

Росгосстрах (РГС) занял первое место в рейтинге Сравни.ру в номинации «Мастер обратной связи». В этой категории отмечены компании, которые наиболее активно взаимодействуют с отзывами пользователей.

В РГС уверены, что лояльность клиента проявляется в первую очередь в готовности человека вступить с компанией в честный, живой диалог. Именно такие взаимодействия помогают лучше понимать ожидания клиентов и оперативно улучшать процессы.

Ежедневно через различные каналы обратной связи в компанию поступает от 450 до 600 текстовых обращений. За неделю их количество достигает порядка 3,5 тысяч, а в месяц — около 14 тысяч. По итогам 2025 года объём обратной связи вырос на 170% за счёт расширения каналов коммуникации и увеличения клиентской базы. Чтобы справляться с растущим потоком обращений без потери качества, Росгосстрах внедрил трёхуровневую систему типизации запросов, позволяющую быстрее маршрутизировать обращения и находить решения.

Кроме того, отдельное внимание в компании уделяется не просто оценкам удовлетворённости (CSI), а глубинному анализу причин клиентских «болей». Для этого запущена регулярная аналитика обращений. В обработку включается весь массив данных: оценки, текстовые отзывы и транскрибация разговоров. С помощью технологий искусственного интеллекта формируются выводы о том, что именно вызывает недовольство клиентов и почему они принимают те или иные решения при оценке сервиса.

Анализируются все звонки — как с участием операторов, так и с голосовыми роботами. Это позволяет выявлять системные проблемы и оперативно вносить изменения. Если определённый процесс или сценарий действительно не решает задачу клиента, ИИ фиксирует это на уровне закономерностей, после чего команда корректирует соответствующие решения. Такой подход помогает компании объективно смотреть на свои процессы и эффективно реагировать на критику.

«Мы системно работаем с обратной связью и воспринимаем её как прямой диалог с клиентом. Не имеет значения, где человек оставил отзыв — на сайте, в чате личного кабинета или после общения с оператором. Если клиент нашёл время подробно поделиться своим опытом, его сообщение обязательно прочитает специалист: мы не

перекладываем такие обращения на автоматическую обработку. Каждый отзыв анализируется, и при необходимости на его основе принимаются реальные решения по улучшению сервиса», — прокомментировала Ольга Дианова, заместитель директора Департамента маркетинга и взаимоотношений с клиентами.

Википедия страхования, 02.04.2026 г.