



Владелец кейса

**ИП Довжик Е.Д.**

Агент-предприниматель, БМ «мини-бизнес»

Спикер

**Климкина Марина**

Директор

## Риск как статистика

Формирование ценности страховой защиты для клиента в период «тишины»

Сроки Январь 2024 по н.в.

Статус проекта: внедрен

### Контекст - какую проблему решали в рамках кейса

В страховании ценность полиса видна лишь при наступлении случая. В «тихий» период он воспринимается как формальность, что ведёт к оттоку клиентов и конкуренции по цене.

### Какие цели и задачи ставили

- Снижение оттока клиентской базы в онлайн
- Формирование ценности защиты клиента
- Возврат клиентов после самострахования

### Что сделали/реализовали

- Внедрили экспертную диагностику потребностей;
- Запустили проактивное сопровождение (напоминания, полезный контент)
- Стали единой точкой поддержки в любых ситуациях
- Наладили системный сбор обратной связи

### РЕЗУЛЬТАТЫ

- Кратный рост обращений за консультациями (каждый пятый клиент)
- Существенное снижение оттока клиентов из-за цены (ценность важнее цены). Рост пролонгации на 5%
- Устойчивый рост кросс продаж на 22% и дохода от них.

### Благодаря этой практике я смог...

• Выстроить долгосрочные отношения с клиентом, где ценность выше цены

### Что стало лучше и насколько

- Возвращено 260 клиентов за 2025 год по всем видам страхования
- Рост портфеля «НЕ мотора» видов страхования (+34% к 2024 году)

### Как изменился мой дополнительный доход

**На 28%**

### ЧЕМ МОЙ ОПЫТ МОЖЕТ БЫТЬ ПОЛЕЗЕН ДРУГИМ АГЕНТАМ

- Готовая методология перехода от цены к ценности
- Инструменты проактивного сопровождения клиентов
- Система повышения лояльности без скидок и акций
- Настроенная CRM система с таймингом звонков и информационных сообщений клиенту

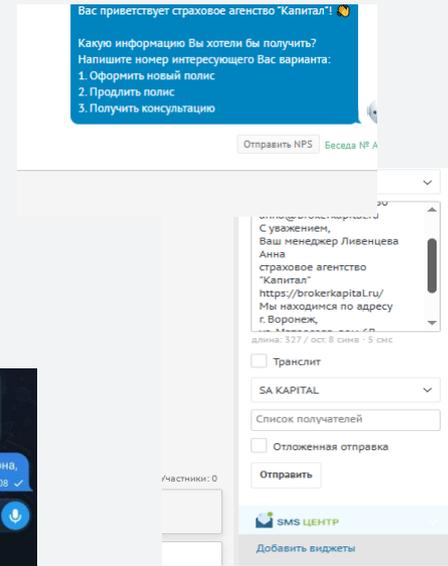
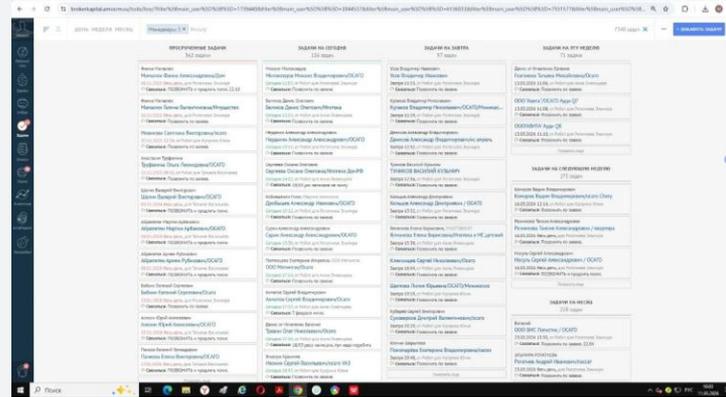
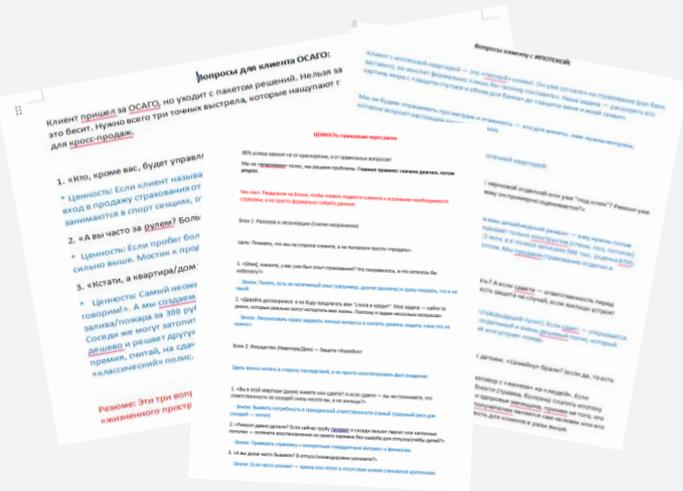
### ЧТО МОЖНО РАЗВИТЬ/УЛУЧШИТЬ В МОЕМ КЕЙСЕ

Автоматизировать больше процессов сопровождения  
Расширить линейку превентивных сервисов  
Внедрить более глубокую аналитику клиентского опыта

# Риск как статистика

Пример скриптов экспертной диагностики потребностей

Пример автоматизированного выставления задач на обзвон клиентов и шаблон отправки СМС через CRM



Формирование потребности через эффект шока и грядущие риски:

