

Компания Intouch, один из лидеров прямого страхования в России, объявляет о запуске уникальной для своего рынка реферальной программы, которая позволит любому интернет пользователю стать полноценным партнером бизнеса и получить вознаграждение за каждый факт приобретения полиса каско по рекомендации. Для участия в программе не обязательно быть клиентом компании INTOUCH, приезжать в офис или заключать договор, все происходит онлайн. Любой желающий может пройти простой процесс регистрации на сайте компании и получить индивидуальный промокод. Инструменты, реализованные в личном кабинете, позволяют импортировать контакты из популярных почтовых сервисов Gmail и Mail.ru, поделиться промокодом через мессенджер Telegram или скопировать его для отправки другими способами. Участник программы, по рекомендации которого был куплен полис КАСКО, получит вознаграждение в размере 5% от стоимости приобретенного полиса. Вознаграждение начисляется в виде баллов, которые могут быть обменены на номинал пин-кода в системе Яндекс деньги эквивалентный количеству баллов. Сумма, которую можно заработать таким образом не ограничена. Предложение также выгодно для новых клиентов, использующих промокод – они могут приобрести полис со скидкой до 19%. По результатам внедрения программы, компания INTOUCH планирует увеличить выручку в канале онлайн продаж на 40-50 миллионов рублей.

КАСКО – это достаточно сложный финансовый продукт, поэтому перед покупкой большинство клиентов предпочитают получить дополнительную информацию из независимых источников. Компания Intouch провела исследования и выяснила, на что клиенты обращают внимание при выборе страховой компании. Кроме цены (56%) участники опроса выделили такие факторы, как интернет отзывы (33%), рекомендации друзей (35%), советы агента (31%) и известность бренда (24%). Эти цифры подтверждаются и существующим исследованием, согласно которому рекомендация увеличивает вероятность покупки в четыре раза. Мотивируют потребителей также и сами условия реферальных программ: предложение вознаграждения и сниженная стоимость услуги (в среднем на 20%). При этом 14% потребителей охотно делятся информацией о скидках в социальных сетях. Реферальная программа, запущенная в Intouch, учитывает данные критерии и делает процесс рекомендации простым и удобным, не требующим дополнительной мотивации.

В рамках программы компания фактически предлагает изменить привычные для рынка способы распространения страховых продуктов от модели «онлайн» или «агентских продаж» к развитию и стимулированию распространения страховых продуктов по программе рекомендаций. При этом компания, выплачивает справедливую долю вознаграждения обоим сторонам сделки (в виде процента от сделки с одной стороны и скидки с другой). Данный подход позволяет максимально расширить охват страховыми продуктами и уменьшить сопутствующие расходы, такие, например, как выплата комиссионных платежей агентам, маркетинговые активности и т.д.

«Сегодня каждый интернет пользователь может стать полноценным партнером Intouch и получать реальную прибыль от рекомендации наших продуктов. Нововведение подчеркивает приверженность компании рынку прямого страхования и расширяет возможности для наших клиентов» комментирует Павел Бутенко, директор по маркетингу, прямого канала продаж и развитию инноваций.

Источник: Википедия страхования, 10.08.2017