

Продажи через партнерские каналы, такие как банки, лизинговые компании и автосалоны, остаются одними из самых привлекательных для страховщиков, считает руководитель департамента по работе с партнерами СК «МАКС» Екатерина Литвинова. Такое мнение она высказала, выступая на прошедшей в Москве Конференции по автокредитованию («3-rd Auto Finance Forum 2017. Фокус на будущее»).

«В текущих условиях рынка важно создавать совместные программы страхования с автосалонами и автопроизводителями для того, чтобы потребитель мог приобрести страховку и одновременно получить выгоду и сервис не только от использования страхового продукта, но и от автосалона и производителя», — подчеркнула Е.Литвинова.

Она отметила, что на сегодняшний день все большим спросом пользуются простые и понятные комбинированные коробочные продукты, удовлетворяющие потребности, как партнеров, так и клиентов. Создание таких комплексных коробочных решений должно происходить в сжатые сроки. При этом для успешной реализации данных продуктов необходимо обучать сотрудников партнерских организаций новым методам продаж, через которые осуществляются страховые услуги. Это связано с тем, что клиент часто не доверяет чему-то новому, поэтому для него важно понять все тонкости предлагаемых ему продуктов и услуг, сказала Е.Литвинова. По ее мнению, одним из важных направлений являются и онлайн продажи, так как потребитель часто хочет приобретать продукты и услуги, не выходя из дома.

Конференция «3-rd Auto Finance Forum 2017. Фокус на будущее» была организована компаний Business summit of future. В ней приняли участие представители банков, страховых компаний и лизинговых компаний, автодилеров и автопроизводителей.

Источник: Википедия страхования, 14.04.2017