

MICHAEL
SAFRAN



motivational
customer service speaker

СТРАХОВОЙ АГЕНТ И КЛИЕНТ. КЛИЕНТСКИЙ СЕРВИС

(в эпоху изменений и не только)



Форум страховых предпринимателей

15.03.2022



**“Ничего не делать”
отличается от
“делать нечего”**



МИХАИЛ САФРАН:

- Экс-вице президент по маркетингу и клиентскому сервису: Росно (Allianz), Промсвязьбанк, Детский Мир
- Предприниматель (Orange Concierge, Questomania, Ilmed)
- Мотивационный спикер, ментор, эксперт по маркетингу и клиентскому сервису
- Приглашенный преподаватель в Сколково

MICHAEL
SAFRAN



motivational
customer service speaker

ТЕКУЩИЙ КОНТЕКСТ

КЛИЕНТЫ

АГЕНТЫ

ВЫВОДЫ

Страховой рынок в период кризиса

- **Ключевые драйверы:** уровень жизни, бизнес активность, ценности общества, ожидания от будущего
- **Клиенты:** Снижение дохода, повышенная тревожность, пересмотр приоритетов
- **Игроки:** использование полной линейки конкурентных инструментов, перераспределение рынка

Адаптация страхового рынка

- **Продукты** (целевые аудитории, объекты страхования, формы защиты, стоимость и т.д.)
- **Каналы продаж** (эффективность и стоимость, удобство для целевой аудитории, степень доверия)
- **Коммуникация** (содержание и форма)
- **Внутренняя оптимизация**

Особенности текущего кризиса

- Возможный разрыв производственных и технологических цепочек
- Рыночное заполнение “выпавших звеньев” местными ресурсами (или новыми поставщиками / партнерами из других стран)
- Постройка новых цепочек, где восстановление невозможно
- Ограниченный инвестиционный ресурс

Уроки прошлого

Год	ВВП (ППС) (в млрд. Долл. США)	ВВП на душу населения (ППС) (в долл. США)	Рост ВВП (реальный)	Уровень инфляции (в процентах)	Безработица (в процентах)	Государственный долг (в процентах от ВВП)
1996	▼ 1,363.8	▼ 9,210	▼ -3.6 %	▲ 47.7 %	▲ 9.7 %	н/д
1997	▲ 1,406.3	▲ 9,517	▲ 1.4 %	▲ 14.8 %	▲ 11.8 %	51.5%
1998	▼ 1,345.6	▼ 9,130	▼ -5.3 %	▲ 27.7 %	▲ 13.3 %	▲ 135.2 %
1999	▲ 1,452.9	▲ 9,889	▲ 6.4 %	▲ 85.7 %	▼ 13.0 %	▼ 92.4 %
2000	▲ 1,635.3	▲ 11,170	▲ 10.0 %	▲ 20.8 %	▼ 10.6 %	▼ 55.9 %
2007	▲ 3,073.9	▲ 21,473	▲ 8.5 %	▲ 9.0 %	▼ 6.0 %	▼ 9.8 %
2008	▲ 3,298.7	▲ 23,054	▲ 5.2 %	▲ 14.1 %	▲ 6.2 %	▼ 8 %
2009	▼ 3,063.8	▼ 21,411	▼ -7.8 %	▲ 11.7 %	▲ 8.2 %	▲ 9.9 %
2010	▲ 3,240.9	▲ 22,639	▲ 4.5 %	▲ 6.9 %	▼ 7.4 %	▲ 10.1 %

Страховой рынок в 2009 году сократился на 7.45% (при росте убыточности с 45% до 55%)

Страхование было, есть и будет!

Страховые агенты

25 сентября 2020, 00:47 / Мнения / От редакции 

У страховых компаний растёт доля агентских продаж

Страховым агентам нравится возможность дистанционной работы

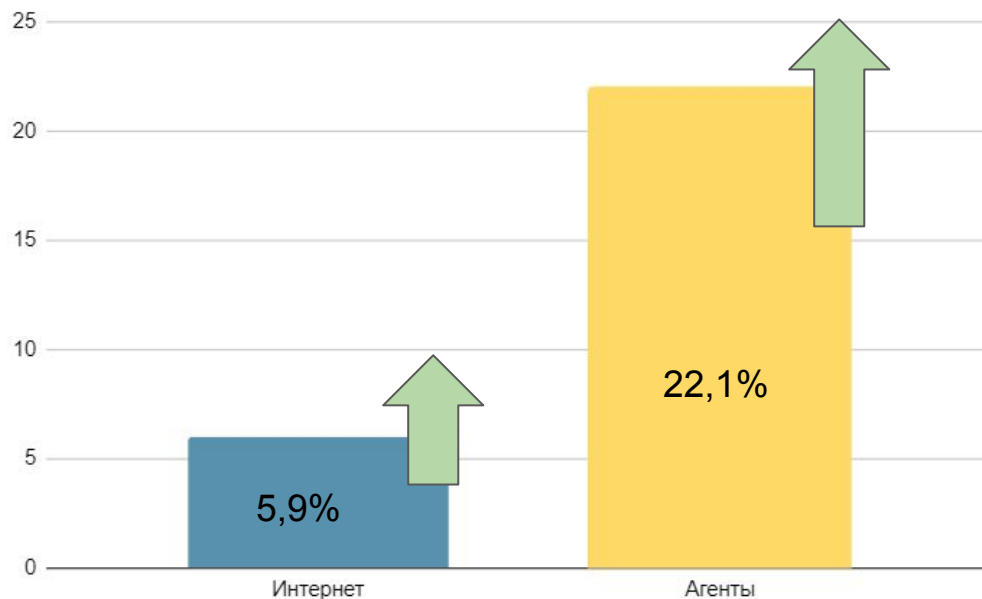
Павел Самиев



 Прочту позже

В период кризисов, кол-во страховых агентов растёт

Доли каналов продаж в страховании



ЦБ РФ, квартал II, 2020

Выводы по текущей ситуации

- Рынок “просядет”, но появятся новые возможности
- Доверие к компании и ее представителям выходит на первый план (именно люди и могут создать это доверие)
- Состояние общей тревожности и неопределенности требует от страховых агентов еще большего профессионализма, гибкости и развитых коммуникационных навыков
- Конкуренция не только за клиента, но и внутри агентского сообщества будет расти

КЛИЕНТЫ



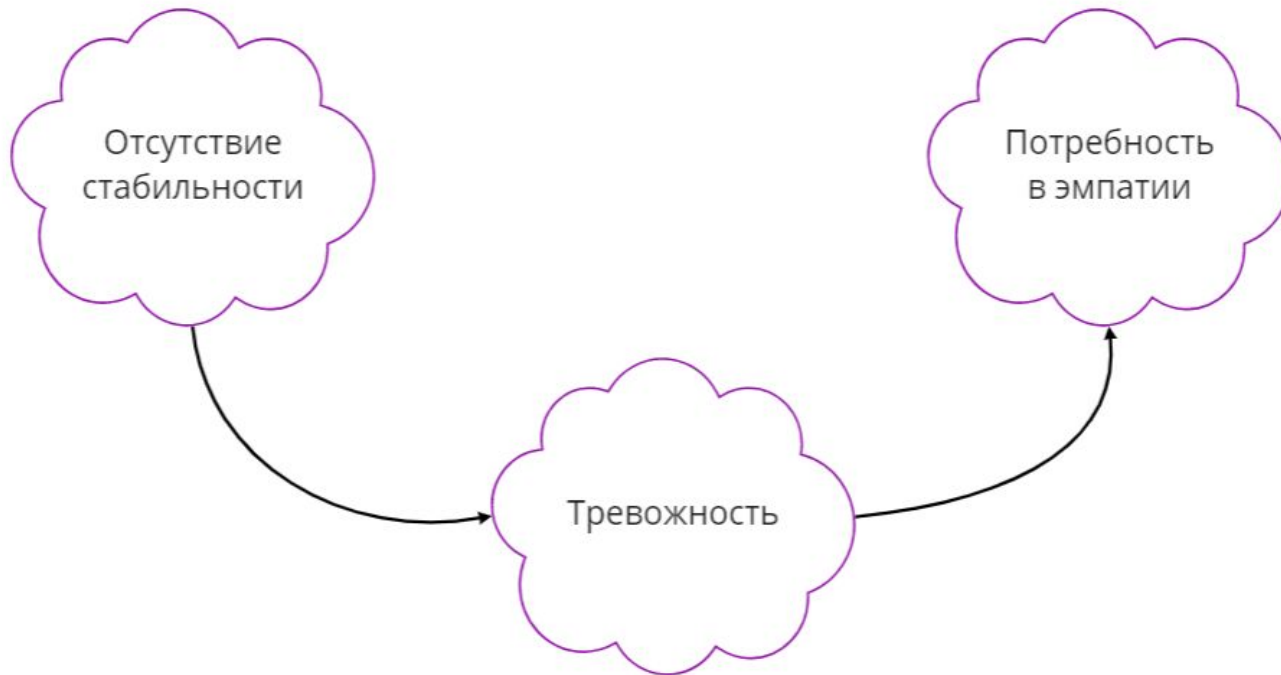
Военные конфликты в начале 2022 года находились среди основных страхов россиян

Тревоги и опасения людей, Январь 2022, ФОМ



Источник: OMD

Эмоциональное состояние людей



Тревожность



Беспокойство за детей, волнения о своем здоровье, боязнь потерять накопления / пенсию



Повышенная ответственность за детей, пожилых родителей, забота о собственном финансовом положении



Самореализация, построение семьи, материальное благополучие, личная свобода



Выбор жизненного пути, “впитывание” общей тревожности, ощущение внешней манипуляции



www.menti.com

1325 7588

Насколько вы испытываете беспокойство в отношении:

1. Снижения уровня жизни моей семьи
2. Возникновения различных бытовых проблем
3. Повышения уровня преступности
4. Угрозы военного конфликта с другими странами
5. Вероятности потери работы

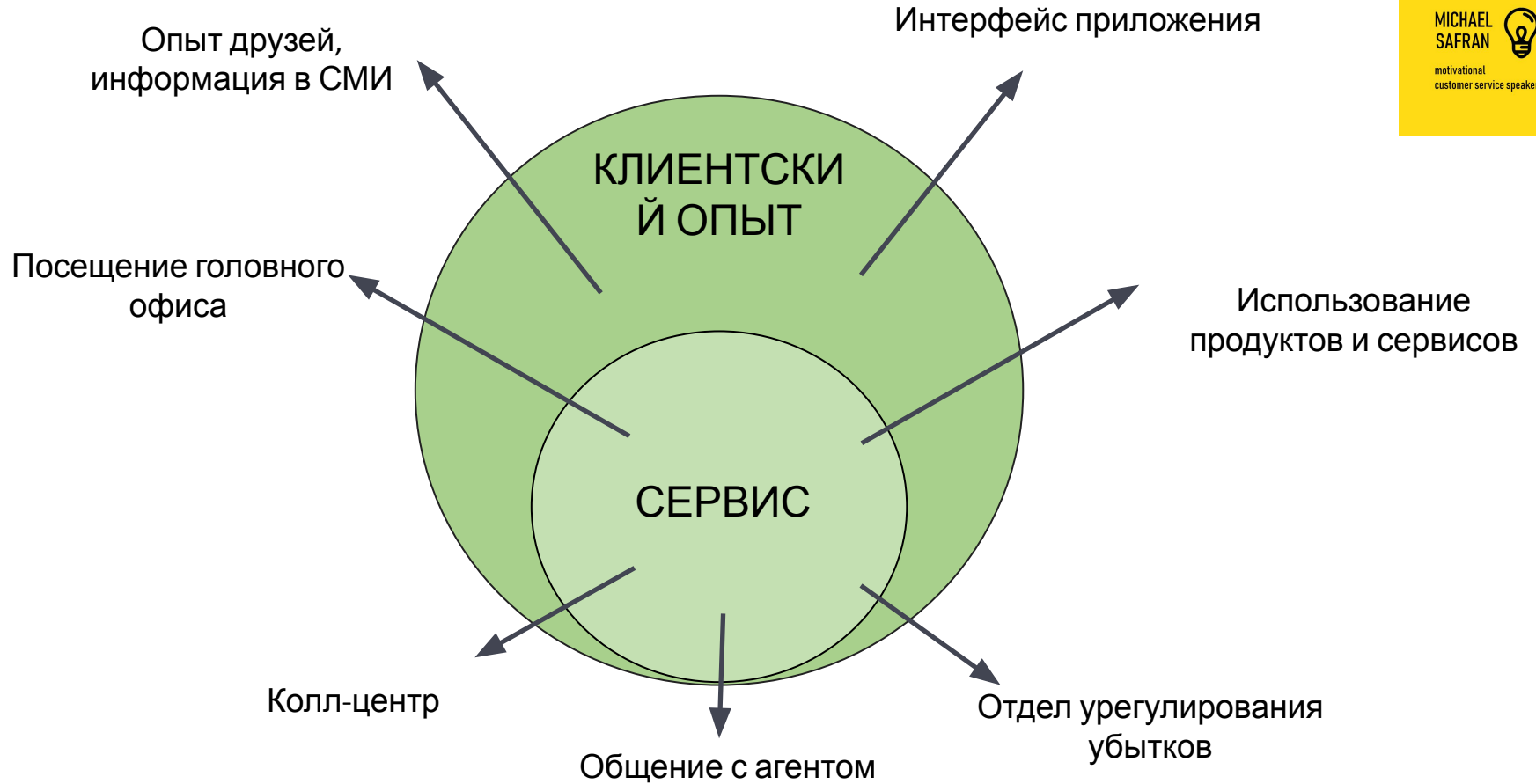
<https://www.menti.com/j783cmik5q>



“Страховой агент должен уметь две вещи:
сначала – напугать, а потом обнадежить” 😄

*Константин Мелихан
писатель, карикатурист*

Сервис – это **действие** создающее
дополнительную ценность
для клиента



Дополнительная ценность

Внимание

?

Знания

Польза

Помощь

Забота

Экономия

?

ДНК Клиентского сервиса



Персонализация

Внимание к отдельно взятому человеку для создания эмоциональной связи с ним



Действие

Проактивность и решительность в действиях



Честность

Создание доверительных отношений



Ресурсы

Экономия временных и иных ресурсов клиента



Ожидания

Управление ожиданиями, соответствие и опережение этих ожиданий



Эмпатия

Умение поставить себя на место другого человека

Причины отказа от услуг

Что из перечисленного заставит вас перейти в другую компанию?



PwC Future of Customer Experience Survey

Ожидания


Ресурсы

Честность



Эмпатия

Люди хотят общаться с людьми

74% респондентов (в мире) хотят
больше общения с людьми (на
стороне компаний)



Experience is everything:
Here's how to get it right



pwc

Персонализация

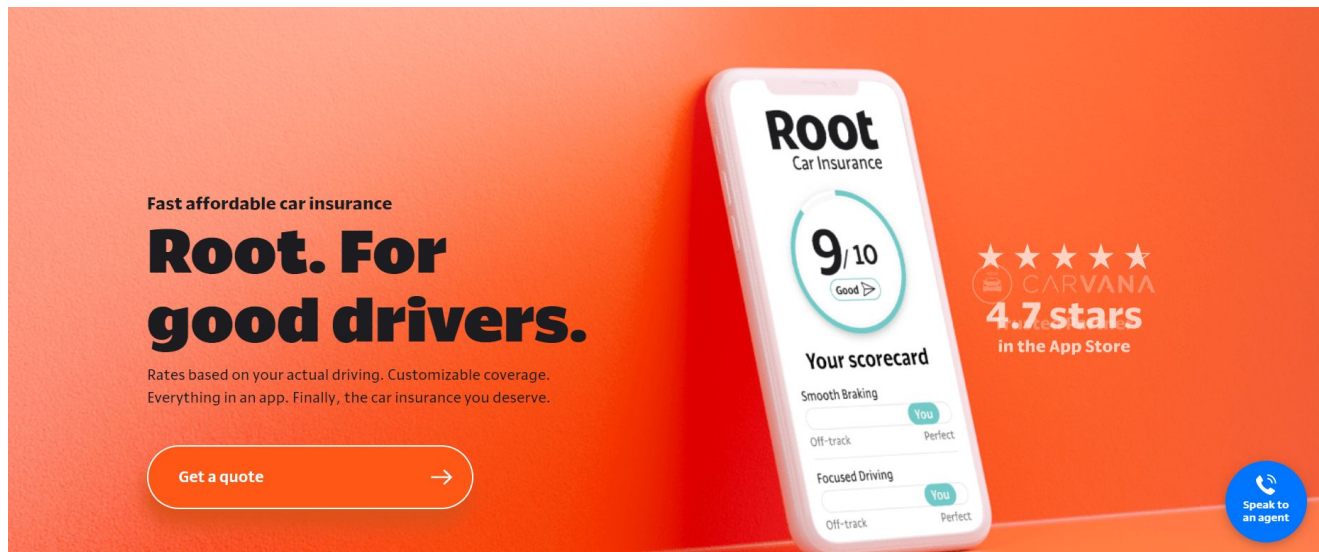
Клиентский
опыт

Разработка
продуктов

Онлайн
сервисы

Персонализация

Продукт и онлайн сервисы



Fast affordable car insurance

Root. For good drivers.

Rates based on your actual driving. Customizable coverage. Everything in an app. Finally, the car insurance you deserve.

[Get a quote](#) →

Root
Car Insurance

9/10
Good >

Your scorecard

Smooth Braking

You Perfect

Off-track

Focused Driving

You Perfect

Off-track

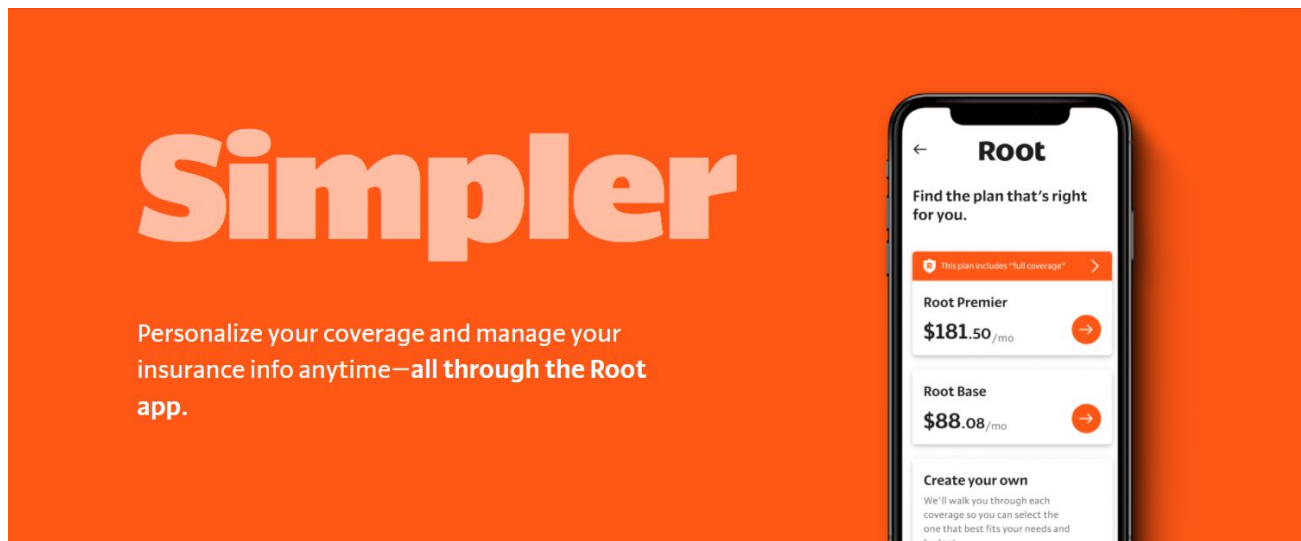
4.7 stars
in the App Store

Speak to an agent

Стоимость полиса определяется качеством вождения

Персонализация

Продукт и онлайн сервисы



Simpler

Personalize your coverage and manage your insurance info anytime—all through the Root app.

Root

Find the plan that's right for you.

This plan includes "full coverage" >

Root Premier	\$181.50 /mo	→
Root Base	\$88.08 /mo	→

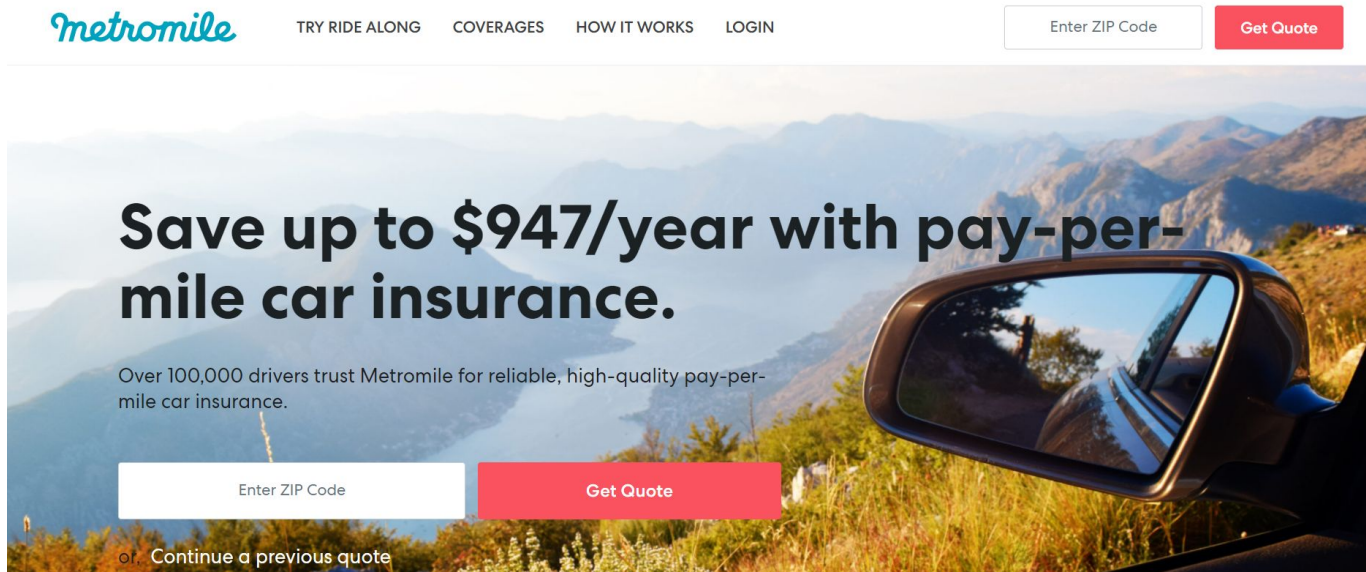
Create your own

We'll walk you through each coverage so you can select the one that best fits your needs and budget.

Гибкое управление полисом через приложение

Персонализация

Продукт и онлайн сервисы

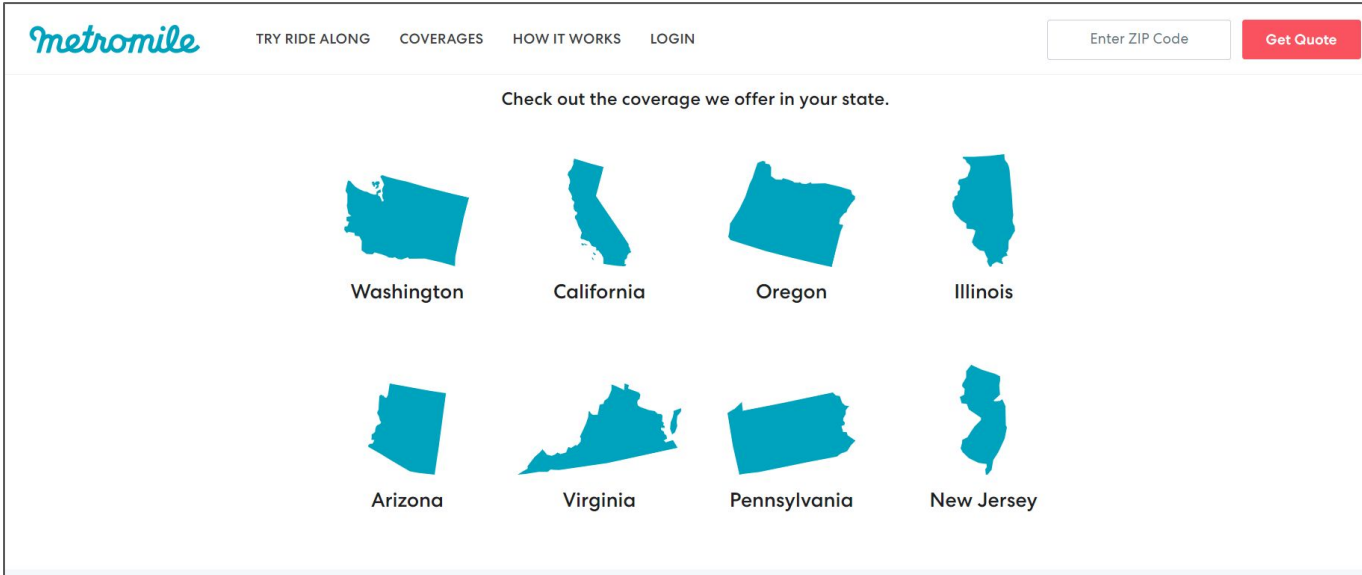


The screenshot shows the Metromile website interface. At the top, there is a navigation bar with the Metromile logo on the left and links for 'TRY RIDE ALONG', 'COVERAGES', 'HOW IT WORKS', and 'LOGIN'. On the right side of the navigation bar, there are two buttons: a white button with the text 'Enter ZIP Code' and a red button with the text 'Get Quote'. Below the navigation bar is a large hero section with a background image of a car's side mirror reflecting a road, set against a scenic mountain landscape. The main headline in the hero section reads 'Save up to \$947/year with pay-per-mile car insurance.' Below the headline, there is a sub-headline: 'Over 100,000 drivers trust Metromile for reliable, high-quality pay-per-mile car insurance.' At the bottom of the hero section, there are two buttons: a white button with the text 'Enter ZIP Code' and a red button with the text 'Get Quote'. Below the buttons, there is a link that says 'or, Continue a previous quote'.

Оплата в соответствии с километражом

Персонализация

Продукт и онлайн сервисы



The screenshot shows the Metromile website interface. At the top left is the Metromile logo. To its right are navigation links: TRY RIDE ALONG, COVERAGES, HOW IT WORKS, and LOGIN. On the top right, there is a search bar labeled "Enter ZIP Code" and a red "Get Quote" button. Below the navigation is a heading: "Check out the coverage we offer in your state." Underneath, eight teal-colored state outlines are displayed in a 2x4 grid, each with its name below it: Washington, California, Oregon, Illinois, Arizona, Virginia, Pennsylvania, and New Jersey.

Разные штаты - разная стоимость страховки на 1 км

Персонализация

Клиентский опыт

Функциональный

- Предупреждение о парковке в запрещенном месте (Direct Assurance, France)
- График медицинских обследований (Harel, Israel)
- Страхование корпоративного имущества через приложение с самостоятельным выбором более 50 условий (Progressive)

Эмоциональный

- Игровые, адаптируемые интерфейсы приложений
- Персонализированный разговор с колл-центром, службой урегулирования убытков (AIG, Israel)
- При обращении клиента в компанию, отталкиваемся от его предыдущих обращений

Кто, как не АГЕНТ, знает своего клиента и может дать ему ощущение персонального внимания и сервиса?

Честность

«АльфаСтрахование» возвращает всем клиентам по каско 5% от стоимости полиса в качестве компенсации за месяцы самоизоляции в рамках акции «Каско Кэшбэк».

Единственное условие для получения возврата – быть клиентом компании по каско в период самоизоляции и на текущий день.

участия). Поцарапали бампер и задний фонарь. Внизу бампера выпирает громадная пластиковая накладка с накладкой поменьше. Эти детали как выяснилось - отдельные. Как выяснилось, это спойлер и декоративная накладка глушителя. Откуда нам с сотрудником ГАИ было знать, что они отдельные? И для меня и для него это бампер (как и для любого обычного человека, я подозреваю). Страховая в замене отказала. Могли просто объяснить порядок моих дальнейших действий, что бы я предоставил все недостающие документы или исправил предоставленные. Вместо этого я весь день ждал звонка, что бы явно выгоревший и уставший от своей жизни человек отговаривался от работы фразами "Откуда мне знать что



Liberty Mutual to refund \$250 million to auto insurance customers

Будте внимательны, навязывают страховки

Оформляли кредит на стиральную машину и зачем-то дополнительно нам продали расширенную гарантию от магазина и еще страхование от реенсанс жизнь. Я так разолилась, когда это все мне вывезли на подписание, но стиралка была реально нужна. Гарантию оставила, пусть только попробуют от нее отвертеться, будут выезжать на каждый скрип.

А страховку жизни благополучно вернула. Правда пришлось звонить в самую страховую, пояснять свою ситуацию, разбираться с личным кабинетом. Тут менеджер в страховой помогла, проконсультировала по телефону как прикрепить паспорт и реквизиты и что в заявлении указать. Деньги вернули через неделю. В общем даже если вам продали ненужный полис - обращайтесь в страховую. По крайней мере в этой адекватно относятся к таким случаям. Возвращают.



Честность

- Агент прозрачен в отношении клиента
- Агент защищает интересы клиента (не нарушая интересы компании)
- Агент понимает, что доверие клиента долго зарабатывается, но быстро теряется
- Агент понимает, что всегда (особенно в условиях кризиса) эффективнее развивать лояльность существующих клиентов, а не “гоняться” за новыми

Кто, как не АГЕНТ, знающий лично клиента,
будет максимально честным с ним?

Ожидания

Базовые ожидания клиента (по умолчанию):

- Корректность общения представителей компании
- Соблюдение заявленных сроков (ремонта, согласований, ответов на обращения и т.д.)
- Прозрачность информации
- Общение в режиме обычного диалога (вопрос, ответ, аргументация)
- Выполнение данных обещаний, даже устных
- Рыночное ценообразование

Ожидания

Отказано в продлении полиса по неизвестным причинам.

Не получается продлить полис. Прохожу все этапы оформления, выполняется расчёт стоимости и появляется сообщение, что необходимо обратиться в офис. Звонила на горячую линию несколько раз, отвечают, что надо обратиться в тех.поддержку. Написала обращение в компанию, пришёл автоматический ответ общими рекомендациями, которые я выполнила уже 78 раз и ничего не изменилось. Полис не продлили. Послала в офис. Достойного ответа, почему отказано в продлении полиса не получила.

Игнорируют, не перезванивают, не делают ничего!

ОЦЕНКА: **1**




Был застрахован по экстремальной страховке, с максимальными рисками, в том числе от несчастных случаев. Находясь в Хорватии, подскользнулся на камнях и сломал руку. Позвонил в Страховую, сказали что будут подыскивать клинику. Спустя несколько часов звонка так и не поступило. Перезваниваю сам, Менеджер Class Assist сообщает мне, что в моём полисе нет Хорватии, а только Шенген, поэтому это не является страховым случаем. На что я сообщаю ему что это не тот полис, полис с Шенгеном был аннулирован, и в дальнейшем был сделан новый полис, в который уже входит и Шенген и Хорватия. Почему они мне не перезвонили сами и не спросили об этом - непонятно. Ещё несколько часов я пытался от них добиться, для того чтобы они сказали в какую клинику мне обращаться. Сами ни разу не перезванивали. После довольно жесткого разговора с одним

Нарушены все сроки ремонта автомобиля

Купили ОСАГО  После того, как в автомобиль вехали, то на месте был составлен протокол. Обратились в данную компанию за ремонтом. Осмотр был произведен быстро и в сроки.

А после обращения в сервис начались проблемы. Никто ничего делать не хочет, ни о чем не уведомляют. Неделями согласовывают детали, решение принять не могут будут ли красить старый бампер, либо менять на новый.

Сроки, установленные Законодательством нарушены. С момента аварии прошло 2 месяца, от сервиса чего-то внятного добиться нереально. Купила уже следующий полис ОСАГО в другой компании, никому не рекомендую 

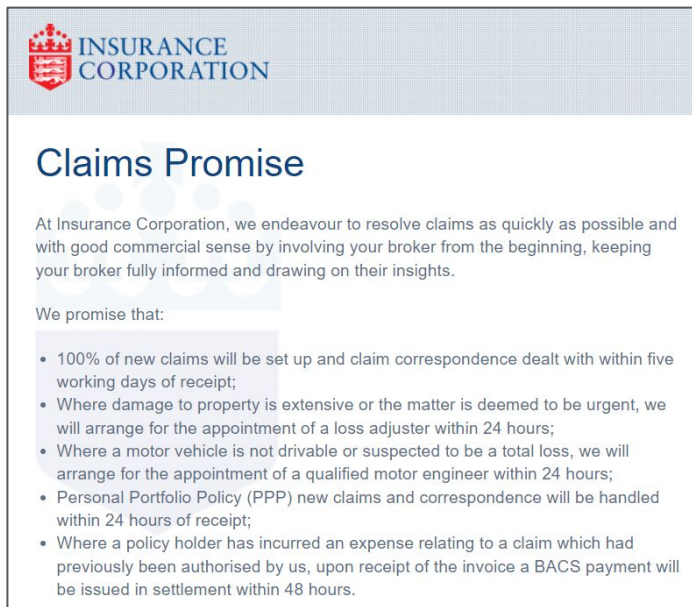
Ожидания

- Могут ли компании / люди **всегда** выполнять свои обещания?
Наверное, нет!
- Компании / люди **всегда** могут заранее предупредить и продумать компенсацию (не обязательно материальную). Цифровые инструменты в помощь!

Ожидания

Что же делают компании?

Обещают конкретные сроки в очень однозначной форме:



INSURANCE CORPORATION

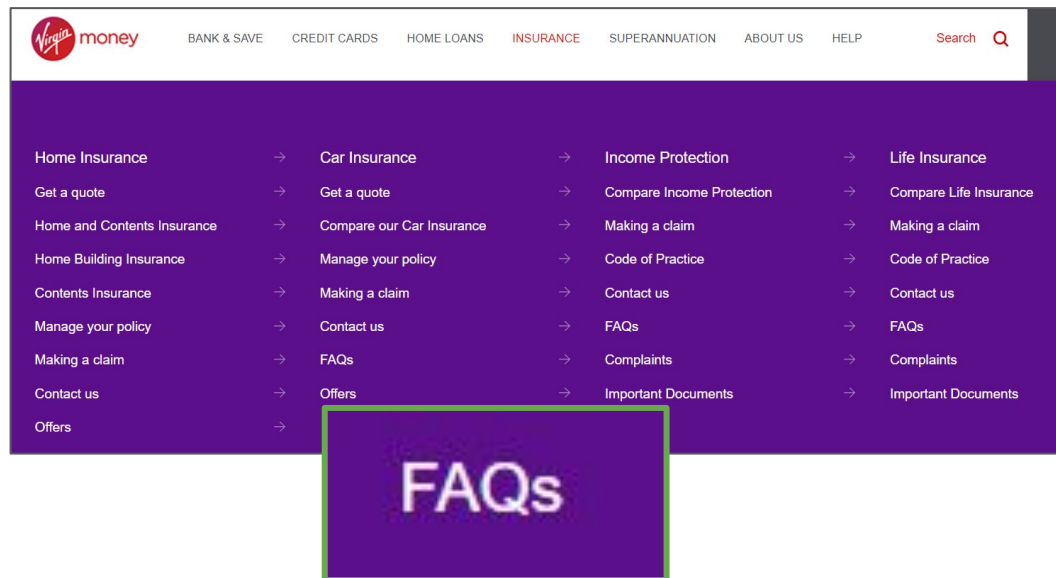
Claims Promise


At Insurance Corporation, we endeavour to resolve claims as quickly as possible and with good commercial sense by involving your broker from the beginning, keeping your broker fully informed and drawing on their insights.

We promise that:

- 100% of new claims will be set up and claim correspondence dealt with within five working days of receipt;
- Where damage to property is extensive or the matter is deemed to be urgent, we will arrange for the appointment of a loss adjuster within 24 hours;
- Where a motor vehicle is not drivable or suspected to be a total loss, we will arrange for the appointment of a qualified motor engineer within 24 hours;
- Personal Portfolio Policy (PPP) new claims and correspondence will be handled within 24 hours of receipt;
- Where a policy holder has incurred an expense relating to a claim which had previously been authorised by us, upon receipt of the invoice a BACS payment will be issued in settlement within 48 hours.

Возможные проблемы “выкладывают” в виде FAQs



Virgin money BANK & SAVE CREDIT CARDS HOME LOANS **INSURANCE** SUPERANNUATION ABOUT US HELP Search 

Home Insurance	→	Car Insurance	→	Income Protection	→	Life Insurance
Get a quote	→	Get a quote	→	Compare Income Protection	→	Compare Life Insurance
Home and Contents Insurance	→	Compare our Car Insurance	→	Making a claim	→	Making a claim
Home Building Insurance	→	Manage your policy	→	Code of Practice	→	Code of Practice
Contents Insurance	→	Making a claim	→	Contact us	→	Contact us
Manage your policy	→	Contact us	→	FAQs	→	FAQs
Making a claim	→	FAQs	→	Complaints	→	Complaints
Contact us	→	Offers	→	Important Documents	→	Important Documents
Offers	→					

FAQs

Кто, как не АГЕНТ, может помочь клиенту выстроить правильные ожидания в отношении работы со страховой компанией?

Действие (проактивность)

- “- Почему вы не сказали это? - Вы же сами не спросили. - Но я же не знал, что это надо спрашивать?”
- Предложение клиенту лучших условий в момент появления этих условий, а не когда клиент о них узнает
- Проактивная помощь клиенту внутри компании, защита интересов клиента
- Совершение за клиента действий, которые он не обязан делать сам

Действие (проактивность)

Проактивное страхование путешественников



Air France and Allianz Travel have announced the launch of a new 'proactive' travel insurance policy for customers who book air tickets via the airline.

Проактивное урегулирование убытков

Proactive Claim Management: Telematics enables a technological revolution for car insurance

Crash Validator - метка на лобовом стекле,
сообщающая в компанию о факте аварии
(корректность - 82%)
Виртуальный эксперт

Действие (проактивность)

- Напоминание об окончании полиса
- Обсуждение ситуации клиента и предложение ему продуктов в соответствии с его потребностью
- Сопровождение убытка (если есть)
- Анализ конкурентных предложений для клиента (если брокер)
- Получение клиентом всех возможных бонусов
- Информирование о новых сервисах, услугах

Кто, как не АГЕНТ, который знает
компанию и страхование намного
лучше клиента, должен заботиться о
своем клиенте и помогать ему

Ресурсы

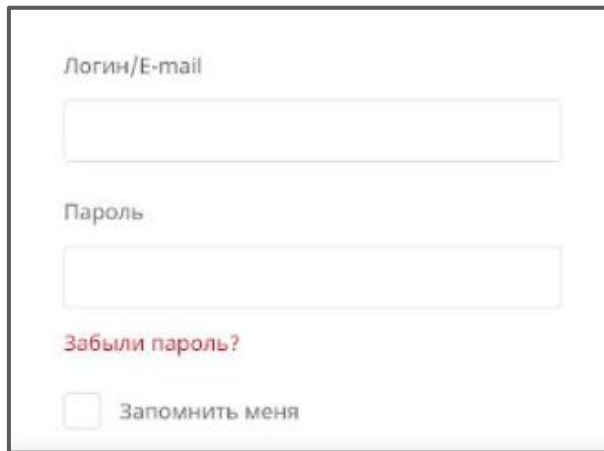
Деньги

Время

Нервы

Ресурсы

Пароль иногда забывают, и восстановление занимает время



Логин/E-mail

Пароль

[Забыли пароль?](#)

 Запомнить меня

Вход по номеру и привязанному мобильному телефону



לאזור האישי

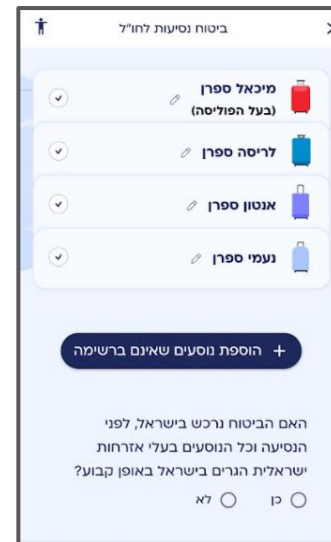
התחברות

תעודת זהות / דרכון / ת.פ. *

שדה חובה

סמסו לי קוד לנייד

שלחו לי את הקוד במייל <



ביטוח נסיעות לחו"ל

- מיכאל ספרן (בעל הפוליסה)
- לריסה ספרן
- אנטון ספרן
- נעמי ספרן

+ הוספת נוסעים שאינם ברשימה

האם הביטוח נרכש בישראל, לפני הנסיעה וכל הנוסעים בעלי אזרחות ישראלית הגרים בישראל באופן קבוע?

לא כן

Автоматическое запоминание всех членов семьи (Travel)

Ресурсы



Предложение более дешевого тарифа (исходя из фактического пользования), не в конце, при пролонгации, а в середине срока страхования

Ресурсы

- Продление полиса в одну кнопку
- Минимизация поездок в офис
- Простой интерфейс (цифровой, физический и т.д.)
- Только нужные документы
- Копии, а не оригиналы, когда это можно
- Удобные каналы коммуникации
- Информирование клиента на всех этапах урегулирования убытка
- Подгрузка данных при обращениях, новых покупках
- Гибкие интерфейсы (подстраиваются под пользование каждым конкретным человеком)

Ресурсы

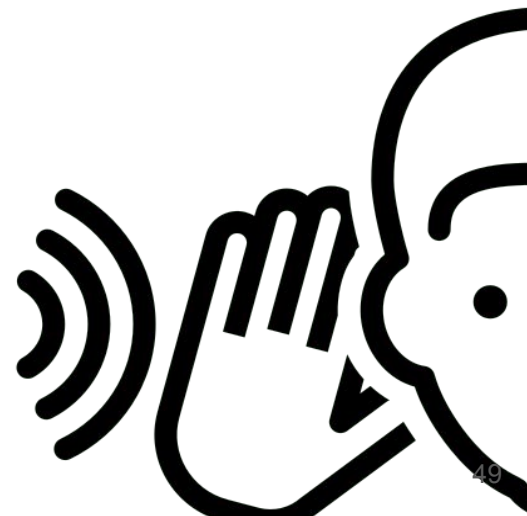
- Агент добивается для клиента максимальных скидок и бонусов
- Агент берет на себя все то, что клиент не обязан сделать лично
- Агент не допускает ситуации, при которой клиент начинает нервничать. Агент предполагает, когда это может случиться, и заранее предпринимаем нужные шаги
- Агент знает, где могут быть потенциальные “проблемные” моменты для клиента, и дает заранее все необходимые объяснения

Кто, как не АГЕНТ, видящий общую картину и разбирающийся в продуктах, бизнес-процессах и т.д., может помочь клиенту сэкономить время, деньги и нервы

Эмпатия

Эмпатия – осознанное сопереживание
эмоциональному состоянию других людей

1. Искреннее желание понять другого человека
2. Сопереживать, а не оценивать
3. Принимать тот факт, что каждый человек живет в своей психологической реальности





Эмпатия

- Агент внимательно слушает своего клиента и сопереживает его заботам, радостям, проблемам
- Агент никогда не сделает действие, которое может навредить его клиенту
- Агент старается искренне интересоваться клиентом и его заботами. Здорово, если агент может оказать разумную человеческую помощь клиенту
- Агент готовится ко встрече с клиентом и держит в голове максимальное кол-во информации не только в отношении страхового продукта, но и в отношении клиента, как человека

Кто, как не АГЕНТ, который знает
клиента и его семью, который
является объективным наблюдателем
извне, может проявить настоящую
ЭМПАТИЮ

АГЕНТЫ

Резюме

- Во времена кризисов, клиенты хотят человеческого участия. Их планка “минимального доверия” растет, и на первый план выходят агенты
- Агент всегда балансирует между привлечением новых клиентов и удержанием старых. В кризис важнее удерживать старых
- Агент должен приносить дополнительную ценность клиенту. Ценность для клиентов состоит из 6 пунктов (ДНК Клиентского сервиса)
- Агент должен постоянно анализировать в разрезе ДНК клиентского сервиса, что он еще может сделать для клиента.

РАСПЕЧАТАТЬ И ПОВЕСИТЬ ПЕРЕД СОБОЙ!



Персонализация

Внимание к отдельно взятому человеку для создания эмоциональной связи с ним



Действие

Проактивность и решительность в действиях



Честность

Создание доверительных отношений



Ресурсы

Экономия временных и иных ресурсов клиента



Ожидания

Управление ожиданиями, соответствие и опережение этих ожиданий



Эмпатия

Умение поставить себя на место другого человека

Ваши вопросы

Спасибо за внимание!

Михаил Сафран
msafran@questomania.co.il
+7 985 999 10 67
www.MichaelSafran.ru



