Здравствуйте! Я Артём, специалист по разработке digital-проектов. Мы обсудим требования к вашему сайту для страховой компании.

**Первый вопрос:**  
Какие ключевые задачи должен решать ваш сайт?

*(Пример вашего возможного ответа, чтобы диалог был реалистичным:)*  
*"Нам нужно увеличить конверсию в оформление полисов и сократить нагрузку на кол-центр"*

**Если ответ будет таким, я:**

1. **Зафиксирую:** *"Основная цель — повышение конверсии в продажу полисов и разгрузка операторов"*.
2. **Уточню:**  
   *"Какой сейчас процент клиентов оформляет полисы онлайн, а какой — через звонки? Есть ли у вас данные?"*

**Или, если вы ответите иначе, например:**  
*"Важно дать клиентам прозрачный расчет тарифов"*  
**Я:**

1. Отмечу: *"Приоритет — прозрачность калькулятора страховки"*.
2. Спрошу:  
   *"Какие виды страхования должны быть в калькуляторе (ОСАГО, каско, жильё)? Нужна ли интеграция с базами ГИБДД или Росреестра?"*

**Готов продолжить!** Озвучьте ваш ответ на первый вопрос о задачах сайта.

*(Помните: я жду реплику "заказчика", чтобы реагировать естественно, а не описывать гипотетические ответы.)*

Первая задача сайта, увеличить прирост страхователей

Edit

**Артём:**  
Отлично, фиксирую: *"Главная KPI — увеличение количества новых страхователей"*.

**Уточняющие вопросы:**

1. \*"Какой текущий месячный прирост клиентов у вас сейчас? Есть ли целевой показатель (например, +20% за полгода)?"\*
2. *"Какие каналы привлечения будут работать с сайтом (контекстная реклама, SEO, соцсети)? Нужны ли специальные landing-страницы под разные рекламные кампании?"*

**Пример вашего ответа для продолжения диалога:**  
\*"Сейчас прирост 500 клиентов/месяц, цель — 800. Основной канал — Яндекс.Директ, но хотим активнее задействовать SEO."\*

**Как я обработаю такой ответ:**

* Отмечу: *"Требуется интеграция с Яндекс.Метрикой и сквозной аналитикой для отслеживания ROI рекламы"*.
* Предложу: *"Для SEO проработаем контент-план: гайды по страхованию, разборы спорных случаев — это привлекает органический трафик"*.

**Ваш ход:** Уточните детали целевых показателей или каналов привлечения.

Целевые показатели канала в Телеграм 1000 человек в месяц, нужно увеличить данный показатель

Edit

**Артём:**  
Фиксирую: \*"Телеграм-канал должен привлекать 1000 новых страхователей в месяц. Текущий показатель — ? (укажите, если есть данные)"\*.

**Уточнения:**

1. **По каналу:**  
   *"Какие форматы контента уже работают в Телеграме (новости, квизы, боты-калькуляторы)? Нужна ли интеграция сайта с Telegram-ботами для оформления полисов прямо в мессенджере?"*
2. **По метрикам:**  
   *"Какой сейчас CTR у ваших сообщений в Telegram? Есть ли данные по конверсии в оформление полисов из этого канала?"*
3. **По сайту:**  
   *"Нужны ли на сайте специальные промо-блоки для телеграм-аудитории (например, эксклюзивные тарифы или чат-поддержка через Telegram)?"*

**Пример технических решений:**

* Раздел *"Акции в Telegram"* с QR-кодами на подписку
* Бот для проверки КБМ по базе РСА с подпиской на канал
* Веб-версия Telegram-чата на сайте

**Ваш ход:** Уточните, какие инструменты в Telegram уже используются и какие боли есть у текущей аудитории канала.

*(Например: "Сейчас только новости компании — конверсия 2%. Хотим внедрить интерактивные сценарии.")*

вторая задача сайта прозрачность цен для клиентов

Edit

**Артём:**  
Фиксирую вторую ключевую задачу: *«Прозрачность формирования цен на страховые продукты»*.

**Уточняющие вопросы:**

1. **О калькуляторах:**  
   *«Какие виды страхования требуют детализации цен (ОСАГО, каско, ипотечное)? Должен ли калькулятор показывать сразу итоговую цену или поэтапно (базовая ставка → коэффициенты → скидки)?»*
2. **О данных:**  
   *«Нужна ли интеграция с внешними источниками (база РСА для ОСАГО, справочник средних цен на авто для каско)? Если да — есть ли у вас доступ к этим API?»*
3. **О визуализации:**  
   \*«Как клиент должен видеть "разбор цены"? Предпочтительны:
   * Интерактивная схема (например, колесо с долями факторов)
   * Таблица с построчной расшифровкой коэффициентов
   * Сравнение с конкурентами в виде графика»\*

**Пример решений:**

* **Динамический калькулятор** с показом изменений цены в реальном времени при корректировке параметров (например, увеличение франшизы снижает платеж).
* **PDF-чекер** для загружаемых клиентом полисов: система выделит скрытые комиссии и объяснит каждый пункт.
* **Виджет «Почему так дорого?»** — кнопка, которая показывает региональные/статистические данные, влияющие на тариф.

**Ваш ход:** Уточните, какие страховые продукты нуждаются в максимальной прозрачности и есть ли у клиентов частые претензии по ценообразованию.

\*(Например: «Для ОСАКО 70% жалоб — из-за непонятного коэффициента «мощность авто». Нужно выделять этот параметр отдельно».)\*

Для страхования транспорта фиксированная ставка 20000. Клиенты не довольны этим

Edit

**Артём:**  
Фиксирую проблему: \*«Фиксированная ставка 20 000 ₽ для страхования транспорта вызывает недовольство клиентов из-за отсутствия гибкости»\*.

**Уточняющие вопросы и предложения:**

1. **Причины фиксированной ставки:**  
   \*«Связана ли эта ставка с техническими ограничениями (например, интеграция с legacy-системами) или это маркетинговое решение? Можно ли внедрить динамический расчет, сохранив 20 000 ₽ как базовый тариф?»\*
2. **Альтернативы для клиентов:**  
   \*«Предполагаете ли вы:
   * Разделение на пакеты (например, «Эконом» за 15 000 ₽ с ограниченным покрытием, «Премиум» за 25 000 ₽ с доп. услугами)?
   * Добавление опции «Регулируй сам» — клиент снижает цену, увеличивая франшизу?»\*
3. **Визуализация обоснованности цены:**  
   \*«Если ставка неизменна, нужно объяснить ее выгоду. Например:
   * Сравнение: «20 000 ₽ = 5 чашек кофе в месяц для защиты авто на 1 млн ₽»
   * Инфографика: «Что входит: эвакуатор, ремонт стекол, угоны — всё без доплат»\*

**Технические решения:**

* **Калькулятор-«антистресс»**:  
  *«Вместо изменения цены сайт показывает, какие риски покрываются за 20 000 ₽ (ползунки ущерба, где сумма фиксирована, а объем услуг меняется визуально)»*.
* **Чат-бот с возражениями**:  
  *«При клике «Дорого!» бот приводит аргументы: статистику выплат, примеры из практики»*.

**Ваш ход:** Уточните, готовы ли вы пересмотреть подход к ценообразованию или нужно сохранить ставку, но улучшить ее восприятие?

*(Например: «Это требование головного офиса. Нужно сделать ставку менее болезненной для клиентов».)*