

OC w maszynach vendingowych

Sprzedaż obowiązkowych ubezpieczeń komunikacyjnych poprzez maszyny vendingowe jawi się jako doskonały grunt do oswajania kierowców z nową technologią, gdyż OC to produkt o stosunkowo prostej strukturze, a jego zakup dla większości kierowców jest rutynową czynnością. – **JACEK DYM CZAK**

Współcześnie, mierząc się z niezwykle silną konkurencją na rynku, ubezpieczyciele poszukują nowych kanałów dystrybucji pozwalających dotrzeć do jak największego grona klientów. Dodatkowo nasila się tendencja do zwiększania efektywności poprzez przyspieszanie i upraszczanie wszelkiego rodzaju transakcji. Powyższe okoliczności stworzyły warunki do wprowadzenia na rynek innowacji, jaką jest sprzedaż obowiązkowych ubezpieczeń komunikacyjnych OC dla pojazdów poprzez maszyny vendingowe. Automaty do sprzedaży swą premierę miały pod koniec XIX wieku i początkowo oferowały jedynie pocztówki, napoje czy gumy do żucia. Współcześnie gama produktów dostępnych przez maszyny vendingowe jest bardzo szeroka, z pewnością jednak nie jest to katalog zamknięty, a wyjście poza wachlarz artykułów oferowanych w automatach umożliwia sprzedaż sporego potencjału sprzedażowego.

OC A PUSZKA COCA-COLI

Na pierwszy rzut oka trudno dostrzec podobieństwo między ubezpieczeniem OC a puszką Coca-Coli. Są to dwa całkowicie różne produkty, które teoretycznie nie wykazują żadnych cech wspólnych. Niemniej, biorąc pod uwagę proces dokonywania zakupu, można je do siebie porównać, a tym samym zaoferować sprzedaż przez maszynę vendingową i osiągnąć sukces. Posiadanie ubezpieczenia OC jest obowiązkowe dla każdego kierowcy. Zakres ochrony jest regulowany ustawą, dlatego też wybór sprowadza się do decyzji, czy najważniejsza jest dla nas cena, renoma ubezpieczyciela, czy też produkty dodatkowe rozszerzające ubezpieczenie. **W maszynie vendingowej można w prosty sposób przedstawić klientowi spersonalizowane oferty zgodnie z wymienionymi kryteriami, a wybór sprowadzić do prostego kliknięcia, podobnie jak wybór smaku Coca-Coli.**

SZYBKO I ŁATWO

Głównym atutem maszyny vendingowej jest szybkość jej działania i intuicyjność obsługi. By dokonać zakupu, nie jest potrzebny dodatkowy personel, wystar-



Jacek Dymczak
jest architektem
rozwiązań biznesowych
w VSoft SA.

czy podłączyć urządzenie do prądu i jest ono gotowe do użycia. Potencjalny klient wybiera interesujący go produkt, płaci i w kilkanaście sekund, bez zbędnego czekania, transakcja jest zakończona. Ta sama idea przyświecała projektowi *newisomat*. **W niezwykle przystępny i – co ważne – anonimowy sposób newisomat w krótkim czasie prezentuje propozycje produktów kilkunastu ubezpieczycieli najbardziej liczących się na rynku.** By poznać ofertę, wystarczy zeskanować kod AZTEC zawarty w każdym dowodzie rejestracyjnym, bez wprowadzania szczegółowych danych pojazdu czy własnego numeru telefonu lub adresu e-mail. Dane kontaktowe potrzebne są dopiero podczas potwierdzania zakupu, którego można dokonać poprzez płatność kartą płatniczą lub jeden z systemów do opłacania rachunków (np. usługę Moje Rachunki). Klient otrzymuje od razu potwierdzenie w formie wydruku, które jest obowiązującym dokumentem w razie kontroli drogowej. Przedstawiony wyżej proces zajmuje około kilkudziesięciu sekund, a pozwala nabyć pełnowartościowy produkt, który jest objęty dalszą obsługą posprzedażową u agenta ubezpieczeniowego. Klient otrzymuje warunki ubezpieczenia pocztą elektroniczną, a wszystkie niezbędne dla ubezpieczycieli dane trafiają bezpośrednio do ich systemów informatycznych. Całe to zaplecze technologiczne jest dostarczane w ramach oferowanego rozwiązania wraz z urządzeniem.

JAK I GDZIE

Dodatkowo sam *newisomat* może być bodźcem do dokonania zakupu ubezpieczenia. Nie wszyscy kierowcy planują kupno OC z odpowiednim wyprzedzeniem, porównując oferty kilkunastu ubezpieczycieli

w internecie czy odwiedzając agenta ubezpieczeniowego. Dla części użytkowników pojazdów jest to obowiązek odkładany na ostatnią chwilę. W takich sytuacjach łatwa i szybka metoda poznania dostępnych ofert, porównania ich, a później zakupu wydaje się bardzo korzystnym rozwiązaniem. Szczególnie jeśli transakcji można dokonać przy okazji załatwiania innych spraw, najlepiej w jednym miejscu. Aktualnie takimi wielofunkcyjnymi centrami usług są na przykład galerie handlowe. Uniwersalność urządzenia *newisomat* sprawia, że może być to komplementarny kanał dystrybucji ubezpieczenia OC ustawiony w agencji lub też jako samodzielne stanowisko sprzedaży. Wystarczy niewielka powierzchnia w pasażu, porównywalna do potrzebnej do ustawienia bankomatu. **Autonomiczność urządzenia pozwala na postawienie go w wielu innych miejscach, gdzie potencjalni klienci, kierowcy dokonują zakupów: stacje paliw czy warsztaty samochodowe.**

Wspomniany już trend do upraszczania i przyspieszania transakcji nie jest nowym zjawiskiem. Kluczem do sukcesu, oprócz stworzenia odpowiedniego urządzenia czy oprogramowania jest przekonanie społeczeństwa do korzystania z owoców rozwoju techniki. Sprzedaż obowiązkowych ubezpieczeń komunikacyjnych poprzez maszyny vendingowe jawi się jako doskonały grunt do oswajania kierowców z nową technologią, gdyż OC to produkt o stosunkowo prostej strukturze, a jego zakup dla większości kierowców jest rutynową czynnością.

W niedalekiej przyszłości ten kanał dystrybucji może zostać wykorzystany do sprzedaży bardziej złożonych produktów, na przykład ubezpieczeń turystycznych. Znacząco rozszerzy to zakres potencjalnych punktów sprzedaży o lotniska, stoki narciarskie czy biura podróży, a tym samym zwiększy grono potencjalnych klientów. □

