



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №2746

НОМИНАЦИЯ: До 1000 сотрудников

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	СберСтрахование жизни
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Москва
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://sberbank-insurance.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	СберСтрахование жизни и трайб Сбера «Инвестиции и накопления»
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
Сопроводительный файл 1	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
Сопроводительный файл 2	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
Сопроводительный файл 3	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

Описание организации (100 слов).

ООО СК «Сбербанк страхование жизни» (СберСтрахование жизни) — дочерняя компания Сбербанка, специализирующаяся на программах рискового, накопительного и инвестиционного страхования жизни. Входит в блок «Управление благосостоянием» Сбербанка. Объем собранной страховой премии за 2020 год составил 107 млрд рублей (по данным ОСБУ). Активы компании по состоянию на 31 декабря 2020 года — 551,9 млрд рублей, страховые резервы — 484,4 млрд рублей. Лидер российского рынка страхования жизни. Рейтинговый класс «Эксперт РА» — ruAAA.

Трайб «Инвестиции и накопления» входит в блок «Управление благосостоянием» Сбербанка.

Цель проекта (не более 1800 знаков с пробелами)

В 2020 году рынок страхования жизни столкнулся с необходимостью «оцифровываться» на ходу: пандемия навсегда изменила формат взаимодействия с клиентами. Страхование - как отрасли

традиционно консервативной вне зависимости от географии – пришлось проводить диджитал-трансформацию в догоняющем режиме. За относительно спокойным 2021 годом последовал полный турбулентности 2022: многие клиенты столкнулись с сокращениями, сформировали запрос на новые отношения с финансами и сообщали о желании научиться грамотно управлять своим бюджетом.

Личный опыт – аргумент, спорить с которым невозможно. Наши клиенты могут заказать пиццу или такси нажатием нескольких кнопок на телефоне, но законодательная возможность оформить договор страхования в онлайн у них появилась только во второй половине 2020 года. Это нововведение открыло нашей команде новые возможности по трансформации пользовательского опыта в страховании жизни. В течение последних 2 лет работа велась по спектру направлений: от роботизации процессов и диджитализации услуг до изменения структуры и идеологии продуктов.

Мы поставили цель максимально перевести операции в онлайн-канал, повысить осведомленность клиентов о продуктах, а все рутинные процессы передать роботам. Для нас было важно создать максимально удобный и понятный пользовательский путь, повысить скорость обработки обращений, сделать процесс получения информации о продуктах простым и доступным, а также повысить уровень доверия в отношениях с клиентами.

Суть проекта (не более 3600 знаков с пробелами)

Точка «ДО»: договор накопительного страхования жизни можно заключить только в офлайн. Процедура подачи документов на выплату – по любому риску – только очно. При оформлении клиенты не всегда понимают характеристики и базовые параметры продукта.

Этап 1. Осень - зима 2020 года. Клиенты СберСтрахование жизни получили возможность оформлять договоры страхования жизни за несколько касаний. Компания оцифровала сервисы постпродажного обслуживания по договорам НСЖ: можно подать заявление на выплату и внести изменения в договоры (за исключением смены выгодоприобретателя, страхователя и застрахованного лица по договору). В конце 2020 года СберСтрахование жизни - первой на страховом рынке - подключилась к единому государственному реестру записей актов гражданского состояния (ЗАГС). Это позволило автоматически производить страховые выплаты без визита клиентов в офис компании.

Этап 2. Весна - осень 2021 года. Мы провели серию глубинных интервью с клиентами. В ответ на выявленные запросы появилась страховка для ребенка с возможностью подбирать кружки и репетиторов, а также новые рисковые опции для застрахованного взрослого. Заработал конструктор НСЖ, чтобы клиент мог самостоятельно подбирать риски. СберСтрахование жизни завершила переход на электронный документооборот, что позволило сократить объём используемой бумаги.

Этап 3. Зима 2021 - весна 2022. СберСтрахование жизни также подключилась к системе электронных больничных Фонда социального страхования. Это партнёрство позволило производить страховые выплаты по больничным листам по программам НСЖ (и другим продуктам СберСтрахования жизни) по упрощенной процедуре, включающим риск временной нетрудоспособности – никаких бумажек и визитов в офис для клиентов.

В начале 2022 года мы научили виртуальные ассистенты Салют – Сбера, Джоя и Афины – давать консультации по накопительному страхованию жизни в режиме реального времени. Клиенты могут узнать, как оформить программу, изменить условия договора, а также послушать про принципы работы продукта. В функционале виртуальных ассистентов появился навык пополнения договоров

НСЖ – управлять процессом можно как голосом, так и прикосновениями к экрану.

Мы продолжили трансформировать продуктовую линейку на основе инсайтов от клиентов. Так в программах НСЖ появилась защита от потери работу.

Этап 4. Лето – зима 2022. В период с июля по декабрь 2022 года провели серию исследований, чтобы понять, с какими трудностями сталкиваются наши клиенты при формировании накоплений. Свыше трети респондентов (37%) признались, что откладывать деньги регулярно им мешают спонтанные траты. Больше половины (57%) из них поделились, что импульсивно приобретают товары из-за недосыпа и усталости. Эти данные помогли перестроить коммуникации и позиционировать продукты с учетом адресных запросов различных клиентских сегментов.

В планах на 2023 год – роботизировать урегулирование убытков. Мы научим искусственный интеллект принимать решения по страховым случаям. Частичная реализация проекта уже позволила ускорить оформление страховых случаев на 10-15%. В будущем оценивать документы и принимать решение о выплате будет нейросеть. Ещё одно направление работы – интеграция с медицинскими сервисами. Это позволит моментально производить выплаты и по страховым случаям, связанным с заболеваниями и травмами.

Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)

В 2021 году команда СберСтрахования жизни запустила процесс обновления миссии и ценностей компании. В трансформации участие принимали как топ-менеджмент, так и рядовые сотрудники. Был учрежден институт амбассадоров, введены должности страховых комиссаров, выстроена система регулярных коммуникаций и обратной связи внутри компании. В результате:

- Вырос уровень вовлеченности сотрудников в решение задач (на 10% год к году);
- Повысился уровень автоматизации сервисов и услуг;
- В результате организационных изменений синхронизирована работа подразделений по взаимодействию с клиентами;
- Выросло качество коммуникаций и обратной связи: как внутри, так и между командами разных уровней (уровень удовлетворенности по этим параметрам вырос на 20% год к году).
- Обновлен и пересмотрен реестр регламентов, проведен редизайн процессов согласования документов и изменений;
- Выросла скорость обработки входящих обращений, а также скорость принятия решений по спорным и сложным кейсам (на 56 п.п. за январь-декабрь 2022 года).

Клиентоориентированность, способность слушать и слышать клиента (не более 1800 знаков с пробелами)

При разработке и выводе продукта или операции постпродажного обслуживания предусмотрено проведение качественных (глубинных интервью) и количественных опросов.

Чтобы сохранять контакт с клиентами и оперативно реагировать на обратную связь, мы реализует инициативу «Face to Face». По завершении сервисных операций и услуг или срока действия договора, клиенту предлагается оценить сервис. Все оценки 1-3 (по 5-балльной шкале) попадают в отдельную проектную ветку. Ключевой стейкхолдер по продукту / сервису – владелец продукта или лидер трайба (а не оператор или сотрудник колл-центра) – адресно запрашивает обратную связь. В ходе телефонного звонка мы получаем возможность узнать, что понравилось и не понравилось с

клиентом, с какими трудностями он столкнулся, как мы можем улучшить свою работу. По результатам таких экспресс-интервью стейкхолдеры детально разбирают обратную связь, анализируют, как можно усовершенствовать клиентский опыт. Нам кажется, что это очень хорошая практика: клиент чувствует заботу, а мы становимся лучше.

ИТОГИ: какие были результаты? (не более 3600 знаков с пробелами)

В январе — сентябре 2022 года СберСтрахование жизни собрала 115,6 млрд рублей премии (по данным ОСБУ). Это на 3% больше, чем в январе — сентябре 2021 года. Лидером продаж стал сегмент накопительного страхования жизни (НСЖ): сборы в нём составили 75 млрд рублей — 65% от общего объёма.

За 9 месяцев компания урегулировала почти 500 тыс. страховых случаев — в 1,9 раза больше, чем за аналогичный период прошлого года. Выплаты компании практически удвоились: клиенты получили 109 млрд рублей (год назад — 55 млрд рублей).

В период 2020 – 2022 гг. СберСтрахование жизни с помощью взаимодействия с единым государственным реестром записей актов гражданского состояния (ЗАГС) урегулировала 95 тысяч страховых случаев без посещения клиентов офиса компании, выплатив клиентам 64,2 млрд рублей.

В 2021 – 2022 году 80% всех платежей по НСЖ клиенты произвели онлайн, не посещая отделения банка. По итогам 2022 года уровень удовлетворенности клиентов вырос на 30 п.п.

Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Самое главное подтверждение того, что в сердце нашего бизнеса – клиент и его потребности – рост в кризис вопреки общему нисходящему тренду рынка. По итогам 9 месяцев 2022 года сборы на рынке страхования жизни составили 379 млрд рублей (против 401 млрд рублей годом ранее). При этом сборы СберСтрахования жизни выросли на 3%: со 112 до 115,6 млрд рублей. В 2022 году нам – вместе с нашими клиентами – удалось сохранить высокую долю оплачиваемости по договорам накопительного страхования жизни – на уровне 85% (шли к этому показателю с 40%-50%). Даже на фоне турбулентности и высокой неопределенности этот показатель не упал. Это свидетельствует о том, что наши клиенты – даже перед лицом череды «черных лебедей» продолжают сохранять эмоциональное спокойствие и принимать выгодные для себя финансовые решения, а также совершать осознанный выбор инструментов.

Целенаправленная работа сквозных команд позволила пересобрать продуктовую линейку, в которой клиент сам выбирает программу в зависимости от своих приоритетов: доходность или высокий уровень страховой защиты. Важным удобством, которое появилось в наших программах стал автоплатеж – клиенты поделились, что эта механика помогает избегать импульсивных трат и повысить уровень финансовой дисциплины – и мы добавили такую возможность.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Монахова
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Ольга Викторовна
ДОЛЖНОСТЬ	Исполнительный директор дивизиона «Инвестиции и накопления» Сбербанка