



Развитие дистанционного урегулирования

Основные вызовы немоторного рынка страхования



- Катастрофически низкий уровень выплат клиентам: от 7% (финансовые риски) до 22% (страхование путешественников) *
- Официальный уровень отказов в выплатах составляет 13-22% от числа закрытых событий *
- Страхование не пользуется популярностью у молодого поколения 20-35, чувствительного к сервису
- Физические процессы продаж на широкой географии связаны с высокими издержками

* данные Банка России за 9 месяцев 2021 года <https://www.cbr.ru/statistics/insurance/>



Манго = новая бизнес-модель в страховании

- Использование эффективных **маркетинговых цифровых каналов и технологичных партнеров**, которые могут идентифицировать потенциальных покупателей и своевременно сделать им подходящее предложение
- Внедрение современной технологичной машины продаж, способной **конвертировать лидов в клиентов и продавать** им следующие продукты практически за нулевую стоимость
- Создание по-настоящему **цифровых персональных продуктов** вместо переноса стандартных “коробочных” решений в интернет



Факты о компании



Манго – единственная **100% цифровая страховая** компания в России с собственной лицензией. Компания создана **Альфа-групп** – крупнейшим частным игроком на страховом рынке



Лидеры формирующегося рынка страхования домашних животных



Развиваем **новый цифровой опыт аренды квартир** вместе с партнерами



Лучшая компания для страхования квартир, по оценке Сравни.ру



Создаем новый **социальный сервис** для самозанятых водителей вместе с **ЯндексТакси**



Стандартный процесс выплаты



- длинная цепочка участников
- избыточный пакет документов (сложно собирать, сложно проверять)
- долгая «последняя миля»

Текущие показатели клиентского сервиса Манго



все выплаты
дистанционно



40 выплат
в день



220 тикетов
в день



70 звонков
в день

35% выплат
в день обращения

42 минуты
самая быстрая

12 тыс ₺
средняя

1 млн ₺
самая большая

Обращения по всем вопросам



15%



59%



16%



10%

Манго Иншуринг

5,0 Страховая компания · IT-компания

Круглосуточно ▾

[Главное](#) [204 отзыва](#) [Фото](#) [Новости](#)

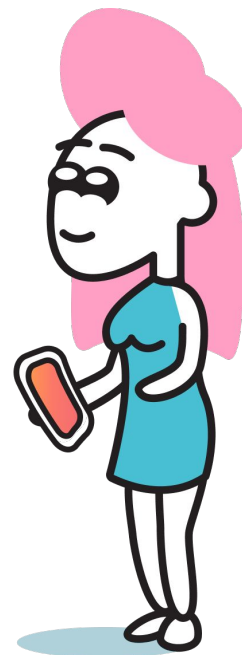
Страховая компания	Рейтинг	Средняя оценка	Зачтено отзывов за все время ▾	Решено проблем	Ответов компании
1 Тинькофф Страхование	84,3	3,26	3 424 из 8 316	508	8 288
2 Зетта Страхование	82,3	3,96	753 из 1 579	40	1 363
3 СК КАРДИФ	73,6	3,53	226 из 1 151	32	1 095
9 Манго Иншуринг	39,3	4,85	27 из 109	1	94

Мобильное приложение

Мы считали, что мобильное приложение страховой не особо нужно – все сценарии можно делать в мессенджерах и вэб интерфейсе.

Мы ошибались – органическая потребность современных клиентов:

- 72% наших клиентов скачивают мобильное приложение и ищут в нем полис
- 87% заявителей страховых случаев скачивают приложение для отправки информации



Три измерения клиентского опыта в онлайн урегулировании

- 1 Процессный: дизайн процесса, максимально удобный клиентской группе
- 2 Интерфейсный: правильный выбор и расположение элементов ввода информации для минимального количества действий со стороны клиента
- 3 Операционный: непрерывность автоматических процессов; достаточность человеческих ресурсов для быстрого ответа клиенту по тем операциям, которые не получается автоматизировать



Процессное измерение

Не требовать информации, которую можно получить из своей базы или внешних источников

Примеры: Росреестр - право собственности; Номер телефона / MobileID для идентификации клиента и полиса в базе и по 115ФЗ

Ставить очередность сбора информации таким образом, чтобы максимально быстро выходить к критичным развилкам без запроса излишней информации (отказ, дополнительные действия)

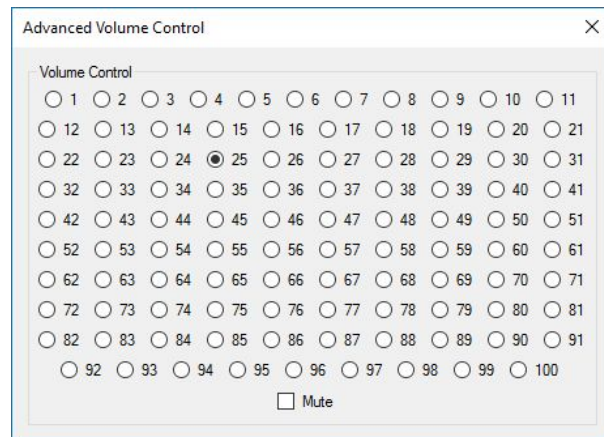
Примеры: все отказные триггеры сразу (не действует полис, не покрывается событие, временная франшиза итп); разделение принятия решения о выплате и выплаты с получением доп информации.



Интерфейсное измерение

Минимизация усилий клиента для передачи нужной нам информации:

- Мелочи, которые могут испортить клиентский опыт (faceid через клик, отсутствие клавиатуры при вводе информации, курсор не в поле ввода информации, мелкий текст, невозможность вернуться к прошлому шагу или просмотреть введенную информацию, ввод года событие в 4 цифры вместо 2х, барабан для даты рождения)
- Иной формат подачи информации – видеозаявление вместо текста, qr код вместо чека



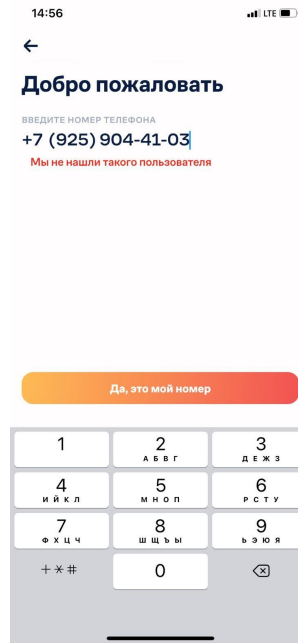
Операционное измерение

Цель – автоматизация обработки входящей информации от клиента

Автоматические процессы – контроль непрерывности и правильная реакция на баги (ошибки).

!!! Современные клиенты толерантны к ошибкам, но не терпят неправильную реакцию на ошибки.

Ручные процессы – контроль достаточности и качества ресурсов.



Постоянная петля обратной связи

Если клиент обращается в поддержку – значит у нас что-то плохо работает или мы плохо передаем информацию о наших продуктах и сервисах, это всегда сигнал к изменениям.

Поддержка (урегулирование) – основной источник информации об опыте взаимодействия клиента и компании. Эта информация должна оперативно поступать к продакт/фича оунерам для проиритезации проблем, исправления багов и совершенствования клиентских процессов.

Собственная команда разработки в поддержке (урегулировании) является хорошим способом быстрого внедрения изменений. Мы пришли к этому опытным путем.



Интеграция клиентских путей

В отличие от остальных наших клиентских групп, водителям ЯндексТакси удобнее использовать телефонные звонки для общения – 60% первых обращений по страховому случаю идет именно по этому каналу. В среднем по портфелю - 15%.

Первая реакция сотрудников – традиционная, идите скачивайте приложение и там заявляйте страховой случай (используйте действующий сценарий).

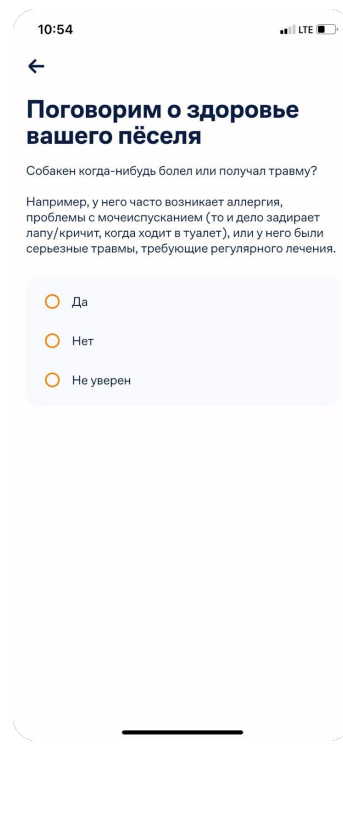
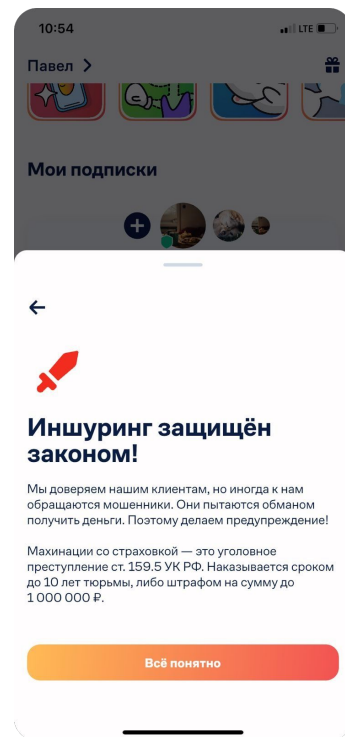
Но надо смотреть на мир глазами клиента. Мы быстро поменяли сценарий работы, чтобы оператор на телефоне создавал заявление и собирал всю первичную информацию о событии по телефону (валидация клиента и полиса, дата и характер события), чтобы клиенту осталось только сделать последние шаги (дослать сканы документов).



Новые способы фрод-контроля

Использование бихевиористских техник для подсвечивания правильных триггеров, которые влияют на поведение людей:

- Вопросы на онбординге, в неявном виде фильтрующие бытовое мошенничество
- Предупреждение при страховой выплате (12% обращений прерываются на этом шаге)



Новые способы фрод-контроля

Водитель отправляет документы по страховому случаю – временная нетрудоспособность из-за болезни



Запрос, выходил ли водитель на линию в дни болезни – если выходил, то не компенсируем за эти дни



12% обращений не проходят скоринг,
поскольку водитель болел и работал одновременно





Спасибо за внимание!