

«Здравствуйте. Добро пожаловать на сайт стархового агенсва»

вают про таинственный «класс убыточности» — разобраться наверняка можно, но очень уж не хотелось: доходчиво объяснить, что и как мне нужно выбрать, надо было прямо в калькуляторе. И с этих сайтов я ухожу с носом.

В списке регионов у калькулятора компании ВСК с трудом нахожу Санкт-Петербург. Оказывается, это город в Ленинградской области. Заказать полис online можно — надо заполнить и отправить заявку, после чего с клиентом свяжется сотрудник компании, с которым нужно обсудить условия доставки. Срок обработки заявки — один рабочий день, тратить который на то, чтобы узнать время доставки полиса, было жаль...

Самый удобный интернет-магазин у «РОСНО». Там можно максимально точно рассчитать стоимость полиса (но, опять же, только годового). Доставка полисов организована, и она бесплатна. Чтобы уточнить время доставки, надо позвонить в компанию.

Несколько часов скитаний по сайтам страховщиков получились потраченными впустую — мне так и не удалось найти интернет-магазин полисов, в котором было бы четко расписано, что я заказываю, сколько я за это что-то заплачу и когда будет доставлен мой полис.

Неусердные посредники

Брокеры предлагают услуги не одной страховой компании, а нескольких, помогая клиенту выбрать самого подходящего страховщика. На поверку вышло, что большинство из них «дружат» с какой-то одной — самой щедрой — компанией. Про обе симпатичные мне страховые компании (с которыми у меня был опыт успешного сотрудничества) несколько

брокеров, которым я звонил, рассказали столько случаев «из жизни», что стали вянуть уши. Взамен мне предлагали или неизвестные компании, или компании, на которые больше всего ругаются посетители интернет-форумов. Корысть многих брокеров очевидна, и доверять им не хочется. Выбрать страховую компанию при заполнении заявки нельзя ни у одного посредника. Зачем мне кот в мешке?

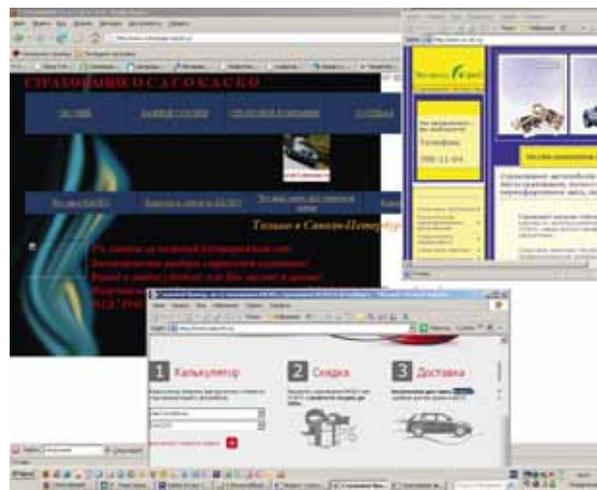
Впрочем, в числе плюсов большинства брокеров можно выделить почти стандартную для них «компенсацию» 10% стоимости полиса, которую они бесстрашно декларируют на своих сайтах.

У брокера «АВТОСПАС» обнаружилась необходимая мне возможность рассчитать стоимость полиса на любой срок. Подробности доставки не раскрывались, зато менеджер должен был связаться со мной в течение 15 минут.

У нескольких брокеров калькулятор был, но принципиально отказывался работать. Брокер «АЛЬТЕРНАТИВЫ» и многие другие решили и вовсе «не париться» с калькуляторами — на их сайтах расчетом занимаются менеджеры. Расчет заявки сообщат по телефону или e-mail. Мне такой подход показался недостаточно клиентоориентированным. Подобных брокеров я сразу отметал, как и тех, у которых не было даже бланка заявки.

Художественный уровень сайтов брокеров в основном весьма низок. У большинства компаний в качестве контактных указаны мобильные телефоны; адресов нет вовсе. Впрочем, номера мобильных почти всегда красивые и хорошо запоминающиеся.

Многие брокеры не стесняясь «косят» под западные компании, используя их названия: AEG, Barclays, Cook... Причем



даже не пытаюсь разобраться, чем именно занимается «дोनор». Попадались имена не только заморских страховых компаний, но и банков и судоводных компаний. Кто-то даже представился маркой одной из европейских сетей продуктовых гипермаркетов.

Частный розыск клиентов

«Здравствуйте. Добро пожаловать на сайт стархового агенсва» — таков гибрид приветствий с сайтов нескольких «независимых» агентов. Причем начертаны эти бессмертные строки должны быть, согласно традициям агентского сайтостроения, крупными красными буквами на черном фоне. Еще обязательно указываются телефон агента, его имя, логотип и слоган страховой компании. Зачем-то я позвонил одному из таких агентов...

Похоже, что в три часа дня кого-то все-таки можно разбудить. Минуты три агент не могла понять, что мне от нее нужно. Когда я в лоб сказал: «Машину застраховать хочу! Денег заработаете!» — агент проснулась и неожиданно бодрым голосом спросила мой адрес. Услышав домашний и рабочий, сникла и, объявив, что она «не дура» за триста рублей «в такую даль тащиться», бросила трубку. Живу я у метро «Маяковская», а работаю — на Петроградке. Вот такая даль...

Проще пареной репы

Сайты иных агентов — несколько приятнее, но желания кого-то еще будить так

и не появилось. Когда я уже набирал номер АВТОСПАСа, через плечо заглянул коллега и спросил, что я делаю. Выслушав историю моих поисков, он объявил меня идиотом и посоветовал «покричать в spb_auto».

Spb_auto — это сообщество питерских автолюбителей в «Живом журнале». Странно, что мне самому не пришел на ум столь очевидный способ решения почти любого вопроса. В сообщении я написал, что хочу застраховать машину, не выходя из дома или офиса. Решение нашлось буквально через двадцать секунд. Комментарий к моей записи оставила девушка Елена, она же спустя сорок минут привезла мне в офис заполненный страховой полис крупной компании — одной из тех, с которыми у меня был положительный опыт общения. А еще Елена щедро поделилась со мной своей комиссией, а в моем мобильнике появился номер моего личного страхового агента, благодаря которому мне больше не придется искать, где застраховать машину или что-то другое.

Лояльного клиента обрела не только Елена, но и страховщик, от имени которого она действовала. А я лишний раз убедился в эффективности социальных сетей и блогов, в их преимуществах перед традиционными сайтами.

Разница очевидна. На сайтах компаний, брокеров и агентов нужно искать решение, в блогах же и социальных сетях достаточно сформулировать задачу — и решение начинает искать тебя!