

В преддверии масштабного запуска новой линейки «коробочных» продуктов страхования здоровья, имущества и автострахования «Росгосстрах» провел несколько конференций для страховых агентов и сотрудников офисного канала продаж. Это принципиально новый для компании формат взаимодействия между рядовыми продавцами и топ-менеджерами, которые лично представили продукты, разъяснили их особенности, ответили на вопросы и привели аргументы, позволяющие заинтересовать клиентов в покупке. Перед агентами также выступили руководители компаний-партнеров «Росгосстраха», которые обеспечивают сервисное сопровождение договоров страхования и оказывают услуги клиентам: представители медицинских организаций, медицинского и юридического ассистанса, службы технической помощи на дорогах. Такой формат конференции позволяет агенту получить из первых рук знания, необходимые для того, чтобы не только предложить клиенту полис по доступной цене, но и подробно объяснить ему, какие обязательства и какую ответственность несет страховщик и его подрядчики.

«Мы уже провели пять обучающих конференций в Москве и Уфе, на которых побывали более 2 тыс. страховых агентов и офисных продавцов из столичного региона, Республики Башкортостан, а также из Калужской, Рязанской и Тульской областей, — рассказал член Правления ПАО СК «Росгосстрах» Олег Меркулов. — Это не просто обучающий курс, не пересказ учебника или инструкций, это гораздо более глубокое погружение в тему, которое позволяет агенту на совершенно ином уровне осознать продукт, услышать примеры того, как работает этот вид страхования, понять, как те или иные продукты воспринимаются разными категориями клиентов. И это возможность напрямую пообщаться с руководством компании, задать свои вопросы и высказать пожелания, которые будут учитываться в разработке новых продуктов, в мотивационных схемах для продавцов».

Всего запланировано 50 подобных конференций в регионах присутствия «Росгосстраха». В декабре компания проведет подобную конференцию на базе филиала в Санкт-Петербурге, на январь 2020 года запланированы мероприятия в Казани и Нижнем Новгороде. По словам директора Департамента бизнес-обучения розничной сети «Росгосстраха» Алины Семеновой, в мероприятиях будет задействовано более 15 тыс. представителей агентской сети и сотрудников офисного канала продаж. Как пояснил советник Генерального директора «Росгосстраха» Сергей Конкин, компания готова направить серьезные средства на проведение обучающих мероприятий, поскольку они позволят агентам эффективно продвигать новую линейку «коробочных» продуктов, на которые сейчас делает ставку страховщик.

«Мы провели анализ клиентской базы, изучили имеющиеся на рынке предложения, проконсультировались с руководителями наших филиалов. В результате удалось получить довольно интересные продукты телемедицины, страхования от онкологических и других смертельно опасных заболеваний, страхования жилья и автокаско, — рассказал Сергей Конкин. — Эти продукты отличаются разумными ценовыми параметрами, которые, с одной стороны, позволяют обеспечить надежную страховую защиту по актуальным рискам и гарантировать добросовестные выплаты клиентам, а с другой, — дать хорошо заработать продавцам за счет комиссионного вознаграждения». Появление так называемых «коробочных» продуктов — с заранее заданными ценовыми

параметрами — естественная реакция рынка на изменение образа жизни россиян. Сегодня многие наши соотечественники, особенно в крупных городах, не имеют времени и желания долго обсуждать нюансы программ страховой защиты. Они не настроены много платить за полис, но, в то же время, хотят получить приемлемый для них уровень страховой защиты. Недорогое «коробочное» решение с возможностью оплаты, например, за полгода и прозрачным механизмом выплат — оптимальное предложение в такой ситуации и своего рода «прививка» страховой культуры.

Уже в декабре продуктовый арсенал «Росгосстраха» пополнят 6 новых программ страхования. Три из них — медицинские. Это продукт телемедицины «Доктор онлайн» с возможностью получения клиентами дистанционных консультаций по широкому спектру заболеваний и две программы страхования на случай диагностирования онкологических заболеваний: «Здоровье дороже» и более дорогостоящий вариант «Лечение без границ», который распространяется и на ряд других опасных заболеваний, а также подразумевает возможность лечения за рубежом.

Еще три продукта расширяют предложение «Росгосстраха» в исторических для компании видах — автостраховании и страховании жилья. Программа «Каско. Профессионал» предназначена для опытных водителей и предусматривает возмещение ущерба, нанесенного автомобилю клиента в ДТП по вине третьих лиц. А в покрытие программы «Помощь на дороге», реализуемой совместно давним партнером компании — Российским автомобильным товариществом, входит широкий спектр сервисных услуг, которые могут понадобиться автомобилисту при возникновении неисправностей или после ДТП: эвакуация, вскрытие дверей, запуск заглохшего двигателя, юридические консультации и т.п. Продукт имущественного страхования «Ваше жилье» подходит для типовых квартир и недорогих домов — полисом покрывается большинство характерных для них страховых случаев, в частности, таких, как залив, аварии инженерных систем, повреждение огнем.

Все эти продукты просты в оформлении и понятны как клиенту, так и страховому агенту, подчеркивает Олег Меркулов. «Более того, они универсальны и в том смысле, что займут достойное место как в арсенале опытного страхового агента, так и начинающего, — пояснил он. — Для агентов со стажем это отличная возможность развивать кросс-продажи, попробовать новые виды страхования и пополнить свой портфель рентабельными продуктами, а для новичков — это шанс быстро войти в профессию, наработать стартовую клиентскую базу, получить хороший доход и навыки успешных продаж».

Источник: Википедия страхования, 28.11.2019