



Коробочный продукт «На всякий пожарный»

СОГАЗ

СТРАХОВАЯ ГРУППА

Информация о компании СОГАЗ

Опыт

Более **26 лет опыта** страхования предприятий, программ и проектов в ключевых отраслях экономики

1 место на рынке

№1 по ДМС, страхованию имущества юр. лиц, по обязательному страхованию гражданской ответственности перевозчика и многим другим рискам

Доверие

Нам **доверяют более 100 000** предприятий, включая системо- и градообразующие корпорации российской экономики

Выплаты

Каждый день СОГАЗ выплачивает **290 000 000** рублей своим Клиентам (**109 млрд.** выплат за 2018 год)

Надежность

Рейтинг AAA (**максимальный уровень надежности**) СОГАЗ по оценке АКРА и RAEX



**ИМУЩЕСТВЕННЫЙ КОРОБОЧНЫЙ ПРОДУКТ
«НА ВСЯКИЙ ПОЖАРНЫЙ»**



ПРОДУКТ «НА ВСЯКИЙ ПОЖАРНЫЙ»

Подлежат страхованию следующие объекты, находящиеся на **территории РФ:**



**Квартира
Комната
Апартаменты**



**Основное строение
(жилой дом, коттедж)**



ПРОДУКТ «НА ВСЯКИЙ ПОЖАРНЫЙ»

Страхование имущества для финансовой защиты на случай непредвиденных обстоятельств

Продукт защищает:

- 1. Ремонт и коммуникации**
(внутренняя отделка, системы оборудования и коммуникации)
- 2. Домашнее имущество**
(мебель, бытовая техника и пр.)
- 3. Гражданскую ответственность**
(ответственность перед соседями, 3-ми лицами)





ПРОДУКТ «НА ВСЯКИЙ ПОЖАРНЫЙ»



Страхователь

Любое дееспособное физическое
лицо



Территория действия

РФ



Срок действия

1 год



Исключения из страхового покрытия:

- конструктивные элементы строения или квартиры; внешняя отделка строения
- эксклюзивные вещи и предметы, произведения искусства, оружие; различные коллекции, антикварные и имеющие художественную или историческую ценность предметы
- ювелирные изделия, изделия из драгоценных, полудрагоценных и поделочных камней, металлов и т.п. имущество



ПРОДУКТ «НА ВСЯКИЙ ПОЖАРНЫЙ»

Страховые события:



«ОГОНЬ» – гибель или повреждение застрахованного имущества в результате пожара, взрыва, удара молнии, применения мер пожаротушения



«ОПАСНЫЕ ПРИРОДНЫЕ ЯВЛЕНИЯ И СТИХИЙНЫЕ БЕДСТВИЯ» – гибель или повреждение застрахованного имущества в результате стихийных бедствий, таких как: бури (шторма), очень сильного ветра, шквала, урагана, вихря, смерча, тайфуна, сильного дождя / ливня, землетрясения и т.д.



«ВОДА» – гибель или повреждение застрахованного имущества в результате всех видов воздействия жидкостей, пара, льда, включая механическое воздействие



«ПОСТОРОННИЕ ВОЗДЕЙСТВИЯ» – гибель или повреждение застрахованного имущества в результате наезда на застрахованное имущество, столкновения, падения, опрокидывания на него наземных транспортных средств, столбов, деревьев, строительных кранов, пилотируемых или беспилотных летательных аппаратов, объектов внеземного происхождения или их частей



«ПРОТИВОПРАВНЫЕ ДЕЙСТВИЯ ТРЕТЬИХ ЛИЦ» – утрата, гибель или повреждение застрахованного имущества в результате противоправных действий третьих лиц



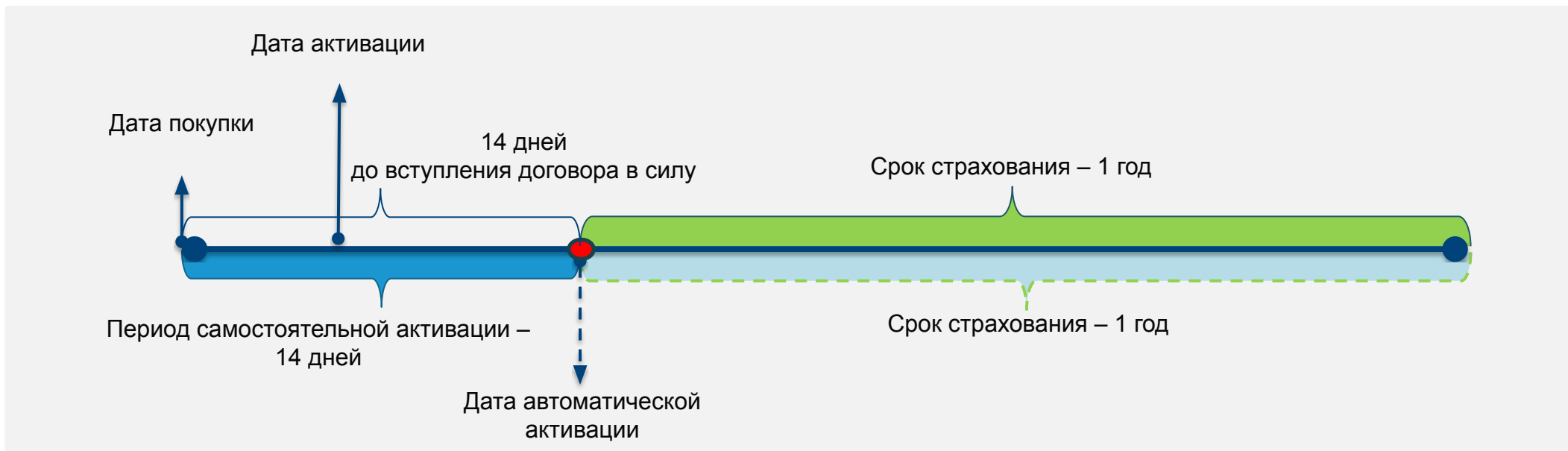
ПРОДУКТ «НА ВСЯКИЙ ПОЖАРНЫЙ»

Объекты защиты	Варианты продукта				
	№1	№2	№3	№4	№5
	Страховые суммы, в				
Страхование имущества, всего:	825 000	625 000	475 000	275 000	175 000
в том числе:					
Внутренняя отделка	430 000	360 000	290 000	170 000	90 000
Домашнее имущество	395 000	265 000	185 000	105 000	85 000
Гражданская ответственность	425 000	325 000	225 000	125 000	105 000
Стоимость, в	6 250	4 750	3 500	2 000	1 400



АКТИВАЦИЯ ПРОДУКТА

1. Заполните полис.
2. Активируйте полис на сайте – <https://shop.sogaz.ru/>



Если в течение 14 дней с момента покупки полиса Клиент не активирует его самостоятельно, то произойдет **автоматическая активация**. Страхователем принимается Плательщик по Полису, «Территорией страхования» считается адрес постоянной регистрации на территории РФ Плательщика по Полису, на дату начала периода действия страхования.



ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ СЛУЧИЛОСЬ...?

Заявить в
компетентные
органы



Принять меры по
уменьшению
ущерба



Уведомить
Страховщика

8 800 333 0 888
www.sogaz.ru



ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КЛИЕНТА

Задание



5 минут

Подумать и записать преимущества

По 3 – 5 преимуществ и выгод

Озвучить результат

ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КЛИЕНТА

Страхование
без осмотра
имущества

Широкое
покрытие по
рискам

Отсутствие
повышающего
коэффициента
(этажность, год
постройки и т. д.)

Финансовая
поддержка

Минимальный
пакет
документов
для выплаты

Комфортная
цена

A background image showing three business professionals in an office setting. A woman in a dark blazer and white shirt is in the center, holding a blue pen and looking at a document held by a man in a blue suit on the left. Another man in a white striped shirt is on the right, also looking at the document. The scene is brightly lit, suggesting a window in the background.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ



ОШИБКИ В ПРОДАЖАХ

«Грабли в продажах»



«Я точно знаю, что это никому не нужно»

«Я сейчас посмотрю и выберу тех, кому это можно предложить!»

«Сейчас я выучу весь материал по продукту и обязательно **ВСЕ** расскажу клиенту»

«Я не могу продавать страховки, потому, что мне некогда! У меня толпа клиентов! А на это целых 20 минут уйдет»



ОШИБКИ В ПРОДАЖАХ

«Грабли в продажах»



«Предлагаю вам купить страховку за 6 250!»

«Сейчас я напугаю клиента до смерти, а потом покажу ему свет в конце тоннеля!»

«Дайте рекламные материалы, чтобы они клиенту все продали»



ТЕХНОЛОГИЯ КРОСС-ПРОДАЖ

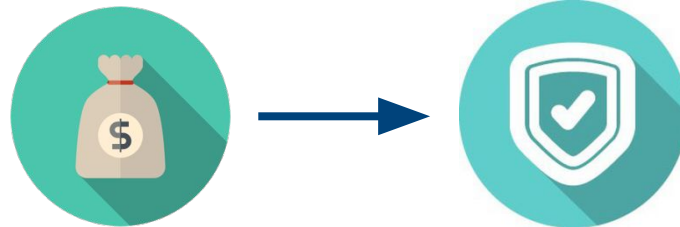


ПЕРЕХОД К КРОСС-ПРОДАЖЕ

Фразы-мостики

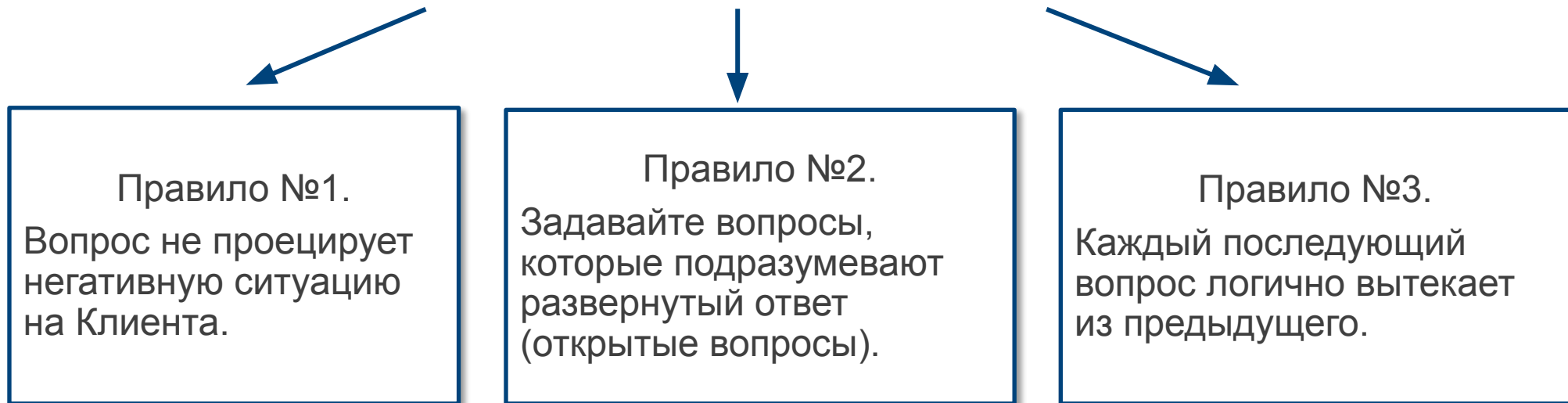
Мы ценим наших Клиентов и всегда готовы предложить новые услуги, которые в первую очередь направлены на сохранность семейного бюджета. Можно задать Вам несколько вопросов?

Мы позаботились о вашем финансовом благополучии.
Предлагаю обсудить не менее важный вопрос – защита семейного очага.



ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ

Как правильно задавать вопросы?





ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ. ПРИМЕР

1. Может ли квартире/дому потребоваться «незапланированный» ремонт?
– *Да, может.*
2. Какие ситуации могут к этому привести?
– *Залив от соседей/ да все что угодно.*
3. Где взять деньги на восстановление ущерба?
– *Не знаю. Занять/кредит.*
4. Хотели бы иметь средства на защиту Вашего дома уже сейчас?
– *Да, а сколько это стоит?*



(Далее презентация продукта)



ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОДУКТА

Цель этапа – донести Клиенту выгоду, которую он получит от данного продукта.

Как это сделать?

1) Используйте инструмент:

Характеристика продукта – Преимущества продукта – Выгода для Клиента

2) Примените в своей речи оборот: **Если, то**

Пример:

- **Если** случится потоп, пожар, кража, **то** выплаты до **1 250 000** руб. дадут возможность сделать ремонт или восстановить/приобрести новое имущество взамен утраченного.
- **Если** же Вы вдруг случайно затопили соседей, **то** страховая компания возместит им расходы на сумму до **425 000** руб.

Завершите данный этап вопросом Клиенту:

- Готовы приобрести или у Вас есть дополнительные вопросы?



ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПРОДУКТА

Продукт

«На всякий
пожарный»

Защита

от последствий непредвиденных ситуаций
с жильем

Что получает клиент

крупные денежные выплаты

1. И. И., слышали о нашей новой программе по защите квартиры? // у Вас программа защиты квартиры оформлена?
2. Эта программа позволяет получить крупные денежные выплаты при форс-мажорах с жильем. Например, различные возгорания, подтопления, действия злоумышленников. Под защиту попадает не только все имущество, ремонт и коммуникации, но и Ваша ответственность перед соседями. Программа стоит всего лишь 6 250 руб. в год, а максимальная выплата может составить до 1 250 000 руб. Согласитесь, это хорошая финансовая поддержка?
3. Готовы оформить?



РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ

Цель этапа – снять сомнения Клиента, которые у него могли остаться после всех предыдущих этапов.

Как это сделать?

Используйте алгоритм работы с возражениями.

Алгоритм работы с возражениями:

1. Выслушать

- Проявите заинтересованность
- Подкрепите вашу заинтересованность техникой активного слушания

2. Амортизировать

- Начните с имени Клиента
- Используйте способы присоединения к мнению Клиента
- Используйте слова связки («именно поэтому», «и в то же время»)

3. Конкретизировать

- Задайте вопрос Клиенту с целью прояснить его возражение

4. Аргументировать

- Озвучьте подходящий аргумент
- Говорите о том, что хочет услышать Клиент
- Аргумент должен быть краткий, и в то же время эмоциональный, яркий

5. Побудить к действию

- Узнайте, изменилось ли мнение Клиента
- Мотивируйте Клиента совершить действие



Работа с сомнениями клиентов



Мне это не нужно

Мне приходилось сталкиваться с подобным мнением.

И при этом, разрешите уточнить – Вам уже озвучивали преимущества данного предложения?

Давайте я расскажу Вам более подробно о программе, мы с Вами обсудим выгоды и преимущества, и Вы примете решение.

Договорились?

Мне некогда

Понимаю Вас.

Уделите мне пожалуйста все го несколько минут?

Я просто обязан поделиться с Вами важной информацией!

Согласны?



Работа с сомнениями клиентов



С моей квартирой ничего не случится

Понимаю Вас!
Думать о плохом никогда не стоит.

А что придает Вам такую уверенность?

У меня нет знания о будущем, но я уверен(а), что имея страховой полис, Вы точно будете защищены.

Готовы приобрести такую защиту?

Это дорого

Понимаю Вас! Цена – это важный вопрос.

Стоимость программы получается меньше десяти рублей в день – для Вашего бюджета это действительно значительные деньги?

Обратите внимание, что при наступлении страхового события полученные выплаты составляют гораздо большую сумму.

Это выгодное предложение. Оформляем?

Мне надо подумать

Я правильно понимаю, программа Вас заинтересовала?

Наверное, у Вас остались вопросы, которые требуют прояснения. Задайте мне их сейчас, я на них отвечу, и Вы сможете принять взвешенное решение.

Предлагаем позаботиться о Ваших сбережениях и создать дополнительный резерв на случай наступления неожиданных ситуаций.

Давайте с Вами уже сейчас создадим дополнительный резерв. Оформляем?

СОГАЗ

СТРАХОВАЯ ГРУППА

Успешных продаж!