Вопросы к экамену МДК 0103

1. Сущность и значение интернет-продаж страховых продуктов.
2. Оценка эффективности использования интернет-магазина страховой компании.
3. Специфика развития интернет-страхования в России.
4. Этапы интернет-продаж страховых продуктов.
5. Интернет-магазин страховой компании как ядро интернет-технологии продаж.
6. Факторы роста интернет-продаж в страховании.
7. Факторы роста интернет-продаж в страховании.
8. Контроль реализации технологии интернет-страхования.
9. Консалтинг в интернет - страховании.
10. Работа с возражениями в интернет-страховании.
11. Предпродажное обслуживание клиентов в интернет-страховании.
12. Постпродажное обслуживание клиентов в интернет-страховании.
13. Способы и формы консультирования клиентов интернет-магазина страховой компании.
14. Внутренние и внешние барьеры входа на рынок Интернет-страхования.
15. Организация функционирования интернет-магазина страховой компании.
16. Стандартные страховые продукты интернет-продаж.
17. Комплексные страховые продукты интернет-продаж.
18. Страховые продукты интернет-продаж
19. Требования, предъявляемые к страховым интернет-продуктам
20. Сущность и назначение автоматизированных калькуляторов
21. Калькулятор ОСАГО.
22. Виды автоматизированных калькуляторов.
23. Специфика страховых интернет-продуктов
24. Критерии сегментации клиентов интернет-магазина страховой компании
25. Положительные и отрицательные стороны интернет-продаж в страховании для страховщиков.
26. Положительные и отрицательные стороны интернет-продаж в страховании для страхователей.
27. Функции Интернет-магазина страховой компании.
28. Виды интернет-продаж страховых полисов.
29. Процесс продажи страхового полиса посредством интернета.
30. Определение способов оплаты страхового взноса.
31. Сегментация потребительской аудитории интернет-страхования.
32. Интеграция CRM-системы в интернет-пространство страховой компании.
33. Интернет-магазин страховой компании как ядро интернет-технологии продаж.
34. Специфика страховых интернет-продуктов.
35. Сущность и значение интернет-продаж страховых продуктов.
36. Внутренние и внешние барьеры входа на рынок Интернет-страхования.
37. Виды интернет-продаж страховых полисов.
38. Этапы интернет-продаж страховых продуктов.
39. Специфика развития интернет-страхования в России.
40. Критерии сегментации клиентов интернет-магазина страховой компании.
41. Оценка эффективности использования интернет-магазина страховой компании.
42. Способы и формы консультирования клиентов интернет-магазина страховой компании.
43. Сущность и назначение автоматизированных калькуляторов.
44. Стандартные страховые продукты интернет-продаж.
45. Мотивы, побуждающие человека к интернет-страхованию.
46. Требования, предъявляемые к страховым интернет-продуктам.
47. Сегментация потребительской аудитории интернет-страхования.
48. Ближайшие перспективы развития интернет-продуктов.
49. Insurtech: как технологии переворачивают сферу страхования.
50. Особенности Е-ОСАГО.
51. Что Вы знаете о сервисе по дистанционной продаже полисов страхования для выезда за границу с мобильного телефона.
52. Страхование от кибер-рисков.
53. Добровольные виды страхования, доступные для заключения договора в интернет-магазине.
54. Основные и дополнительные условия при страховании кибер-рисков.
55. Обязательные виды страхования интернет-страхования.