

Продажа необычных и непрофильных для обувных магазинов товаров и даже услуг — одно из направлений развития ГК «Обувь России». Общая сумма продаж страховых продуктов — около 10 млн. рублей. На сегодняшний день в магазинах «Обуви России» можно приобрести несколько вариантов коробочных продуктов: страхование имущества, здоровья и жизни, выезжающих за рубеж, сезонную страховку от укуса клеща. По словам заместителя директора по связям с общественностью ГК «Обувь России» Натальи Паули, наличие в магазинах кроме сопутствующих товаров финансовых сервисов и дополнительных товаров и услуг помогает компании поддерживать продажи и расширять аудиторию лояльных покупателей: «Развитие дополнительных сервисов — это мировой тренд в рознице. Так, крупнейший мировой ритейлер — компания Walmart — предоставляет широкий перечень услуг для своих покупателей, включая денежные переводы, оформление налоговых деклараций. Магазины — уже не просто полки для товара, а универсальные сервисные компании, которые предлагают разные удобные услуги для потребителей», — уверена Паули.

Продажу коробочных страховок «Обувь России» начала два года назад, а весной 2015 сервис стал доступным во всех магазинах розничной сети компании. Наталья Паули рассказала, что обучение продавцов проводили страховые компании: «Были подготовлены специальные скрипты разговоров для сотрудников наших магазинов, а также разработана отдельная система денежной мотивации».

По словам заместителя финдиректора по розничным проектам и микрофинансовой деятельности ГК «Обувь России» Игоря Родюшкина наибольшим спросом среди покупателей пользуется продукт по страхованию имущества «Привет, сосед!» от компании СК «ВТБ Страхование» — на этот продукт приходится более 70% продаж всех страховых продуктов: «Мы довольны показателями продаж, в 2017 году планируем запустить новые коробочные продукты: семейная защита, страхование от финансовых рисков, защита детства», — рассказывает Родюшкин.

Источник: РБК, 20.12.2016