

ГЕЙМИФИКАЦИЯ В СТРАХОВАНИИ: НОВЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

АНАСТАСИЯ ИВАНОВНА КАРПЕНКО

Сфера услуг – одна из ключевых отраслей, играющая огромную роль в современном мире. Она охватывает различные виды деятельности, направленных на удовлетворение потребностей населения, предприятий и организаций. Значимость услуг в современном мире трудно переоценить, ведь именно они обеспечивают комфорт и удобство жизни общества.

Сфера услуг включает в себя множество разнообразных видов деятельности – от медицинских и образовательных услуг до услуг по обслуживанию автомобилей и туристических услуг. Она создает огромное количество рабочих мест, способствует экономическому развитию и улучшению качества жизни граждан.

Одним из основных преимуществ сферы услуг является ее гибкость и адаптивность к изменяющимся потребностям общества. Благодаря услугам, люди могут получать помощь и поддержку в самых различных сферах жизни – от здравоохранения до юридических консультаций. Это позволяет обществу развиваться и приспосабливаться к новым вызовам и требованиям времени.

Сфера услуг также способствует повышению уровня конкурентоспособности и инновационного развития. Благодаря услугам, компании могут улучшать качество своих продуктов и услуг, удовлетворяя потребности своих клиентов. Это помогает им выделиться на рынке и укрепить свою позицию.

Важной особенностью сферы услуг является ее глобальный характер. Современные технологии позволяют предоставлять услуги не только на местном, но и на международном уровне. Это способствует укреплению международных связей и сотрудничеству между различными странами и регионами.

Таким образом, сфера услуг играет огромную роль в современном мире. Она не только обеспечивает комфорт и удобство жизни граждан, но и способствует экономическому развитию и инновационному прогрессу. Поэтому важно развивать эту отрасль и уделять ей достаточное внимание, чтобы обеспечить стабильность и процветание общества.

Одной из наиболее важных сфер услуг являются страховые услуги. Страхование – это способ защиты от финансовых потерь в случае наступления страхового случая, такого как болезнь, авария, утрата имущества и другие непредвиденные события.

Страхование услуги позволяют переложить риски на страховую компанию, которая возмещает убытки в случае их наступления. Таким образом, страхование обеспечивает финансовую безопасность и защиту интересов клиента¹.

Важность страховых услуг заключается в том, что они позволяют защититься от неожиданных финансовых затрат и обеспечить финансовую стабильность в случае негативных событий. Например, страхование здоровья помогает оплатить лечение в случае болезни или травмы, а страхование автомобиля позволяет защититься от финансовых потерь в случае аварии.

Кроме того, страховые услуги способствуют развитию экономики и укреплению доверия в обществе. Благодаря страхованию люди и компании могут осуществлять более рискованные финансовые операции, зная, что в случае убытков они будут защищены страховым полисом.

Это способствует увеличению инвестиций, развитию предпринимательства и экономическому росту.

Таким образом, страховые услуги играют важную роль в современном мире, обеспечивая финансовую безопасность, защиту интересов и способствуя развитию экономики.

В условиях постоянно меняющегося мира, где новые риски возникают с невероятной скоростью, страховые компании сталкиваются с необходимостью адаптации своих продуктов и услуг к изменяющимся условиям. Это требует от них не только глубокого понимания потребностей клиентов, но и способности предвидеть потенциальные угрозы, чтобы разрабатывать новые виды страхования, которые могут предложить эффективную защиту.

Геймификация в страховании – это один из инновационных подходов, который привлекает внимание как страхователей, так и страховщиков.

Геймификация – это метод мотивации, который использует элементы игры для стимулирования участия, обучения и вовлечения людей. Этот подход включает в себя применение игровых механик, таких как очки, достижения, уровни и награды, для создания интереса и мотивации. Главная цель геймификации – сделать рутинные задачи и процессы более увлекательными и мотивирующими для участников².

Геймификация в страховании является одним из современных трендов, который позволяет страховым компаниям привлекать и удерживать клиентов, улучшать качество обслуживания и повышать мотивацию сотрудников. Этот метод основан на применении игровых элементов и механик в страховых процессах с целью улучшения взаимодействия с клиентами, повышения эффективности работы и стимулирования желаемого поведения.

¹ Петракович А.В, Калацкая С.В. Страхование дело: курс лекций. – Горки: БГСХА, 2014. – 48с

² 10 примеров геймификации [Электронный ресурс]: Геймификация бизнес-процессов. – Режим доступа: <https://raidboss.team/blog/tpost/drpn4dpy41-10-primerov-geimifikatsii> – Дата доступа: 11.06.2024

Геймификация в страховой организации может оказать положительное воздействие на многие аспекты ее деятельности. К примеру, использование игровых элементов и механик в процессе взаимодействия с клиентами может сделать общение более увлекательным и интересным.

Клиенты могут быть мотивированы к выполнению определенных действий, таких как покупка страховых продуктов или успешное завершение процедуры оформления полиса, через систему наград и достижений, что повысит уровень их удовлетворенности обслуживанием и вероятность их возвращения в будущем.

Геймификация в страховой организации могла бы быть ориентирована на клиентов следующим образом:

1. Бонусные программы: стимулирование клиентов к выполнению определенных действий, например, установка приложения для отслеживания активности и получение бонусов за ежедневные пробежки или занятия спортом.

Например, программа "Бонусный страховой опыт".

Программа "Бонусный страховой опыт" обычно основана на поощрении клиентов за здоровый образ жизни и участие в профилактических мероприятиях. Клиенты, которые активно заботятся о своем здоровье, могут получать дополнительные бонусы, скидки или другие льготы от страховой компании. Это может включать в себя участие в программе фитнеса, регулярные медицинские осмотры, прививки, и другие меры, способствующие поддержанию хорошего здоровья. Такие программы могут помочь страховой организации уменьшить риски и поощрить клиентов к более здоровому образу жизни.

2. Игровые элементы в приложении: создание интерактивной платформы для клиентов, где они могут выполнить задания и получить бонусы или скидки на страховые услуги.

Например, игровые элементы могут включать в себя следующие программы:

- Онлайн-игры, где игроки могут выполнить различные задания, связанные с изучением страховых продуктов и услуг, и за это получать бонусы или скидки на страховые полисы.

- Интерактивные квесты, где клиенты могут путешествовать по виртуальным мирам, отвечая на вопросы о страховании и завершая задания для получения бонусов.

- Мини-игры, которые помогут клиентам понять сложные аспекты страхования через интересные и развлекательные способы, такие как гонки с вопросами о страховых услугах или специальные головоломки на тему страхования.

Такие игровые элементы в приложении могут не только сделать процесс обучения страхованию более интересным и увлекательным для клиентов, но и

мотивировать их активно участвовать в программах лояльности и получать дополнительные бонусы и скидки на страховые услуги.

3. Образовательные игры: использование игровых форматов для обучения клиентов основам страхования и методам минимизации рисков.

Вот некоторые примеры образовательных игр, которые можно использовать для обучения клиентов основам страхования и методам минимизации рисков:

– "Страховые джунгли" – это игра, в которой игроки путешествуют по виртуальному лесу, где им придется принимать решения о выборе различных видов страхования для защиты от различных рисков. Например, им нужно будет решить, какое страхование выбрать при путешествии за границу: медицинское, багажное или отмены поездки. Они получают обратную связь о том, какие решения были правильными или неправильными, а также объяснения о том, почему те или иные виды страхования важны в определенных ситуациях.

– "Страхование в действии" – это игра-симулятор, в которой игроки могут управлять виртуальным предприятием или бизнесом и узнать, как правильно застраховать свой бизнес, чтобы минимизировать риск возможной утраты. Они будут принимать решения о том, какие страховые полисы покупать для защиты от операционных рисков, рисков ответственности и других типов рисков, а также узнают о том, как рассчитывается стоимость страхования.

– "Страховая миссия" – это игра-квест, в которой игроки будут решать головоломки и выполнять задания, связанные с минимизацией рисков и пониманием страховых продуктов. Например, им придется определить, какие меры предосторожности нужно принять для уменьшения риска возгорания в доме, какие виды страхования могут помочь в случае аварии на дороге или как правильно оценить и застраховать имущество.

Эти игры могут быть разработаны в виде мобильных приложений, онлайн-платформ и веб-сайтов для учебных целей и помогут клиентам лучше понять страхование и риски через интерактивные и увлекательные методы.

4. Онлайн-квесты: проведение интерактивных мероприятий для клиентов, где они могут участвовать в квестах и получить призы от страховой компании.

– Онлайн-квест "Путешествие по страховому полю": участники должны будут решать задания, связанные с различными видами страхования, правилами и условиями обслуживания клиентов. После успешного прохождения участники получают скидку на выбранную страховую программу.

– Онлайн-квест "Спасение от неприятностей": участники будут сталкиваться с ситуациями, когда страхование может стать настоящим спасением. Они должны будут дать правильные ответы на вопросы и задания, связанные с защитой от рисков и возможностями страхования.

– Онлайн-квест "Страхование для будущего": участники пройдут через различные сценарии, связанные с планированием будущего и финансовой

защитой. Они должны будут решать задачи, связанные с выбором страховых продуктов на случай непредвиденных обстоятельств.

Эти онлайн-квесты позволят клиентам не только узнать о компании и услугах, но и подробнее разобраться в вопросах страхования и защиты своего имущества, здоровья и будущего. Успешное прохождение квестов будет вознаграждено клиентами, например, скидками на страховые полисы, подарками или бонусами.

5. Персонализированные предложения: использование алгоритмов и данных о клиентах для создания персонализированных игровых предложений и акций.

– Уважаемый клиент, исходя из ваших предыдущих покупок, мы можем предложить вам специальную страховую программу для защиты вашего автомобиля со скидкой до 10%.

– Здравствуйте! Мы заметили, что вы активно участвуете в онлайн-играх и хотели бы предложить вам страховку от несчастных случаев с дополнительными бонусами, которые подходят именно вам.

– Уважаемый клиент, ваше участие в наших игровых акциях показывает, что вы цените экстремальные виды отдыха. Мы можем предложить вам страховку для активного отдыха с особыми условиями и расширенным покрытием.

– Приветствуем! Мы заметили, что вы часто предпочитаете делать покупки в игровых приложениях. Мы можем предложить вам страховку для ценных вещей и гаджетов с особыми условиями и скидками для постоянных игроков.

– Здравствуйте! Мы видим, что вы активно участвуете в множестве игр и хотели бы предложить вам страховку от угона и повреждений для вашего мотоцикла с индивидуальными условиями.

Геймификация в страховой компании может помочь привлечь и удержать клиентов, повысить уровень их участия в страховании, повысить уровень удовлетворенности от обслуживания, а также укрепить лояльность к страховой компании.

Геймификация в страховой организации может быть использована для повышения мотивации сотрудников, улучшения обслуживания клиентов и привлечения новых клиентов. Например, страховой агент может быть поощрен за достижение определенного уровня продаж, выполнение определенных задач или получение хороших отзывов от клиентов.

Геймификация в страховой организации могла бы быть ориентирована на сотрудников следующим образом:

Создание системы бонусов и наград за достижение определенных целей и показателей. Например, работники, которые достигли определенного уровня продаж или выполнения задач, могли бы получать бонусы или подарки.

Введение конкурсов и игр, которые могли бы способствовать улучшению результатов работы сотрудников. Например, ежемесячные конкурсы на лучший продажи или наибольшее количество выполненных задач.

Создание системы уровней и достижений для сотрудников, которая мотивировала бы их стремиться к постоянному улучшению своих навыков и результатов.

Использование геймификации для обучения сотрудников и повышения их профессиональных навыков. Например, создание игровых симуляций для тренингов или использование игр для освоения новых продуктов и услуг.

Внедрение геймификации для улучшения сотрудничества и командной работы. Это можно осуществить через различные игровые активности, которые способствуют укреплению отношений между коллегами и повышению коллективного духа.

Геймификация в страховой организации могла бы помочь улучшению мотивации сотрудников, повышению их производительности и качества работы, а также укреплению корпоративной культуры и командного духа.

Таким образом, геймификация может стать эффективным инструментом для повышения эффективности и конкурентоспособности страховой организации.

Геймификация в страховании — это не просто тренд, а стратегический инструмент, который может принести значительные преимущества как клиентам, так и страховым компаниям. Правильно реализованные игровые элементы способны не только увеличить лояльность клиентов, но и снизить риски, что в конечном итоге приведет к увеличению прибыли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Петракович А.В, Калацкая С.В. Страхование дело: курс лекций. – Горки: БГСХА, 2014. – 48с.
2. 10 примеров геймификации [Электронный ресурс]: Геймификация бизнес-процессов. – Режим доступа: <https://raidboss.team/blog/tpost/drpn4dpy41-10-primerov-geimifikatsii> – Дата доступа: 11.06.2024

ГЕЙМИФИКАЦИЯ В СТРАХОВАНИИ: НОВЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ АНАСТАСИЯ ИВАНОВНА КАРПЕНКО

Аннотация: В статье исследовано роль страховых услуг в экономике и их вклад в социальную стабильность. Основное внимание уделяется мотивации персонала как драйверу успеха страховых компаний. Освещается роль геймификации как инновационного подхода к мотивации в сфере услуг, с особым акцентом на страхование. В работе предлагается использование геймификации не

только как средства повышения мотивации и производительности сотрудников, но и как способа улучшения взаимодействия с клиентами и их лояльности. Статья содержит конкретные примеры и стратегии геймификации, которые могут быть адаптированы для страховых организаций, предлагая новые перспективы для повышения эффективности работы и удовлетворенности клиентов.

Ключевые слова: страховые услуги, мотивация персонала, инновационные стратегии, геймификация, клиентоориентированность.

GAMEIFICATION IN INSURANCE: A NEW DEVELOPMENT VECTOR OF THE SERVICE SECTOR

ANASTASIA KARPENKO

Abstract: The article examines the role of insurance services in the economy and their contribution to social stability. The main attention is paid to personnel motivation as a driver of the success of insurance companies. The role of gamification as an innovative approach to motivation in the service sector is highlighted, with a particular focus on insurance. The paper proposes the use of gamification not only as a means of increasing employee motivation and productivity, but also as a way to improve customer interactions and loyalty. The article provides specific examples and gamification strategies that can be adapted for insurance organizations, offering new perspectives for improving operational efficiency and customer satisfaction.

Key words: insurance services, staff motivation, innovative strategies, gamification, customer focus.

ԽԱՂԱՅՆԱՑՈՒՄԸ ԱՊԱՀՈՎԱԳՐՈՒԹՅԱՆ ՄԵՋ. ՄՊԱՍԱՐԿՄԱՆ ՈԼՈՐՏԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՆՈՐ ՎԵԿՏՈՐ

ԱՆԱՍՏԱՍԻԱ ԿԱՐՊԵՆԿՈ

Համառոտագիր. Հոդվածում ուսումնասիրվում է ապահովագրական ծառայությունների դերը տնտեսության մեջ և դրանց ներդրումը սոցիալական կայունության մեջ: Հիմնական ուշադրությունը հատկացվում է անձնակազմի շահադրդմանը՝ որպես ապահովագրական ընկերությունների հաջողության խթան: Կարևորվում է խաղայնացման դերը՝ որպես շահադրդման նորարարական մոտեցում ծառայությունների ոլորտում՝ հատուկ շեշտադրելով ապահովագրությունը: Աշխատանքում առաջարկվում է խաղայնացման օգտագործումը ոչ միայն որպես աշխատակիցների շահադրդման և արտադրողականության բարձրացման միջոց, այլ նաև որպես հաճախորդների հետ փոխգործակցության և նրանց հավատարմության բարելավման միջոց: Հոդվածում ներկայացված են կոնկրետ օրինակներ և խաղայնացման ռազմավարություններ, որոնք կարող են

հարմարեցվել ապահովագրական կազմակերպությունների համար՝ առաջարկելով նոր հեռանկարներ գործառնական արդյունավետության և հաճախորդների գոհունակության բարելավման համար:

Բանալի բառեր. ապահովագրական ծառայություններ, անձնակազմի շահադրդում, նորարարական ռազմավարություններ, խաղայնացում, հաճախորդների կենտրոնացում: