

Страховому бизнесу необходимо расширяться до экосистем, чтобы не остаться для клиента лишь поставщиками услуг на полках агрегаторов и крупных партнеров, заявил директор по развитию СберСтрахования Александр Гогленков в ходе Public Talk «Страховые экосистемы — модный тренд или неизбежный шаг в эволюции?». Организаторами мероприятия выступили разработчик систем класса Business Intelligence и программ для статистического анализа «SAS» и РБК.

Как отметил Гогленков, сегодня одно мобильное приложение позволяет решить вопросы из разных сфер жизни: вызвать такси, оформить доставку продуктов, заказать уборку и многое другое. При этом необходимость заходить на сайты сервисов-исполнителей не возникает. Страховщикам, несмотря на консервативность отрасли, придется стать активнее и, либо интегрироваться в приложения агрегаторов, либо создавать собственные экосистемы.

Лучшие перспективы будут у компаний, которые смогут построить максимально удобный, комфортный и понятный пользовательский путь, а также наполнить сервис предложениями, которые удовлетворят большинство потребностей клиента.

СберСтрахование изначально находится в выгодном положении, так как принадлежит к группе Сбер, куда входит несколько десятков других компаний. В ближайших планах — развивать сотрудничество с ними, расширяя клиентский опыт за счет дополнительных опций, включенных в полис, услуг и кросс-продаж.

Директор по развитию рассказал, что основной упор СберСтрахование будет делать на три направления: автомобили, имущество и медицина. Вокруг клиента планируется выстраивать удобные сервисы, которые позволят повысить качество услуг. Например, возможность хранения сезонных шин на складах партнеров в рамках дополнительных опций к страховым продуктам.

Александр Гогленков, заместитель генерального директора, директор по развитию СберСтрахования:

«Сегодня у страховщика и клиента слишком мало точек соприкосновения: покупка полиса, возможная пролонгация и урегулирование убытка при происшествии. Других причин зайти на сайт компании или позвонить в колл-центр практически не существует. Наша цель – повысить ценность нашей инфраструктуры для клиента, чтобы мотивировать его пользоваться страховыми продуктами СберСтрахования, а также услугами партнеров. Например, в среднесрочной перспективе мы планируем предложить возможность записаться в автосервисы и на ТО, вызвать клининг, а также получить скидки на услуги партнеров при оформлении заказа через нас. Время реализации таких сценариев подошло. При этом важно не забывать про персонификацию, такой подход позволяет предлагать клиенту именно то, что ему нужно сейчас».

Википедия страхования