

Profil i obsługa klienta na Facebooku

- **UNIQA Polska uruchomiła profil na Facebooku**
- **Celem jest budowa pozytywnego wizerunku marki oraz obsługa klientów**
- **Za pośrednictwem czatbota na Messengerze będziemy odpowiadać na pytania klientów 24/7**

Dziś wystartował profil UNIQA Polska na Facebooku. Będziemy na nim promować główne przesłanie marki: Ciesz się życiem, a także jej misję: Żyjmy bezpieczniej, lepiej, dłużej. Najistotniejszym celem wejścia w kolejny kanał mediów społecznościowych jest obsługa klientów. W aplikacji Messenger działa czatbot, który przez 24 godziny na dobę 7 dni w tygodniu odpowiada na pytania klientów i pomaga rozwiązywać ich sprawy.

*- Traktujemy Facebook przede wszystkim jako kolejny kanał kontaktu z klientami. Dlatego postawiliśmy silny nacisk na obsługę klientów. Elementem profilu jest komunikator, który będzie miał wbudowanego bota odpowiadającego na pytania klientów 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu – mówi **Katarzyna Ostrowska**, dyrektor Departamentu Marketingu i PR w UNIQA Polska.*

Czatboty oparte o mechanizmy automatyzacji dobrze sprawdzają się w rozwiązywaniu nieskomplikowanych spraw.

*- Chatbot to dla klientów UNIQA bardzo konkretny drogowskaz do informacji, których w danym momencie potrzebują. Dzięki temu, że działa na popularnym Messengerze, jest zawsze pod ręką. Nie tylko usprawnia obsługę klienta, ale jest też krokiem w kierunku automatyzacji całego procesu. - mówi **Mariusz Pelechaty**, CEO KODA Bots, startupu, który dostarcza UNIQA rozwiązanie czatbota. - W branży, w której tak bardzo liczy się szybkość odpowiedzi na zgłoszenie, chatbot skraca czas reakcji firmy i pozwala klientowi poczuć się bezpiecznie - zaznacza Pelechaty.*

Szybkość reakcji jest dla klientów kluczowym wyznacznikiem jakości obsługi. 54 proc. konsumentów i 80 proc. klientów biznesowych oczekuje, że firmy będą im odpowiadać natychmiast (Źródło: State of Service 2017). Dotyczy to także klientów firm ubezpieczeniowych. Wiemy to z własnych doświadczeń. Kilka miesięcy temu wprowadziliśmy cykliczne wysyłanie SMS-ów, bądź mejli z informacją o statusie szkody. Dzięki bieżącej informacji, klienci obecnie rzadziej się z nami kontaktują oraz mniej interweniują.



- W nowej strategii UNIQA Polska na lata 2019-2023 stawiamy na zmianę filozofii podejścia do klienta. Nie chcemy być wyłącznie dostawcą ochrony ubezpieczeniowej. Chcemy tworzyć dla naszych klientów konkretną wartość, która wpasuje się w ich styl życia i odpowie na codzienne potrzeby. Poprawa jakości obsługi klientów jest tu istotnym elementem. Jesteśmy bowiem przekonani, że obsługa klienta jest jednym z kluczowych obszarów budowania przewagi konkurencyjnej – mówi **Katarzyna Ostrowska**. – Czatbot w Messengerze, stała poprawa infolinii, upraszczanie formularzy kontaktowych na stronie www, lepszy serwis likwidacyjny - to dopiero początek zmian w zakresie obsługi klientów.

Nie zapominamy także o marketingowym charakterze obecności w mediach społecznościowych. Na Facebooku będziemy promować główne przesłanie marki: Ciesz się życiem, a także jej misję: Żyjmy bezpieczniej, lepiej, dłużej.

- Profil na Facebooku nie jest dla nas jednak narzędziem do promowania ubezpieczeń. Będzie służył do wzmacniania wizerunku marki UNIQA, jako eksperta na rynku oraz do szerzenia wiedzy o ubezpieczeniach – dodaje **Ostrowska**.

Nazwa profilu na Facebooku UNIQA Polska to kontynuacja naszych profili w innych mediach społecznościowych – na Twitterze, Instagramie, YouTube.

Agencją wspierającą polskie spółki UNIQA w prowadzeniu profilu jest Bluerank.

UNIQA Polska

Spółki UNIQA w Polsce koncentrują się na trzech segmentach. Są to UNIQA dla Ciebie, czyli oferta dla klientów indywidualnych, UNIQA dla Biznesu, czyli ubezpieczenia dla dużych firm oraz UNIQA dla Mieszkalnictwa, czyli polisy dla klientów z sektora mieszkalnictwa. Dla tych trzech segmentów ma kompleksową ofertę ubezpieczeń majątkowych, komunikacyjnych i życiowych. UNIQA jest liderem w ubezpieczeniach majątku spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych w Polsce. Ubezpiecza 70 proc. spółdzielni mieszkaniowych i ponad 40 proc. wspólnot mieszkaniowych. Polisy UNIQA można kupić w około 200 placówkach wyłącznych, jak też w multiagencjach oraz u brokerów. UNIQA uzyskała tytuł Instytucji Roku nadany przez niezależny portal MojeBankowanie.pl za rok: 2015, 2016, 2017 i 2018. Pod koniec 2017 r. ubezpieczenie mienia za składką płatną miesięcznie, które dedykowane jest lokatorom spółdzielni i wspólnot mieszkaniowych, po raz trzeci uzyskało certyfikat „Dobra Polisa”. Z kolei w 2018 r. ubezpieczenie na życie Beztroskie Dziecko zostało wyróżnione tytułem Rodzinnej Marki Roku. Inwestorem strategicznym spółek jest europejski holding ubezpieczeniowy o austriackich korzeniach - UNIQA Insurance Group AG.

Więcej informacji: www.uniqa.pl

Grupa UNIQA

Grupa UNIQA należy do czołowych grup ubezpieczeniowych na rynkach w Austrii i Europie Środkowo-Wschodniej. Około 20 tys. pracowników i partnerów wyłącznych obsługuje 10,1 mln klientów. UNIQA jest drugą co do wielkości grupą ubezpieczeniową w Austrii z ok. 21-proc. udziałem w rynku. W 2018 r. Grupa UNIQA zebrała 5,4 mld euro składki. Działa w 18 krajach europejskich. Jest obecna w 15 krajach w regionie Europy Środkowo-Wschodniej: Albanii, Bośni i Hercegowinie, Bułgarii, Chorwacji, Czechach, na Węgrzech, w Kosowie, Macedonii, Czarnogórze, Polsce, Rumunii, Rosji, Serbii, Słowacji oraz na Ukrainie. Do Grupy UNIQA należą również spółki ubezpieczeniowe w Szwajcarii i Liechtensteinie.

Więcej informacji: www.uniqagroup.com

KONTAKT DLA MEDIÓW:

Katarzyna Ostrowska
rzeczniczka prasowa UNIQA
tel. (+48) 697 770 498
e-mail: katarzyna.ostrowska@uniqa.pl
tt/instagram @uniqapolska