**Leadenhall: agenci zarobią na linkach sprzedażowych**

* **25 marca wszyscy agenci Leadenhall zyskali nowe narzędzie, które umożliwia ich klientom dokończenie zakupu ubezpieczenia online.**
* **Każda zawarta na odległość umowa zasila konto agenta, którego unikalny kod wpisany jest automatycznie w przekazywany klientowi formularz.**
* **Sprzedawać tym kanałem można na początek dwa ubezpieczenia – na życie LifeUp oraz od utraty dochodu dedykowane księgowym.**
* **Dzięki uproszczonemu zestawowi pytań, klient otrzymuje ofertę w 30 sekund, a do podpisania umowy wystarczy mu kilka minut.**

Leadenhall rozpoczyna sprzedaż w modelu B2B2C w całej sieci agencyjnej. Od teraz, każdy pośrednik może wysłać klientowi link inicjujący proces sprzedaży lub kod QR, w którym „zaszyty” jest także jego unikalny identyfikator. Konsument w dogodnym dla siebie miejscu i czasie zapoznaje się z produktem, wylicza składkę, wybiera ofertę, wypełnia formularz, opłaca polisę, a w przypadku produktu LifeUp weryfikuje także swoją tożsamość online. Agent otrzymuje pełną prowizję, a polisa i oferta trafiają na jego konto w systemie transakcyjnym Leadenhall Insurance System (LIS).

- Od zawsze powtarzamy, że agenci znajdują się w centrum naszej uwagi, a wprowadzonym właśnie rozwiązaniem pokazujemy, że za deklaracją idą konkretne działania. Dajemy pośrednikom szansę na poprawę efektywności i wprowadzenie relacji z klientami w XXI wiek. Korzyści są nie do przecenienia – sprzedaż odbywa się dzięki agentom, ale nie muszą oni już wyliczać i prezentować oferty, wypełniać formularzy z danymi osobowymi, zadawać klientom krępujących pytań o PESEL czy stan zdrowia. Nie uczestniczą także w pobieraniu składki czy weryfikacji tożsamości kupującego. Oszczędzają w ten sposób czas, a należna im prowizja nalicza się automatycznie i to w tej samej wysokości, co w tradycyjnym modelu sprzedaży - wyjaśnia Rajmund Rusiecki, CEO w Leadenhall Insurance.

**Na życie i od utraty dochodu**

Obsługa transakcji w bardzo prosty sposób opiera się na dobrze znanym agentom systemie LIS. Zalogowany do niego pośrednik otrzymuje osobisty kod QR lub link, który przekazuje klientowi. Starannie dobrane do „samoobsługi” produkty to:

* **Leadenhall LifeUp** – ubezpieczenie na życie, które można kupić bez zbędnych formalności, takich jak badania lekarskie czy ankieta medyczna. Polisa zapewnia wypłatę 100% sumy ubezpieczenia (maks. 500 tys. zł) w przypadku śmierci w wypadku oraz rosnącą z czasem sumę ubezpieczenia w razie śmierci z innej przyczyny. Produkt adresowany jest do osób w wieku od 18 do 60 lat. Sprawdza się m.in. jako finansowe zabezpieczenie rodziny lub sposób na spłatę prywatnych i zawodowych zobowiązań. Bezpieczeństwo wypłaty gwarantuje reasekuracja w Reinsurance Group of America (RGA).
* **Ubezpieczenie utraty dochodu dla księgowych** zapewnia finansowe wsparcie w razie niezdolności do pracy, do której doszło w wyniku choroby lub nieszczęśliwego wypadku. Ochrona gwarantuje wysokie wypłaty miesięczne (do 65% przychodów sprzed okresu ubezpieczenia) przez nawet 2 lata. Ubezpieczycielem jest prestiżowy i od zawsze specjalizujący się produktach niszowych Lloyd’s.

- Oddajemy w ręce agentów technologię, z którą wiążemy duże nadzieje. Na otwarcie wybraliśmy dwa produkty, ale oczywiście dość szybko zamierzamy skierować do tego modelu kolejne. Przejrzysta konstrukcja polis Leadenhall i elastyczność naszego systemu transakcyjnego sprawiają, że nie mamy w tym zakresie zaporowych ograniczeń. Choć oczywiście pewien „reinżyniering” jest niezbędny, by klient sam łatwo poradził sobie z transakcją. Będziemy uważnie wsłuchiwać się w głos agentów i dalszy rozwój tego modelu sprzedaży w dużej mierze uzależniamy od ich potrzeb – dodaje Rajmund Rusiecki.