تتعاظم أهمية التسويق في الحياة الاقتصادية و الاجتماعية عقدا بعد آخر بل و سنة بعد أخرى، ولم يعد التسويق وظيفة إدارية من وظائف المنشآت فحسب، بل أصبح كذلك سلوكا جماعيا لمجمل الشركات العالمية الإنتاجية منها و الخدمية، كما لم يعد دوره يقتصر على زيادة توزيع السلع و الخدمات بل تعدى ذلك إلى زيادة دور الشركات في المجتمعات و زيادة شهرتها و مدى مشاركتها في الحياة الاقتصادية و السياسية. و بما أن التأمين أصبح يلعب دورا هاما في تحقيق التنمية، إذ لا يمكن في وقتنا الحالي تصور أي نشاط اقتصادي دون تأمين، خاصة في ظل التحولات الاقتصادية الراهنة. حيث أصبح لزاما على شركات التأمين ضمان مكانتها السوقية في ظل بيئة تنافسية حادة، وذلك باختيار أنجع الإستراتيجيات التسويقية التي تسمح لها بمسايرة التغيرات المتسارعة، والتي يمكن ملاحظتها من خلال إستراتيجية التموضع.