ПОЛИС
ОСОБАЯ СЕРИЯ

Быть там, где клиент? MUST

Светлана Бери. Страховая компания «Согласие»

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Просто цифры

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

- 90% отзывов и жалоб о работе компании приходит через канал Интернет (сайт, соцсети, отзывы на проф ресурсах)
- Примерно 1% от бизнеса компании составляют Интернет продажи (даже при отсутствии продвижения)
- Конверсия посетителей сайта в заказы через онлайн форму (лиды) 3,7% (это страхование!)
- Около 15% посетителей сайта – мобильные устройства и планшеты
- Каждое 20-е заявление о страховом случае – через мобильное приложение «Страховка»
- 80% опрошенных клиентов Компании сказали, что хотят, чтобы в клиентском сервисе всё было «технологически выверено», при этом для них важно «человеческое и личное общение».

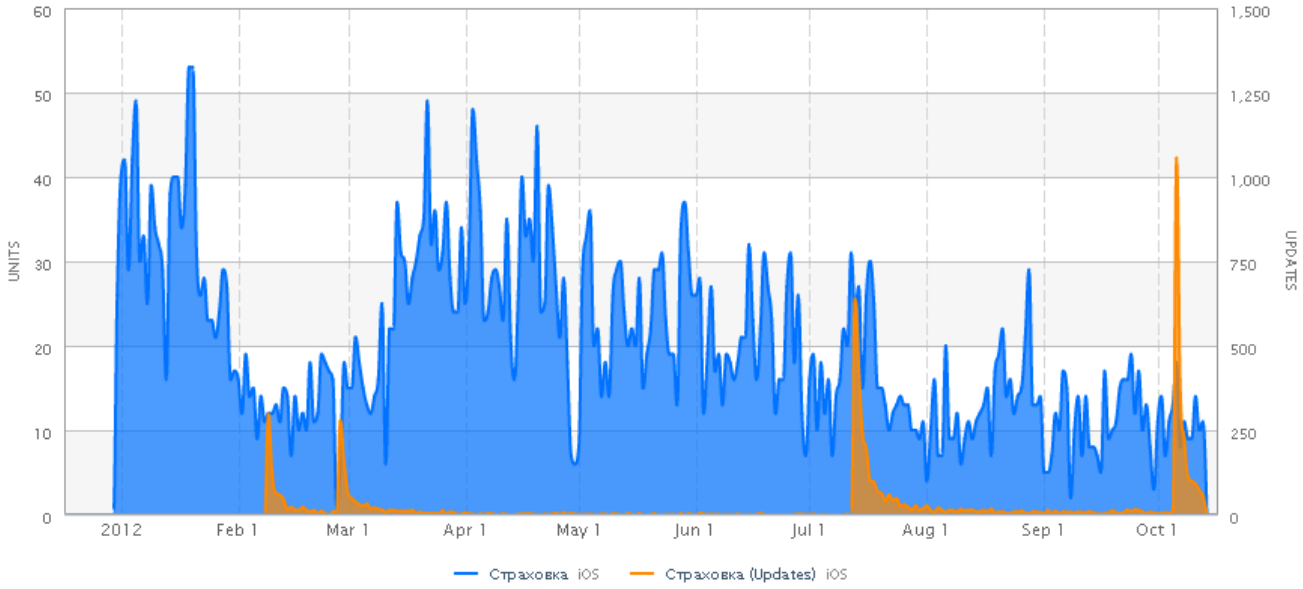
Вывод:
Дать людям возможность использовать технологии для первого контакта, но обеспечить личный контакт в дальнейшем.

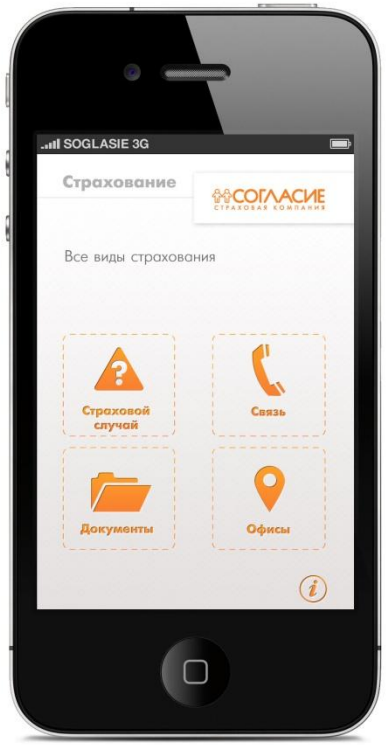
Сегодня не об этом

Мобильное приложение «Страховка». Просто для информации

Мобильное приложение «Страховка» это

- Всего скачано 5772 раза, Updates 6534
- Каждое 20-е заявление о страховом случае
- Половина клиентов – покупателей полиса «Зеленая карта» нашли точку продаж с помощью функции «найти офис и проложить маршрут»





СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Уникальный проект

Что такое ё-полис. Особая серия?

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Уникальная линейка страховых продуктов для любого потребителя страхования. Причём тут ё ?

Ценности брендов и восприятие потребителем

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

- Надежность (в том числе гарантия выплат)
- Профессионализм,
- Клиентоориентированность,
- Инновационные и смелые решения для потребителей
- Простота в общении с Компанией.

- неординарность мышления в решениях
- доступность массовому потребителю
- максимальные потребительские качества
- взгляд в будущее
- Активный и дерзкий Творческий как
- Лидер достигающий цели
- Прогрессивный как

Ценности «ё-полис. Особая серия»

ёПОЛИС
ОСОБАЯ СЕРИЯ

- Эффективный
- Надежный
- Полезный
- Профессиональный
- Инновационный
- Интересный
- Нестандартные решения

Как запустить такой продукт?

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Главное – не упустить лидерство, поэтому сделали так:

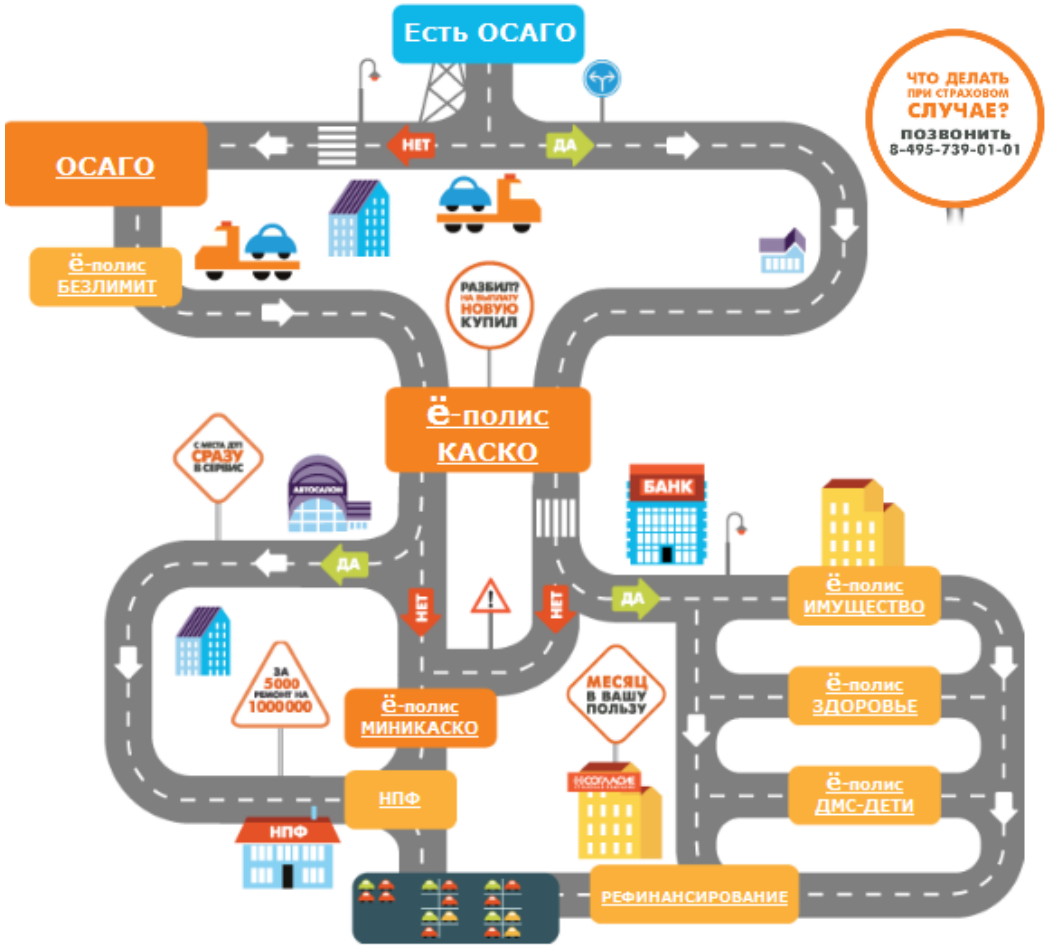
1. 17 мая – анонсирование в прессе и подписание меморандума о сотрудничестве
2. 17 мая – старт разработки продуктовой линейки
3. 31 мая – защита бизнес-плана, выделение бюджетов
4. 1 июля – старт продаж
5. 1 октября – старт рекламной кампании

5,5 месяцев от идеи до массовых продаж. В чём успех?

Шаг 1. Концепция продвижения

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Вначале был….. САЙТ!



Продуктовая линейка страховой компании ничто иное, как ДОРОГА.

А на дороге всегда надо:

Выбрать нужный поворот

и

Обратить внимание на знаки!

Шаг 2. Продавцы

Главный драйвер продаж – агенты (страховые продавцы).
Эффективный продавец тот, которого
1. Обучили 2. Вооружили
Упаковка продукта и буклет, содержащие подсказку по продуктам !

Клиенту должно быть удобно!

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Вооружить клиента вместо бумаг полисом – флешкой с дорогой – навигатором по правилам страхования

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

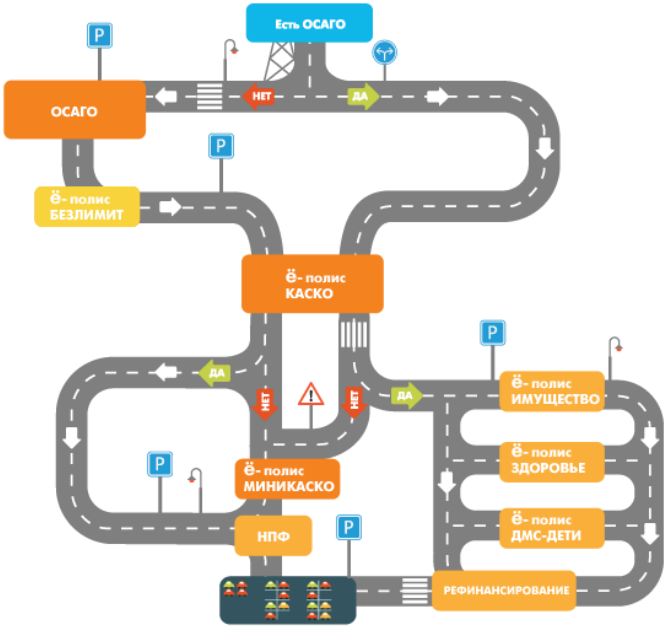
8 800 200 0101
www.kupi-yopolis.ru

Ёполис
ОСОБАЯ СЕРИЯ

Где купить полис

«Ё-полис. БЕЗЛИМИТ»

«Ё-полис. БЕЗЛИМИТ» – знак вашей уверенности на дороге. Это простой и доступный способ увеличить размер выплаты пострадавшим при ДТП до **1 000 000 руб.** Более того, вы можете самостоятельно определить, какие опции будет включать ваш полис: расширенное покрытие расходов на ремонт пострадавшего по вашей вине автомобиля, защиту здоровья вашей семьи от несчастного случая во время поездки или круглосуточную защиту вашей семьи в любой ситуации. Выбирайте нужный вам уровень защиты и уверенно продолжайте движение!*



- Правила страхования транспортных средств
- Правила страхования от несчастных случаев и болезней
- Таблица страховых выплат по риску Телесные повреждения в результате несчастного случая

И удобный пакет для «нужных и ненужных» бумаг

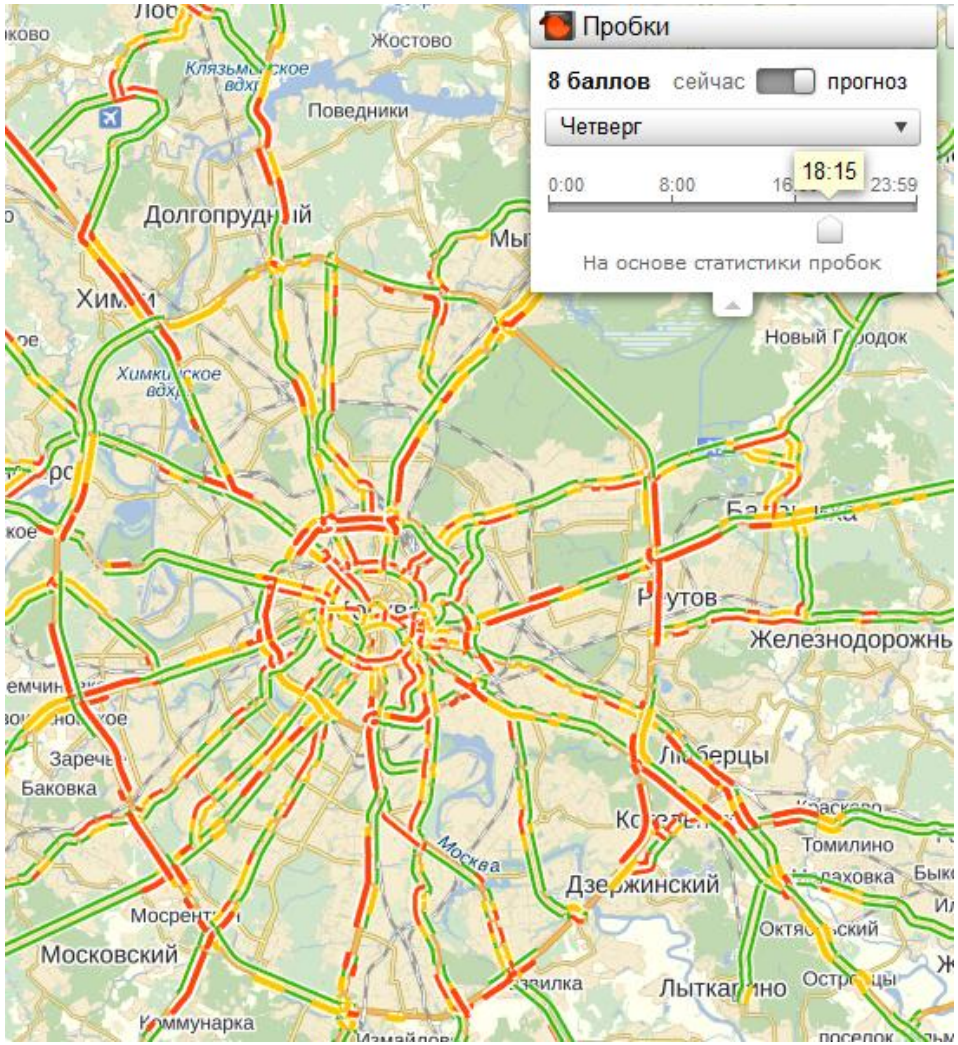
СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Наружка. Главное правильно расставить «Знаки»

Квест – найди в Москве наружку за месяц до размещения

Среднее GRP по наружке 0,82

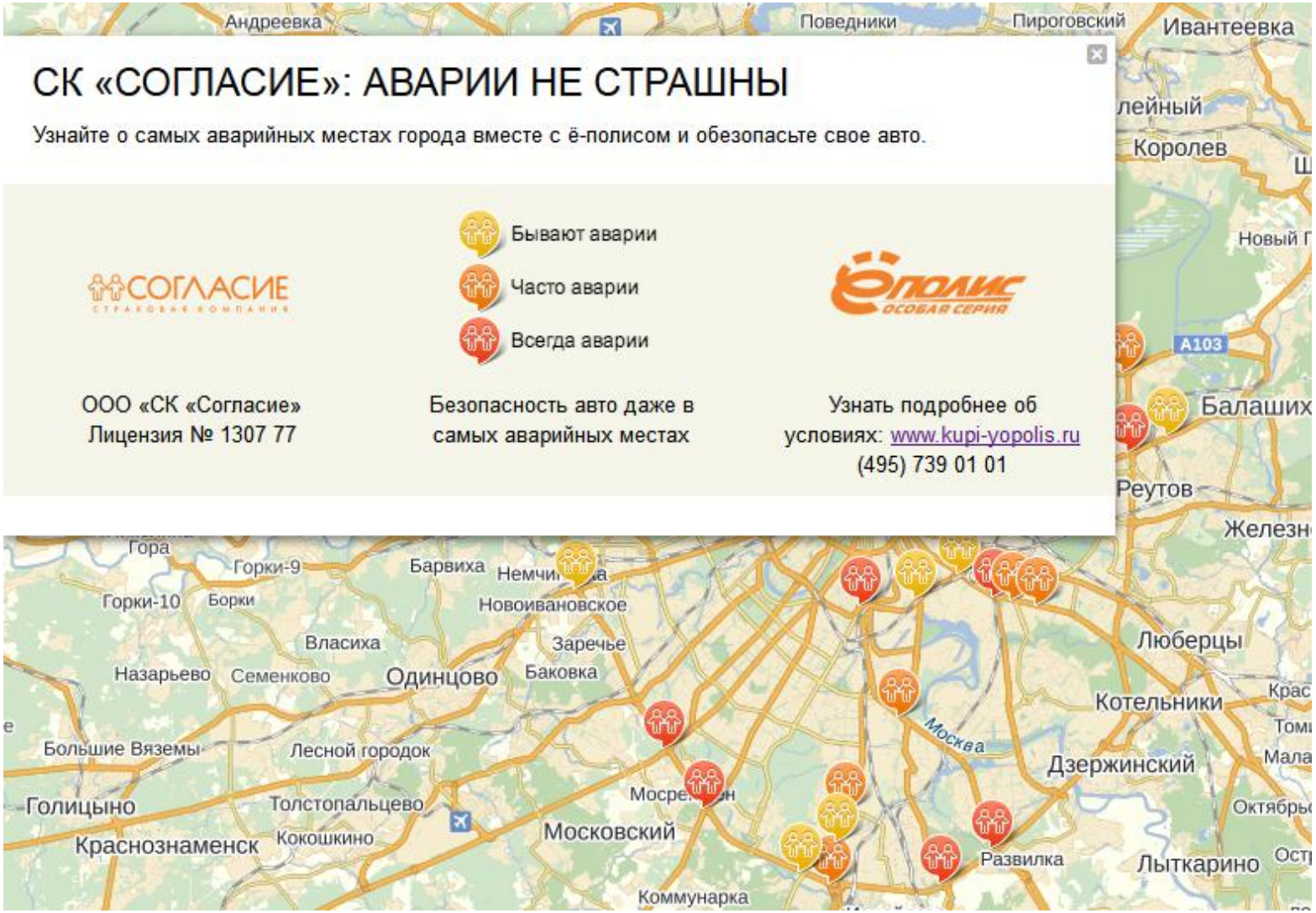
Выбор щитов по GRP +… пробки



Кстати… а ведь пробки, это часто там, где ДТП. И так появилась идея…

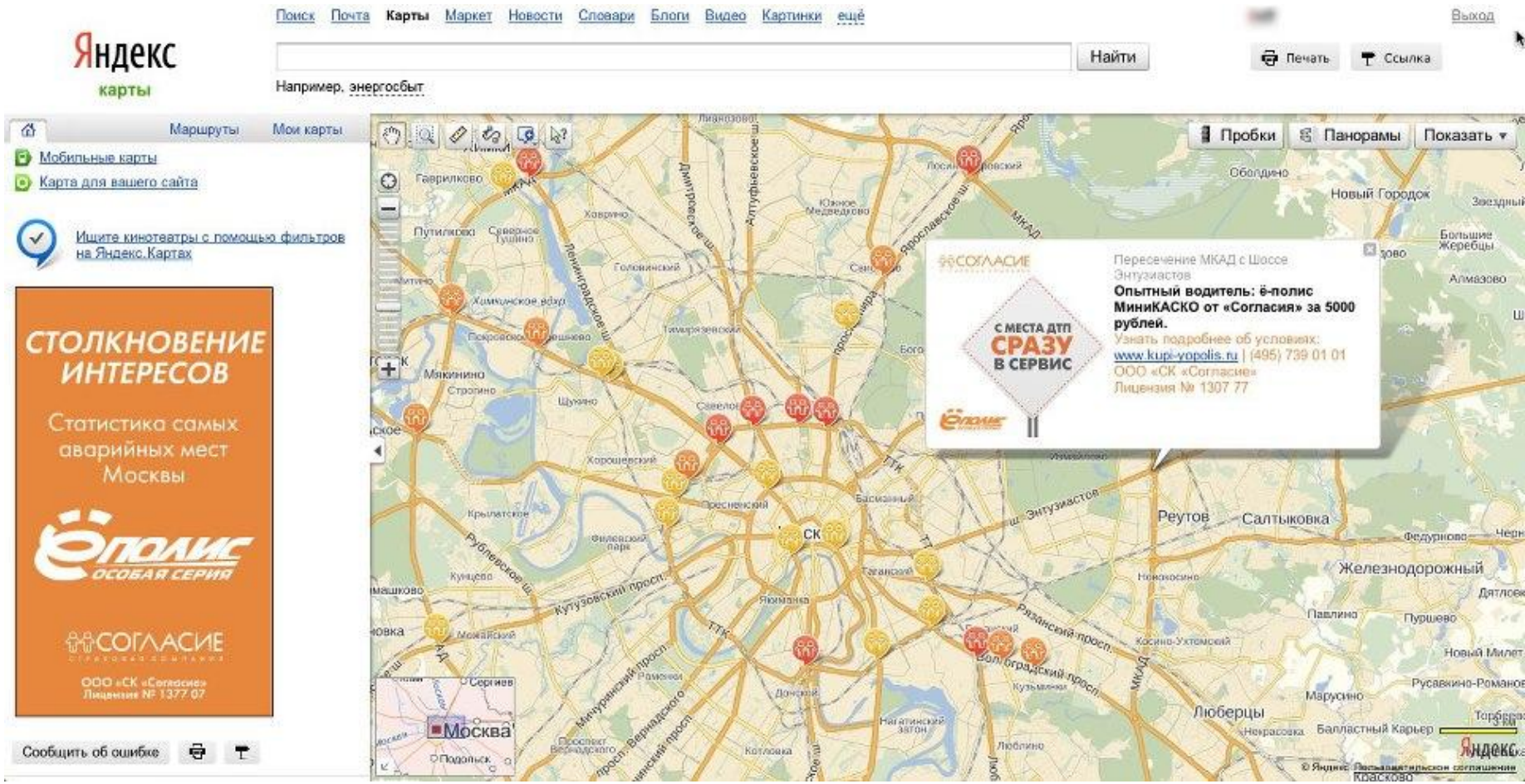
Карта страховых случаев. Столкновение интересов

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ



СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Самые аварийные места Москвы по данным Яндекс.Пробок впервые стали содержанием нового спецпроекта - специального рекламного слоя на Яндекс.Картах.



Люди есть в пробках, интернете и в магазинах….
А в магазинах они любят использовать интернет

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Терминал с доступом в карту страховых случаев и на сайт http://kupi-yopolis.ru/

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Даже если вас увезли на эвакуаторе

Только под музыку лучших радиостанций с мини-передачами и роликами про ё-полис.

Мы не забыли спросить потребителей

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Какие действия Вы хотите совершить, увидев нашу рекламу?

50% - ПОЗВОНИТЬ 50 % - ЗАЙТИ НА САЙТ

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

Посещения: 17 078

Уникальные посетители: 15 054

Просмотры страниц: 50 321

Страниц/посещение: 2,95

Ср. продолж .посещ.: 00:02:16

Конверсия из трафика в заявки 3,7% (за первые 2 недели кампании)

87,01 % New Visitor
14 860 Посещения

12,99 % Returning Visitor
2 218 Посещения

СОГЛАСИЕ
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

ИНТЕГРИРУЙТЕСЬ! ☺