

Практичне завдання до теми 13: «Аналіз споживчої поведінки на ринку віртуального страхування»

Мета:

Навчити студентів ідентифікувати чинники, що впливають на поведінку споживачів у цифровому страхуванні, аналізувати бар'єри та створювати інструменти для підвищення довіри й комфорту клієнта.

Завдання:

1. Аналіз мотивації споживача

Оберіть одну з категорій страхування (наприклад: автострахування, туристичне, медичне або страхування життя онлайн) та:

- складіть перелік не менше 5 факторів, які найбільше впливають на рішення клієнта придбати цей продукт онлайн;
- вкажіть, які з них є раціональними (логіка, вигода) і які — емоційними (страхи, довіра, візуальне враження);
- поясніть, як компанія може підсилити позитивні фактори.

Оформіть у вигляді таблиці або блоку тексту (до 1 сторінки).

2. Бар'єри споживача та способи їх подолання

Уявіть, що ви аналізуєте відмову користувача від оформлення онлайн-страхування.

- назвіть щонайменше 3 бар'єри (технічні, психологічні, комунікаційні);
- запропонуйте конкретні рішення або підходи, як ці бар'єри можна усунути.

Оформіть у форматі «проблема — рішення» (до 1 сторінки).

3. Створення клієнтської «персони» (User Persona)

На основі знань про психологію цифрового споживача створіть короткий опис вигаданого типового клієнта:

- ім'я, вік, професія;
- як він ставиться до онлайн-послуг;
- що викликає в нього недовіру;
- як він шукає страховий продукт;
- що вплине на його остаточне рішення.

Оформіть у форматі текстового портрету з 5–7 пунктів. За бажанням — візуалізуйте у вигляді карточки користувача.

Форма звітності:

- Документ у форматі Word або PDF (до 3 сторінок)
 - За бажанням — додатки: карта емоцій, схема клієнтського шляху (customer journey map), візуальна персона
-

 *Примітка:* +1 бонусний бал за інтеграцію реальних кейсів або коротке опитування серед знайомих про причини недовіри до онлайн-страхування.