На повторный вызов с забрендированного номера отвечает 61% клиентов.

Группа Ренессанс страхование (MOEX: RENI) подключила сервис идентификации вызовов «Этикетка» от билайн бизнес. Теперь операторы колл-центра продаж могут проинформировать больше клиентов о необходимости продлить полис ипотечного или автострахования: абоненты видят на экране своего смартфона название компании и чаще отвечают на вызов.

Страхование — высококонкурентная отрасль. Многие из нас ежегодно сталкиваются со шквалом звонков от страховых агентов и брокеров, когда заканчивается действие, например, полисов ОСАГО или каско. И в этом потоке легко пропустить звонок от компании, с которой уже есть опыт сотрудничества. Другое дело — когда на экране смартфона высвечивается знакомое название.

Сервис «Этикетка» от билайн бизнес основан на технологии оператора, которая позволяет передавать вместе с номером вызывающего абонента дополнительную информацию, например, название бренда, компании или цель звонка. Сервис работает внутри и вне сети билайн при наличии технических возможностей и соглашения с другими телеком-операторами.

На пилотном этапе Группа Ренессанс Страхование использовала «Этикетку» для повторного контакта с клиентами, которые не ответили на первый звонок. Результат: с «Этикеткой» сотрудникам компании удалось связаться с 61% клиентов.

«Обычно при недозвоне до клиентов мы пробовали разные каналы коммуникации — мессенджеры, email, СМС, чтобы подтвердить, что с клиентом на связи действительно его страховая компания. Это требовало дополнительных ресурсов. С «Этикеткой» все стало проще: дозвоны проходят быстрее, поэтому «Этикетка» стала нашим рабочим инструментом при пролонгации договоров, а в планах — масштабирование сервиса на

направление нового бизнеса», — комментирует управляющий директор Группы Ренессанс страхование Николай Ефанкин.

«Сервис «Этикетка» от билайн бизнес помогает компаниям повышать не только эффективность работы сотрудников, но и лояльность клиентов. Когда абонент уверен, что ему звонит действительно страховая, банк или доставка, разговор строится более доверительно и позитивно. От идентификации вызовов выигрывают все, кроме мошенников и спамеров. Уже сегодня с «Этикеткой» билайна совершено более 3 млн вызовов, и мы стремимся к тому, чтобы это число росло в геометрической прогрессии», — комментирует Герман Бородов, директор по работе с ключевыми клиентами блока по корпоративному бизнесу ПАО «ВымпелКом».

***Википедия страхования***