

По результатам исследования аналитического центра НАФИ страховая компания «Ингосстрах-Жизнь» получила оценку CSI 87%, что говорит о высоком уровне удовлетворенности клиентов компании.

Исследование проводилось НАФИ по методологии CSI (customer satisfaction index) с целью узнать мнение клиентов компании «Ингосстрах-Жизнь» о качестве обслуживания по программам страхования жизни. Результаты исследования позволили оценить уровень удовлетворенности клиентов компанией в целом, а также выявить участки для улучшения сервиса.

В опросе участвовало 305 респондентов — действующих клиентов компании «Ингосстрах-Жизнь» по всей России. Опрос проводился в формате телефонного интервью (CATI) продолжительностью до 10 минут.

Совместно с НАФИ была подготовлена анкета для опроса, в которой отражены ключевые параметры взаимодействия клиентов и страховой компании. База для опроса была сформирована из тех, кто контактировал с компанией в течение последних трех месяцев. Клиентов разделили на три группы по типу взаимодействия с компанией. По каждой группе отдельно был определен уровень удовлетворенности: по группе «Продажа» (клиенты, контактировавшие с компанией на этапе покупки страхового полиса) индекс CSI составил 85%, по группе «Постпродажное обслуживание» — 89%, по группе «Страховое событие» — 88%. В соответствии с утвержденной методологией был рассчитан средний индекс CSI — 87%, что на 3 пункта выше среднего показателя CSI по страховому рынку (по данным аналитического центра НАФИ).

«Для повышения качества сервиса и увеличения объемов продаж компании важно вести прямой и открытый диалог с клиентами — это помогает своевременно корректировать и совершенствовать существующую стратегию развития компании. Проводить опрос необходимо регулярно, так как именно динамика индекса может помочь улучшить сервис и качество работы», — говорит генеральный директор страховой компании «Ингосстрах-Жизнь» Владимир Черников.

Источник: Википедия страхования, 20.06.2018