

За девять месяцев 2018 года в «Сбербанк страхование жизни» в 3 раза вырос спрос на оформление страховых продуктов посредством телемаркетинга (по телефону) по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. С января по сентябрь 2018 года по телефону было оформлено более 152 тысяч новых полисов.

Почти половина из общего количества страховых продуктов, оформленных через телемаркетинг, — программы рискованного страхования жизни, более 50% — страхование жизни при ипотечных кредитах и 4% — страхование жизни при оформлении потребительских кредитов.

«В целом уровень знания россиян о продуктах страхования жизни растет и вместе с ним растет и доверие клиентов к удаленным каналам продаж полисов, — комментирует Наталья Большакова – руководитель Управления развития продаж массовых и кредитных продуктов. – Наша положительная динамика продаж посредством телемаркетинга объясняется, главным образом, усовершенствованием продукта рискованного страхования жизни «Защита близких+». Страховое покрытие было расширено, ограничения и исключения минимизированы, а также в покрытие добавлены занятия практически любыми видами спорта на любительском уровне. Продукт стал очень востребован у людей, ведущих активный образ жизни, а телемаркетинг позволяет быстро выйти на потенциального клиента и как нельзя лучше донести ему всю ценность страховой программы».

Телемаркетинг подразумевает предложение Сбербанком страховых продуктов клиентам по телефону. Процесс разработан специально для удобства клиентов, которым в этом случае не нужно посещать отделения банка или страховой компании для оформления программ рискованного и кредитного страхования жизни. В процессе телефонной беседы специалист колл-центра Сбербанка отвечает на вопросы клиента по продукту, а оформление и оплата полиса страхования жизни происходит дистанционно — документы направляются страхователю заказным письмом.

Источник: Википедия страхования, 19.11.2018