

Компания «Абсолют Страхование» заняла лидирующую позицию в категории «Маркетплейсы» блока «Онлайн-продажи» в рейтинге цифровой зрелости страховых компаний, подготовленном на основе независимого исследования агентства цифрового аудита SDI360°.

Согласно исследованию, «Абсолют Страхование» представлена на всех ключевых b2b и b2c площадках, где клиент может выбрать и приобрести продукты страховщика, такие как страхование каско, ОСАГО, ВЗР, ипотеки и недвижимости. Индекс представленности продуктов «Абсолют Страхование» на b2c площадках составил 0,81, на b2b – 0,68.

«Мы уделяем большое внимание сотрудничеству с маркетплейсами, поскольку оно дает нам возможность увеличивать продажи за счет активного привлечения новых клиентов как в розничном, так и в корпоративном сегментах бизнеса», – отметил заместитель генерального директора по розничным продажам компании «Абсолют Страхование» Андрей Бурлак. – Клиенты на маркетплейсе получают возможность ознакомиться с разными предложениями страховых компаний и выбрать для себя лучшее, что способствует развитию конкуренции на рынке и повышению уровня сервиса и качества страховых продуктов».

Исследование SDI360° проводится в третий раз: предыдущие исследования выходили в 2020 и 2022 гг. «Абсолют Страхование» сохраняет свои позиции в ТОП-10 рейтинга.

В исследовании 2023 г. приняли участие 30 страховых компаний. Эксперты оценивали уровень цифрового развития страховой отрасли и представленности участников рынка в диджитал-пространстве. Методология исследования меняется год от года с целью сделать исследование более актуальным при подключении новых категорий и метрик.

Википедия страхования