



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист по удержанию клиентов и кросс-продажам для страхового агента

Практическое руководство для систематизации работы с клиентской базой и увеличения дохода

Послепродажное обслуживание (первые 30 дней)

- ☐ Отправка приветственного письма/сообщения (SMS/Email/Мессенджер)
В течение 24 часов после заключения договора. Включите благодарность, контакты для связи и краткое напоминание о ключевых преимуществах полиса.
- ☐ Проверка понимания условий полиса
Через 3-7 дней после покупки. Уточните, есть ли вопросы по покрытию, процедуре обращения при страховом случае. Это снижает риск недовольства и повышает лояльность.
- ☐ Запрос обратной связи о процессе покупки
Через 7-14 дней. Используйте короткий опрос (например, через Testograp) или личный звонок. Позволяет выявить слабые места в вашей работе и улучшить сервис.
- ☐ Добавление клиента в CRM-систему
Сразу после заключения договора. Внесите все данные, историю взаимодействий, даты пролонгации и дни рождения. Настройте напоминания о ключевых событиях.

Регулярная коммуникация (ежеквартально/полугодично)

- ☐ Информационные рассылки (Email/Мессенджеры)
Ежеквартально. Включайте новости страхового рынка, изменения в законодательстве, полезные советы по безопасности или управлению рисками. Используйте Unisender для автоматизации.
- ☐ Поздравления с праздниками и днями рождения
Автоматизированные поздравления. Персонализированное сообщение (не просто шаблон) создает ощущение заботы и внимания.
- ☐ Проверка актуальности данных клиента
Раз в полгода-год. Уточните изменения контактных данных, семейного положения, места жительства или работы. Это критично для корректности предложений и пролонгации.
- ☐ Предложение полезного контента
Ежеквартально. Отправляйте чек-листы (например, 'Что делать при ДТП'), гайды ('Как выбрать страховку для путешествий'), ссылки на свои экспертные статьи или видео. Формируйте экспертный статус.

Выявление потребностей и кросс-продажи

- ☐ Анализ жизненных событий клиента
Регулярно отслеживайте изменения: брак, рождение детей, покупка недвижимости, смена работы, открытие бизнеса. Эти события – идеальные триггеры для новых страховых предложений.
- ☐ Предложения сопутствующих продуктов

К ОСАГО – страхование жизни и здоровья, страхование квартиры. К ипотеке – страхование имущества, титула. К страхованию бизнеса – ДМС для сотрудников, страхование грузов. Удерживать существующего клиента в 5-7 раз дешевле, чем привлечь нового (источник: Harvard Business Review).

☐ Организация акций и специальных предложений для лояльных клиентов

Раз в полгода. Например, скидка 10% на второй полис, специальный тариф для семейных клиентов. Подчеркивайте эксклюзивность предложения.

☐ Сбор рекомендаций и отзывов

После успешной пролонгации или положительного отзыва. Попросите клиента порекомендовать вас друзьям/коллегам. Предложите бонус за каждого приведенного клиента. 85% потребителей доверяют онлайн-отзывам так же, как личным рекомендациям (источник: BrightLocal).

Работа с пролонгацией

☐ Напоминание о сроке окончания полиса

Первое напоминание за 60 дней, второе за 30 дней, третье за 7 дней до окончания. Автоматизируйте через CRM.

☐ Предложение новых условий/скидок

За 30 дней до окончания. Проанализируйте рынок, предложите клиенту наилучшие условия, возможно, с учетом его стажа сотрудничества или дополнительных скидок.

☐ Анализ причин отказа от пролонгации

В случае отказа, свяжитесь с клиентом, чтобы понять причины. Это ценная информация для улучшения сервиса и предотвращения будущих оттоков.

☐ Персональное общение для удержания

За 7-14 дней до окончания полиса. Личный звонок или встреча, чтобы обсудить все детали, ответить на вопросы и снять возражения.

Программа лояльности

☐ Система скидок за стаж сотрудничества

Например, 1% скидки за каждый год сотрудничества, до 5-10%. Стимулирует долгосрочные отношения.

☐ Бонусы за приведенных друзей/знакомых

Предложите клиенту скидку на следующий полис или небольшой подарок за каждого нового клиента, заключившего договор по его рекомендации.

☐ Привилегии для VIP-клиентов

Для клиентов с большим количеством полисов или высокой стоимостью страхования: персональный менеджер, приоритетное обслуживание, эксклюзивные предложения.

Оценка вашей стратегии удержания клиентов



Отметьте, где находится ваша текущая стратегия удержания клиентов.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу



 rocketlab.bz

 [@rocketlab](https://t.me/rocketlab)