d., Sberbank banka d.d., Si.mobil d.d., SKB banka d.d. Ljubljana, SKUPNA, pokojninska družba, d.d., Slovenska turistična organizacija, Srce Slovenije, Steklarna Hrastnik d.o.o., Turizem Ljubljana, T-2 d.o.o., Telekom Slovenije d.d., Terme Krka, d.o.o., Terme Olimia d.d., UniCredit Banka Slovenija d.d., Union hoteli d.d., Unior d.d., VZAJEMNA zdravstvena zavarovalnica, d.z.v., Zavarovalnica Tilia, d.d., Zavarovalnica Triglav d.d., Zavod za turizem Maribor, Združenje bank Slovenije, ŽITO Prehrabna industrija d.d. ...



E-laborat,
svetovalno analitična družba, d.o.o.
Letališka cesta 5
1000 Ljubljana

T: 01 565 52 92
www.e-laborat.si
www.netfork-akademija.si
www.websi.si

Družba je vpisana pri Okrožnem sodišču v Ljubljani, št. reg. vpisa 2008/10873, z dne 25.2.2008, matična številka: 3280772000, osnovni kapital družbe: 7.500.00 EUR, transakcijski račun: 29000-0055470083, ID za DDV: SI17945372.

