

ТЕСТОВІ ПИТАННЯ ДО МОДУЛЬНОГО КОНТРОЛЮ №3

Який з етапів є першим у побудові цифрової стратегії страхової компанії?

- A. Розробка мобільного застосунку
 - B. Розширення штату співробітників
 - C. Оцінка цифрової зрілості компанії
 - D. Зміна логотипу
-

Що є головною метою цифрової трансформації страхової компанії?

- A. Перехід на паперові документи
 - B. Зниження кількості клієнтів
 - C. Підвищення ефективності, автоматизація та клієнтоорієнтованість
 - D. Переїзд до нового офісу
-

Який з підходів описує омніканальну комунікацію?

- A. Використання лише мобільного додатку
 - B. Перевага телефонного зв'язку над усіма іншими
 - C. Безперервна інтеграція усіх каналів взаємодії з клієнтом
 - D. Переважно друкована комунікація
-

Який з наступних інструментів сприяє формуванню клієнтоорієнтованої моделі?

- A. Ускладнені анкети
 - B. Відсутність зворотного зв'язку
 - C. Використання персоналізованих пропозицій та даних клієнта
 - D. Дистанція між компанією та клієнтом
-

Що таке digital roadmap у цифровій стратегії?

- A. Маршрут до найближчого відділення
 - B. План розвитку IT-інфраструктури країни
 - C. Поетапний план цифрової трансформації страховика
 - D. Каталог рекламних матеріалів
-

Який з наступних KPI доцільно використовувати для оцінки цифрової трансформації?

- A. Вага керівника
- B. Кількість клієнтів, що користуються онлайн-сервісами
- C. Площа офісу
- D. Час перебування у відділенні

Що з наведеного НЕ є прикладом клієнтоорієнтованого підходу?

- A. Проста онлайн-форма для оформлення поліса
 - B. Цілодобовий доступ до мобільного додатку
 - C. Нав'язування послуг без згоди
 - D. Автоматичне продовження поліса за згодою клієнта
-

Яка перевага використання омніканального підходу для страховика?

- A. Скорочення цифрових каналів
 - B. Складніша звітність
 - C. Послідовна взаємодія з клієнтом на всіх етапах
 - D. Обмеження роботи лише в офісі
-

Який інструмент може допомогти у побудові цифрового клієнтського шляху (customer journey)?

- A. Паперовий звіт
 - B. Стандартна анкета
 - C. Мапа клієнтського досвіду (customer journey map)
 - D. Табель робочого часу
-

Який із напрямів найчастіше включають у цифрову стратегію страхової компанії?

- A. Побудову нових офісів
 - B. Підключення факсу
 - C. Автоматизацію андеррайтингу, мобільні сервіси, онлайн-підтримку
 - D. Закупівлю друкарських машинок
-

Що таке digital marketing у сфері страхування?

- A. Поширення друкованих рекламних буклетів
 - B. Рекламна діяльність через поштові відділення
 - C. Просування страхових продуктів через цифрові канали
 - D. Продаж страховок у магазинах
-

Який канал є прикладом digital-маркетингу?

- A. Вулична реклама
- B. Сайт страхової компанії
- C. Газетна стаття
- D. Особистий візит агента

Яка з платформ найчастіше використовується для таргетованої реклами у страхуванні?

- A. Excel
 - B. Telegram
 - C. Facebook/Instagram Ads
 - D. Google Drive
-

Що з наведеного є прикладом персоналізованої маркетингової пропозиції?

- A. Реклама універсального поліса на банері
 - B. Email із полісом, підібраним за історією попередніх звернень
 - C. Друкована листівка в офісі
 - D. Рекламна вивіска на зупинці
-

Який інструмент дозволяє оцінити ефективність онлайн-реклами?

- A. Електронна таблиця без формул
 - B. Google Analytics
 - C. Факс
 - D. Пошукова система Bing
-

Який з наступних інструментів НЕ є частиною цифрової маркетингової стратегії?

- A. SEO
 - B. Контент-маркетинг
 - C. Чат-боти
 - D. Запрошення на семінар через пошту
-

Який з маркетингових підходів найбільше сприяє довірі до онлайн-страховика?

- A. Приховані комісії
 - B. Відсутність інформації про компанію
 - C. Прозорі умови та публікація відгуків
 - D. Телефонні опитування без згоди
-

Що з наведеного є метою ретаргетингу у страхуванні?

- A. Продати поліс агенту
 - B. Відправити листівку клієнту
 - C. Повернути потенційного клієнта, який залишив сайт без покупки
 - D. Створити новий офіс
-

Який формат контенту найбільш популярний для залучення молодшої аудиторії в Instagram?

- A. Текстова інструкція
 - B. Довге відео у форматі документального фільму
 - C. Короткі відеоролики (Reels, Stories)
 - D. Вебінар у Zoom
-

Що з наведеного є ключовою перевагою соціальних мереж для просування страхових послуг?

- A. Висока вартість публікацій
 - B. Обмежене охоплення
 - C. Можливість точно таргетувати аудиторію за інтересами
 - D. Складність у публікації
-

Що таке споживча поведінка у страхуванні?

- A. Результати аудиту страхової компанії
 - B. Статистика співробітників відділу збуту
 - C. Поведінкові моделі клієнтів при виборі, купівлі та використанні страхових продуктів
 - D. Юридичні положення договору
-

Який з факторів найбільше впливає на вибір онлайн-страхування?

- A. Відсутність сайту у компанії
 - B. Швидкість оформлення та зручність
 - C. Необхідність візиту до офісу
 - D. Використання готівки
-

Що з наведеного є психологічним бар'єром для онлайн-страхування?

- A. Брак рекламної кампанії
 - B. Висока ціна
 - C. Недовіра до цифрових сервісів і страх втрати грошей
 - D. Неможливість знайти парковку
-

Який тип страхування найчастіше обирають споживачі онлайн?

- A. Страхування фабрик
- B. Туристичне, автострахування, медичне
- C. Страхування будівельних компаній
- D. Підприємницькі ризики

Який із наведених інструментів дозволяє краще зрозуміти поведінку клієнта?

- A. Лише телефонні дзвінки
 - B. Соціальні опитування без аналізу
 - C. Аналітика вебсайту, опитування, карта клієнтського шляху
 - D. Фінансові звіти компанії
-

Що означає термін “цифрова нетерплячість” споживача?

- A. Клієнт боїться використовувати гаджети
 - B. Очікування швидкої взаємодії та миттєвого результату від сервісу
 - C. Відмова від інтернету
 - D. Прагнення поспілкуватися з агентом
-

Як страхові компанії можуть подолати недовіру клієнтів до онлайн-сервісів?

- A. Не відповідати на звернення
 - B. Підвищити тарифи
 - C. Забезпечити прозорість, прості умови, підтримку та відгуки
 - D. Закрити онлайн-функціонал
-

Який вік споживачів найактивніше використовує онлайн-страхування?

- A. 65+
 - B. 50–60
 - C. 30–45
 - D. Діти до 14 років
-

Що таке "User Persona" у страхуванні?

- A. Реальний номер поліса
 - B. Умова договору
 - C. Узагальнений портрет типового клієнта, що використовується для розробки продуктів
 - D. Прізвище менеджера
-

Який із способів дозволяє підвищити лояльність клієнта до онлайн-страховика?

- A. Ускладнення форми заявки
 - B. Ігнорування скарг
 - C. Надання бонусів, зручний сервіс і персоналізовані пропозиції
 - D. Вимога надрукувати поліс самостійно
-

Що таке InsurTech?

- A. Новий вид державного контролю у страхуванні
 - B. Впровадження цифрових технологій у всі етапи страхового процесу
 - C. Програма підготовки страхових агентів
 - D. Види державного страхування
-

Яка компанія є прикладом успішного InsurTech-стартапу зі США?

- A. Allianz
 - B. Lemonade
 - C. Toyota
 - D. Netflix
-

Яку технологію використовує Tractable для оцінки збитків?

- A. Блокчейн
 - B. Біометрія
 - C. Штучний інтелект для аналізу фото
 - D. Телефонне опитування
-

Яка модель страхування застосовується у компанії ВІМА?

- A. Прямі агентські продажі у Європі
 - B. Класична модель перестраховання
 - C. Мікрострахування через мобільні телефони у країнах, що розвиваються
 - D. Страхування великих підприємств
-

Яка з переваг InsurTech-компаній є ключовою?

- A. Обов'язкове фізичне відвідування офісу
 - B. Повільна взаємодія з клієнтами
 - C. Повна автоматизація процесів та цифровий клієнтський досвід
 - D. Суворе використання лише паперових договорів
-

Що з наведеного є прикладом InsurTech-платформи в Україні?

- A. Prom.ua
 - B. ARX
 - C. Hotline.finance
 - D. Rozetka
-

Який виклик стоїть перед українським InsurTech-сектором?

- A. Надлишок цифрових кадрів

- В. Занадто високий попит
 - С. Недостатня законодавча підтримка і довіра споживачів
 - Д. Повна автоматизація ринку
-

Що є спільним для більшості світових InsurTech-компаній?

- А. Робота тільки з юридичними особами
 - В. Надання послуг лише через банки
 - С. Вузька спеціалізація, цифровізація і використання AI
 - Д. Продаж поліграфічної продукції
-

Яка країна є визнаним лідером у впровадженні InsurTech?

- А. Польща
 - В. США
 - С. Італія
 - Д. Португалія
-

Яку перспективу має InsurTech на українському ринку?

- А. Втрату актуальності
- В. Зменшення інтересу серед молоді
- С. Зростання мобільних сервісів, мікростраховання та інтеграція в банківські додатки
- Д. Повну заборону онлайн-страхування