

Согласно данным исследования потребительской лояльности клиентов в автостраховании, проведенного по заказу Всероссийского союза страховщиков во второй половине 2022 года, только 11% опрошенных по каско и 12% по ОСАГО назвали главной причиной выбора компании стоимость полиса.

29% клиентов по каско и 21% клиентов по ОСАГО тщательно выбирают страховщика, рассматривая несколько составляющих страхового продукта.

Несмотря на то, что почти 2/3 клиентов по ОСАГО и 3/4 по каско готовы порекомендовать компанию, только половина клиентов осознано предпочитает своего страховщика. Примерно треть опрошенных рассматривают и конкурентов, что является индикатором высоко конкурентной потребительской среды.

Результаты исследования показали, что наиболее критичными факторами низких оценок готовности рекомендовать компанию для всех клиентов являются скорость обслуживания, а также простота и понятность процессов в ходе урегулирования страхового события.

Направлениями совершенствования качества страховых услуг являются сроки ожидания и проведения ремонта, работа операторов колл-центра, условия информирования о продвижении процесса урегулирования (без необходимости звонить или приезжать).

Еще одним важным направлением по улучшению клиентского восприятия взаимодействия со страховщиком является упрощение навигаций мобильного приложения и более активное информирование клиентов о возможности его применения.

Исследование проведено среди клиентов пяти страховых компаний.

Доля рынка по объему премий компаний, принявших участие в исследовании, составила по экспертным оценкам по каско ~50%, по ОСАГО ~ 45%.

Википедия страхования