

# Кейс страховой компании «КАРДИФ» по курсу “Поиграй в страхование”

## О компании

ООО «Страховая компания КАРДИФ» является дочерней компанией международной страховой группы BNP Paribas CARDIF, которая в свою очередь входит в состав группы BNP Paribas - финансового конгломерата, европейского лидера на мировом рынке банковских и страховых услуг.

Сайт компании: <http://www.bnpparibascardif.ru/>

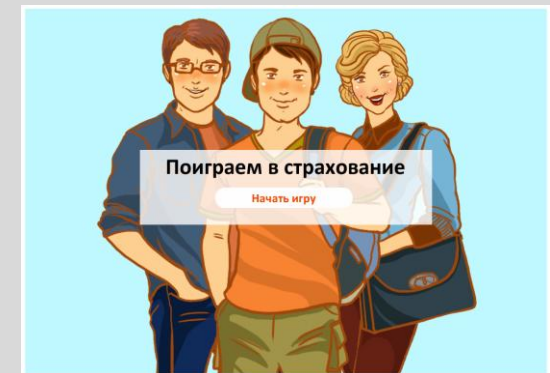
## Электронный курс “Поиграй в страхование”

Курс “Поиграй в страхование” для компании «КАРДИФ» является прекрасным примером того, что e-learning может обучать не только сотрудников, но и клиентов той или иной компании. Это значительно повышает интерес к услугам и к самой организации.

Ни для кого не секрет, что к некоторым страховым услугам многие относятся с опаской и недоверием. Компания «КАРДИФ» решила с помощью электронного курса показать своим клиентам, что бояться не стоит. Ведь все страховые программы созданы во благо клиента и помогают им. В реальном мире происходят разные ситуации: в личной жизни, на работе,

на отдыхе - и всегда важно распоряжаться своими средствами и силами грамотно, тогда и возможные потери будут минимальными или их и вовсе не станет.

Целью разработанного курса было повышение мотивации к приобретению услуг, как партнеров, так и клиентов. В игровой форме разработчики электронного курса и эксперты по теме смогли донести, что страхование - не враг, а, наоборот, друг, который всегда готов прийти на помощь. Главный герой курса - путешественник, поехавший в Африку. В процессе пути он попадает в разные неурядицы.



Решения в экстренных ситуациях ему приходится принимать незамедлительно, а главное, их неверный выбор, промашка в действиях, влекут за собой последствия (и не всегда положительные, как это бывает в реальной жизни). Здесь в полной мере вступает в силу всем известная поговорка «На ошибках мы учимся». Клиенты, проходя курс, совершают «виртуальные ошибки», узнают о последствиях и понимают, что некоторых вещей можно избежать, подстраховавшись.

В итоге персонаж добирается домой в целостности и сохранности, с большим багажом впечатлений и четким убеждением, что приобрел определенный пакет страховых программ не зря, проверив это исключительно на деле.

Мотивировать клиента ознакомиться с преимуществами продукта или просто пройти курс очень сложно. Он не всегда понимает, зачем на это тратить время. Поэтому при разработке решили отказаться от явного разделения на теоретическую и практическую части, а построили весь курс как интерактивную игру. Здесь клиент или любой пользователь принимает решение за персонажа и всегда получает обратную связь, чтобы понимать, куда его действия приводят. Курс оформили в ярком динамичном стиле: джунгли, пустыни. Яркие карты путешественника вносят легкость в прохождение курса на фоне серьезных задач. Таким образом, клиенты с большим удовольствием узнают о положительных свойствах страхования, а коммуникация становится менее навязчивой.

---

**Инструмент разработки:** Articulate Storyline  
**Сценарист:** Лера Мигунова  
**Разработка:** Александр Левушкин  
**Дизайн и иллюстрация:** Анна Сурначева

