



Номинация: ЗА РАЗВИТИЕ ЦИФРОВЫХ И ФИНАНСОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОМ БИЗНЕСЕ

## Кейс Altcraft Platform для Группы «АльфаСтрахование»: увеличили уровень повторных онлайн-покупок на 49%

Группа «АльфаСтрахование» — крупнейшая частная страховая компания России с универсальным портфелем страховых услуг, включающим как комплексные программы защиты интересов бизнеса, так и широкий спектр страховых продуктов для частных лиц. Компания предлагает клиентам более 200 решений по всем ключевым видам страхования. Группа «АльфаСтрахование» занимается автоматизацией бизнес-процессов с 1992 года, а CRM-автоматизацией через Altcraft Platform последние два года.

«АльфаСтрахование» является безусловным лидером в онлайн-страховании, чья доля рынка составляет почти 21%.

### Задача

«АльфаСтрахование» ведет коммуникации с миллионами клиентов, основываясь на персональные и поведенческие данные. Это происходит с использованием машинного обучения. Выводить такое огромное количество данных из системы во внешнюю среду невозможно.

Перед компанией стояла задача найти решение, способное работать с внутренней CDI системой и не передавать данные в облачные сервисы. Такая платформа должна быть гибкой и легко адаптироваться под изменяющиеся требования компании. В результате выбор пал на Altcraft Platform.

### Результат

Altcraft Platform вместе с системой CDI создала микросегменты и запустила триггеры с учетом известных данных о пользователях. Благодаря этому сделали Email-, Push- и SMS-кампании персонализированными и максимально вовлекли клиентов в коммуникацию.

Также объединили данные клиентов из всех источников. Вся информация о пользователях стала храниться в одном месте, что позволило маркетологам «АльфаСтрахования» полностью контролировать данные и работать с клиентами без ограничений.

Уже за первый год работы «АльфаСтрахования» с Altcraft Platform компания достигла следующих результатов:

- благодаря машинному обучению, сегментации и микроперсонализации создали шаблоны для рекламных кампаний, показавшие высокий результат;
- добились значительных показателей микроперсонализированных сообщений: Open Rate составил 42%, CTR — 36%;
- увеличили уровень повторных покупок на 49%;
- доход со всех каналов увеличился на 30%.

## Что для этого сделали

В первую очередь настроили микроперсонализированные коммуникации с клиентами. Для этого поделили сегменты пользователей на микросегменты для каждой точки контакта по следующим параметрам: действующие продукты, обращения в компанию, страховые случаи, этапы расчета и т.д. Благодаря этому сформировались персональные ссылки и наборы данных, которые передавались напрямую в платформу. Затем в платформе производилась дополнительная сегментация по нагрузке клиентов, после чего запросы распределились по каналам.

Сценарий работы был следующий:

- клиенту отправлялось email-письмо или push-уведомление;
- если клиент никак не отреагировал на email или push, ему отправлялось sms;
- если и sms остался без реакции, пользователю поступал звонок от робота;
- в случае, если после этих коммуникаций клиент не предпринимал никаких действий, с ним связывался менеджер Группы «АльфаСтрахование».

В платформе составили Customer Journey Map, что позволило управлять всеми маркетинговыми процессами в одном окне Altcraft Platform. Такая стратегия удержала клиентов и вовлекла их в диалог с компанией. После всех манипуляций платформа фиксировала полученные результаты и передавала их в систему CDI для обработки. Все письма в платформе составлялись на основе данных из системы CDI. Для сообщения типа «Автоматическая продажа» комбинировалось 10 предложений и 10 психотипов. В итоге получилось 1000 вариантов одного письма. С ростом подобных предложений до 50 число вариаций увеличилось до 25 000. Отправляя такое сообщение, компания попадала точно в цель. Клиенту же оставалось удивиться своевременности нужного предложения и нажать кнопку «Оплатить». Кроме того, клиент прямо в сообщении мог указать, что сейчас его интересует другой продукт и попросить напомнить ему об этом предложении позже.

Платформа фиксировала ответ, запускала соответствующие триггеры и отправляла данные для обработки в систему CDI.

## Отзыв клиента

«Мы искали сервис автоматизации маркетинга, который мог бы работать внутри нашей сети без переноса данных в облачные сервисы. Altcraft Platform — это, пожалуй, единственная мультиканальная платформа, которая может быть адаптирована под компанию и может работать внутри синхронно. Теперь все данные хранятся в одном месте и не передаются в потенциально ненадежные облака».

Дмитрий Леонов, CRM-маркетолог Группы «АльфаСтрахование»

## Подводим итоги

Группа «АльфаСтрахование» настроила микроперсонализированные коммуникации на всех этапах жизненного цикла клиентов. На основе данных из системы CDI запустили около 500 триггеров с тысячами вариаций сообщений. Кроме того, увеличили уровень повторных покупок товаров на 49% и повысили продажи более чем на 30%. Также построили Customer Journey Map и создали маркетинговые сценарии в одном окне Altcraft Platform.

В планах на будущее подключить оставшиеся онлайн-продукты и увеличить задействованные точки контакта с клиентами.