



newisomat – nowy sposób dotarcia do wszystkich

Nowy model sprzedaży realizowany w sieci newisomatów nie tylko znacznie skraca czas zakupu, ale także pozwala dotrzeć z ofertą do wszystkich klientów

Dla kogo newisomat?

newisomat to platforma pośrednicząca między dostawcami produktów finansowych i usług, a klientami ceniącymi sobie oszczędność czasu i dostępność zakupu.

Jednym z obszarów zastosowania platformy jest sprzedaż produktów finansowych. Mogą to być ubezpieczenia komunikacyjne, turystyczne, grupowe, pożyczki, karty lojalnościowe, płatności rachunków, gry losowe, czy doładowania telefonów. Kolejny obszar to sprzedaż dowolnego rodzaju usług. Może to być szeroka gama usług concierge, usługi kulturalne i rozrywkowe, telekomunikacyjne, marketingowe oraz reklamowe (domy mediowe).

Klienci newisomatu to osoby prowadzące aktywny tryb życia, ceniące wygodę i dostępność produktów.

Dużą wagę przyłożyliśmy do intuicyjności korzystania z urządzeń. Osoba niezaawansowana technologicznie, rzadko korzystająca z Internetu nie będzie miała problemu z dokonaniem zakupu. Prowadzona krok po kroku, w razie potrzeby wsparta pomocą kontekstową z łatwością zapozna się z ofertą i wybierze najbardziej interesującą dla niej opcję.

Skąd pomysł, czy potrzebny jest kolejny model sprzedaży?

Inny, niespotykany dotąd model sprzedaży to z jednej strony nowe szanse na



dotarcie do klientów, z drugiej strony sposób na łatwy i szybki zakup potrzebnych produktów i usług. Projekt newisomatu powstał na bazie dążenia do ułatwienia klientom zakupu ubezpieczenia i skrócenia czasu, jaki muszą na ów zakup przeznaczyć. Rozpoczęliśmy pracę nad ubezpieczeniami, mając jednak w planie zwiększenie zakresu o kolejne produkty. Na początku zadaliśmy sobie pytanie: w jaki sposób uprościć sam proces sprzedaży, później stanęliśmy przed wyzwaniem zniesienia ograniczeń lokalizacyjnych. Powstała koncepcja newisomatu, która zakładała, że w kilku krokach, bez konieczności wprowadzania zbędnych danych, klient kupuje wymarzone ubezpieczenie. Uproszczenie procesu zrealizowaliśmy m.in. przez zautomatyzowanie wczytywania niezbędnych informacji dokonywane przez skanowanie dokumentów. Poradziliśmy sobie również z lokalizacjami – nasze urządzenie nie potrzebuje obsługi pracowników podczas sprzedaży. Dzięki tym rozwiązaniom udaje nam się dotrzeć do klientów, do których do tej pory nie udało się dotrzeć innym.

Jak to działa?

Zakup wybranego produktu dokonywany jest w urządzeniu wyposażonym w dotykowy ekran, drukarkę, skaner oraz opcjonalnie czytnik kart płatniczych. Jednym z podstawowych założeń, jakie przyjęliśmy, tworząc naszą platformę sprzedaży, było maksymalne uproszczenie procesu zakupu, które z jednej strony skraca czas jego dokonania, a z drugiej sprzyja ergonomii, prostocie i przystępności zakupów. W przypadku niektórych produktów, na przykład ubezpieczenia komunikacyjnego OC, udało nam się zamknąć cały proces w trzech głównych krokach.

Jedna minuta to czas potrzebny na zakup obowiązkowego ubezpieczenia OC po zeskanowaniu kodu znajdującego się na ostatniej stronie dowodu rejestracyjnego pojazdu. Odczytane informacje umożliwiają skalkulowanie składki i zaproponowanie warunków ubezpieczenia wybranego Towarzystwa Ubezpieczeniowego.

- Krok 1. Automatyczne wprowadzenie danych do kalkulacji składki.
- Krok 2. Wybór oferty.
- Krok 3. Wydrukowanie potwierdzenia zawarcia polisy, dodatkowo możliwe jest również potwierdzenie e-mailowe lub wiadomością SMS.

miesiąca programu przeprowadziliśmy badanie wśród klientów i potencjalnych klientów zapoznających się z urządzeniami i ofertą. Najczęściej występujące opinie podkreślały intuicyjność interfejsu oraz szybkość zakupu polisy.



W wypadku innych rodzajów produktów istnieje możliwość ręcznego wprowadzenia danych. Ubezpieczenie jest zawarte w momencie dokonania płatności w kasie, w automacie lub przez płatności mobilne.

Platforma umożliwia wyszukanie produktu spośród ofert największych Towarzystw Ubezpieczeniowych w Polsce. Klient ma też możliwość zapoznania się z Ogólnymi Warunkami Ubezpieczenia oraz wydrukowania oferty. Po wybraniu oferty klient dokonuje zakupu ubezpieczenia, otrzymuje potwierdzenie transakcji, a jeśli jest to konieczne, umowa dostarczana jest przesyłką kurierską.

Oferując tę nową formę sprzedaży, pragniemy wykorzystać przyzwyczajenia klienta do zakupów w markecie: podobnie jak w markecie, w wypadku zakupu w newisomacie klient podchodzi do produktu, wybiera go i następnie płaci.

Pierwsze efekty

W styczniu bieżącego roku zakończyliśmy program pilotażowy. W jego ramach w kilkunastu punktach na stacjach paliw w Krakowie, Warszawie i okolicach stanęły urządzenia newisomat. W ofercie pilotażowej znalazły się ubezpieczenia komunikacyjne OC. W trakcie pierwszego

Naszymi partnerami w programie pilotażowym byli: multiagencja (która odpowiadała wobec Towarzystwa Ubezpieczeniowego za rozliczanie składek) oraz Towarzystwo Ubezpieczeniowe (które udostępniło dedykowaną dla urządzeń newisomat usługę pozwalającą na przygotowanie oferty i zawarcie umowy ubezpieczenia Odpowiedzialności Cywilnej Posiadaczy Pojazdów Mechanicznych). Dostrzegli oni innowacyjność, potencjał projektu i korzyści biznesowe płynące z jego wdrożenia:

- pozyskanie nowych klientów,
- rozwinięcie sieci sprzedaży o lokalizacje wcześniej niedostępne dla usługodawców,
- skrócenie czasu potrzebnego na dokonanie zakupu,
- błyskawiczne pozyskiwanie danych potrzebnych w procesie transakcyjnym bez konieczności ich ręcznego wprowadzania (np. skanowanie dowodu osobistego/rejestracyjnego pojazdu),
- szybkie i precyzyjne kalkulowanie ofert na podstawie minimalnej ilości danych,
- łatwy zakup wybranego produktu także przez klientów niezaawansowanych technologicznie i niekorzystających na co dzień z Internetu i urządzeń mobilnych dzięki intuicyjnemu interfejsowi. ■