

СК «Росгосстрах» награждена за лидерство в страховании строений граждан на III Антикризисном Форуме «Будущее страхового рынка». Мероприятие, организованное Эксперт РА, проходило 06 сентября в Москве.

Награду получила директор департамента управления взаимоотношениями с клиентами Светлана Бери, которая в своем выступлении в секции «Адаптация рынка. Драйверы страхования» рассказала о важности соблюдения разумного баланса цифровизации и индивидуального подхода при страховании ИФЛ и не только.

«Мы в «Росгосстрахе» постоянно работаем над анализом и улучшением клиентского пути. Безусловно, доступ к онлайн сервисам и возможность решить любой вопрос страхования всего одной кнопкой – это инструмент повышения лояльности страхователя. Наша компания тоже активно идет по пути цифровизации, предоставляя все актуальные сегодня сервисы онлайн урегулирования и возможности купить полис удаленно. Тем не менее, не стоит наказывать клиента цифровизацией. Многие утверждают, что цифровой путь должен начинаться уже с продажи, мы с этим согласны частично. Дело в том, что «Росгосстрах» работает и в сегменте, где цифровая продажа – не частый гость. Наша компания – абсолютный лидер по страхованию строений по итогам 2022 года, по данным ЦБ. Данная целевая аудитория у «Росгосстраха» очень широкая, а это люди 45 из разных уголков России, порой самых удаленных, где даже Интернет работает не всегда. Они хотят чувствовать, что страховщик – надежный партнер, который буквально «держит за руку». Наш агентский канал часто сталкивается с ситуациями, когда после предложения направить клиенту электронный полис страхования дачи или дома, подавляющее большинство страхователей просят подкрепить цифровую продажу «надёжным бумажным полисом», — рассказала Светлана Бери.

В постпродажном обслуживании и особенно урегулировании страховых случаев клиенты более склонны выбирать цифровой путь. Однако и там, например, в урегулировании убытков по каско, его предпочитают не все страхователи, а, по статистике «Росгосстраха», около 40%.

«Поэтому «Росгосстрах» сегодня фокусируется на автоматизации процессов и упрощении процедур взаимодействия, а в части каналов коммуникации мы продолжаем подстраиваться под клиента и переводим его в онлайн путь, только когда уверены, что он к этому готов. Страхование – сложный бизнес и главное, чтобы клиент не сомневался – подводных камней нет, и он может решать свои задачи удобным лично ему способом», — добавила Светлана Бери.

***Википедия страхования***