Дозвониться до страховых компаний стало проще, чем в прошлом году, — к такому выводу пришли специалисты компании Naumen, проведя исследование доступности контакт-центров. Тщательнее работать над клиентским сервисом страховщиков заставляет кризис, говорят они сами.

Линии стали горячее

Доступность горячих линий страховых компаний в 2016 году выросла до 81% — с 69% в прошлом году. Таковы результаты исследования, проведенного компанией Naumen совместно с кол-центром «Гран» в августе — сентябре этого года. В 71% случаев ответ оператора был получен в течение 20 секунд, в прошлом году такая скорость ответа была только у 38% компаний.

Naumen проанализировал 2 600 тестовых звонков в 87 страховых компаний разного размера. В каждую компанию специалисты звонили по 30 раз в разное время суток в течение пяти рабочих дней.

Недозвоном считалось, если ответа оператора пришлось ждать более полутора минут (не считая времени, проведенного в голосовом меню); если линии были заняты или соединение сброшено; если голосовое меню было зациклено так, что попасть на живого человека невозможно. «Потерь звонков стало заметно меньше в сравнении с прошлым годом», — подчеркивают в исследовании (19% против 31% в 2015 году).

В среднем, показатель качества консультирования более чем в полтора раза ниже показателя доступности линии.

Помимо собственно дозвона, в исследовании проверялось качество консультаций. Операторам контакт-центров задавали вопросы о типовых продуктах и услугах, например: «Сколько стоит каско на новый Hyundai Solaris?», «Возможна ли оплата страховой премии в рассрочку?», «Ребенок едет в лагерь, могу ли я застраховать его от несчастного случая?».

Затем специалисты оценивали, в скольких случаях ответ был получен за один звонок (показатель FCR — First Call Resolution). В 2016 году консультацию выдавали в 51% случаев, из них 31% — на первой линии (без переключения на другого специалиста). В прошлом году показатели были сопоставимые — 53% и 32% соответственно.

«В среднем показатель качества консультирования (FCR) более чем в полтора раза ниже показателя доступности линии», — оценивается в релизе Naumen. Самые высокие показатели по доступности и качеству консультаций (90-100%) среди крупных компаний, по версии Naumen, у «Сбербанк Страхования», среди средних — у «Либерти Страхования» и СК «Пари», среди небольших — у «Тинькофф Страхования» и «Уралсиб Жизни». Компании с низкими показателями авторы исследования деликатно не называют.

Продавцы помощи

Важно отметить, что среди тестовых вопросов не было таких, которые касаются наступления страхового случая. В прошлогоднем исследовании также измерялась только заинтересованность страховщика продавать свои продукты. Это было сделано намеренно: как ранее объяснял директор по маркетингу направления контактных центров Naumen Михаил Черешнев, для оценки качества обслуживания по вопросам урегулирования нужно на входе называть оператору номер страхового полиса.

При этом на страховые случаи приходится от половины и более обращений на горячую

линию. Именно на этом сервисе сфокусировано основное внимание служб поддержки, говорят опрошенные Банки.ру страховщики. «Мы не просто продаем полисы, мы продаем именно услугу помощи и поддержки клиента, если у него что-то случилось», — объясняет начальник контакт-центра «Ингосстраха» Ольга Сухова.
А продажи полисов по телефону по сравнению с традиционными каналами у крупных страховщиков, как правило, мизерны: у компании из топ-10 со сборами порядка 4 млрд рублей в месяц только 11,5 млн рублей пришлось на заявки, переданные через контакт-центр, рассказал ее сотрудник.
Тем не менее скорость ответа и качество консультации — один из факторов для принятия решения о покупке, считает директор департамента клиентского сервиса «АльфаСтрахования» Кирилл Гордеев. Также он отмечает, что требования к знаниям и компетенциям операторов растут, поскольку все больше простых вопросов клиент может решить сам с помощью голосового меню.
Спасибо кризису за это
Доступность горячих линий улучшилась из-за кризиса, считает начальник управления по работе с клиентами СК «Либерти Страхование» Елена Жаркова. «Желание клиентов уменьшить расходы, в том числе на страхование, ведет к усилению конкуренции среди страховых компаний. Они стали внимательнее относиться к клиентам, тщательнее работать над их удержанием, следить за сроками, заниматься мониторингом», — полагает она.
Некоторые страховщики действительно в этом году меняли систему работы контакт-центра.
В «Уралсиб Жизни» решили бороться с пропущенными звонками, которых было 40%, рассказывает генеральный директор компании Татьяна Ланда. «Мы доработали функционал сотрудников для непрерывной работы (взаимозаменяемость на время встреч и обеда), минимизировали цепочку перевода звонков, провели обучение сотрудников культуре телефонного обслуживания, для скорости — составили скрипты ответов на типовые запросы», — перечисляет она.
До 30% звонков клиентов в страховые компании остается без ответа. Таковы выводы исследования доступности контакт-центров страховщиков, подготовленного компанией Naumen. Куда легче дозвониться – в кол-центры страховщиков или банков, а также сколько страховых проблем можно решить за один звонок, выяснял Банки.ру.
В «Либерти» сократили время на обработку обращений по урегулированию убытков, уменьшили число звонков с повторными обращениями. Для этого пришлось доработать информационные системы по урегулированию, что позволило давать клиенту больше информации при первом запросе, рассказывает Елена Жаркова. Также в контакт-центре ввели новые системы расчета стоимости продуктов.
Компания «ВСК» в 2016 году внедрила новую версию ПО на горячей линии по добровольному медицинскому страхованию, что позволило быстрее идентифицировать застрахованных, говорит руководитель управления клиентского обслуживания Анна Дубровская. Кроме того, на базе операционного центра в Волгограде ВСК планирует запустить распределенный контакт-центр, который будет работать по принципу телемаркетинга — операторы будут напоминать клиентам о том, что пора продлить договор страхования, и предлагать новые услуги.
Не смогли дозвониться от слова «совсем»
Несмотря на рост средних показателей, в «Народном рейтинге» Банки.ру регулярно

появляются жалобы клиентов на то, что в страховую невозможно дозвониться или что оператор не смог помочь решить вопрос.
Так, AntonM2 очень долго связывался с челябинским филиалом «СОГАЗа», чтобы оформить титульное страхование на квартиру. «Мало того что дозвонились до филиала только раза с 15-16-го, так нам еще и сказали, что в регионах такое не любят страховать. Так вот, дозвонились мы (и отправили на почту специалиста запрос) 20.09.2016 года. С тех пор до ответственного дозвониться не могли от слова СОВСЕМ. Кол-центр брал каждый день наш номер со стандартной формулировкой: «Вам перезвонят». И что? Результата — ноль!» — написал клиент 19 октября.
Ketler77 остался недоволен общением с операторами компании «Сбербанк страхование жизни», куда собирал документы на выплату по страховке после смерти тестя.
Мы не просто продаем полисы, мы продаем именно услугу помощи и поддержки клиента, если у него что-то случилось.
Ольга Сухова, начальник контакт-центра «Ингосстраха»
«На горячей линии мне объяснили, что нужно подать и как, при этом не сказав, что все документы должны быть в оригинале», — пишет читатель. По его словам, документы пришли в компанию через 18 дней вместо положенных по регламенту семи, но потерялась справка о смерти. Спустя еще пять дней справка нашлась, но это не помогло. «Только четвертый сотрудник кол-центра дал мне информацию, что нужен оригинал справки. А оригинала у нас нет, так как его забрали в ЗАГС для выдачи свидетельства о смерти», — поясняет читатель.
При подаче очередной порции бумаг, рассказывает пользователь, «началась просто фантастика»: «Сотрудник Сбербанка спрашивает у моей тещи, куда и как надо отправить документы. Через смех мы звоним в страховую компанию и спрашиваем. Сотрудник кол-центра «Сбербанк страхования» говорит: мы не знаем, куда и как отправлять документы, у нас нет такой информации…»
На отзыв отреагировал представитель «Сбербанка страхование жизни», пообещав разобраться. Проблема была решена спустя неделю, клиенту выплатили деньги в полном объеме, следует из последнего комментария компании.
LunnyiTcvet пожаловалась, что долго не могла добиться, чтобы оператор контакт-центра «ВТБ страхования» прислала квитанцию на оплату ипотечной страховки с верными данными. В итоге уже после оплаты клиентка обнаружила, что в последней квитанции стоит неправильная дата, и снова позвонила в кол-центр. «Меня трижды перекидывали на разных специалистов, в итоге скинули звонок. Я позвонила повторно зафиксировать претензию, у меня взяли номер телефона с обещанием, что мне перезвонят и дадут комментарии. Мою претензию не приняли, и никто так и не позвонил», — пишет она. Представитель компании извинился перед клиенткой и пообещал разобраться в ситуации.
А Elesin не смог дозвониться до «Тинькофф Страхования», чтобы исправить данные в личном кабинете. И не дождался обратного звонка, оформив заявку на сайте. Как написал представитель страховщика, проблему в итоге решили. Но клиентом страховщика автор отзыва так и не стал, отметил он в последнем комментарии.

Источник: banki.ru, 21.10.2016