



RESEARCHING.REVEALING.EMPOWERING

**magenta**  
 CONSULTING

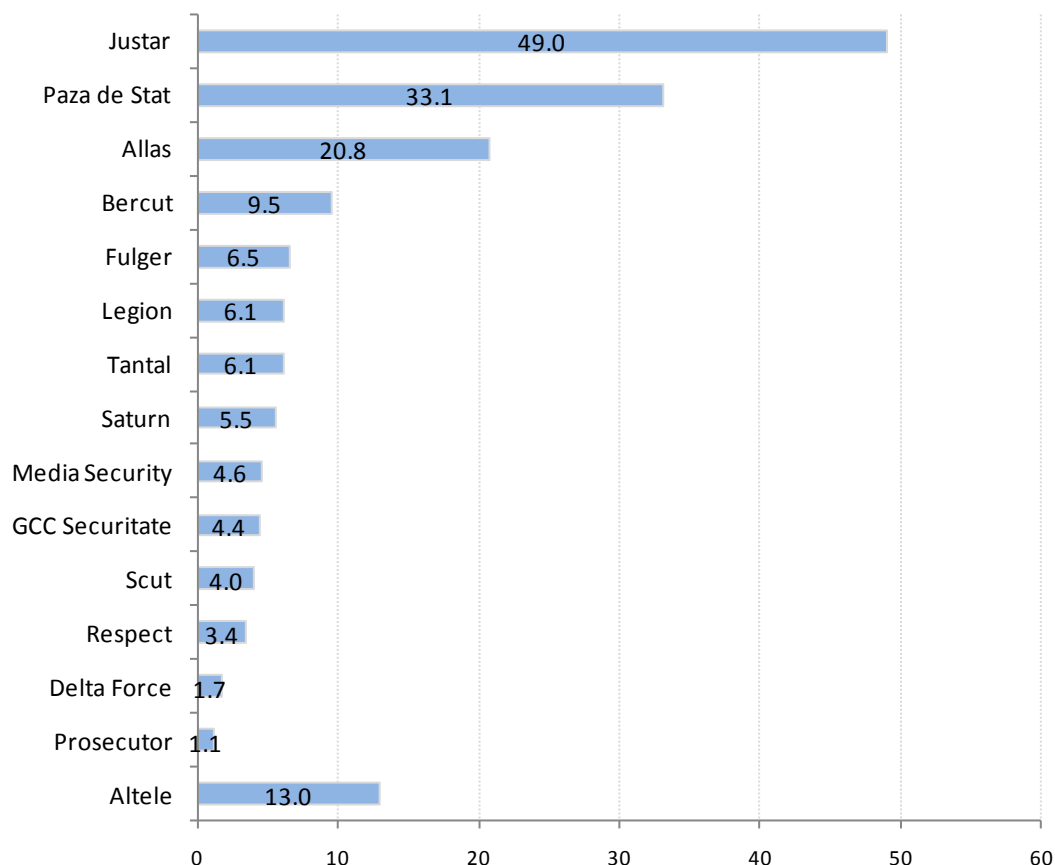
### Topul agențiilor de securitate

Perioada estivală este aproape pe sfârșite, și pe lângă faptul că mulți au reușit să se bucure de concediu, vacanță, au plecat undeva departe de tumultul civilizației de la oraș și au uitat măcar pentru un timp de grijile pe care le oferă viața cotidiană, mai există o categorie, sau poate chiar un „segment” din populație care au încercat să folosească „productiv timpul” și să se îmbogățească cu averile altora. Este vorba despre creșterea numărului sustragerilor de bunuri din locuințele cetățenilor și activitatea hoților, care încearcă să profite din plin de lipsa stăpânilor pe perioada de vară. Persoanele care cunosc această situație, apelează la rude/cunoscuți, lăsând pe seama acestora supravegherea apartamentelor și a caselor în perioada când sunt plecați la mare, munte sau la țară. Cei mai precauți, totuși apelează la serviciile unei companii de securitate, iar perioada estivală poate fi considerată perioada creșterii cererii la serviciile de securitate. Și chiar dacă firmele de securitate nu vor uda florile și nu vor avea grijă de animalele de companie, acestea în schimb vor asigura integritatea bunurilor Dvs.

În acest context, Magenta Consulting a efectuat un studiu privind cunoașterea companiilor de securitate de către locuitorii din mediul urban. În urma cercetării a fost efectuat topul firmelor de securitate, care a fost obținut în baza indicatorului **notorietății spontane**. În cadrul Magenta National Screening, respondenții au fost rugați să numească de sine stătător companiile de securitate pe care le cunosc, având posibilitatea să indice până la 3 branduri. Astfel s-au obținut următoarele date privind notorietatea spontană a acestora din Republica Moldova. Cea mai cunoscută companie de securitate este *Justar*, aceasta acumulând aproape jumătate (49%) din totalul mențiunilor respondenților. În top 3 cele mai renumite firme de securitate mai intră *Paza de stat*, fiind cunoscută de fiecare al treilea respondent și *Allas* – indicată în 20.8% din cazuri. În top 10 au intrat următoarele branduri: *Bercut* – 9.5%, *Fulger* – 6.5%, cu câte 6.1% - *Tantal* și *Legion*, *Saturn* – 5.5%, *Media Security* – 4.6% și *GCC Securitate* – 4.4%. De asemenea, firma *Scut* a înregistrat 4% din menționări, *Respect* – 3.4%, *Delta Force* – 1.7% și *Prosecutor* -1.1%. Printre companiile care au acumulat până la 1% dintre menționări sunt: *Rozco Grup*, *Lisnic Grup*, *Alvin Protect* și *Cianpu*.

O parte dintre respondenți nu au făcut bine distincția dintre companiile de securitate și cele de asigurări, astfel 12% din aceștia au numit *Asito* drept companie de securitate, 5% *Moldasig*-ul, 2% - *Donaris Grup*, aproape 2% din menționari au fost acumulate de SIS, 1% - Poliția și câte cca 1% au acumulat alte 3 companii de asigurări. Pe lângă aceasta, a fost un șir de firme, care împreună au acumulat 13 % din totalul înregistrărilor. Probabil că unii asociază și consideră responsabili de securitatea locuinței și a bunurilor sale doar companiile de asigurări, poliția sau chiar SIS-ul.

Figura 1. Notorietatea spontană a companiilor de securitate, N=475, %



Analiza multicriterială a relevat faptul că *Justar* are o notorietate mai mare în rândul vorbitorilor de limbă rusă (+ 20 p.p.) comparativ cu vorbitorii de limbă română. În același timp, *Paza de Stat* este mai cunoscută de către vorbitorii de limbă română (+20 p.p.) comparativ cu vorbitorii de limbă rusă, de acei care lucrează la o companie de stat (+16 p.p față de medie) și respondenții care conduc o afacere proprie (+14 p.p față de medie); din punct de vedere a venitului, aceasta este mai populară în segmentul persoanelor cu venitul între 1500-2001 MDL și 3001-4000 MDL per membru de familie. Compania *Allas* are o notorietate mai mare în rândul femeilor (+ 5 p.p.) comparativ cu bărbații și a vorbitorilor de limbă rusă (+ 5 p.p. față de medie). Tot în segmentul vorbitorilor de limbă rusă este mai cunoscută și compania *Bercut* (+ 5 p.p față de medie), în timp ce *Fulger* a fost menționată de mai mulți vorbitori de limbă română (+ 7.p.p.), comparativ cu vorbitorii de limbă rusă.

O posibilă explicație privind datele obținute în urma analizei multicriteriale și a cunoașterii acestora pe anumite segmente ar putea fi condiționată de faptul că campaniile de promovare ale agențiilor de securitate sunt direcționate într-o măsură mai mare către publicul vorbitor de limbă rusă, iar mesajele fiind mediatizate preponderent în limba rusă. Totodată, *Paza de Stat* este mai populară în rândul vorbitorilor de limbă română, iar această notorietate s-ar putea datora, în mare parte, faptului că mai multe companii de stat apelează la serviciile acestei firme, iar la firmele cu capital de stat lucrează mai mulți vorbitori de limbă română.

Reieșind din faptul că, ponderea cunoscătorilor companiilor de securitate, vorbitori de limbă rusă este mai mare decât cea a vorbitorilor de limbă română, companiile de securitate ar putea să-și schimbe mesajul pe care îl comunică, limba în care o fac și să analizeze mai bine către care auditoriu țintă își direcționează eforturile de promovare, acestea fiind în concordanță și cu segmentul pentru care își propun serviciile. O comunicare mai eficientă și mai bine targetată va spori cunoașterea brandurilor în rândul cetățenilor noștri, la fel aceasta va conduce la creșterea venitului companiilor.

Desigur, lucrul agențiilor de securitate este destul de periculos și greu, iar sarcina acestora este de a rămâne în umbra, de a rămâne neobservați, ceea ce contribuie și la sporirea calității serviciilor. Atât timp cât rămân mai puțin cunoscute publicului larg, pentru firmele de securitate devine mai dificil să-și crească cota de piață, iar apelarea la serviciile de pază și protecție a bunurilor rămâne a fi o alegere pe care mulți o fac deja post-factum, după ce au avut o experiență negativă.

Notă metodologică: cercetarea a fost efectuată pe un eșantion reprezentativ de 1400 de respondenți cu vârsta 14-65 ani din 24 de localități urbane (marja de eroare +/-2,6%), respondenții indicând pînă la 3 companii de securitate pe care le cunosc.

Articol publicat in ziarul ECONOMIST, Nr. 32 (283), 25 august 2010

For the English version of this article, please visit [www.consulting.md](http://www.consulting.md)

Чтобы прочесть русскую версию этой статьи, зайдите на сайт [www.consulting.md](http://www.consulting.md)