

Во втором полугодии 2017 года в «Сбербанк страхование жизни» в 2 раза вырос спрос на оформление страховых продуктов посредством телемаркетинга. С июня по декабрь было продано более 55 тысяч полисов.

Телемаркетинг подразумевает предложение Сбербанком страховых продуктов клиентам по телефону. Процесс разработан специально для удобства клиентов, которым в этом случае не нужно посещать отделения банка или страховой компании для оформления программ рискованного и кредитного страхования жизни. В процессе телефонной беседы специалист колл-центра Сбербанка отвечает на вопросы клиента по продукту, а оформление и оплата полиса страхования жизни происходит дистанционно — документы направляются страхователю заказным письмом.

«Наша компания предложила услугу телемаркетинга в 2016 году — комментирует Наталья Большакова — руководитель Управления дистанционных каналов продаж «Сбербанк страхование жизни», — За последние шесть месяцев 2017 года количество пользователей данного сервиса выросло в два раза. Так, число полисов рискованного страхования жизни, оформленных этим способом, по итогам второго полугодия 2017 года увеличилось в пять раз — 26 тысяч полисов. По программе кредитного страхования жизни было оформлено более 28 тысяч полисов — здесь клиентам также предлагают по телефону пролонгировать полис, если срок договора страхования истекает, а срок кредита еще не подошел к концу».

«Сегодня время становится все более дефицитным ресурсом, и люди чаще предпочитают получать услуги удаленно, — отметил Управляющий директор Управления продуктов и развития отношений с клиентами Блока «Управление Благополучием» Сбербанка Сергей Мруз, — разумеется, возможность оформить страховые продукты, не выходя из дома, также привлекает все большее число наших клиентов. С марта 2018 года мы планируем расширить линейку страховых программ, доступных через телемаркетинг».

Источник: Википедия страхования, 21.02.2018