



LATVIJAS APDROŠINĀTĀJU ASOCIĀCIJA

Latvijas Apdrošinātāju asociācija Integrētā mārketinga komunikācijas kampaņa “Dzīvības apdrošināšanas popularizēšana”

Darba uzdevums pretendentiem

Apdrošināšanas tirgus Latvijā

Latvijas Apdrošinātāju asociācija ir dibināta 1993. gada 12. augustā, tā pārstāv Latvijas apdrošināšanas nozares kopējās intereses, lai veicinātu Latvijas apdrošināšanas nozares attīstību. LAA ir 14 biedri – 8 riska un 6 dzīvības apdrošinātāji, kuri kontrolē >99% no Latvijas apdrošināšanas tirgus.

Apdrošinātāji Latvijā piedāvā vairāk nekā 15 apdrošināšanas veidus, no kuriem lielākie ir dzīvības, veselības, OCTA, KASKO un īpašuma apdrošināšana:

Top 5 apdrošināšanas veidi Latvijā pēc parakstīto prēmiju apmēra 2019. gadā

Dzīvības apdrošināšana – 128,3 miljoni eiro (23,1% no tirgus, +11%)

OCTA – 104 miljoni eiro (18,7% no tirgus, -2,3%)

Veselības apdrošināšana – 95 miljoni eiro (17,1% no tirgus, +6,8%)

KASKO – 91,2 miljoni eiro (16,4% no tirgus, +3,9%)

Īpašuma apdrošināšana – 77,6 miljoni eiro (14% no tirgus, +18,2%)

Top 5 apdrošināšanas veidi Latvijā pēc izmaksāto atlīdzību apmēra 2019. gadā

Dzīvības apdrošināšana – 80,3 miljoni eiro (21,9% no tirgus, +17%)

Īpašuma apdrošināšana – 76,1 miljons eiro (20,8% no tirgus, +162,9%)

Veselības apdrošināšana – 69,5 miljoni eiro (19% no tirgus, +14,5%)

KASKO – 58,9 miljoni eiro (16,1% no tirgus, +3,3%)

OCTA – 57,3 miljoni eiro (15,7% no tirgus, -0,9%)

Dzīvības apdrošināšana

Apdrošināšanas tirgū pastāv divi dzīvības apdrošināšanas pamatprodukti – dzīvības apdrošināšana bez uzkrājuma veidošanas komponentes un t.s. uzkrājošā dzīvības apdrošināšana, kas apvieno divus elementus – savas dzīvības apdrošināšanu un uzkrājuma veidošanu nākotnei. Veicot regulārus maksājumus, iespējams veidot uzkrājumu savas nākotnes finansiālai nodrošināšanai vai kāda noteikta mērķa vai sapņa (pirmā iemaksa par mājokli, automašīnas iegāde, ceļojums) īstenošanai, vienlaikus nodrošinot materiālu aizsardzību savai ģimenei personas nāves gadījumā.

Dzīvības apdrošināšanas nozares izaicinājumi:

1) Vāja uzkrāšanas kultūra

Diemžēl Latvijas iedzīvotāju uzkrājumu līmenis joprojām ir zems, un ceturtdaļai jeb 26% Latvijas iedzīvotāju nav vispār nekādu finanšu rezervju, liecina Swedbank Finanšu Institūta veiktā aptauja. Uzkrājumus pamatā veido bankas kontā (46%) vai skaidrā naudā (24%), kas vajadzības gadījumā ir ātri, ērti pieejami un izmantojami. Savukārt ilgāka termiņa uzkrājumi ir salīdzinoši nelielai Latvijas sabiedrības daļai. Vispopulārākie ir uzkrājumi 3. pensiju līmenī (16%), termiņdepozīts bankā (13%) un dzīvības apdrošināšana ar uzkrājumu (9%). Par galveno šķērslī uzkrājumu veidošanai iedzīvotāji nosauc nepietiekamus ienākumus, tomēr vienlaikus daudzi arī atzīst, ka būtu iespējama racionālāka esošo ienākumu tērēšana.

Rietumu valstīs dzīvības apdrošināšana ir būtisks uzkrājumu veidošanas rīks, kā arī liela apdrošināšanas nozare, kas veido 50-70% no kopējā apdrošināšanas tirgus. Savukārt Latvijā tas ir tikai 23%.

Iedzīvotājiem trūkst izpratnes par uzkrājumu nozīmi, valda stereotipi, ka krāt var tikai nodrošināti cilvēki. Jaunieši ilgtermiņa uzkrājumus pamatā attiecina uz krāšanu vecumdienām, savukārt domāt par vecumdienām viņi atsakās, jo tās vēl ir tālu.

2) Istermiņa domāšana

Zemais uzkrājumu līmenis apliecina, ka mēs bieži vien izvēlamies vairāk tērēt šodien, nevis domāt ilgtermiņā un pašam atbildēt par savu nākotni. Trūkst izpratnes, ka uzkrājums jeb finansiālais drošības spilvens ir būtisks arī citās negaidītās dzīves situācijās, piemēram, apgādnieka zaudējuma vai pēkšņas darbnespējas gadījumos. Nepieciešams veicināt ilgtermiņa domāšanu, savu finanšu plānošanu un izpratni, ka krāt var ikviens - uzkrāt iespējams, novirzot šim mērķim arī relatīvi mazas summas, piemēram, tipisks uzkrājošās dzīvības apdrošināšanas mēneša maksājums Latvijā ir 50 eiro mēnesī.

3) Trūkst zināšanu par dzīvības apdrošināšanu

Iedzīvotāji salīdzinoši maz apzinās un izprot dzīvības apdrošināšanas nozīmi. Proti, lielai daļai iedzīvotāju ir ģimenes vai kāds par ko rūpēties, arī parādsaistības, savukārt uzkrājumu visbiežāk nav vai tie ir nelielā apmērā. Gadījumos, kad tiek zaudēts apgādnieks, ģimene paliek arī bez finansiālā atbalsta un var rasties problēmas arī ar esošo parādsaistību izpildi. Mērķis būtu vairot iedzīvotāju izpratni par dzīvības apdrošināšanas nepieciešamību, ko labi izprot un izmanto iedzīvotāji citās Rietumeiropas valstīs.

4) Zema izpratne par ieguvumiem no dzīvības apdrošināšanas

Sabiedrībā trūkst zināšanu un izpratnes par ieguvumiem no dzīvības apdrošināšanas gan ar uzkrājumu, gan bez tā. Jāveido izpratne par to, ka dzīvības apdrošināšana sniegs finansiālu atbalstu tavas dzīvības zaudēšanas gadījumā vai darba spēju zaudēšanas gadījumā. Savukārt uzkrājumu var veidot dažādiem mērķiem – gan bērna studijām, gan citiem mērķiem.

Tāpat Latvijā ir pieejams papildu atbalsts uzkrājumu veidošanai - iespēja atgūt iedzīvotāju ienākuma nodokli, jo apdrošināšanas prēmiju iemaksas par dzīvības apdrošināšanu ar līdzekļu uzkrāšanu, kas nepārsniedz 10% no iemaksu veicēja gada bruto ieņēmumiem, ja apdrošināšanas līguma darbības termiņš nav īsāks par 10 gadiem, tiek uzskatītas par attaisnotajiem izdevumiem.

5) Aizspriedumi un mīti

Latvijā ir izplatīti mīti un aizspriedumi, ka uzkrājošās apdrošināšanas produkti ir neizdevīgi/ ka krāšana finanšu instrumentos vispār ir neizdevīga. Dzīvības apdrošināšanā ar uzkrājumu paredz noteiktu iemaksu veikšanu, un tad uzkrājēja nāves gadījumā vai līguma termiņa beigās izmaksā uzkrātos līdzekļus. Ir iespēja veidot uzkrājumu ar garantētu peļņu (%) vai arī veidot uzkrājumu, kas piesaistīts ieguldījumu fondiem, tā sauktie tirgum piesaistītie līgumi.

6) Dzīvības apdrošināšanas neatšķiršana no citiem apdrošināšanas veidiem

Daudzi iedzīvotāji neatšķir apdrošināšanas veidus un uzskata – man jau ir veselības apdrošināšana/ nelaimes gadījumu apdrošināšana, tādēļ dzīvības apdrošināšana nav nepieciešama. Taču šiem veidiem ir milzīga atšķirība gan iekļauto risku, gan atlīdzības izmaksas ziņā. Dzīvības apdrošināšana ar uzkrājumu paredz atlīdzības izmaksu apdrošinātā nāves gadījumā vai, ja šī nelaime nav notikusi – uzkrātos līdzekļus var saņemt apdrošināšanas perioda beigās. Veselības apdrošināšana polises darbības laikā apmaksā apdrošinātās personas saņemtos veselības aprūpes pakalpojumus. Savukārt nelaimes gadījumu apdrošināšana var segt nelaimes gadījuma veselības aprūpes pakalpojumus, kā arī izmaksāt līgumā paredzēto kompensāciju. Taču nelaimes gadījumu apdrošināšana neparedz līdzekļu uzkrāšanu un atmaksu apdrošinātajam termiņa beigās, ja nelaimes gadījums nav noticis.

Konkursa darba uzdevums

Konkursa mērķis ir novērtēt pretendenta stratēģisko un radošo kapacitāti, saņemot piedāvājumā kampaņas koncepciju, kā arī tās realizācijas piedāvājumu. Vienlaikus piedāvājumam skaidri jāatspoguļo piedāvātā pakalpojuma cenas veidošanas principi un loģika.

Integrētās mārketinga komunikācijas kampaņa

Kampaņas pamatuzdevums ir:

- Popularizēt ļoti konkrētus ieguvumus no dzīvības riska apdrošināšanas, piemēram, atlīdzība pēc konkrēta nelaimes gadījuma vai iestājoties invaliditātei, kredīts bez bažām par atmaksu, materiāls atbalsts tuviniekiem apgādnieka zaudējuma gadījumā u.c.
- Popularizēt uzkrājošo dzīvības apdrošināšanu kā uzkrāšanas veidu, kas sniedz drošības sajūtu pašam un tuvajiem (uzkrājums pensijai, kādam noteiktam mērķim, bērna studijām u.tml.).

Papildu nosacījums:

2019. gada septembrī – oktobrī jau notika LAA dzīvības apdrošināšanas kampaņa “Pasargā nākotni”. Informācija par kampaņu <https://www.pasarganakotni.lv/> un <https://www.facebook.com/lvapdrosinatajuasociacija>. 2021. gada kampaņai ir vispārīgi jāturpina iepriekšējā kampaņa, piemēram, jāizmanto sauklis “Pasargā nākotni”, jāveido vēstījums par rūpēm par saviem tuvajiem un drošības sajūtu, taču jaunās aktivitātes jāplāno, lielāku akcentu liekot uz konkrētiem ieguvumiem. Nāves izdevumu kalkulators nav obligāts kampaņas elements.

Mērķauditorija

Ekonomiski aktīvie iedzīvotāji vecuma grupā 18-55 gadi.

Kampaņas budžets:

40 000 EUR

Kampaņas aktīvās īstenošanas laiks

2021. gada marts

Piedāvājumam jāiekļauj šādi elementi:

- Kampaņas koncepts jeb piedāvājums idejiskajam un saturiskajam vēstījumam.
- Iespējamo kampaņas aktivitāšu un kanālu plāns, lai sasniegtu definētās mērķauditorijas.
- Kampaņas īstenošanas laika grafiks.
- Kampaņas tāme, atsevišķi nodalot tehniskās un aģentūras izmaksas.
- KPI jeb prognoze par sasniedzamajiem rezultātiem. KPI jābūt skaidri definētiem un izmērāmiem

Minimālās prasības kampaņas īstenošanai:

- Kampaņa tiek īstenota saskaņā ar pretendenta iesniegto koncepciju.
- Pretendents nodrošina, ka kampaņas aktivitātes ir piemērotas norādītajai mērķauditorijai.
- Pretendents izstrādā visus nepieciešamos materiālus, kas paredzēti kampaņas realizācijai (piemēram, teksti, video, grafiskie risinājumi, pasākumi u.c.)
- Pretendents nodrošina reklāmas izplatīšanu saskaņā ar piedāvāto kampaņas laika grafiku.
- Divu nedēļu laikā pēc kampaņas beigām pretendents iesniedz atskaiti, iekļaujot tajā realizētās aktivitātes, sasniegto auditoriju, sasniegtos KPI, budžeta izlietojumu.

Piedāvājuma iesniegšana un informācija par prezentāciju

Konkursa prezentāciju un saistošos, nepieciešamos piedāvājuma elementus jāiesniedz **līdz 2020. gada 9. novembrim, nosūtot uz office@laa.lv**. Prezentācijas notiks klātienē, Toma ielā 4, Rīgā. Prezentāciju laiks tiks precizēts.

NB! Konkursa 2. vietas un 3. vietas ieguvējiem par piedāvājuma sagatavošanu nodrošināsim veicināšanas balvas – 300 EUR un 150 EUR.