



USABILITYLAB

Юзабилити мобильных приложений  
для страховых компаний

# Немного цифр

Более 20 приложений в AppStore связанных со страхованием для физических лиц

- страховые компании
- страховые брокеры



OnSurance 2.0



НАСКО



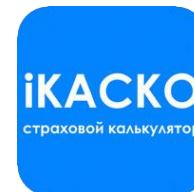
Смарт Страхование



БТА Страхование



KASKO OSAKO



iKASKO



Nomad Insurance



ВТБ Страхование



Mobile Protection



Южурал-аско



i-ОСАГО



АйБрокер



СК Арсенал



BSK



АСКА



Ингосстрах

# Голоса пользователей

## Довольные

«Отличная программа, спасибо огромное создателям. Все просто и очень удобно! **Расчеты все сходятся на 99%**»

«Очень удобно **находить ближайший офис**»

«Только начал водить и мне сейчас пригодится что угодно, лишь бы уверенность на дороге. Постараюсь, чтобы не пришлось пользоваться экстренным вызовом и инструкциями, но **психологически как-то помогает.**»

## Недовольные

«Не понравилось( хотел купить через приложение страховку для путешествия, но на каждом шагу возникало масса вопросов( все несколько криво и неудобно. **Через сайт- гораздо проще и аккуратней.** Пока что удаляю»

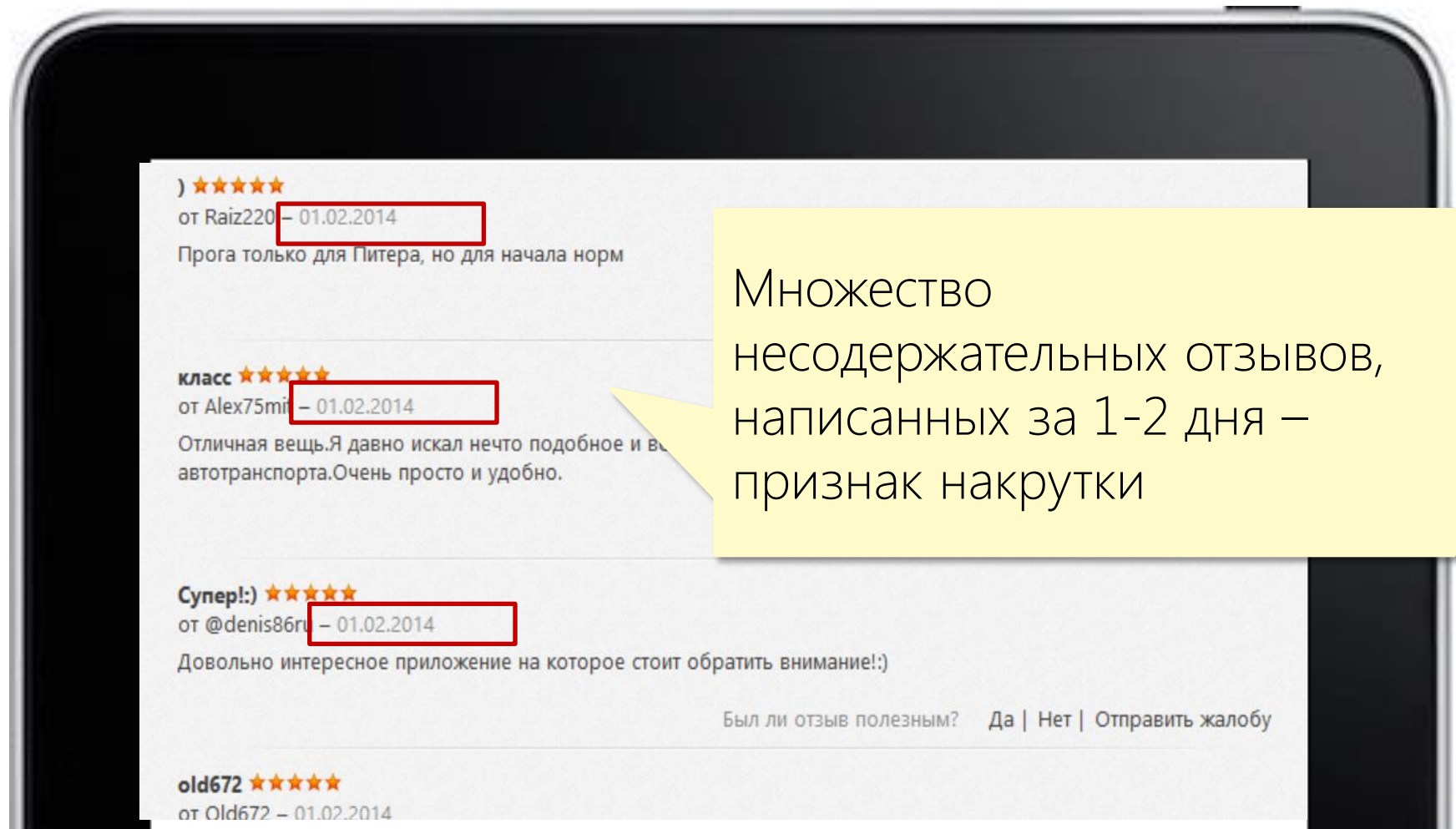
«Подача заявок сделана тупо. Заявки не обрабатывают: два раза на ДМС отправлял, **так и не позвонили**»

«Это что вообще было? Шутка такая или что? **ЗАЧЕМ это приложение?** Функционал на уровне 90-х»

# Объективность отзывов?

У большинства приложений 0 отзывов

У многих приложений положительные отзывы «накручены»



# Начинаем НОВУЮ ЖИЗНЬ

Пора перестать  
накручивать отзывы и  
начать делать  
приложения, которые  
действительно  
нравятся  
пользователям

**ДАЙ**  
КАЧЕСТВО!



# Немного теории

# Зачем приложение нужно

Дать пользователю  
выполнить задачу  
более:

- выгодно;
- эффективно;
- удобно,

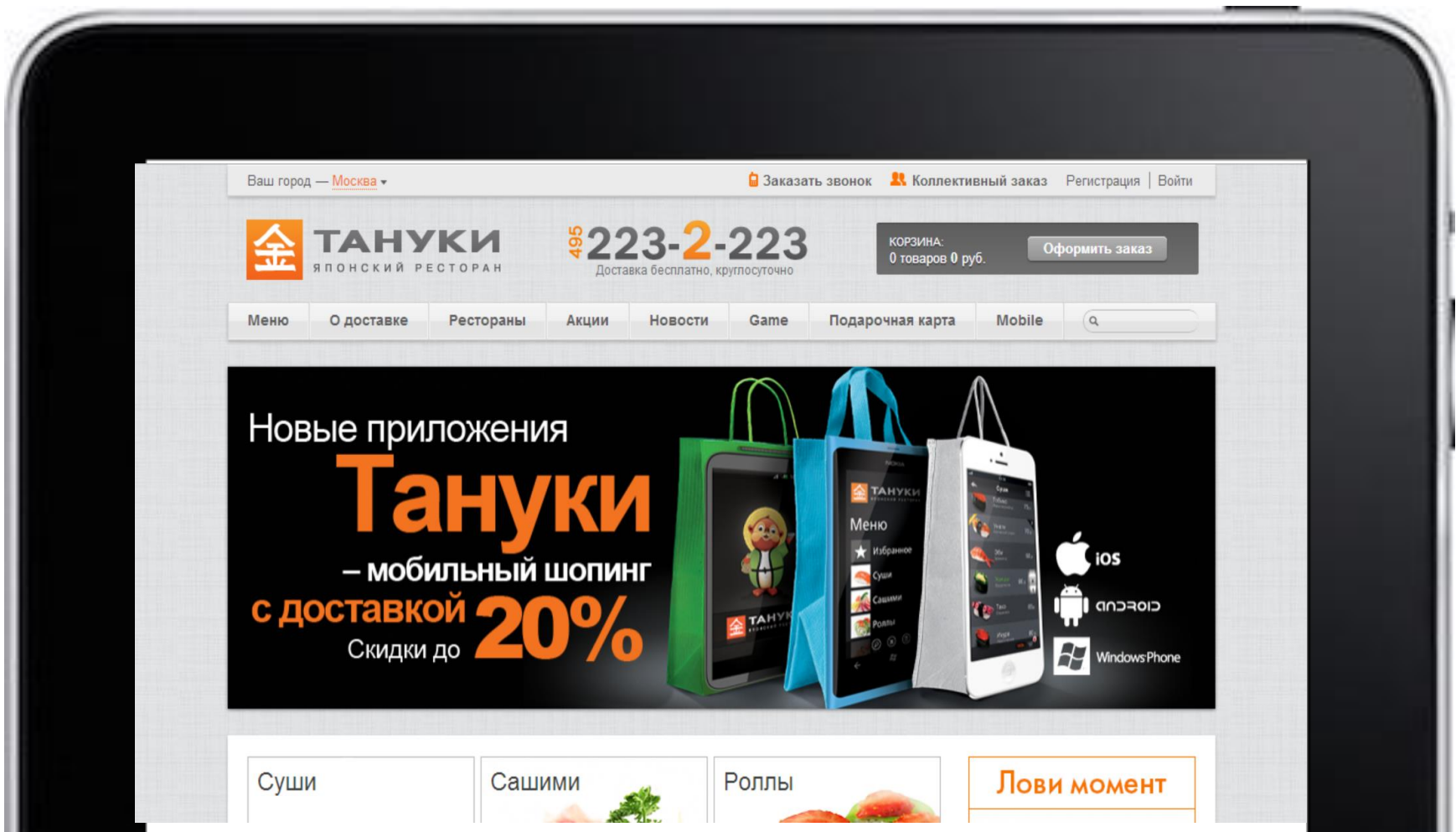
чем через другие  
каналы



# Более выгодно

Скидки за использование мобильного приложения\*

\*бизнес должен четко понимать, зачем ему это надо





# Более эффективно

Быстрый доступ к:

- функциям,
- информации,
- контактам

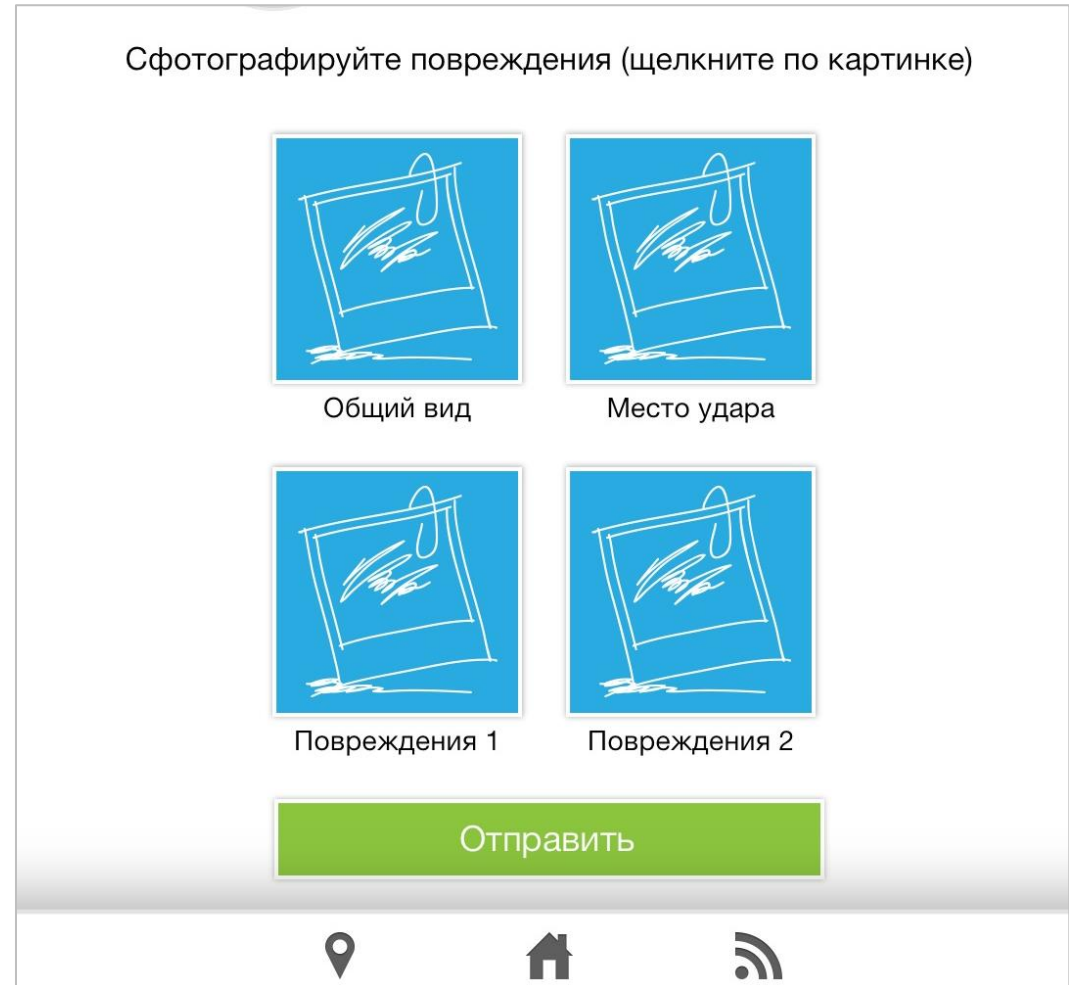
которые долго или неудобно  
искать через другие каналы;



# Более удобно

Облегчение сбора информации за счет использования возможностей устройства:

- камера;
- сенсорный экран;
- телефонная книга;
- геотаргетинг;
- память (доступ к данным офлайн)



Пример использования фотокамеры  
(часть скриншота приложения)

# Стандартный функционал

Просмотр информации о страховых продуктах

Заказать полис

Калькуляторы

Поиск офиса на карте

Контакты

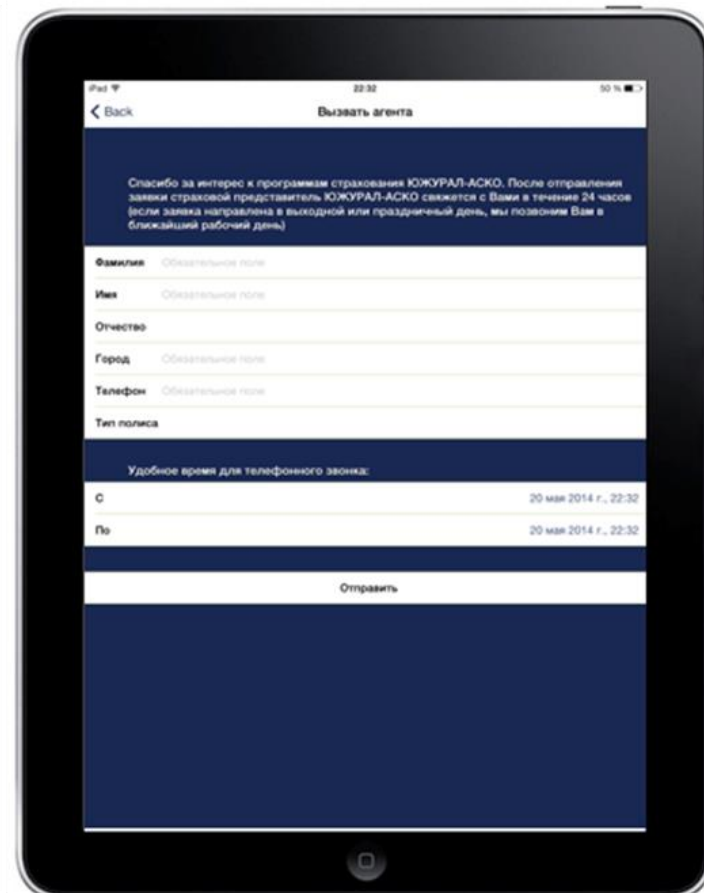
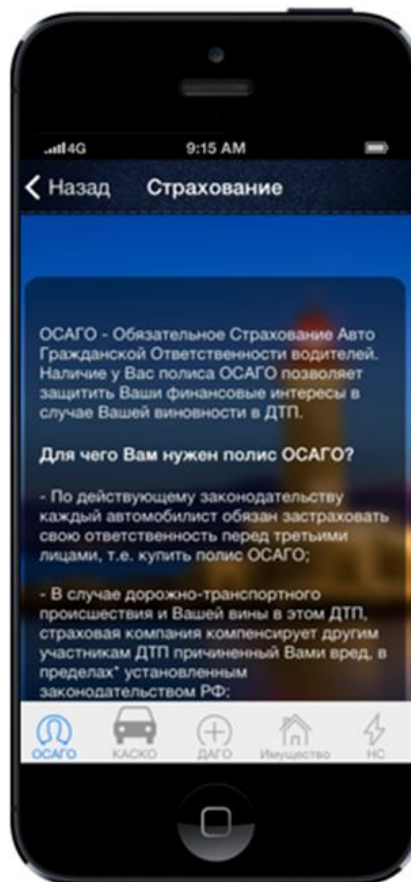
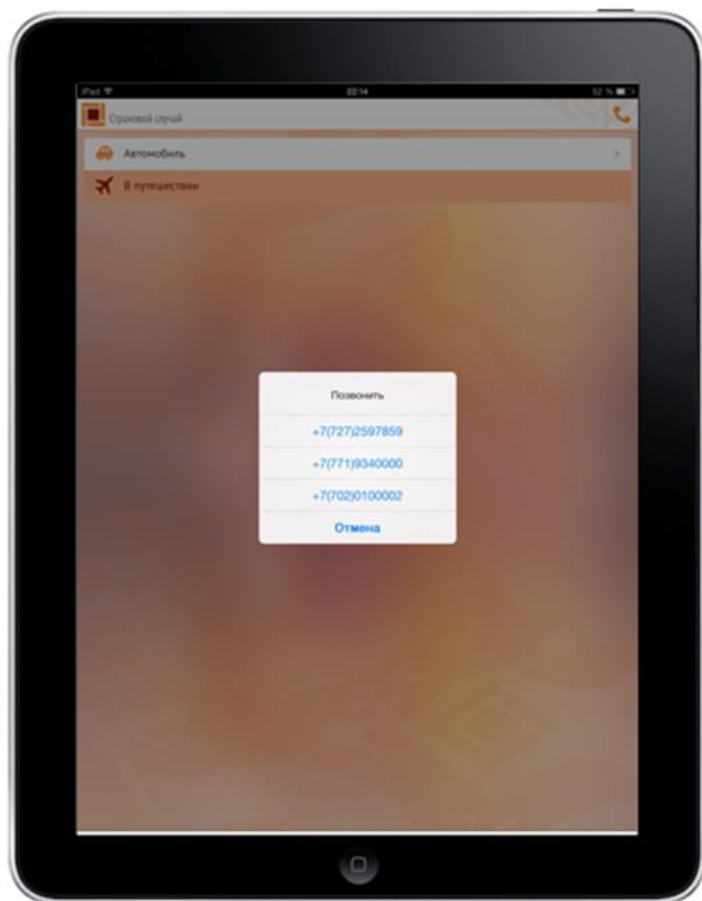
«Страховой случай»  
(памятки на разные случаи)

«Профиль»



# Если взглядеться...

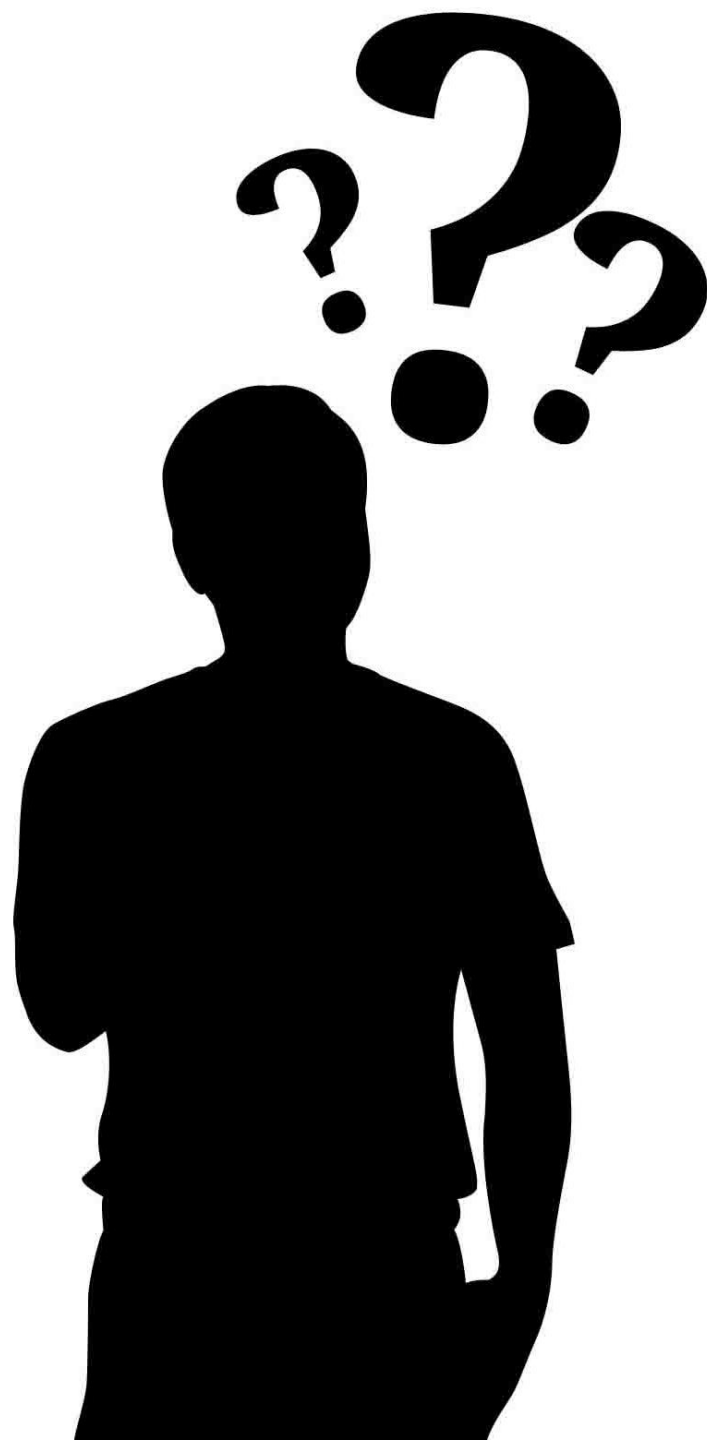
Большинство страховых приложений – это контакты, текст и формы заявок.



# Большой вопрос

Стоит ли ради этого  
создавать  
приложение?

Что на самом деле  
нужно людям?



# Немного про заявки и калькуляторы

# Нужны ли они?

Для начала рассмотрим, как страховое приложение может попасть к пользователю.

Калькулятор		Сбросить
<b>Общая информация:</b>		
Вид страхования	КАСКО (Угон + ущерб)	▼
Автомобиль куплен в кредит	Нет	▼
<b>Информация о ТС:</b>		
Марка ТС	Kia	▼

# Идеальный сценарий 1\*

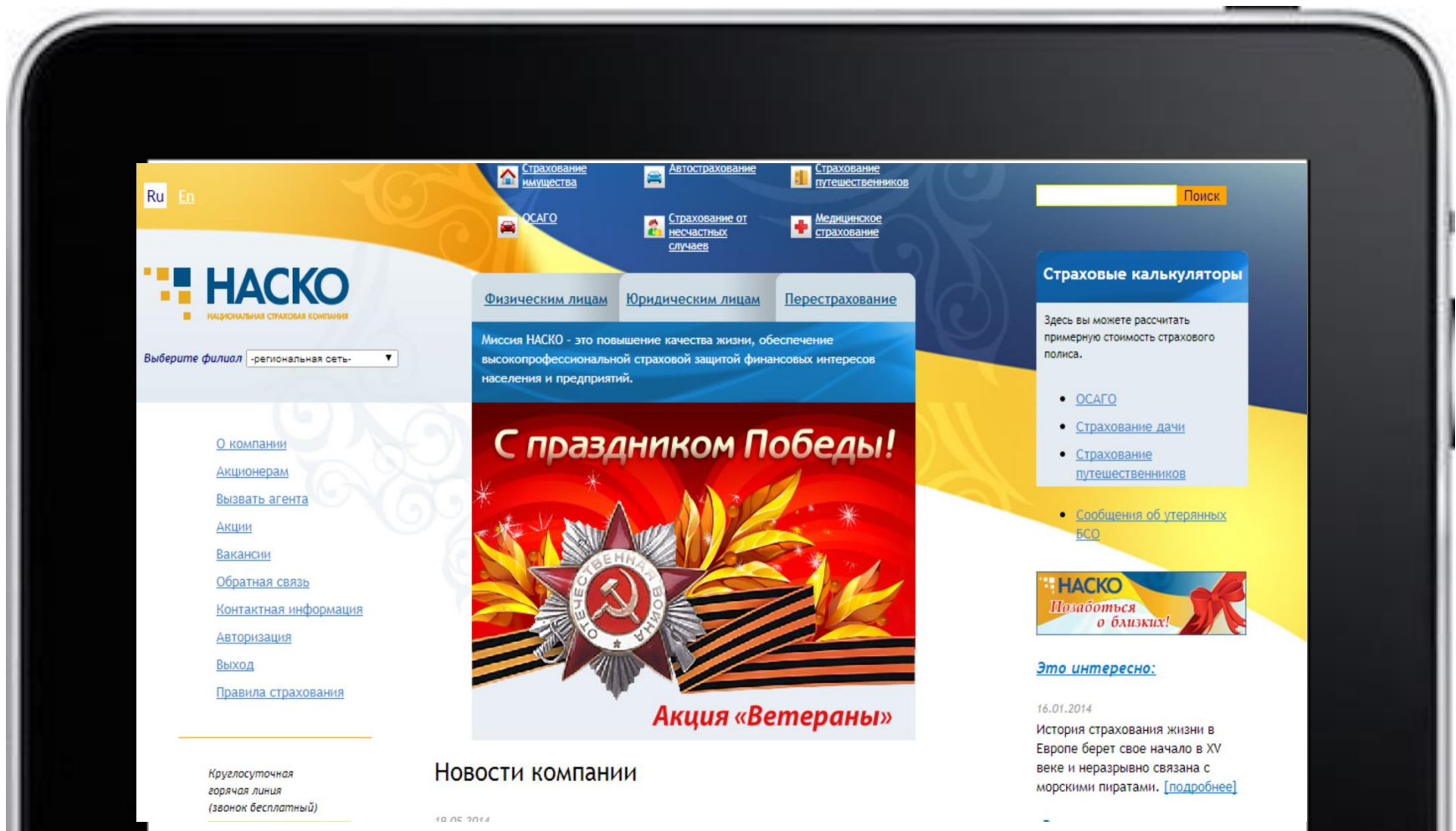


\*Предположение об идеальности сценария построено на основе анализа приложений из App Store



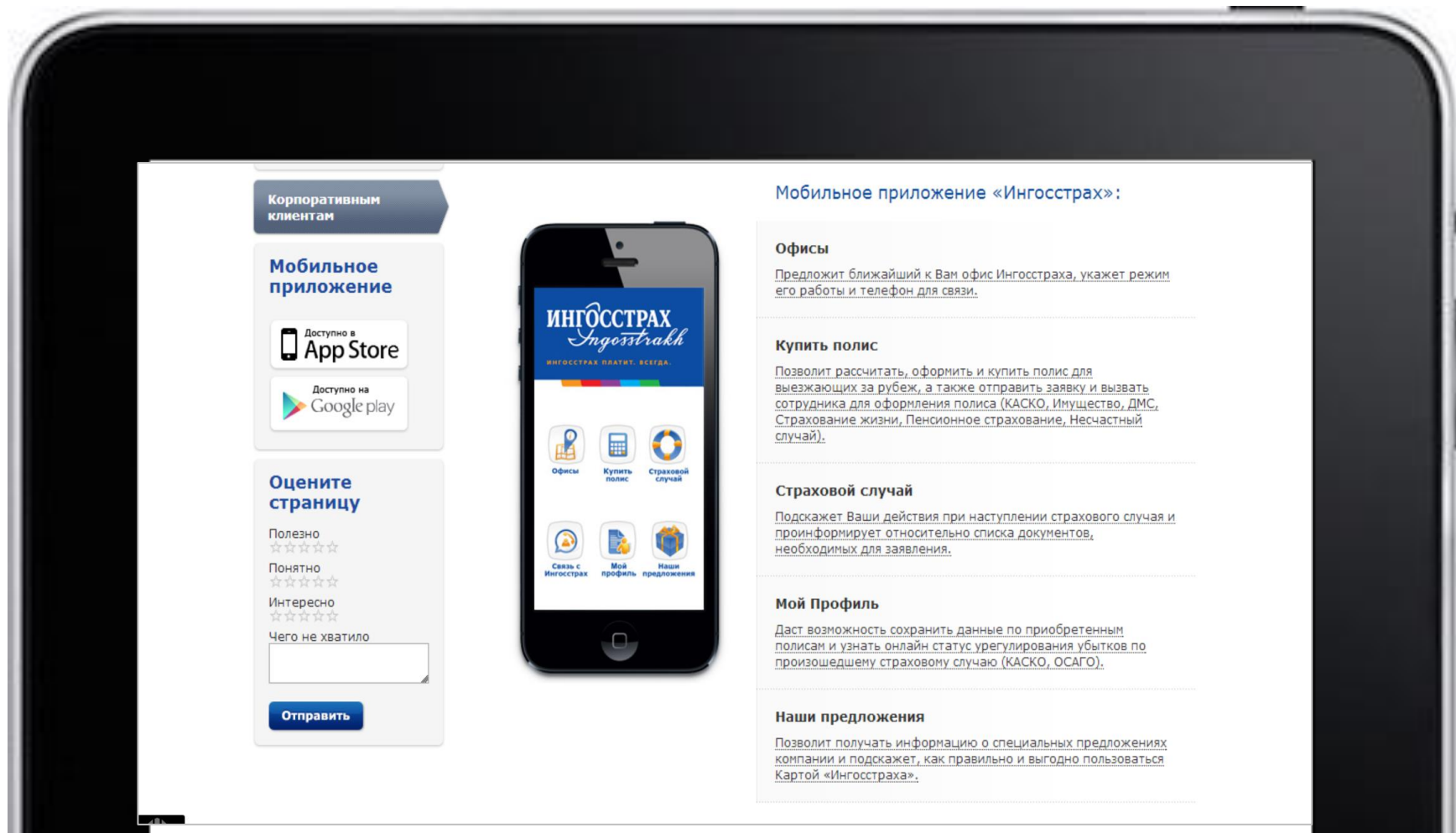
# Почему так не бывает

1. На сайтах страховых компаний информация о приложении отсутствует или незаметна;



# Почему так не бывает

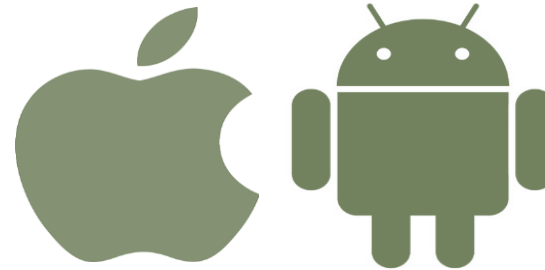
2. Отсутствует очевидная выгода (экономия времени или средств) от установки приложения



# Идеальный сценарий 2



Потребность  
в страховании



Поиск в App Store/  
Google Play по запросу  
«страхование»



Установка приложения

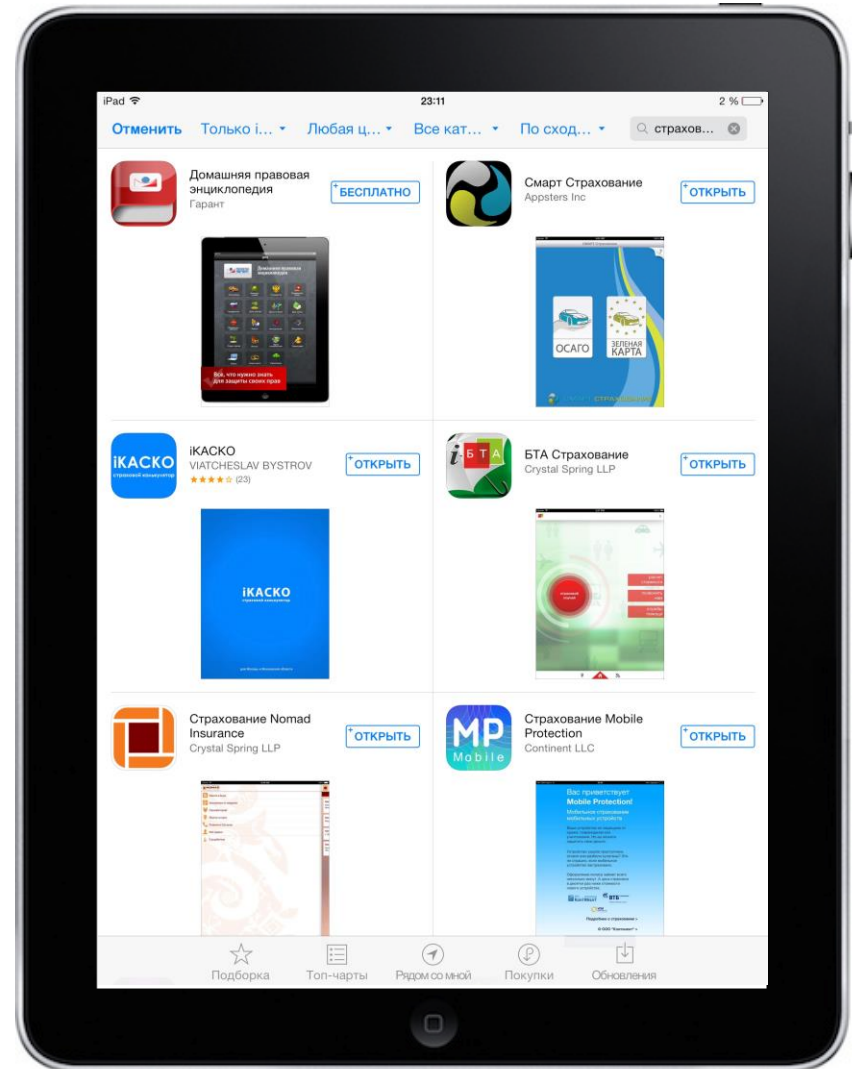


Заказ полиса

# Почему так не бывает

1. Пользователь не будет искать приложение по слову «страхование».

2. Если же он хочет страховаться в конкретной компании, то он должен откуда-то знать, что у нее есть приложение (см. сценарий 1)



# Почему так не бывает

3. Приложение должно вызвать очень большое доверие, чтобы:

- пользователь его установил;
- решил страховаться именно здесь;
- не стал бы сравнивать с другими компаниями в интернете.

4. Неизвестно, как такого доверия добиться.

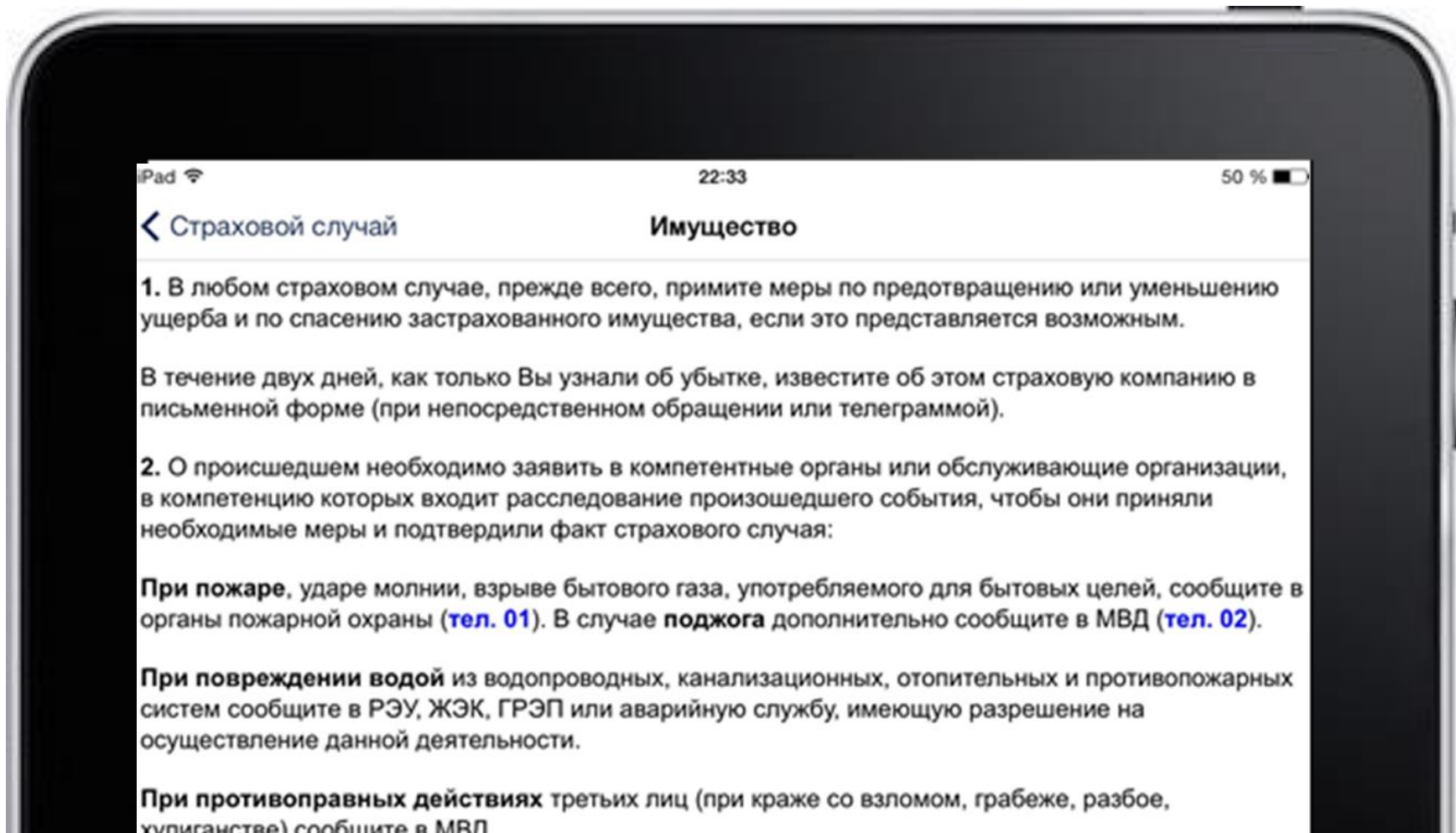


Почему им можно доверять?

# Немного про страховые случаи

# Что нужно пользователю?

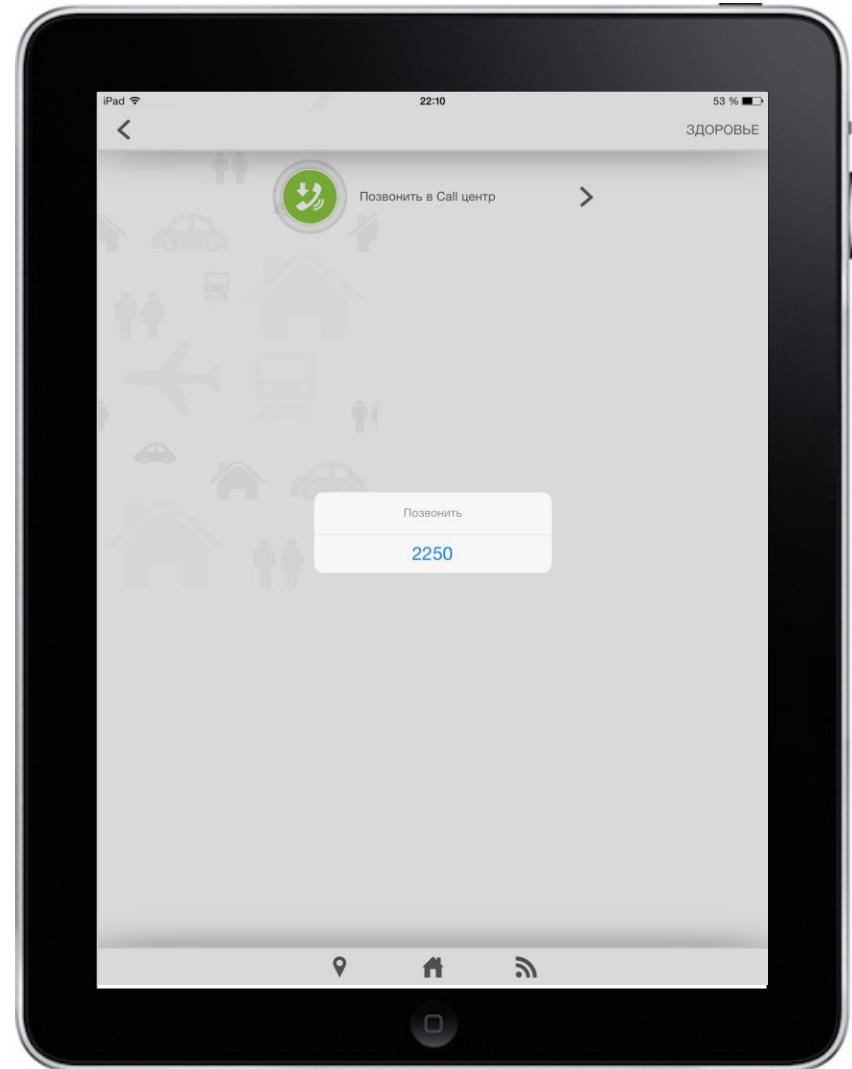
«Простыню» текста пользователь может найти и в интернете



...а номер телефона – в телефонной книге, в договоре, на визитке компании или в интернете

(это не значит, что телефоны и памятки не нужны,

но их явно не достаточно)



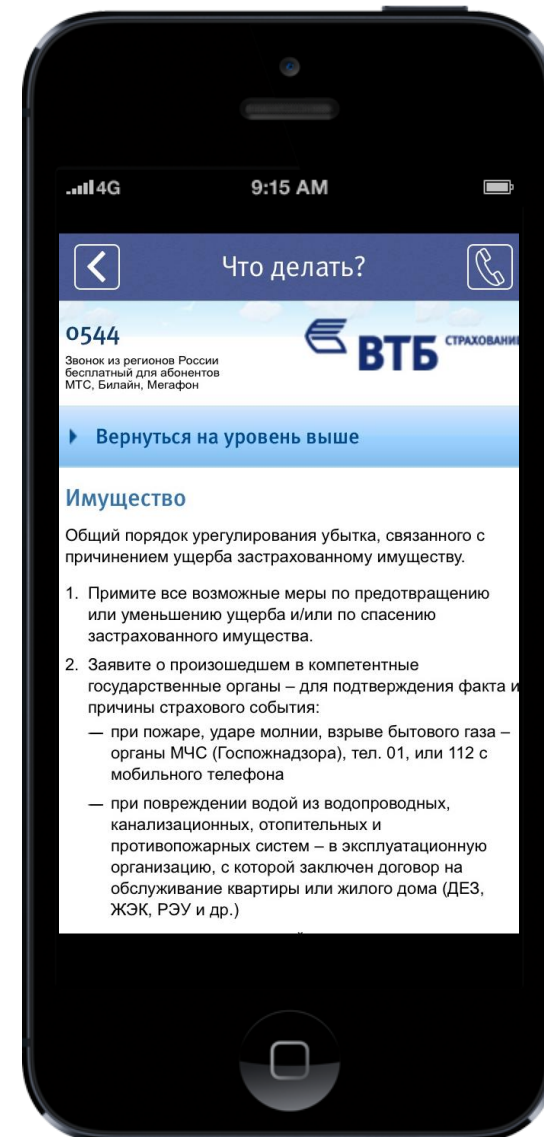


# Самая бессмысленная функция

Браузер

внутри приложения:

- неудобно;
- не работает без интернета;
- производит впечатление «халтуры»;
- бессмысленно.

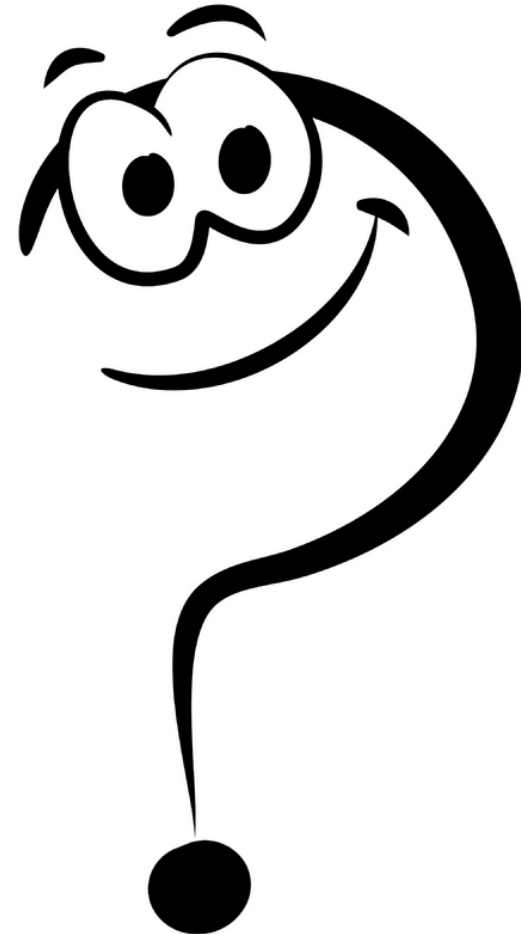


# Гипотезы USABILITYLAB

В приложении для страховых компаний в первую очередь нужны функции личного кабинета:

- ускорение подачи заявлений при страховых случаях;
- отслеживание статуса заявлений;
- полезные напоминания.

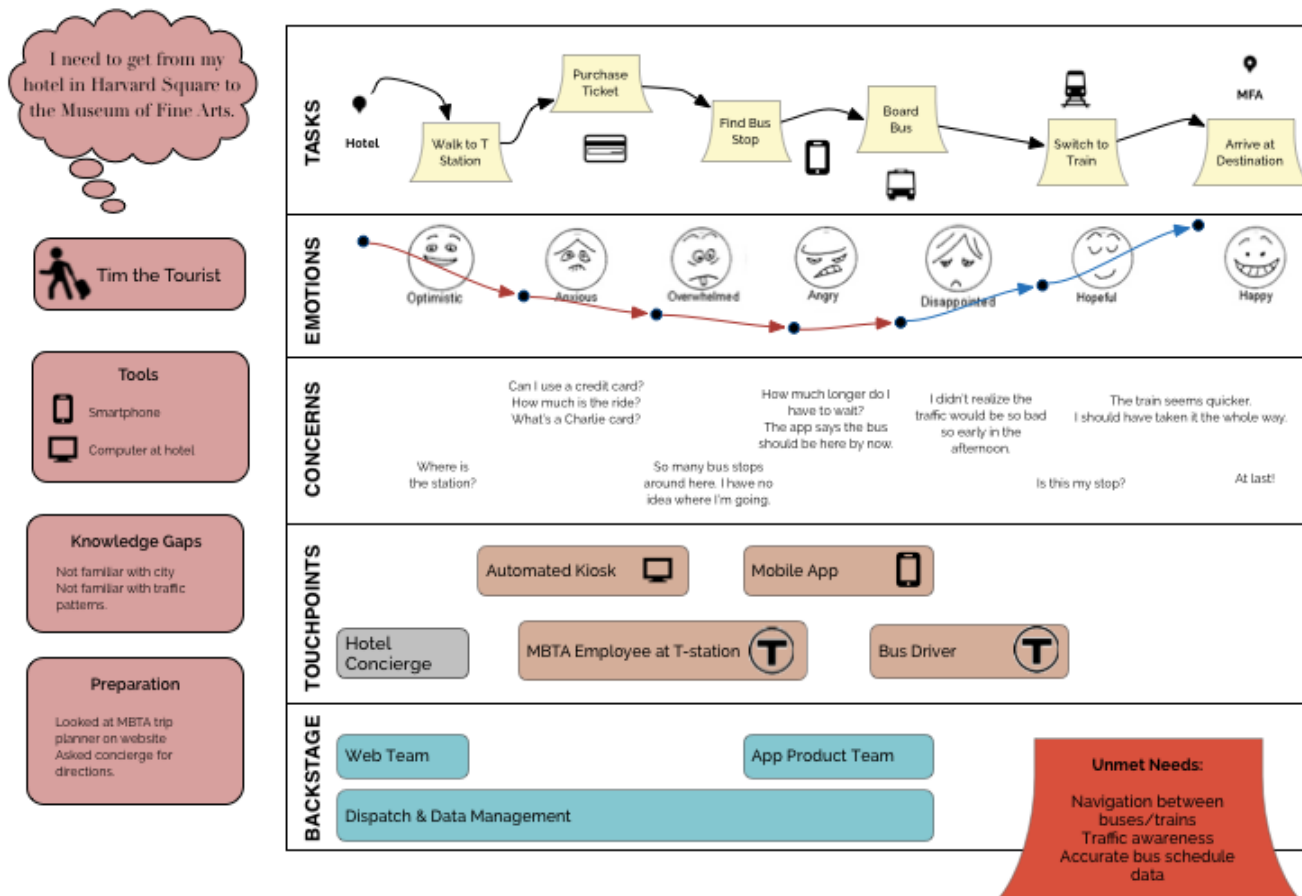
Но насколько мы правы?



# Как понять, что нужно пользователю

# Customer Journey Map

По шагам описываем весь опыт взаимодействия клиента с компанией



# Методы получения

Наблюдение

Интервью

Анализ документов

«Тайный покупатель»



# CJM: услуги USABILITYLAB

Находим и описываем  
все точки контакта  
клиента и компании;

описываем барьеры и  
мотиваторы;

считаем конверсию и  
KPI;

предлагаем решения  
по оптимизации.



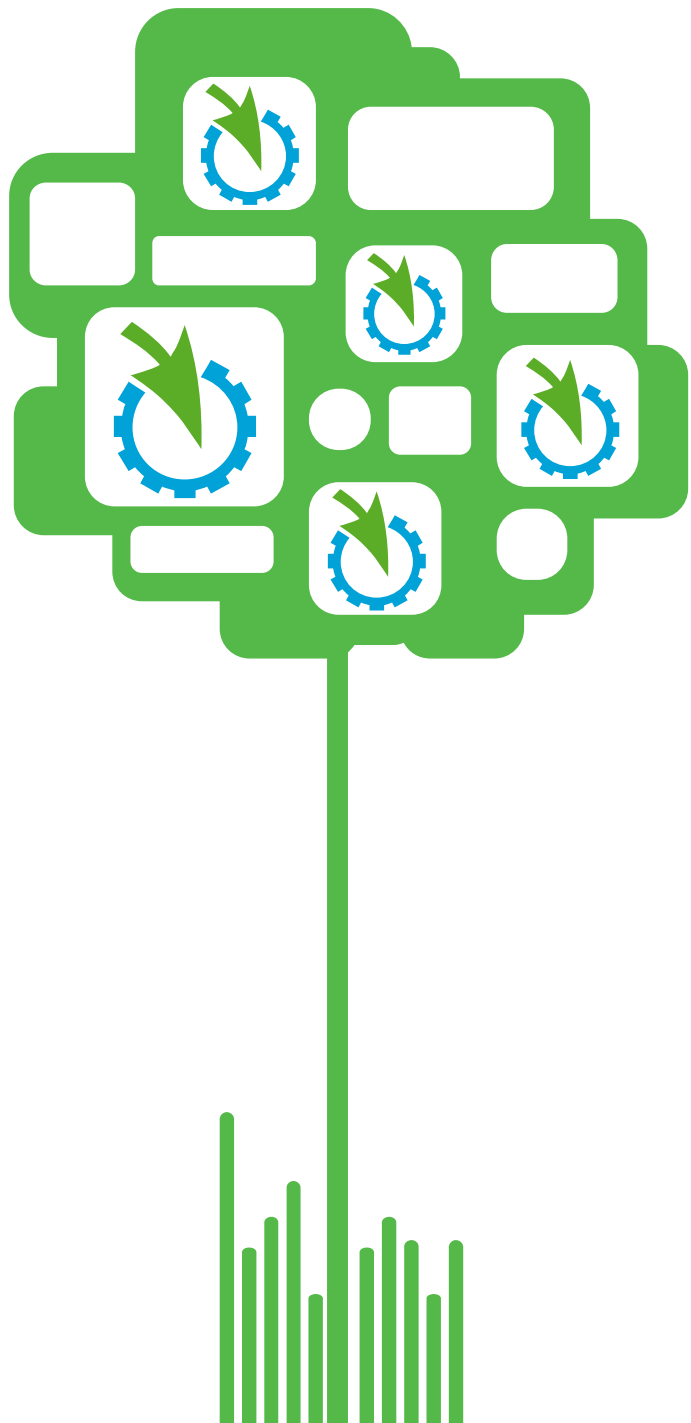
# Результат

Понимание  
«проблемных мест»  
взаимодействия  
пользователя и  
компании

Идеи по оптимизации  
количества и порядка  
шагов

Набор требований к  
функционалу  
приложения и/или  
контенту сайта





# Будем рады сотрудничеству!

Дмитрий Силаев

коммерческий директор  
USABILITYLAB

Тел.: +7 (926) 492-05-50

Тел.: +7 (495) 933-01-37

[d.silaev@usabilitylab.net](mailto:d.silaev@usabilitylab.net)

[www.usabilitylab.ru](http://www.usabilitylab.ru)

Автор презентации:

Мария Новикова, ведущий специалист USABILITYLAB

[m.novikova@usabilitylab.net](mailto:m.novikova@usabilitylab.net)