



Результаты аудита поискового продвижения ведущих страховых компаний Украины

Сентябрь 2009

Условия распространения

Документ разработан компанией поискового продвижения RankWing и является собственностью компании.

Содержание этого документа может свободно распространяться и цитироваться при условии размещения ссылки либо указания названия компании RankWing.

Контакты компании

RankWing

03055 г.Киев, пр-т Победы, 28/1, офис 18

Тел.: (+38044) 501 2256

www.rankwing.com.ua

Статус документа

Документ представляет результаты сравнительного аудита уровня поискового продвижения (SEO) для ведущих страховых компаний Украины. Для анализа были выбраны 20 страховых компаний на основе публичных данных рейтингов украинского научно-исследовательского института "Права и экономических исследований" за последние 3 месяца. Из списка были исключены компании, у которых отсутствовал веб-сайт.

Документ предназначен для выявления лидеров отрасли по степени использования канала поискового продвижения, определения сильных и слабых сторон лидеров рынка, оценки потенциала канала. Кроме того, документ иллюстрирует тенденции и направления развития области, распределение интересов аудитории, а также некоторые причины пересмотра лояльными клиентами решения о сотрудничестве со страховыми компаниями.

Документ состоит из частных рейтингов: **рейтинг по семантическому ядру, рейтинг по критерию SEO-friendly, рейтинг по показателю PR, рейтинг по негативным отзывам**. На основе частных рейтингов построен результирующий рейтинг — **рейтинг страховых компаний по уровню поискового продвижения**.

Документ содержит дополнительные сведения о популярных поисковых запросах и динамике популярности брендов страховых компаний в поисковой системе Google за последний год.

Данные документа построены на основе показателей поисковых систем. Поисковые системы могут демонстрировать несколько отличающиеся результаты для различных пользователей Интернета в различное время. Несмотря на это, общие тенденции остаются неизменными в течение некоторого времени.

Термины

SEO (Search Engine Optimization или поисковая оптимизация) — это процесс, направленный на повышение позиций сайта в результатах поисковой выдачи.

Топ10 — первые 10 результатов поисковой выдачи. По умолчанию первая страница результатов поисковой выдачи содержит 10 результатов.

Топ3, Топ5 — первые 3 или 5 результатов поисковой выдачи соответственно.

Рейтинг страховых компаний по уровню поискового продвижения

Ниже приведен комплексный рейтинг, результат учета набора показателей: позиции сайта по семантическому ядру, критерий SEO-friendly, PR, объем контактов пользователей с негативными отзывами. Наибольший вес имел показатель позиций сайта по семантическому ядру — позиций сайта в поисковых системах по наиболее важным запросам.

Стоит отметить, что компании «Универсальная» и «Оранта» существенно опережают ближайших конкурентов по уровню поискового продвижения.

№	Страховая компания	Сайт	Логотип
1	УНИВЕРСАЛЬНАЯ	www.universalna.com	
2	ОРАНТА	www.oranta.ua	
3	БРОКБИЗНЕС	bbs.com.ua	
4	Украинская страховая группа (УСГ)	www.ukringroup.com.ua	
5	СГ ТАС	www.tas-insurance.com.ua	
6	КРЕДО-КЛАССИК	www.credo-classic.com	
7	ПРОСТО-страхування	www.pro100.com.ua	
8	АСКА	www.aska.com.ua	
9	ПЗУ УКРАИНА	www.pzu.com.ua	

10	КРЕМЕНЬ	www.kremen.com.ua	
11	АХА УКРАИНА та АХА СТРАХУВАННЯ	axa-ukraine.com	
12	ПРОВИДНА	www.providna.ua	
13	УПСК	www.upsk.com.ua	
14	СГ КАШТАН	www.sk-kashtan.kiev.ua	
15	ДОБРОБУТ	www.dobrobut.com	
16	ЛЕММА	www.lemma.ua	
17	КНЯЖА	kniazha.com.ua	
18	ОМЕГА	www.omega.ua	
19	ИНГО УКРАИНА	www.ingo.com.ua	
20	ДЖЕНЕРАЛИ ГАРАНТ	www.generali.garant.ua	

Семантическое ядро

Семантическое ядро — это множество наиболее часто употребляемых пользователями ключевых фраз при поиске в Интернете в рамках определенной тематики. Семантическое ядро создает львиную долю поискового трафика на сайты определенной тематики. В частности, семантическое ядро по тематике страхования принесло более **218 тысяч** посетителей на украинские сайты **за август 2009**, из которых **192 тысячи** посетителей воспользовались сайтами первой пятерки поисковой выдачи.

	Ключевые запросы	Запросы G/U/A*	Запросы G/W/M**	Запросы Y/U/A***
1.	страхование	40 500	246 000	17 362
2.	страховая	22 200	74 000	16 669
3.	каска	12 100	110 000	8 807
4.	страховые	9 900	40 500	---
5.	страховой	9 900	40 500	18 422
6.	страховка	8 100	33 100	2 273
7.	осаго	6 600	60 500	2 715
8.	страховые компании	6 600	22 200	8 915
9.	автострахование	4 400	40 500	1 141
10.	страхование жизни	3 600	12 100	925
11.	рейтинг страховых компаний	1 900	6 600	829
12.	медицинское страхование	1 300	14 800	582
13.	каска страхование	1 300	14 800	761
14.	страхование автомобиля	1300	12 100	693
15.	страхование авто	1300	12 100	292
16.	страхование ответственности	800	8 100	353
17.	обязательное страхование	720	8 100	882
18.	страхование украина	720	1 600	1 417
19.	пенсионное страхование	590	3 600	865
20.	социальное страхование	320	5 400	3 139
21.	добровольное медицинское страхование	140	3 600	135
22.	страхование вкладов	73	2 400	138
23.	обязательное медицинское страхование	73	2 400	71
	Всего запросов	130 836		87 399

* — количество запросов украинских пользователей за август 2009 по данным Google.

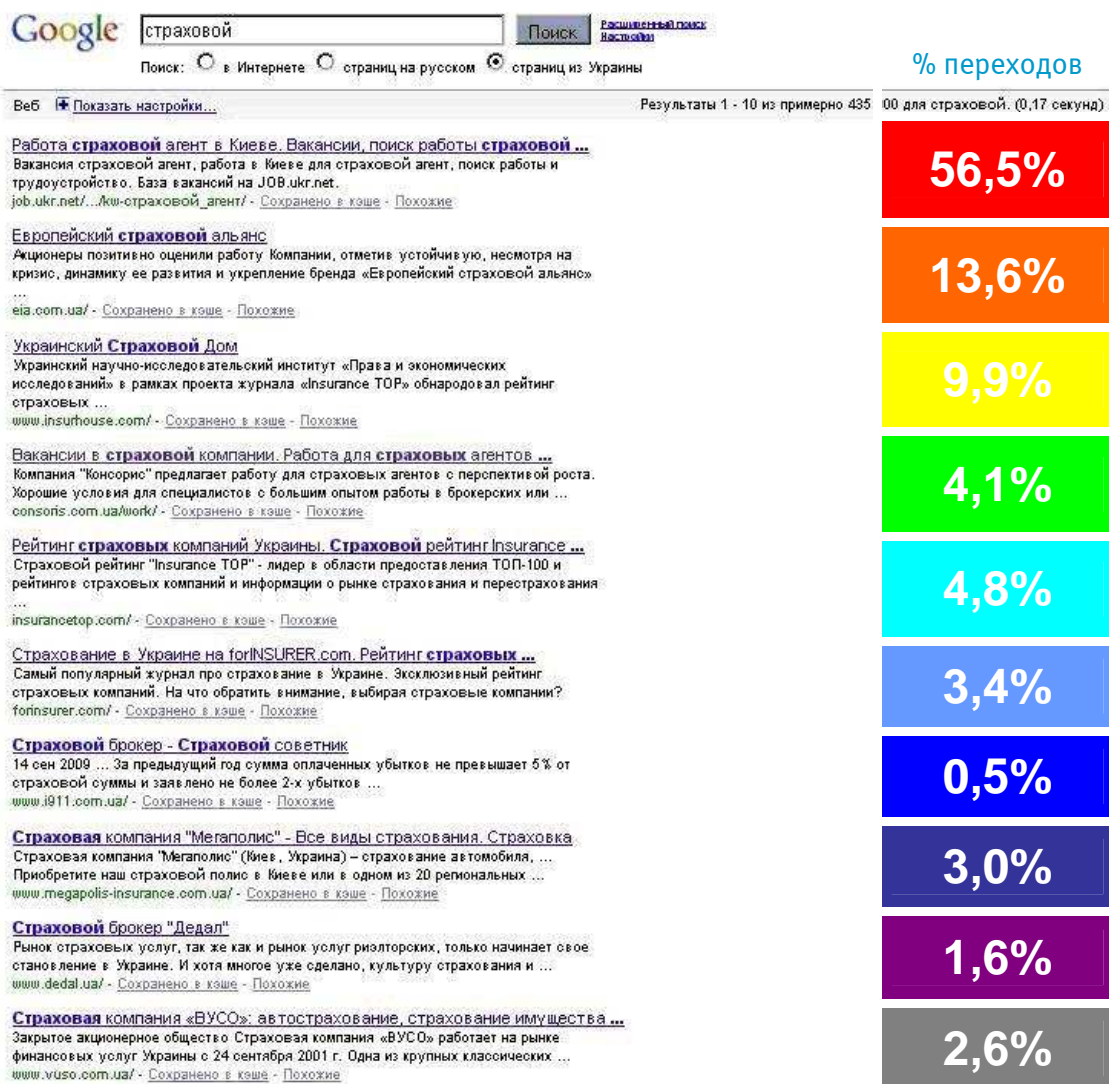
** — среднемесячное количество русскоязычных запросов по данным Google.

*** — количество запросов украинских пользователей за август 2009 по данным Yandex.

Распределение трафика в поисковой выдаче

Преобладающее значение в поисковой выдаче имеет Top10 — первые десять позиций. Top10 обеспечивает 98% переходов, из них более 88% переходов приходятся на первую пятёрку поисковой выдачи. На вторую страницу поиска переходит лишь 2% посетителей, а интерес к третьей десятке ниже значения статистической ошибки.

Данные о распределении трафика в поисковой выдаче основываются на исследовании Cornell University, 2008. Далее в документе расчет поискового трафика основывается на указанных цифрах.



Рейтинг по семантическому ядру

Для сравнения страховых компаний из семантического ядра отобраны 16 важных запросов, которые генерируют трафик объемом **124 тыс.** посетителей (95% трафика семантического ядра) согласно данным Google в Украине.

Сайт-лидеры Top3 по важным запросам

Только три страховые компании, сайты которых вошли в рейтинг этого документа, заняли первые три места поисковой выдачи: **Универсальная, БрокБизнес, УСГ**. Львиная доля поискового трафика приходится на информационные порталы и сайты других компаний.

	Ключевые запросы	Лидеры* Top3
1	страхование	<u>УСГ</u> , forinsurer.com, pilot.ua
2	страховая	ukrstrahovanie.com.ua, forinsurer.com, uainsur.com
3	страховые компании	vid.org.ua, ukrstrahovanie.com.ua, tristar.com.ua
4	осаго	osago.com.ua, pilot.ua, osgo.com.ua
5	каска	prostobank.ua, pilot.ua, kaskoonline.net.ua
6	страховка	kievregion.net, ricardo.com.ua, pilot.ua
7	медицинское страхование	dreambs.com.ua, <u>Универсальная</u> , <u>УСГ</u> ,
8	обязательное страхование	osgo.com.ua, avtostrahovka.info, <u>Аска</u>
9	автострахование	tristar.com.ua, pilot.ua, avtostrahovka.info
10	социальное страхование	forinsurer.com, sev.gov.ua, kmu.gov.ua
11	обязательное медицинское страхование	forinsurer.com, finzah.com.ua, www-ki.rada.crimea.ua
12	страхование страховая	forinsurer.com, pilot.ua, <u>УСГ</u>
13	рейтинг страховых компаний	forinsurer.com, vid.org.ua, finance.ua
14	пенсионное страхование	forinsurer.com, aska-life.com.ua, bin.com.ua
15	страхование жизни	tristar.com.ua, forinsurer.com, <u>БрокБизнес</u>
16	отзывы страховые	strahnadzor.ua, mazdaclub.ua, autoconsulting,.com.ua

* — указаны сайты, которые занимают I, II, III места в поисковой выдаче Google соответственно. Сайты страховых компаний, вошедших в рейтинг этого документа, выделены подчеркиванием.

Рейтинг страховых компаний по семантическому ядру

В первую десятку результатов выдачи поисковой системы Google по 16 важным запросам, попали только **6 компаний** из числа анализируемых. Существенный трафик получает лишь «Украинская страховая группа», трафик остальных сайтов компаний невелик — общий трафик этих сайтов не превышает **4,42%**. Это свидетельствует о слабом уровне поисковой оптимизации сайтов ведущих страховых компаний.

В результате, лишь **6 сайтов из 20** участвуют в Top10, используя **менее 18%** потенциала поискового продвижения.

№	Страховая компания	Доля поискового трафика*
1	Украинская страховая группа (УСГ)	13,40 %
2	УНИВЕРСАЛЬНАЯ	1,32 %
3	ОРАНТА	1,25 %
4	БРОКБИЗНЕС	0,89 %
5	ПРОСТО-страхування	0,74 %
6	АСКА	0,22 %
Общая доля трафика компаний от трафика семантического ядра		17,82 %

* — доля поискового трафика компании от общего трафика, генерируемого семантическим ядром

Рейтинг по критерию SEO-friendly

Критерий SEO-friendly (уровень поисковой оптимизации сайта) показывает, насколько хорошо сайт сотрудничает с поисковыми системами и способствует повышению своих позиций в результатах выдачи поисковых систем. Анализ уровня поисковой оптимизации основывается на 12 тестах. За соответствие каждому из тестов сайт получает один балл. Сайт, который не удовлетворяет ни одному из тестов, получает в сумме 0 баллов. Максимально сайт может получить 12 баллов.

Стоит отметить, что у большей части сайтов указанных компаний отсутствуют даже базовые элементы содействия поисковым системам (такие как robots.txt либо sitemap). Кроме того, большинство сайтов нуждается в организации правильной работы с внутренними и внешними ссылками. Ни один сайт из анализируемых не прошел более 8 SEO-friendly тестов из 12.

№	Страховая компания	SEO-friendly
1	УНИВЕРСАЛЬНАЯ	8
2	ОРАНТА	7
3	ПЗУ УКРАИНА	7
4	КРЕДО-КЛАССИК	6
5	БРОКБИЗНЕС	6
6	СГ КАШТАН	6
7	СГ ТАС	5
8	АХА УКРАИНА та АХА СТРАХУВАННЯ	5
9	Украинская страховая группа (УСГ)	5
10	ДОБРОБУТ	5
11	ПРОСТО-страхування	4
12	КНЯЖА	4
13	ПРОВИДНА	4
14	КРЕМЕНЬ	4
15	УПСК	3
16	ДЖЕНЕРАЛИ ГАРАНТ	2
17	АСКА	2
18	ОМЕГА	2
19	ИНГО УКРАИНА	1
20	ЛЕММА	1

* — при одинаковом значении показателя SEO-friendly для расположения компаний в рейтинге взяты во внимание другие показатели, такие, как PageRank

Рейтинг по показателю PR

Рейтинг сайтов по показателю PR демонстрирует потенциал сайтов страховых компаний для поискового продвижения. Сайты с высоким показателем PR требуют меньше мероприятий для получения высоких позиций в поисковой выдаче.

PR (PageRank) — это параметр, свидетельствующий о значимости страницы с точки зрения Google. Чем выше PR, тем сайт более авторитетен для поисковой системы. PR рассчитывается поисковой системой Google исходя из количества и качества ссылок на страницу.

При прочих равных условиях сайт с более высоким значением PR займет более высокую позицию в поисковой выдаче.

№	Страховая компания	PR
1	УНИВЕРСАЛЬНАЯ	5
2	ОРАНТА	5
3	СГ ТАС	5
4	ПРОСТО-страхування	5
5	КРЕДО-КЛАССИК	4
6	БРОКБИЗНЕС	4
7	АХА УКРАИНА та АХА СТРАХУВАННЯ	4
8	Украинская страховая группа (УСГ)	4
9	КНЯЖА	4
10	УПСК	4
11	ДЖЕНЕРАЛИ ГАРАНТ	4
12	АСКА	4
13	ИНГО УКРАИНА	4
14	ПЗУ УКРАИНА	3
15	ПРОВИДНА	3
16	КРЕМЕНЬ	3
17	ЛЕММА	3
18	СГ КАШТАН	2
19	ДОБРОБУТ	2
20	ОМЕГА	2

* — при одинаковом значении показателя PageRank для расположения компаний в рейтинге взяты во внимание другие показатели, такие, как SEO-friendly

Рейтинг по негативным отзывам

Анализ негативных отзывов показывает причины снижения уровня доверия к бренду и увеличения числа клиентов, пересматривающих решение о сотрудничестве.

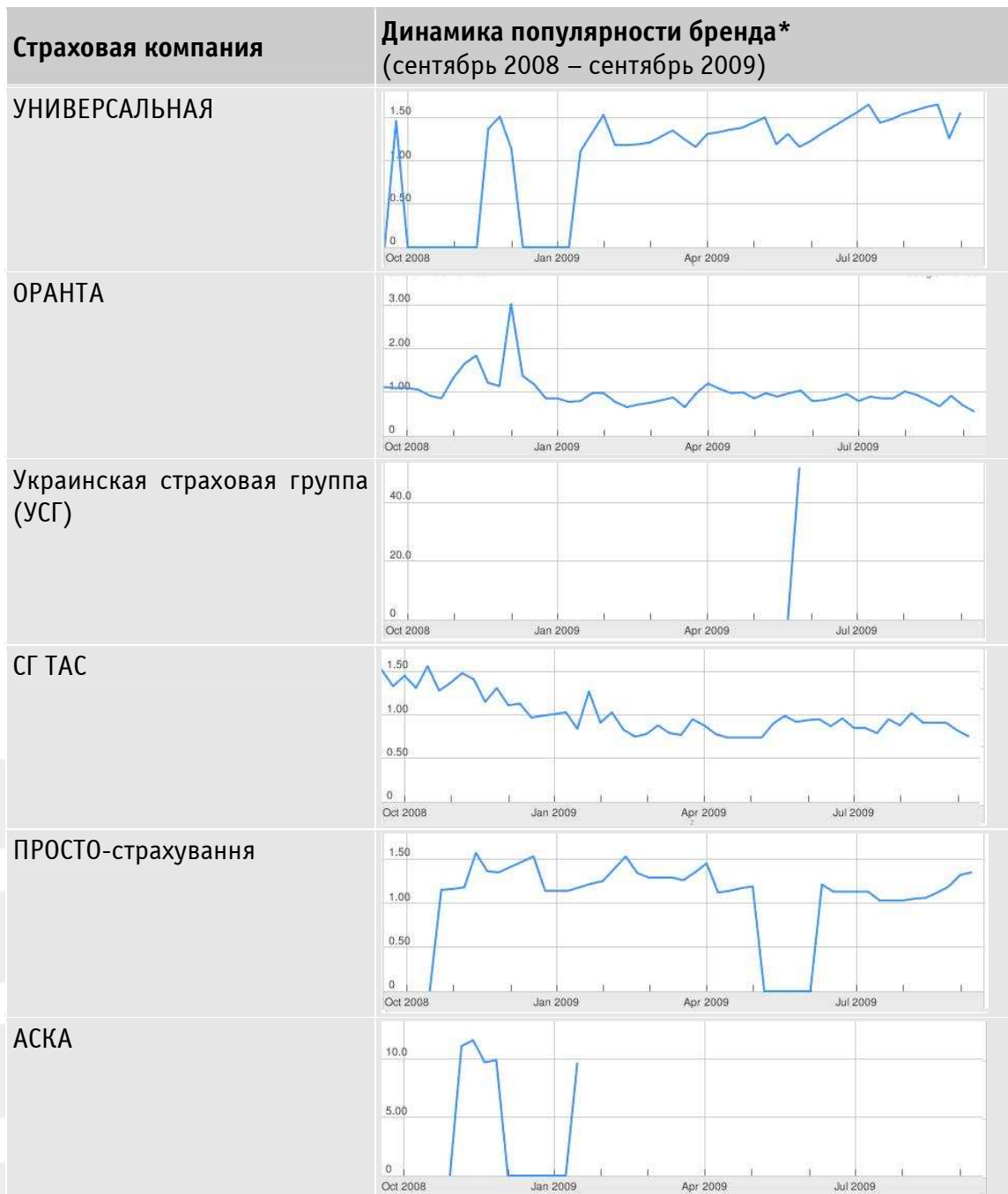
У 18 из 20 сайтов присутствуют негативные отзывы на первой странице поисковой выдаче Google при поиске компании по названию бренда. В целом, для страховых компаний негативные отзывы имеют высокие позиции в поисковой выдаче — отзывы о 65% страховых компаний содержатся в первой пятерке. Согласно оценке 18–19,5% потенциально-лояльных клиентов компаний: «Украинская страховая группа», «Дженерали Гарант», «Княжа» сталкиваются с негативными отзывами об искомой компании. Наибольшие опасения вызывают отзывы о компаниях: «Просто-страхування», «АХА Украина» и «АХА страхування», «УПСК», «Добробут» — негативным отзывам посвящены публикации, что свидетельствует либо о серьезных конфликтах с клиентами либо о недобросовестной конкуренции.

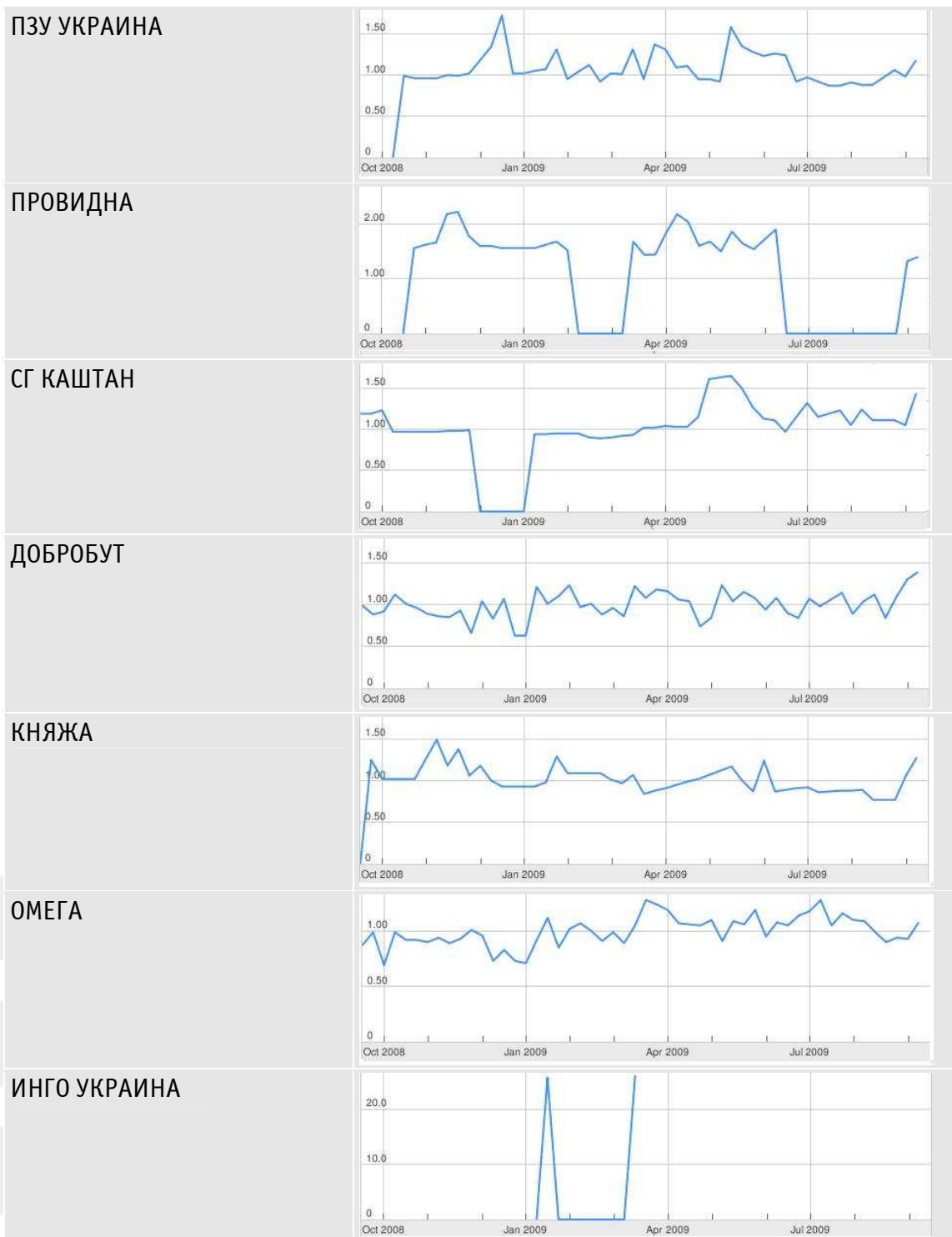
№	Страховая компания	Количество негативных отзывов	Контакты с негативными отзывами*
1	УНИВЕРСАЛЬНАЯ	0	0 %
2	ЛЕММА	0	0 %
3	КРЕМЕНЬ	1	2,5 %
4	АСКА	1	3 %
5	ОМЕГА	1	4 %
6	ПРОВИДНА	2	3,5 %
7	ОРАНТА	2	4 %
8	СГ ТАСС	2	5,5 %
9	ДОБРОБУТ	2	6 %
10	БРОКБИЗНЕС	2	8,5 %
11	УПСК	2	13 %
12	ИНГО УКРАИНА	2	14,5 %
13	СГ КАШТАН	2	17 %
14	ПЗУ УКРАИНА	3	13 %
15	КРЕДО-КЛАССИК	3	17 %
16	Украинская страховая группа (УСГ)	3	18 %
17	ДЖЕНЕРАЛИ ГАРАНТ	3	18,5 %
18	АХА УКРАИНА та АХА СТРАХУВАННЯ	4	13 %
19	ПРОСТО-страхування	4	15,5 %
20	КНЯЖА	4	19,5 %

* — доля контактов с негативными отзывами рассчитана на основе данных о распределении посещаемости по Top10, с учётом мест негативных отзывов. Поиск бренда производился по ключевому запросу, состоящему из названия бренда (с использованием таких уточняющих слов, как: «страховая», «СК» при необходимости).

Динамика популярности брендов СК

Динамика популярности бренда демонстрирует тенденции изменения числа запросов при поиске страховой компании. Как правило, всплеск популярности связан с медиа-активностью компании.





* — по данным поисковой системы Google. Для страховых компаний: УПСК, ДЖЕНЕРАЛИ ГАРАНТ, КРЕДО-КЛАССИК, ЛЕММА, КРЕМЕНЬ, АХА УКРАИНА та АХА СТРАХУВАННЯ, БРОКБИЗНЕС данные недоступны либо по причине малого количества поисковых запросов либо с связи со схожестью названия бренда с более известными брендами или общими понятиями.