CCGuru Awards

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №9659

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШИЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ ЦИФРОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	СБЕР
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Ставрополь, Москва
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	34
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://www.sberbank.ru/
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Геймификация продаж продуктов корпоративного страхования
ИМИДЖ НОМИНАНТА	СБЕР
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

Описание, цели и достижения (не более 3600 знаков с пробелами)

Проект «Геймификация продаж продуктов корпоративного страхования» (далее – Геймификация или Проект) представляет собой пример реализации инновационной идеи создания **цифрового инструмента продаж, основанного на принципах игровых механик, для достижения целей и решения задач сторон, вовлечённых в процесс оценки рисков бизнеса клиентов индивидуальных предпринимателей и малого бизнеса** (далее - клиенты ММБ) СБЕРа, и продажи продуктов корпоративного страхования в цифровых каналах банка и сети Интернет.

Игра начинается с перехода по ссылке с сайта Банка (см: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/insurance) на сайт геймификации продаж (https://insurance-game.sberlabs.com/) и **воображаемого спора клиента ММБ с виртуальным мастером игры: «Спорим, не всё под контролем?»**, вовлекающим участника в игру. Далее клиент ММБ из предлагаемого списка выбирает вид бизнеса, соответствующий его собственной деятельности (кафе/ресторан, производство, магазин или арендный бизнес), и **делает ходы,**

последовательно отвечая на вопросы оценки факторов риска бизнеса, в том числе о:

- размещении объектов недвижимости (первый этаж, этаж кроме первого, отдельно стоящее здание);
- стоимости этой недвижимости и размере занимаемых ею площадей;
- стоимости товаров и оборудования;
- наличии кредитов и размере ежемесячного платежа по ним;
- ежемесячном доходе от бизнеса;
- количестве занятых в бизнесе сотрудников и их ежемесячном доходе.

По завершении каждого хода клиент ММБ **получает очки/скидочные баллы, постепенно приближаясь к итоговой оценке рисков своего бизнеса и возможности сравнения полученного результата со своими собственными представлениями о составе и общей величине рисков**.

По завершении игры, клиент ММБ **может использовать полученные оценки рисков и скидочные баллы для настройки и покупки комплексного цифрового решения от Группы СБЕР – страхового продукта «Защита 360» (далее Продукт), реализованного в цифровой среде и позволяющего застраховать все риски бизнеса онлайн в одном полисе: имущество, финансы, здоровье сотрудников и гражданскую ответственность (см:** https://www.sberbank.com/ru/s_m_business/insurance/360).

При самостоятельной покупке Продукта "Защита 360" на сайте СБЕРа и при прохождении игры клиенты ММБ могут **воспользоваться поддержкой сотрудников специализированного контактного центра в г. Ставрополь, или оформить Продукт в офисе Банка с помощью более чем 1000 клиентских менеджеров по всей стране.** При этом клиенты ММБ могут выбрать себе для защиты бизнеса все блоки рисков Продукта или отдельные блоки, которые подходят профилю именно их бизнеса. В каждом блоке Продукта клиенты ММБ могут установить необходимый им размер страхового покрытия и подключить дополнительные опции.

Геймификация была реализована в полном соответствии со стратегией СБЕРа, определяющей, что СБЕР является доверенным помощником и навигатором в меняющемся мире, и помогает человеку, бизнесу и стране стабильно развиваться благодаря построению полностью интегрированной экосистемы, которая работает по формуле 2+2=5, что означает, что сумма того, что мы делаем вместе, всегда больше простой суммы входящих в целое отдельных частей.

Влияние (не более 3600 знаков с пробелами)

В России более 6 млн предприятий малого и среднего бизнеса и индивидуальных предпринимателей (далее - клиенты ММБ). В бизнесе клиентов ММБ заняты более 22 млн человек. Это большой и социально значимый рынок с высокими рисками деятельности.

Предугадать из-за реализации какого конкретного риска бизнес клиента ММБ может прекратить своё существование можно далеко не всегда, поэтому его владельцу важно предусмотреть максимальную страховую защиту бизнеса, которая позволит получить поддержку в случае наступления непредвиденной ситуации.

СБЕР осознал, что решение задачи развития продаж продукта комплексного страхования рисков клиентов ММБ "Защита 360" и проблемы подбора правильных параметров указанного продукта лежит в области геймификации процесса его продаж, что требует разработки простого и доступного ИТ-решения, в игровой манере вовлекающего клиента ММБ в процесс оценки рисков своего бизнеса для принятия осознанного решения о

страховании/приобретении продукта «Защита 360» по привлекательной цене, обеспечивающего уровень защиты бизнеса, отвечающим ожиданиям клиента ММБ.

Реализация проекта геймификации позволила Банку вовлечь клиентов ММБ в процесс оценки рисков их бизнеса/деятельности **для принятия осознанного решения об их страховании** за счёт приобретения продукта комплексного страхования рисков «Защита 360» от Группы СБЕР.

Самым главным в реализации Проекта геймификации, помимо развития продаж продуктов корпоративного страхования, мы считаем формирование у клиентов ММБ культуры управления рисками своего бизнеса и формирования привычки их страхования, формирование навыка самостоятельных осознанных покупок страховых продуктов онлайн, необходимых для обеспечения устойчивости и дальнейшего развития бизнеса клиентов ММБ.

Также результатом реализации проекта мы считаем опыт командной работы по его реализации. **Проект геймификации продаж продуктов корпоративного страхования был полностью реализован командой центра «Корпоративное страхование» СберБанка за 90 дней (в период с января по март 2023 года)** при участии Лаборатории геймификации, дивизиона «Малый и Микро бизнес», а также ООО СК «Сбербанк страхование».

Проект оказал влияние на организацию продаж продуктов корпоративного страхования Группы СБЕР, и стал первым шагом на пути дальнейшего развития продаж и коммуникации с клиентами ММБ, основанных на геймификации.

Эффективность (не более 3600 знаков с пробелами)

За относительно короткий срок после запуска Проекта **более 20 тысяч** клиентов ММБ СБЕРа воспользовались геймификацией продаж продукта корпоративного страхования для оценки рисков своего бизнеса, и **каждый 10-ый клиент из этого числа перешел на сайт ПАО Сбербанк для ознакомления с продуктом «Защита 360» и его оформления**, что полностью соответствует ожиданиям команды в рамках проекта.

Реализация Проекта геймификации продаж в CLM-презентации позволила клиентским менеджерам СБЕРа **в простой и доступной форме игры за 3-5 минут доносить до клиента ММБ информацию о рисках его бизнеса, чтобы предложить оптимальный вариант для их страхования в рамках Продукта**, что позволило превратить процесс продаж в игру с клиентом, улучшающую качество взаимодействия с клиентами ММБ и повышающую их удовлетворённость результатами консультации, высвободить ресурс клиентских менеджеров для повышения его собственной производительности.

Клиентский опыт (CX) (не более 3600 знаков с пробелами)

Клиенты ММБ не всегда могут идентифицировать все основные факторы риска, которым подвержен их бизнес, и объективно оценить объём возможных потерь при наступлении рискового события, что ограничивает их возможности осознанного выбора оптимальных настроек продукта «Защита 360».

Реализация Проекта геймификации продаж позволила клиентам ММБ воспользоваться уникальной возможностью индивидуальной онлайн-консультации по комплексной оценке и управлению рисками своего бизнеса в границах массового процесса обслуживания.

Геймификация продаж и позволила клиенту ММБ за 3-5 минут непринуждённой игры провести полную оценку ключевых факторов риска своего бизнеса и воспользоваться следующими результатами проекта:

- сравнить результаты итоговой оценки рисков своего бизнеса (размер необходимого страхового покрытия) со своими представлениями об источниках рисков и их величине;
- сравнить необходимое страховое покрытие на случай реализации риска (потери бизнеса) со стоимостью затрат на покупку продукта комплексного корпоративного страхования «Защита 360»;
- получить заработанную в ходе игры скидку и использовать её для покупки продукта «Защита 360» с заявленными в ходе игры параметрами;
- заказать обратный звонок по продукту «Защита 360» для дополнительных консультаций по приобретению продукта;
- ознакомиться с реальными историями клиентов ММБ и размерами их потерь от реализации рисковых событий.

Опыт сотрудников (EX) (не более 3600 знаков с пробелами)

Клиентские менеджеры (далее - КМ) и сотрудники контакт-центров (КЦ) не являются риск-менеджерами, и не в состоянии в полной мере оценить масштабы бизнеса и ключевые источники рисков для бизнеса клиентов ММБ. Кроме того, КМ и КЦ имеют ограниченный временной ресурс для консультирования, т.к. в процессе обслуживания они предлагают десятки различных продуктов, необходимых для развития основного бизнеса клиента ММБ.

Геймификация интегрирована в процесс продаж Продукта как на сайте СБЕРа по онлайн ссылке, так и в процесс оффлайн продаж с помощью CLM-презентации КМ.

Сотрудники КЦ в результате реализации Проекта получили возможность рекомендовать геймификацию при продажах продукта комплексного страхования рисков "Защита 360" клиентам ММБ.

Результатом реализации Проекта геймификации для КМ стало внедрение элементов геймификации продаж в CLM-презентации, что позволило **в простой и доступной форме игры за 3-5 минут доносить до Клиента ММБ информацию о рисках его бизнеса, чтобы предложить оптимальный вариант для их страхования**, позволило превратить процесс продаж в игру с клиентом, улучшающую качество взаимодействия с Клиентами ММБ и их удовлетворённость результатами консультации, высвободить ресурс клиентского менеджера для повышения его собственной производительности.

Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Проект геймификации продаж продуктов корпоративного страхования не имеет аналогов на российском рынке. Применение практик геймификации является всё еще относительно редкой практикой в сегменте продаж финансовых B2B продуктов. Однако уже сейчас решение СБЕРа соответствует глобальным трендам цифровизации, используемым ведущими международными компаниями и может рассматриваться в качестве лучшей практики на рынке страхования корпоративных рисков клиентов ММБ.

В рамках Проекта СБЕР предоставил клиентам ММБ возможность воспользоваться **уникальной**

индивидуальной онлайн-консультацией по оценке и управлению рисками своего бизнеса в границах массового процесса обслуживания, позволяющей за 3-5 минут непринуждённой игры провести полную оценку ключевых факторов риска своего бизнеса и приобрести продукт корпоративного страхования рисков бизнеса, отвечающий ожиданиям клиента ММБ по привлекательной цене.

Лучшие практики (не более 1800 знаков с пробелами)

Проведённое центром «Корпоративное страхование» СБЕРа исследование, показало, что проектов аналогичных «Геймификации продаж продуктов корпоративного страхования» на российском рынке нет в принципе. Результаты Проекта геймификации свидетельствуют о том, что использование геймифицированных механик позволяет значительно улучшить процесс продаж страховых продуктов, как для существующих, так и перспективных клиентов ММБ.

Внедрение геймифицированных практик в процесс взаимодействия с клиентом является общемировым трендом и согласно исследованию компании Precedent research, общемировой рынок геймифицированных решений для корпоративных клиентов показывает ежегодный рост в районе 28% и должен достичь $96,8 млрд. в 2030 году (см: https://www.precedenceresearch.com/press-release/gamification-market).

Геймификация это новое перспективное направление и 8 из 10 крупнейших страховых компаний мира уже активно развивают свои геймифицированные решения, однако они пока находятся на стадии пилотирования и единый подход к их реализации пока не сформирован, что даёт компаниям возможность развиваться в этом направлении и формировать свои собственные подходы и бизнес-модели, основанные на геймификации.

Геймифицированные механики позволяет консолидированно доносить до клиентов ММБ информацию о разных продуктах или свойства сложных продуктов в целях их продвижения и продажи, и основными результатами внедрения таких механик на текущий момент являются: рост активности клиентов, рост лидов и их конверсии в покупку, снижение стоимости лидогенерации, которые мы наблюдаем в рамках Проекта, который, по нашему мнению, на сегодняшний день является лучшей практикой в банкострахования рисков клиентов ММБ.

Дополнительная информация и итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Проект «Геймификация продаж продуктов корпоративного страхования» **в 2023 году** был с успехом представлен СБЕРом на тематических стендах ведущих российских форумов и выставок:

- «ИННОПРОМ-2023» (г.Екатеринбург), объединившем производителей со всех континентов от малого и микробизнеса до крупнейших транснациональных корпораций (см: https://storage.myseldon.com/news-pict-de/DE09DC4ACA1D567F3FCB1D3A4BCDA196;
- «Форум Столля» (г.Воронеж), прошедшем в рамках реализации нацпроекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержки индивидуальной предпринимательской инициативы, инициированном Президентом Российской Федерации» (см: https://forumstollya.ru/program?tag_id=35);
- IX Международном форуме «Неделя российского ритейла» (г.Москва).

Ознакомиться с Проектом геймификации и поиграть с Мастером игры можно пройдя по

ссылке на страницу геймификации продаж продуктов корпоративного страхования СБЕРа: https://insurance-game.sberlabs.com/

Ссылка на сайт СБЕРа на страницу продаж продуктов корпоративного страхования клиентам ММБ: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/insurance;

Ссылка на видеоролик «Геймификация продаж продуктов корпоративного страхования»: https://disk.yandex.ru/i/scofoql0e3Mgag

---

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Дубинина
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Татьяна Валерьевна
ДОЛЖНОСТЬ	исполнительный директор