



ПРАКТИЧЕСКА ЗАДАЧА

КОНКУРЕНТЕН АНАЛИЗ

Предмет: Маркетинг на финансовите услуги

Изготвил:

Проверил:

Специалност:

Фак. №

София, 2015

Увод

Конкуренцията е комплексен изключителен икономически феномен. В широк смисъл се разбира взаимодействието на пазарните агенти (продавачи и купувачи), при което всеки участник се стреми да реализира своите интереси. В тесен смисъл конкуренцията означава присъствието на двама или повече продавачи и двама или повече купувачи, всички действащи независимо един от друг, на определен пазар, където се предлага ограничено количество от дадена стока.

Успехът на една фирма се определя до голяма степен от привлекателността на икономическия сектор или отрасъл, в която работи, но нейната позиция в тази сектор също е много важна. Въпреки че един отрасъл може да има ниска ефективност, ако фирмата има оптимална позиция в него, тя все пак може да генерира добра печалба.

До голяма степен амбицията зад всяка фирмена стратегия е да се постигне дълготрайно конкурентно предимство. Фирмата има конкурентно предимство пред своите конкуренти, когато възвръщаемостта ѝ постоянно надвишава средната за отрасъла. Предимството произтича от тези характеристики на продукта, които го правят по-добър от продуктите на конкурентите. Откриването на чувствата и отношенията към продуктите и събирането на информация защо хората предпочитат един продукт пред друг, се превръщат в ключови елементи на стратегията.

Конкурентната стратегия включва позиционирането на бизнеса по такава начин, че той да извлече максимална стойност от способностите си, различаващи го от неговите конкуренти. От това следва, че най-важният елемент при формулирането на стратегията е задълбоченият анализ на конкурентите. Целта на конкурентния анализ е да се разработи профил на характера и на степента на ефективност на възможните промени в

стратегията, които всеки от конкурентите би могъл да направи, на вероятния отговор на предприетите от останалите фирми нови стратегически стъпки, както и на евентуалната реакция на конкурентите по отношение на различните промени в рамките на индустрията и на по-широките изменения в цялостната среда, които биха могли да настъпят.

I. Конкурентен анализ на ЗПАД „ДЗИ“

ДЗИ АД е застрахователното дружество, което води историята си от далечната 1946 г. Вероятно всеки съзнателен човек в България е чувал абривиатурата ДЗИ и знае, че тя означава Държавен Застрахователен Институт. Създаването на застрахователния институт се свързва и с изграждането на сложна структура, която функционира до 1952г. Столицата София е избрана за седалище на дружеството. След това започва постепенното изграждане на клонове и децентрализирането на института.

ДЗИ е единствената застрахователна компания на територията на България до 1961 г. Конкуренция тогава започва да им прави застрахователно и презастрахователно дружество “Булстрад”. През годините ДЗИ претърпява няколко промени в административното си наименование. През 2002 г. компанията от еднолично акционерно дружество (ЕАД) се превръща в акционерно дружество (АД). Няколко години след това се извършва административно преобразуване, като 80% от акциите на компанията са купени от белгийската банкова и застрахователна група КВС.

ДЗИ една от водещите застрахователни компании в България, като предлага пълна гама от застрахователни продукти и услуги в три основни направления: общо застраховане, животозастраховане и здравно осигуряване. Продуктите включват: АВТОМОБИЛНО ЗАСТРАХОВАНЕ; ИМУЩЕСТВЕНО ЗАСТРАХОВАНЕ;

ЖИВОТОЗАСТРАХОВАНИЕ; МЕДИЦИНСКО ЗАСТРАХОВАНИЕ; ДРУГИ - отговорности, помощ при пътуване, застраховки за клиенти на Виваком.

ДЗИ е първата застрахователна компания на българския пазар, която предоставя уеб-базиран интерфейс, позволяващ електронно издаване на полици и обмен на информация между компанията и нейните търговци и партньори по електронен път. ДЗИ – Здравно осигуряване е петото здравноосигурително дружество, което ползва продуктите и услугите на А.К.Т.А.

Застрахователно Акционерно Дружество "Алианц България Живот" е създадено през 1992 г. с наименование "България Живот", като едно от първите самостоятелни животозастрахователни дружества според световната практика, а впоследствие и според приетата у нас нормативна уредба.

През 1998 г. след придобиването на "България Холдинг" АД от Алианц АГ Мюнхен, ЗАД "България Живот" става част от групата на един от световните лидери в областта на застраховането и финансовите услуги и се преименува на ЗАД "Алианц България Живот". Предлага: автомобилно застраховане, имуществено застраховане, животозастраховане, застраховка Злополука, Застраховане на отговорности, селскостопанско застраховане, застраховка на яхти, пенсионно осигуряване, лизинг, банкови услуги.

Най-доброто финансово гарантиране на рисковете - Алианц АГ е международно призната компания представена в над 70 страни на всички континенти. С над сто и десет годишна история днес ние се нареждаме сред най-уважаваните бизнес партньори, както на големите корпорации, така и на гражданите.

Повече застрахователни услуги с по-високо качество - ЗАД "Алианц България Живот" притежава лиценз за пълната гама от животозастрахователни продукти предлагани на пазара, като едновременно с това непрекъснато разширява условията, покритите рискове и утвърждава нови най-модерни услуги, в унисон със световните тенденции.

Всеобхватно териториално обслужване - дружеството има създадени 38 Генерални представителства и над 100 Представителни офиси в цялата страна, осигуряващи качествено обслужване, както по отношение на сключването на застраховка, така и при предоставяне на ежедневна информация.

Дженерали България е един от лидерите в предлагането на небанкови финансови услуги в България чрез дъщерните си компании: Дженерали застраховане АД – компания за общо застраховане, и Дженерали Животозастраховане АД – животозастрахователна компания. Предлага: имуществени застраховки, автомобилни застраховки, медицинска застраховка „Закрила“, Дженерали бизнес бенефит, транспортни застраховки, застраховки за чужбина, селскостопански застраховки, застраховки Злополука, специализирани застраховки, застраховки на картодържатели.

Дженерали България е една от най-големите застрахователни групи в България и част от Дженерали Груп, един от най-големите световни доставчици на застрахователни услуги. Със 77 000 служители по целия свят, обслужващи 65 милиона клиенти в над 60 държави, групата заема лидерска позиция на западноевропейските пазари и все по-важно място на пазарите в Централна и Източна Европа и Азия.

Дженерали Онлайн продължава работата си в посока предлагане на най-модерни и иновативни продукти и разширяване позицията си на българския онлайн застрахователен пазар. Дженерали България е желан партньор