ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №6884

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА (COVID19)

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Ренессанс Жизнь
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	25
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://renlife.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Коронавирус-акселератор наших проектов
ИМИДЖ НОМИНАНТА	Ренессанс. ЖИЗНЬ
ССЫЛКА на Youtube	https://youtu.be/_PuAu-wzeOA

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое описание

Пандемия Covid-19, карантинные ограничения и, как следствие, спад деловой активности, — все это оказало негативное влияние и на нашу компанию «Ренессанс Жизнь».

Еще в начале 2020 года мы ожидали прироста страховых премий, но сейчас рассчитываем, что к концу года суммы останутся на прежнем уровне.

Наша компания уже справлялась с кризисами 2008 и 2014 гг. Тем не менее, текущая ситуация бросила много новых вызовов.

Безопасность сотрудников и клиентов стали нашим приоритетом номер один. В течение двух недель 90% сотрудников нашей компании в Москве, Санкт-Петербурге и других 60 регионах России были переведены на дистанционный режим работы. Независимо от рабочих часов, мы всегда были на связи с клиентами. Теперь мы не могли общаться с ними лично: все встречи и процессы перешли в онлайн. Разумеется, это негативно сказалось на скорости и качестве работы с заявлениями клиентов и стало нашим драйвером роста.

Мы сталкивались с техническими трудностями, с процессами, не приспособленными к онлайн-работе. В 2020-21 гг. мы планировали работы по улучшению пользовательского опыта на официальном сайте компании и задачи по расширению функционала личного кабинета клиента.

Но уже в марте все это перестало быть долгосрочными задачами. Стало необходимо внедрять улучшения здесь и сейчас.

После введения ограничительных мер мы трезво оценивали ситуацию и понимали, что наши продажи будут падать. Наши страховые агенты, а также менеджеры банков лишились возможности осуществлять продажи лично. Но вполне успешно консультировали наших клиентов онлайн.

Любая трудная ситуация — всегда точка роста. Для нашей компании было много вызовов. Но мы справились с каждым из них.

И все то, о чем мы расскажем далее, уже в третьем квартале 2020 г. позволило нам выйти на прежние плановые показатели.

2. Цели и задачи

Иметь полис страхования жизни в наши дни — не вынужденная мера. Это уверенность в том, что ты защищен, что тебя поймут и поддержат в любой ситуации.

Основываясь на этой парадигме, с первых дней карантинных ограничений мы определили для себя **главную цель — дать нашим клиентам возможность удобно и безопасно взаимодействовать с нами. Нам важно окружить каждого клиента заботой, даже если для решения одной проблемы потребуется привлечь несколько подразделений.**

Какие задачи мы ставили перед собой:

- Наладить процесс подачи заявлений — чтобы клиент мог сделать это онлайн.
- Ускорить процесс обработки заявлений.
- Ускорить время выплат, чтобы клиент получал деньги как можно скорее.
- Снизить обеспокоенность клиентов и оказать им поддержку.
- Увеличить количество коммуникаций с клиентами и повысить информированность.

Мы сталкивались с техническими трудностями, с процессами, не приспособленными к онлайн-работе. В 2020-21 гг. мы планировали работы по улучшению пользовательского опыта на официальном сайте компании и задачи по расширению функционала личного кабинета клиента. Но сделали это уже сейчас.

3. Заинтересованные участники (стейкхолдеры)

Сотрудники всех подразделений компании, которые рассматривают и принимают решение по клиентским ситуациям — это:

- Управление страховых выплат и экспертизы,
- Отдел по финансовым изменениям (который теперь получает в 2 раза больше обращений от клиентов по вопросам каникул, льготного восстановления и другим изменениям параметров)
- Отдел по распознаванию и сверке платежей клиентов,
- Отдел расторжения договоров,
- Бухгалтерия,
- Продающие подразделения всех каналов, агенты и агентства.

Также мы работали с Jivosite, что позволило нам запустить совместный кейс и внедрить одними из первых среди страховых компаний бота-помощника.

И, конечно, наши клиенты! Мы провели масштабный опрос наших клиентов, используя для этого IVR. Так мы поняли, что движемся в правильном направлении: нужно увеличивать количество взаимодействий с клиентом и развивать личный кабинет клиента.

4. Трудности и препятствия

Мир вокруг нас изменился — произошел стремительный перевод большинства бизнес-процессов и продаж в онлайн-формат.

И даже несмотря на мощную поддержку от руководства, наши продажи падали 1 и 2 кварталы.

Главная цель любого бизнеса — это довольный клиент. Но без продаж клиентов не будет. В период ограничительных мер произошел сложный для сферы страхования жизни переход в онлайн, разрыв шаблонов и старых убеждений. Раньше почти все наши программы продавались только при личных встречах. Менеджеры банков, страховые агенты общались с человеком напрямую, вместе изучали договор, принимали решения по грамотному формированию портфеля, — такова специфика страхования жизни, продукта неявного спроса.

Таким образом, главной сложностью для нас стал сам переход в онлайн: в плане продаж и процессов. Наш основной канал продаж — банки, тоже были вынуждены адаптироваться к новым реалиям и перестраивать бизнес-процессы. В том числе, чтобы продавать наши продукты.

Но мы смогли разрушить старые правила и изменить свои подходы. Менеджеры банков, страховые агенты и все сотрудники нашей компании быстро переключились на онлайн-режим работы. Только в телемаркетинге более 200 договоров в месяц заключались полностью онлайн.

Новые методы продаж через скайп и зум, а также разработка уникальных онлайн-программ, — все это позволило продолжить осуществлять продажи.

Банки-партнеры также максимально перешли в онлайн, перестроив свои процессы, что позволило снизить наши риски.

Мы выстроили эффективный процесс взаимодействия внутри компании и удаленный формат работы быстро перестал быть для нас помехой.

5. Результаты и преимущества

В тот момент, когда мы поняли, что скорость и эффективность бизнес-процессов = наше конкурентное преимущество, мы перестроили взаимодействие с клиентами, включая медицинский андеррайтинг (оценка страхового риска) в полностью удаленный формат через личный кабинет.

Что мы сделали:

- Оповестили наших клиентов о том, что мы рядом: разместили всплывающее окно с информацией на сайте, сделали смс- и email-рассылку, запустили доп. канал связи в WhatsApp);
- Добавили возможность оплаты взносов с помощью QR-кода, начали внедрять систему быстрых платежей, а также возможность оплачивать договор через ApplePay и GooglePay;
- Обновили личный кабинет клиента. Теперь клиенты отправляют паспортные данные и

заявления на выплату/ на внесение изменений / отказ от договора, не выходя из дома. Мы же получаем эти заявления онлайн и автоматически передаем их в операционную систему для быстрой обработки;
- Мы разработали и запустили рубрику «Острый вопрос», где клиент может обратиться по сложному вопросу, простые же вопросы решит бот.
- Развили digital-направление и онлайн-продукты, и программы с возможностью заключить договор, не выходя из дома;
- Для улучшения внутренних процессов внедрили систему трекинга задач;
- Развили сервис телемедицины. Приложение существовало с 2017 года, но оказалось особенно востребованным сейчас: когда важно получать безлимитные онлайн-консультации врачей, не выходя из дома;
- Запустили свой канал в Яндекс.Дзен, аудитория канала уже 14 587 человек;
- Провели акселерацию и протестировали более 20 гипотез, чтобы разрабатывать продукты, которые действительно нужны.
- Мы провели онлайн-вебинар для всей компании на тему, как общаться с клиентом в новой реальности, чтобы каждый сотрудник понимал, для кого мы так активно трудимся.

Что получилось:

- Наша компания вошла в число лучших страховых компаний в России по оценке сайта банки.ру. Подробнее здесь.
- Мы стали еще больше поддерживать клиентов. Ввели льготный период на случай, если у клиента нет возможности оплатить взнос.
- Мы стали обрабатывать до 20% заявлений клиентов в автоматическом режиме;
- Сократили средний срок выплат денежных средств: с 14 дней до 7 дней, и там, где раньше был срок 40 дней до 14 дней;
- Стали размещать ответы на обращения в личном кабинете и сократили временные затраты на почтовую отправку с трех дней до одного;
- 90% всех соглашений к договорам также доставляются через личный кабинет.

Мы учились жить по-новому. Запустили проект по рекрутингу и улучшили личный кабинет агента, и запустили аллею славы для звезд нашей компании, которые каждый день делают невозможное.

Таким обраом мы сделали большой рывок вперед, запустили уникальные на страховом рынке онлайн-продукты «Ценный актив» и «Валютный актив», мы автоматизировали большое количество процессов, разработали новые продукты, отвечающие запросам людей, улучшили сервис и просто выросли над собой. Несмотря на то, что в начале было очень сложно, наши сотрудники повысили свою производительность и реализовали много проектов, которыми гордятся.

Мы наладили почти идеальный процесс дистанционной работы и по-прежнему бережем здоровье своих клиентов и сотрудников.

Безусловно, мы планировали и планируем свою работу исходя из нескольких моделей развития.

Но главное — это то, что клиенты и сотрудники говорят нам «спасибо»!

6. Итоги

Знаете это чувство, когда оглядываешься назад и понимаешь, что сделал бы все так же еще раз? Потому что ты доволен проделанной работой и гордишься ею.

Это то, что чувствуем мы, сотрудники «Ренессанс Жизнь». Было очень сложно. Бизнес-процессы, прочно засевшие в режиме офлайн, мы перевернули с ног на голову и запустили онлайн в течение месяца. В то время как у многих это занимает не меньше года.

Сотрудники, привыкшие работать в офисе, полностью меняли свой образ жизни, — как и все. При этом они демонстрировали впечатляющую эффективность.

Клиенты, для которых получение страховой выплаты казалось чем-то крайне долгим, получили возможность делать почти все необходимое онлайн — даже подавать на налоговый вычет — и получать свои средства в 3 раза быстрее.

Мы сумели быстро сориентироваться и адаптироваться к изменениям. Мы сделали свои недостатки своими преимуществами. И мы точно не остановимся на достигнутом, теперь хочется расти еще быстрее.

Пожалуй, залогом нашего успеха стала отличная командная работа и преданность клиенту. Именно наше общее желание сделать клиента счастливее вдохновляло нас идти вперед, несмотря ни на что.

То есть наш путь пройден не зря, мы собрались, генерировали, работали, порой без сил, но мы выстояли и идем с высоко поднятой головой.

У нас появился бесценный опыт, и мы вошли в историю

Мы дистанционно готовили методологию, связанную с переходом банков в онлайн-продажи, «тушили пожары», которые у нас появлялись вместе с резко меняющейся обстановкой, продумывали стратегию выхода из карантина для всех нас и клиентов.

Практически все идеи мы взяли в работу и исполнили. Это повлекло за собой результаты не только в удержании объемов продаж, но и в целом раскрыло потенциал команды и поддержало наш внутренний дух.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Терновецкая
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Светлана Сергеевна
ДОЛЖНОСТЬ	начальник управления клиентского обслуживания