

PREDNAROČILA
DO
21. DECEMBRA!

DIGITALNA KONKURENČNOST **SLOVENSКИH ZAVAROVALNIC** 2024

Analiza digitalne pojavnosti in digitalnega komuniciranja vseh slovenskih zavarovalnic ter primerjava z izbranimi tujimi

Analiza digitalnega nastopa vseh slovenskih zavarovalnic in izbranih tujih

- ◆ **Katere slovenske zavarovalnice so v digitalnem prostoru najbolj napredne in postavljajo standarde v panogi?**
- ◆ **Kako si najboljše zavarovalnice zagotavljajo digitalno konkurenčnost?**
- ◆ **Kateri so ključni elementi učinkovitega digitalnega prodajnega lijaka?**
- ◆ **Kako so slovenske zavarovalnice digitalno odzivne in kako uporabnike spodbujajo k uporabi digitalnih kanalov in digitalnega poslovanja?**
- ◆ **Katere so novosti na področju digitalne uporabniške izkušnje v slovenskem zavarovalništvu?**



da
DIGITAL AUDIT

Po
posodobljeni
metodologiji

**E-laborat
Digital Audit**

®

elaborat

Spoštovani.

Po skoraj treh letih bomo v podjetju E-laborat ponovno analizirali **digitalno konkurenčnost slovenskih zavarovalnic**. Izvedli bomo analizo digitalnega komuniciranja, poslovanja in pojavnosti vseh slovenskih zavarovalnic in izbranih tujih.

Pred nami je **Digitalna konkurenčnost slovenskih zavarovalnic 2024 – Analiza digitalne pojavnosti in digitalnega komuniciranja vseh slovenskih zavarovalnic ter primerjava z izbranimi tujimi**.

V preteklih treh letih smo močno posodobili tako mersko lestvico ocenjevanja, kot metodologijo in poročila raziskav. Veliko bolj se osredotočamo na **ključne poslovne funkcije spletnih mest** in drugih digitalnih kanalov ter **uporabniško izkušnjo**, ki jo uporabniki najprej »opazijo« in si pogosto že na podlagi te ustvarjajo mnenja.

Digitalni razvoj slovenskih zavarovalnic spremljamo **že od leta 2007**. Tako lahko rečemo, da smo bili zraven od samih zametkov vstopa slovenskega zavarovalništva v »internetno« panogo, vse do danes, ko se v digitalnem prostoru in z digitalnimi orodji (lahko!) ustvarja **ključna konkurenčna prednost**.

Od samega začetka smo tudi **primerjali digitalni razvoj slovenskih in tujih zavarovalnic**. Razkorak med temi je bil z leti vedno manjši, danes pa verjetno lahko govorimo le o detajlih. Kakšno je točno stanje, bo seveda pokazala dotična analiza.

Spletna mesta so še vedno osrčje in končni cilj vseh vaših komunikacijskih aktivnostih, ko govorimo o digitalnem prostoru. In tako bo še dolgo. Zato tudi analiza kakovosti in naprednosti vaših spletnih mest predstavlja največji del analize.

Vaša digitalna učinkovitost pa ni zadovoljiva brez **učinkovityh komunikacijskih aktivnosti** in drugih oblik **digitalnega marketinga**, ki pripomorejo, da čim več uporabnikov obiše vaše spletno stran in pride do vaših drugih digitalnih vsebin. Zato bomo sistematično in v celoti analizirali tudi te - stanje na **spletnih iskalnikih, e-mail marketing, aktivnosti na družbenih medijih** in izvedli spletni "mystery shopping".

Vse se začne in konča pri uporabniku! Zato bomo prav vse vaše postopke analizirali skozi prizmo **uporabniške izkušnje**.

Priporočamo individualiziran pristop!

Z **dodatno individualizirano analizo** in individualizirano obravnavo boste dobili **konkretna navodila za optimizacijo** posameznih korakov digitalnega prodajnega kanala in funkcionalnosti ter pridobili vpogled v najboljše prakse za vas!

Dovolite, da vam pomagamo pri optimizaciji vaših digitalnih procesov in digitalne prezenca – prepustite nam svojo digitalno uporabniško izkušnjo.

STOPITE V STIK Z NAMI

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

☎ 01 565 52 92

🌐 www.e-laborat.si // www.uxlab.si



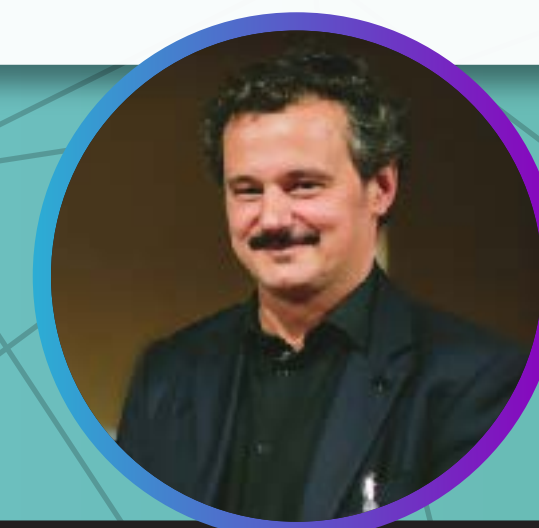
Uroš Žižek,
vodja raziskav in
razvoja



Diana Blumer Košak,
analitičarka in specialistka
za uporabniško izkušnjo



Lina Piškur,
specialistka za
uporabniško izkušnjo



Matija Škof,
vodja marketinga

SPIRALA DIGITALNEGA NASTOPA

Pozornost
5 sekund, da uporabnika pridobite ali izgubite

Zaupanje
1 minuta, da ustvarite zaupanje

Informiranje
3 minute, da ponudite prave informacije

Interakcije
Vzpostavljanje trajnega odnosa z uporabniki

Transakcije
Zagotavljanje kakovostnih digitalnih storitev

UX - Kakovost uporabniške izkušnje
Intuitivni, uporabniku prilagojeni digitalni postopki

+ 400 indikatorjev kakovosti digitalne prezenca

E-laborat Digital Audit je celovita revizija vašega digitalnega nastopa.

S to revizijo pridobite kakovostno oceno spletne in mobilne prezenca vaše organizacije, na način, da vam pomaga razumeti, kako uporabiti digitalne kanale za učinkovito doseganje vaših strateških ciljev.



DIGITAL AUDIT
Metodologija
E-laborat
Digital Audit
®

KATERE ELEMENTE VAŠEGA DIGITALNEGA NASTOPA BOMO MERILI ZA POSAMEZNO FAZO?

V E-laboratu smo spiralo digitalnega nastopa definirali skozi leta našega raziskovanja **vedenja digitalnih uporabnikov**. Večino teh podatkov smo pridobili preko **analiz uporabniške izkušnje** različnih digitalnih vmesnikov, pri katerih zadnja leta uporabljamo tehnologijo »eyetracking«, ki nam daje dodaten vpogled v **nezavedno delovanje uporabnika**.

Spirala digitalnega nastopa ponazarja mentalne in čustvene procese posameznika, ki se z našimi vsebinami sreča v digitalnem okolju. Pogosto ta proces ni linearen, ampak prehaja med fazami tudi v drugačnem vrstnem redu in se v posamezne faze tudi vrača. Gre za model, soroden AIDA modelu, le da ta upošteva **specifičnost interakcije uporabnika z digitalnimi vsebinami** in digitalnim okoljem.

Izkušnje nam dokazujejo, da dosledno vrednotenje digitalnega nastopa preko spirale digitalnega nastopa zagotavlja zanesljive vstopne informacije za dvig naše **digitalne konkurenčnosti**. Nenazadnje to dokazuje vedno večji krog naših partnerjev, najuglednejših slovenskih podjetij.

Vsako fazo vrednotimo preko področij, vsako od teh pa vključuje številne indikatorje.

POZORNOST

- Vstopna stran
- Hitrost spletnega mesta
- Dostopnost spletnega mesta

ZAUPANJE in KREDIBILNOST

- Označevanje varnosti (certifikati, SSL, piškotki)
- Dosegljivost kontaktov
- Predstavitev podjetja (korporativne informacije)
- Vizualno komuniciranje
- Način pisanja
- Ažurnost spletnega mesta

INFORMACIJE

- SEO
- Pisanje za splet za lažjo berljivost
- Raziskava tržnih deležev
- Iskalnik po spletnem mestu
- Predstavitev ponudbe (Predstavitev ponudbe za fizične osebe, Predstavitev ponudbe za pravne osebe, Uporaba segmentacije ponudbe, Primerjava storitev oz. produktov, Poti do zavarovalnice in mobilnega poslovanja)

INTERAKCIJE

- Analiza e-mail marketinga
 - E-mystery shopping
 - Analiza družbenih omrežij
 - Možnosti interakcije z zavarovalnico v digitalnem prostoru (on-line sklenitev zavarovanja, prijava škode, naročilo zastopnika)
 - Enostavnost interakcije z zavarovalnico
- Mikrointerakcije (prenos gradiv, video vsebine, deljenje in komentiranje)

TRANSAKCIJE

- Vstop v prodajni lijak
- Informativni izračuni
- Predstavitve poslovalnic
- Enostavnost nakupnega procesa
- Možnosti (spletnega) sklepanja zavarovanja

SPLOŠNI UX

- Navigacija po spletnem mestu
- Obrazci za vnos podatkov
- Oblikovanje

MOBILE UX

- Navigacija po mobilnem spletnem mestu
- Obrazci za vnos podatkov
- Prilagojenost mobilnemu uporabniku

elaborat

POTEK ANALIZE DIGITALNA KONKURENČNOST SLOVENSКИH ZAVAROVALNIC 2024

1 Analiza spletnih in mobilnih spletnih mest slovenskih zavarovalnic

Med 3. in 20. januarjem bomo analizirali vsa spletna mesta in vsa mobilna spletna mesta slovenskih zavarovalnic.

Vsako spletno in mobilno spletno mesto bosta ločeno analizirala dva strokovnjaka za digitalni nastop in digitalno uporabniško izkušnjo. Pri tem bosta uporabljala merski instrument, ki vključuje preko 250 indikatorjev kakovosti digitalnega nastopa.

2 Analiza spletnih in mobilnih spletnih mest tujih zavarovalnic

Tako kot vsako leto bomo tudi letos v analizo vključili izbrane tuje zavarovalnice. Po enaki metodologiji kot slovenske, bomo tudi pri tujih zavarovalnicah analizirali tako spletna kot mobilna spletna mesta.

3 Mystery shopping – Analiza digitalne odzivnosti slovenskih zavarovalnic

Med 3. in 20. januarjem bomo vsem slovenskim zavarovalnicam poslali povpraševanja in vprašanja preko kontaktnih obrazcev ali elektronskih naslovov ter preko klepeta v živo. Analizirali bomo hitrost in kakovost vseh povratnih vsebin.

4 E-mail marketing

Prijavljeni smo na e-novice vseh slovenskih zavarovalnic. Za določeno obdobje bomo izvedli pogostost in kakovost te oblike komuniciranja slovenskih zavarovalnic.

5 Družbena omrežja

S posebnim programskim orodjem bomo za določeno časovno obdobje analizirali pogostost in kakovost komuniciranja slovenskih zavarovalnic preko različnih družbenih omrežij (Facebook, Instagram, YouTube).

6 Digitalni tržni deleži

Za vse slovenske zavarovalnice bomo izvedli analizo položajev njihovih spletnih mest in drugih spletnih vsebin na iskalniku Google za preko 100 besed in besednih zvez, ki jih uporabniki najpogosteje uporabljajo pri iskanju zavarovalniških vsebin in zavarovalniških produktov.

ZDRUŽENO POROČILO VSEH TREH RAZISKAV

Rezultate vseh raziskav bomo predstavili v združenem poročilu **Digitalna konkurenčnost slovenskih zavarovalnic 2024** ter dostopom do interaktivne galerije **Najboljše digitalne prakse - Zavarovalnice 2023**.

Poročilo bo vsebovalo rezultate in druge izsledke raziskav. Podatki bodo predstavljeni v obliki **grafov, tabel in komentarjev**.

Poročilo bo izrazilo **poslovno in akcijsko naravnano**. Vključevalo bo **komentarje strokovnjakov** za digitalno poslovanje, **priporočila in primere dobrih praks**.

Poročilo bo izšlo v **aprilu 2023**.

Redna cena poročila znaša 4.150,00 EUR.

Cena poročila s POPUSTI v priloženi naročilnici.

Vse cene so v neto zneskih in jim je potrebno prišteti ustrezno vrednost ddv-ja.



NAROČI



DODATNE INDIVIDUALIZIRANE ANALIZE

Naši strokovnjaki za digitalno poslovanje in uporabniško izkušnjo se bodo predano poglobili v vaše izzive. V malenkostih, ki pa imajo eksponentne učinke, bodo našli priložnost za dvig vaše digitalne konkurenčnosti.

Primerjajte se s konkurenco ter pridobite konkretne in individualizirane napotke za izboljšave!

1 INDIVIDUALIZIRANA BENCHMARKING ANALIZA ZA VAŠO ZAVAROVALNICO

- Primerjava z vašo direktno konkurenco
- Poglobljena analiza vaših šibkih točk
- Konkretna priporočila s primeri dobrih praks za izboljšave

Našo najbolj priljubljeno analizo lahko izvedemo tudi za vas. Najprej nas boste sami seznanili z vašimi specifičnimi potrebami in poslovnimi cilji ter zasnovali analizo, prilagojeno samo vašim potrebam. Pripravili bomo poročilo dodatne analize ter vam izsledke predstavili na interni delavnici v živo ali preko video klica.

Potek analize in priprava poročila:

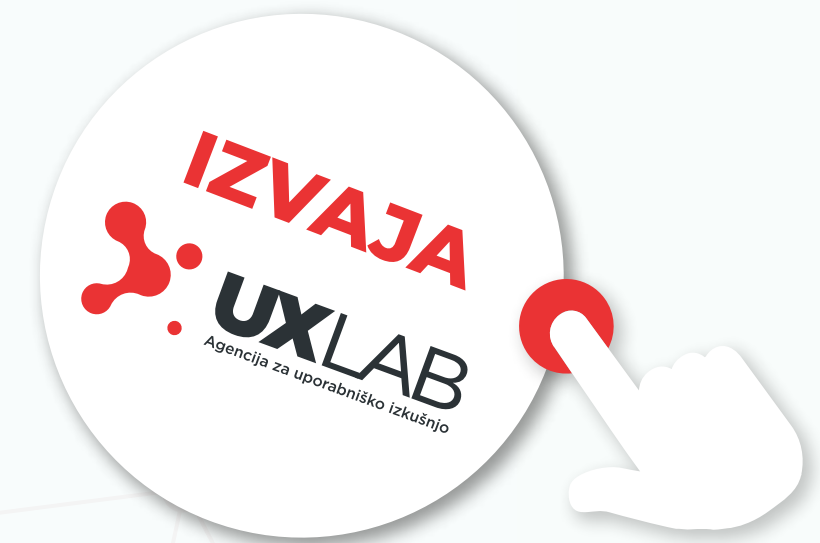
- Z vami bomo **uskladili cilje** dodatne analize.
- Izhajali bomo iz vaše **poslovnih** ciljev in **konkurenčnih** prednosti ter **KPI-jev** digitalnega orodja.
- Izvedli bomo **dodatno interpretacijo** podatkov ter identificirali **vaše šibke točke** v primerjavi s konkurenco.
- Izbrana področja bomo podrobneje **obravnavali in primerjali s konkurenco**.
- Predvideli bomo **rešitve** in **izboljšave**.
- Skrbno bomo pripravili **poročilo** dodatne analize stanja ter konkretna in argumentirana priporočila za vse identificirane šibke točke s **primeri dobrih praks**.
(V povprečju naša poročila vsebujejo preko **50 konkretnih priporočil** za izboljšave!)
- V **vaših prostorih** ali **na daljavo** bomo izvedli še **predstavitev rezultatov** in vodeno **razpravo** – interno delavnico.

Optimizirajte vaše digitalne postopke na podlagi napredne analize z vašimi uporabniki!

2 ANALIZA UPORABNIŠKE IZKUŠNJE Z NAPREDNO EYETRACKING TEHNOLOGIJO

Analizo lahko izvedemo za vaše spletno mesto, s posebnim dodatnim stojalom pa tudi za mobilno spletno stran ali aplikacijo.

- Analiza ključnih postopkov na realnih uporabnikih
- Identifikacija do 80 % uporabniških težav
- Mnenja in predlogi uporabnikov

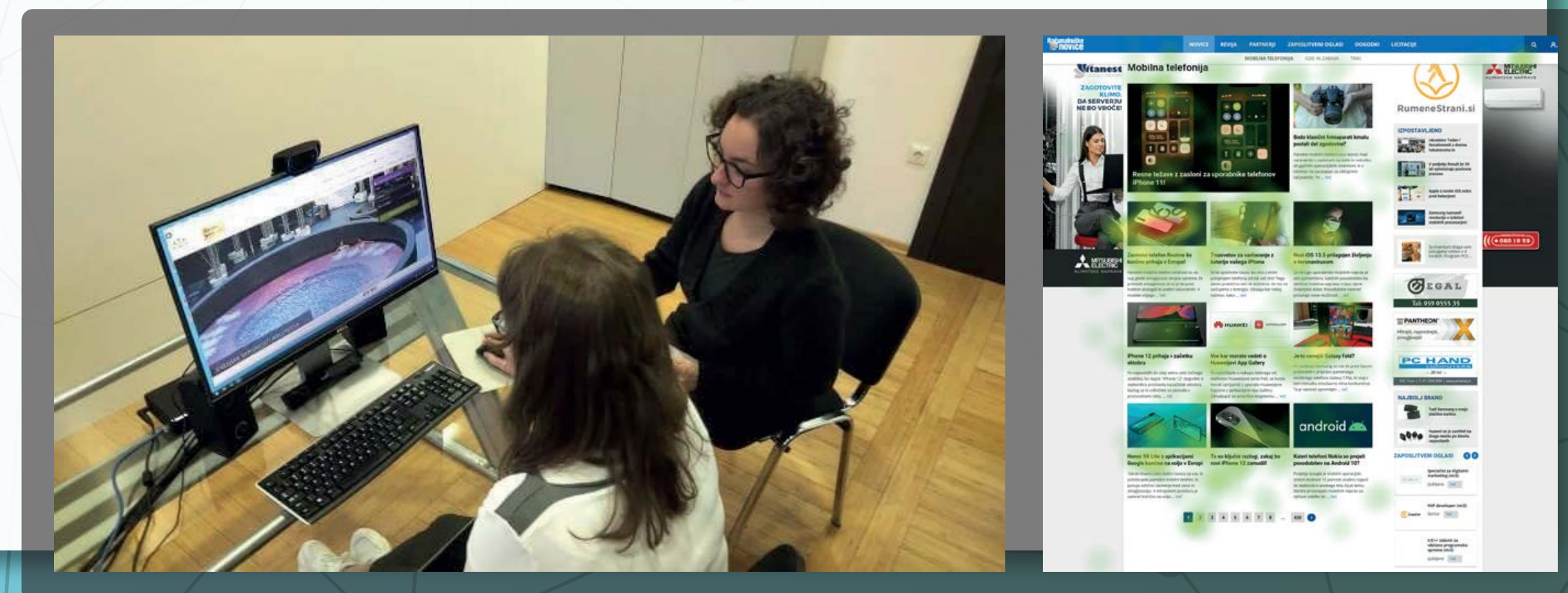


Najbolj zanesljiv pristop za **optimizacijo konverzij vaših digitalnih kanalov** oziroma **optimizacijo digitalnega prodajnega lijaka** je **analiza uporabniške izkušnje**, ki jo izvedemo na **realnih uporabnikih**. Pri tem uporabljamo tudi najnaprednejšo tehnologijo za slednje premikanja očesa (**»eyetracking«**).

Analiziramo tiste **postopke** na digitalnem vmesniku, ki so ključni za njegovo poslovno učinkovitost. S to metodo identificiramo napake v digitalnih procesih oziroma ugotovimo, **kaj uporabniki opazijo** in česa **ne opazijo**, kateri postopki so uporabnikom **logični** in kateri ne ter zakaj, **postopki niso logični**.

Na kratko o poteku analize:

- **Cilje in izhodišča** uskladimo z vami.
- Upošteevamo obstoječe **KPI-je** ali te določimo skupaj z vami.
- Testiramo **5 scenarijev** na **5 anketirancih**.
- Z anketiranci na koncu izvedemo tudi **poglobljene intervjuje**.
- Pripravimo **poročilo** s seznamom uporabniških težav in priporočil za izboljšave.
- Izvedemo **predstavitve** rezultatov in vodeno razpravo.
- Postopek traja od **3 do 4 tedne**.



Možnost naročil individualiziranih analiz samo v paketih!

Individualizirane analize bomo izvajali po principu »Kdor prvi pride, prvi melje«, saj so postopki poglobljeni in zamudni, naše kapacitete pa omejene!

NAROČI

PAKETI 2024

		Osnovni paket	Benchmarking paket	UX paket	Menedžerski paket
SKUPNO POROČILO – DIGITALNA KONKURENČNOST SLOVENSkih ZAVARovalNIC 2024	Analiza spletnih mest	✓	✓	✓	✓
	Analiza mobilnih spletnih mest	✓	✓	✓	✓
	Analize družbenih omrežij	✓	✓	✓	✓
	Mystery shopping raziskava	✓	✓	✓	✓
	Analiza spletnih tržnih deležev	✓	✓	✓	✓
	Analize e-novic	✓	✓	✓	✓
INDIVIDUALIZIRAN PRISTOP	Individualizirana primerjalna analiza za spletno mesto *		✓		✓
	Individualizirana primerjalna analiza za mobilno spletno mesto *		(glej opombo)		(glej opombo)
	Analiza uporabniške izkušnje			✓	✓

REDNA CENA	4.100,00	6.100,00	8.000,00	10.000,00
AKCIJSKA CENA (do 21. decembra)	3.270,00	5.050,00	7.700,00	9.200,00

* V **Benchmarking in Menedžerskem paketu** naročnik izbira med primerjalno analizo za mobilno **ALI** za spletno mesto. To ustrezno označi v tabeli.

** V primeru **avansnega plačila** vam nudimo dodaten 5 % popust na končno ceno.

NAROČAMO: (ustrezno označite paket)

- Osnovni paket UX paket
 Benchmarking paket Menedžerski paket

Za posebno ponudbo prilagojeno vašim potrebam in željam stopite z nami v stik preko elektronskega naslova info@e-laborat.si ali telefonske številke **01 565 52 92**.

PODATKI O NAROČNIKU:

Podjetje: _____
 Naslov: _____ Pošta: _____
 Davčna številka: _____ Kontaktna oseba: _____
 _____ E-mail / tel: _____
 V _____ (kraj, datum)

Seznam tujih spletnih mest, katere želimo, da jih vključite v raziskavo:

Podpis in žig odgovorne osebe:

**PREDNAROČILA
DO
21. DECEMBRA!**