

УДК:339.3; 519.23

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СТРАНИЦЫ ПРОДУКТА «СТРАХОВАНИЕ ГРУЗОВ» НА ВЕБ-САЙТЕ СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛИЗА

Сютин Владислав Игоревич, студент 1 курса магистратуры института экономики и управления АПК, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, syutin.vi@yandex.ru

Научный руководитель - Бирюкова Татьяна Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и организации производства ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева, tbiryukova@rgau-msha.ru

***Аннотация:** В данном исследовании проведён конкурентный анализ веб-страниц продукта «Страхование грузов» с использованием метода сравнительного анализа.*

Выявлены сильные и слабые стороны, а также разработаны рекомендации по улучшению, в числе которых: оптимизация первого экрана, внедрения калькулятора расчета стоимости и упрощение процесса оформления.

***Ключевые слова:** UX/UI-дизайн, пользовательский опыт, анализ, страхование грузов, логистические цепочки, веб-страница, удовлетворение потребителя.*

DEVELOPMENT OF RECOMMENDATIONS FOR IMPROVING THE PRODUCT PAGE “CARGO INSURANCE” ON THE WEBSITE OF THE INSURANCE COMPANY BASED ON THE RESULTS OF COMPETITIVE ANALYSIS

Sytin Vladislav Igorevich, 1st year graduate student, Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, syutin.vi@yandex.ru

Scientific supervisor – Biryukova Tatyana Vladimirovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, tbiryukova@rgau-msha.ru

***Annotation:** This study conducted a competitive analysis of the web pages of the Cargo Insurance product using the comparative analysis method.*

Strengths and weaknesses were identified, and recommendations for improvement were developed, including: optimization of the first screen, implementation of a cost calculator and simplification of the registration process.

***Key words:** UX/UI design, user experience, analysis, cargo insurance, logistics chains, web page, customer satisfaction.*

В сфере логистики страхование грузов играет критически важную роль. Обеспечение защиты от рисков, связанных с перемещением товаров, является одной из важнейших составляющих как для перевозчиков, так и для заказчиков. На конкурентном рынке онлайн-страхования грузов ключевую роль играют интерфейсные и функциональные решения, обеспечивающие пользователям простой и удобный процесс оформления страховки. Проведенное исследование сайтов крупных игроков этого сегмента — компаний Ингосстрах, Сберстрахование, Альфастрахование, РЕСО и Согласие — позволило выявить их успешные практики и определить пути для повышения конкурентоспособности продукта исследуемой организации.

Страхование грузов — это один из основных механизмов управления рисками в логистике. Данный вид страхования обеспечивает защиту от финансовых потерь, возникающих вследствие порчи или утраты груза в процессе перевозки. В условиях глобализации и интенсивного роста грузоперевозок данный продукт особенно востребован среди клиентов логистических компаний. Ведь страхование не только снижает риски, но и способствует укреплению доверия между поставщиком и покупателем, формируя надёжные партнёрские отношения.

Для компаний, предлагающих услуги страхования, важно предоставить пользователю понятные и прозрачные условия, что значительно облегчает процесс принятия решения. На фоне постоянного роста онлайн-сервисов конкуренция среди провайдеров страхования усиливается, и уровень удобства взаимодействия с продуктом становится одним из решающих факторов в выборе компании. Поэтому качественный UX/UI дизайн сайта страхования грузов и интуитивно понятный интерфейс с необходимыми функциями могут значительно повысить лояльность клиентов.

Целью данного исследования является выявление успешных решений и слабых мест на сайтах конкурентов, чтобы разработать рекомендации по улучшению интерфейса и функциональности продукта исследуемой организации. В рамках анализа были рассмотрены ключевые аспекты, которые важны для пользователей: удобство навигации, понятность описания продукта, наличие калькуляторов стоимости, особенности процесса оформления, наличие блоков с информацией о рисках и преимуществах компании, а также дополнительных функций, таких как интеграция с API для партнёров и FAQ.

Первый экран. Первый экран — это первая страница, которую видит пользователь, поэтому её значение трудно переоценить. На большинстве сайтов, включая сайты Ингосстраха, Сберстрахования и РЕСО, информация о продукте представлена с первых секунд. Здесь пользователю доступно общее описание продукта, что помогает сразу понять основные особенности страхования и оценить, соответствует ли продукт его потребностям. Призыв к действию, присутствующий на первом экране, побуждает пользователя к оформлению страховки. Однако не все сайты предоставляют визуальную поддержку в виде изображений или значков, что могло бы усилить восприятие продукта.

Риски. Блок, описывающий риски, также важен для пользователей, так как он показывает, от каких угроз и повреждений их защищает страхование. Большинство компаний, включая Ингосстрах и РЕСО, выделяют риски в отдельный блок. Это помогает пользователю сразу увидеть список возможных угроз и понять, насколько продукт будет полезен для его конкретной ситуации. Альфастрахование и Сберстрахование, напротив, акцента на рисках не делают, что может усложнять пользователям процесс выбора.

Предмет страхования. Блок о предмете страхования описывает, что именно входит в страховой продукт, например, какие типы грузов покрываются. Ингосстрах и Альфастрахование предоставляют эту информацию в отдельных разделах, тогда как у других конкурентов она менее структурирована, что может затруднять пользователю процесс понимания продукта. Чёткое и детализированное описание предмета страхования позволяет пользователю быстро определить, подходит ли ему продукт.

Процесс оформления. Простота процесса оформления страховки — ключевой фактор для пользователей, заинтересованных в быстрой покупке полиса. На сайтах Ингосстраха и РЕСО процесс оформления удобно представлен, что позволяет пользователю сразу увидеть все необходимые шаги и выбрать желаемую опцию. Однако у некоторых конкурентов отсутствует калькулятор стоимости, что вынуждает пользователя переходить в другие разделы или связываться с поддержкой для получения нужной информации.

Оформление (Заявка, расчёт стоимости, оформление онлайн). На большинстве сайтов конкурентов присутствует возможность оставить заявку на страхование, рассчитать стоимость или оформить полис онлайн. Это функциональные особенности, которые делают продукт доступным и удобным. Ингосстрах и Согласие обеспечивают пользователям возможность сразу рассчитать стоимость, что позволяет легко ориентироваться в цене услуги. Некоторые сайты не предлагают онлайн-оформление, что может негативно сказываться на уровне конверсии.

Документы. Информация о документах, которые необходимо предоставить для оформления полиса, также играет важную роль. Например, на сайте Альфастрахования и РЕСО пользователю доступна информация о правилах страхования, что позволяет ему заранее ознакомиться с условиями. Ингосстрах и Сберстрахование предоставляют более полную информацию, включая примеры документов, что делает процесс более прозрачным.

Преимущества компании. Многие компании размещают блок «Почему именно мы», где представляют свои уникальные преимущества и ключевые особенности. Такой блок помогает повысить доверие к компании, особенно если он выделен и включает в себя ключевые характеристики продукта. Например, Ингосстрах и РЕСО чётко указывают на свои сильные стороны, такие как качество обслуживания и гарантии.

Дополнительные функции. Некоторые компании предлагают функции, которые позволяют пользователям взаимодействовать с сайтом более эффективно. Ингосстрах, например, предоставляет API для партнёров, что

делает продукт привлекательным для корпоративных клиентов. FAQ, или раздел с часто задаваемыми вопросами, помогает пользователям найти ответы на свои вопросы самостоятельно и снижает нагрузку на поддержку. Однако не все конкуренты предоставляют такие функции, что может ограничивать пользователя.

На основании проведённого анализа сайтов конкурентов (таблица 1) было разработано несколько рекомендаций, которые могут помочь улучшить продукт и сделать его более конкурентоспособным на рынке:

Таблица 1

Анализ страниц сайта основных конкурентов организации.

Критерий	Ингосстрах	Сберстрахование	Альфастрахование	РЕС О	Согласие
ПЕРВЫЙ ЭКРАН					
есть описание	+	+	+	+	+
призыв к оформлению	+	+	+	+	+
есть картинка	+	+	-	+	+
есть преимущества	+	-	-	+	-
призыв к продлению	+	-	+	-	-
РИСКИ					
есть блок	+	+	+	+	+
отдельный блок	+	-	-	+	+
акцент на рисках	+	-	-	+	+
ПРЕДМЕТ СТРАХОВАНИЯ					
есть блок	+	-	+	+	+
отдельный блок	-	-	-	-	+
КАК ОФОРМИТЬ					
есть блок	+	-	-	+	+
отдельный блок	+	-	-	-	-
ОФОРМЛЕНИЕ					
оставить заявку	-	+	+	+	+
рассчитать стоимость	+	-	-	-	+
оформить онлайн	+	-	-	-	-
ДОКУМЕНТЫ					
только правила	-	-	+	+	+
не только правила	+	+	-	-	-
ПОЧЕМУ ИМЕННО МЫ					
есть блок	+	+	+	+	-
отдельный блок	+	+	-	+	-
акцент на преимуществах	+	+	-	+	-
ДРУГОЕ					
API для партнёров	+	-	-	-	-
FAQ-блок	+	-	-	-	-
страховой случай	+	-	-	-	-

Источник: составлено автором на основании результатов исследований.

1. Оптимизация первого экрана: Размещение полного описания продукта и призыва к действию на первом экране повысит информативность и увеличит

шансы на конверсию. Использование визуальных элементов, таких как иконки и изображения, может усилить восприятие продукта и помочь пользователю легче сориентироваться в предложении.

2. Добавление калькулятора стоимости: Калькулятор на первом экране позволит пользователю быстро оценить стоимость страховки, что является важным фактором для принятия решения. Такая функция делает процесс выбора прозрачным и даёт пользователю возможность сравнить стоимость с другими предложениями.

3. Выделение блока о преимуществах компании: Создание отдельного раздела «Почему именно мы» позволит пользователю понять, что выделяет нашу компанию на фоне конкурентов. Это повысит доверие и увеличит лояльность клиента.

4. Упрощение процесса оформления: Упрощение процесса оформления полиса с минимальным количеством шагов и возможность онлайн-оформления позволит ускорить процесс и привлечь больше клиентов. Обеспечение прозрачности на каждом этапе также повысит доверие к компании.

5. Интеграция дополнительных функций: Включение API для партнёров, FAQ и блока обратной связи улучшит пользовательский опыт и снизит нагрузку на службу поддержки. Возможность пользователям самостоятельно находить ответы на вопросы значительно повышает удобство взаимодействия с продуктом.

Исследование показало, что конкурентные преимущества на рынке страхования грузов часто связаны с удобством и функциональностью интерфейса, а также с прозрачностью процессов. Учёт сильных сторон конкурентов и устранение их недостатков поможет организации разработать продукт, который будет максимально ориентирован на потребности пользователя.

Библиографический список

1. Маркетинг в агропромышленном комплексе: Учебник и практикум / Н. В. Суркова, Н. Г. Володина [и др.]. – 1-е изд. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 1 с. – (Высшее образование).

2. Зеленая экономика в контексте устойчивого развития агропромышленного комплекса : Коллективная монография В 2 томах / В. И. Трухачев, Л. И. Хоружий, Д. С. Алексанов [и др.]. – Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. – 564 с. – ISBN 978-5-4497-2013-9.

3. Ашмарина, Т. И. Цифровая логистика в отрасли овощеводства / Т. И. Ашмарина, Е. И. Залтан // Экономика сельского хозяйства России. – 2022. – № 6. – С. 85-89. – DOI 10.32651/226-85. – EDN VAHNLA. Ибрагимов, Э. У. Оценка потребительской активности покупки органической продукции / Э. У. Ибрагимов // Экономика сельского хозяйства России. – 2020. – № 7. – С. 67-70.

4. Ашмарина, Т. И. Экономика и маркетинг в перерабатывающей промышленности: Практикум / Т. И. Ашмарина. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Мегаполис", 2020. – 47 с.

5. Методическое обеспечение совершенствования организационно-экономических механизмов развития агропромышленного комплекса и сельских территорий Сибири / В. Г. Басарева, О. В. Борисова, Н. Ф. Вернигор [и др.]. – Новосибирск : Сибирское отделение РАН, 2022. – 266 с.

6. Совершенствование маркетинговой деятельности как основа развития стратегического потенциала рынка органической продукции / Т. В. Бирюкова, Т. М. Ворожейкина, Е. В. Энкина [и др.] // Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии. – 2023. – № 4. – С. 144-156.

7. Cereals Export Factors and Impact on Wheat Price in Russian Regions / E. A. Kapoguzov, R. I. Chupin, V. V. Aleshchenko, A. A. Bykov // Journal of Siberian Federal University. Humanities and Social Sciences. – 2021. – Vol. 14, No. 12. – P. 1782-1794.

8. <https://rshbins.ru/> - официальный сайт АО СК «РСХБ-СТРАХОВАНИЕ».