

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ФРЕЙМВОРКІВ ТА ПІДХОДІВ UX-ДИЗАЙНУ ДЛЯ РОЗРОБКИ ПЛАТФОРМ ЕЛЕКТРОННОГО СТРАХУВАННЯ.

О. Катерняк

*Товариство з обмеженою відповідальністю «Суперагент»,
вул. Предславинська, 38, офіс 119, 03150, м. Київ, Україна
olegkaternyak@gmail.com*

Сучасні тенденції, військова агресія російської федерації, зростаюча конкуренція на ринку страхування вимагає від агентів та компаній впровадження інноваційних рішень для підвищення ефективності продажів та покращення взаємодії з клієнтами. Автоматизовані системи стають незамінними інструментами для досягнення цих цілей. Метою дослідження є аналіз особливостей використання фреймворків та принципи UX-дизайн при створенні інноваційної платформи для продажу страхових продуктів страховими агентами. Проведено аналіз інструментів при створенні платформи електронного страхування, використання фреймворків з врахуванням потреб користувачів. Визначено ключові компоненти реалізації успішної платформи. Проведена оцінка впливу автоматизації на ефективність роботи страхових агентів.

Ключові слова: фреймворк, UX-дизайн, електронне страхування, дизайн інтерфейсу, електронний поліс, CRM-система

Вступ

Предметом дослідження є особливості використання framework та принципи UX-дизайн при створенні інноваційної платформи для продажу страхових продуктів страховими агентами.

Мета і завдання дослідження. Визначення ключових технологічних компонентів для реалізації платформи електронного страхування. Оцінка впливу автоматизації процесу продажу електронних договорів страхування з вдалим використанням framework та принципів UX-дизайну на ефективність роботи агентів. Аналіз інструментів при створенні платформи електронного страхування, використання framework з врахуванням потреб користувачів.

Актуальність проблеми. Зростаюча конкуренція на ринку страхування вимагає від агентів та компаній впровадження інноваційних рішень для підвищення ефективності продажів та покращення взаємодії з клієнтами. Автоматизовані системи стають незамінними інструментами для досягнення цих цілей.

Поява сервісів-агрегаторів електронного страхування для страхових агентів є невід'ємною частиною діджиталізації страхового ринку та загального процесу цифровізації послуг у всіх економічних сферах країни.

Методика і технології дослідження. Для досягнення мети та вирішення завдань дослідження було використано комплекс методів, зокрема:

- дослідження досвіду впровадження платформ через аналіз конкретного прикладу її реалізації;
- опитування та інтерв'ю: збір даних від страхових агентів та клієнтів, які використовували платформу, для оцінки їх задоволеності та ефективності сервісу
- аналіз літературних джерел та ринку
- вивчення наукових публікацій, статистичних даних та звітів щодо сучасного стану ринку страхових послуг в Україні.

Основна частина

У сучасному світі цифрових технологій традиційні методи страхових продажів стають все менш ефективними. Споживачі вимагають швидких, зручних та доступних рішень, які відповідають їхнім потребам і забезпечують високу якість обслуговування. Актуальність проблеми полягає в необхідності розробки інноваційних інструментів для автоматизації та оптимізації процесів страхових продажів, що дозволить підвищити ефективність роботи агентів і задовольнити потреби клієнтів. [3].

Зацікавленість страхових компаній у діджиталізації страхового бізнесу визначається розвитком технологій блокчейн і можливістю їх впровадження в різні бізнес-процеси [4]. Діджиталізація – це той чинник, який надає значні переваги для розвитку в цьому напрямку. Економічне зростання та трансформація відбуваються завдяки розширенню та більш зручному використанню цифрових технологій. Отже, швидкі зміни для розвитку та конкурентоспроможності підприємства в напрямку використанні цифрових перетворень є невідворотними.[2].

Новаторами в галузі методів дослідження користувацького досвіду, що наразі є стандартами проектування UX, є Я. Нільсен і Д. Норман (Norman, & Nielsen, 2016). Автором численних праць з проектування інтерфейсів є А. Купер (Cooper, Reimann, Cronin, & Noessel, 2014). Прототипування інтерфейсів розглядали Т. Варфел (Warfel, 2009) та П. Хаст (Khast, 2017). Питання побудови ефективних користувацьких інтерфейсів досліджували вітчизняні науковці К. Осадчої та Г. Чемерис (2019), О. Пасічника, О. Пасічник та І. Стеценко (2009) й ін. О. Мосіюк розкрив поняття «проектування досвіду взаємодії» (2017). Проектування користувацького досвіду з урахуванням психології людини висвітлено Д. Міллером і С. Галантером (Miller, & Galanter, 1960, pp.). Фундаментальні дослідження у сфері взаємодії користувача з інтерфейсом здійснено Б.Шнейдерманом (Shneiderman, & Plaisant, 2010) р. [8].

Як правило, для розробки платформ використовуються такі інноваційні технології:

- CRM-система для ефективного управління взаємодією з клієнтами;
- автоматизація процесів оформлення та пролонгації страхових полісів;
- мобільні додатки для доступу до платформи з будь-якого гаджету;
- онлайн-вебінари та відео-уроки для безперервного професійного розвитку агентів;
- штучний інтелект для прогнозування потреб клієнтів та персоналізації пропозицій;
- інтеграція з поштовими сервісами та сервісами відправки повідомлень;
- інтеграція з сервісами електронного документообігу
- інтеграція з платіжними сервісами.

Важливо вивчити досвід впровадження платформи електронного страхування, яка забезпечує інноваційні підходи до страхових продажів, а також оцінити її ефективність.

В даній статті проведено дослідження та аналіз запуску однієї з платформ електронного страхування, що працює на ринку з 2019 року [1].

Етапи розробки дизайну інтерфейсу [6], які були проаналізовані в процесі дослідження:

1. Аналіз цільової аудиторії – інформація про користувачів платформи та їхні уподобання.
2. Аналіз конкурентів – сильні та слабкі сторони інших платформ на ринку.
3. Визначення структури – основа для створення зручного та зрозумілого інтерфейсу.
4. Створення прототипу – перший дизайн і початковий по наповненню сервіс для оцінки користувачів та презентації ідеї партнерам, інвесторам.
5. Тестування платформи.
6. Підтримка та розвиток.

Розробникам платформи було поставлено завдання забезпечити користувачу зручність роботи з продуктом, створити інтерфейс, який користувачі інтуїтивно зрозуміють і користуватимуться легко та комфортно:

- провести опитування користувачів для складання точного портрета цільової аудиторії;
- спроектувати користувацькі сторінки і екрани, що відповідають фірмовому стилю;
- створення кнопок, блоків, слайдерів, перемикачів, що вписуються в структуру продукту;
- спроектувати макет платформи;
- створити функціональний прототип продукту, реалізувати розумну послідовність його використання та перевірити під час тестування перед внесенням будь-яких змін або модифікацій до досягнення оптимального споживчого досвіду.

Етап передбачав реалізацію графічний дизайну, розробку архітектури сайту, налаштування зручного та user friendly інтерфейсу і написання зрозумілих текстів.

1. Аналіз цільової аудиторії.

Клієнтами платформ-агрегаторів є страхові агенти. Для початку було визначено їхні потреби та уподобання. Ці потреби формувались в процесі переходу ринку з класичного до електронного, в період запуску е-полісу.

Портрет користувача. Страховий агент, чоловік або жінка, віком від 25 до 55 років, що працює та проживає у великих містах-мільйонниках, займаються страхуванням більше 3 років, має власну базу клієнтів, середній рівень користувача ПК, володіє сенсорним телефоном.

Схема взаємодії страхового агента з клієнтом до переходу на електронне страхування:

- нагадування телефонним дзвінком або SMS-повідомленням про закінчення договору страхування;
- зустріч з клієнтом;
- виписування поліса вручну;
- оплата поліса за реквізитами в одному з банків чи термінали;
- підготовка реєстрів проданих полісів;

- задача реєстрів та укладених полісів в страхову компанію чи декілька страхових компаній, як правило, тричі на місяць.

Ми дослідили CJM – карту шляху користувача. Страхові агенти відчували потребу в пришвидшенні логістики продажу полісів, хотіли отримати доступ до автоматизації роботи з своєю клієнтською базою та єдину точку входу для роботи з декількома компаніями, даючи своїм клієнтам вибір [7].

User Story – я страховий агент, я хочу швидко і дистанційно укласти поліси страхування без зайвих паперів та звітів, маючи вибір страхових компаній та продуктів.

2. Аналіз конкурентів.

Після проведення аналізу перших платформ чи програмних рішень, що у 2018-2019 роках реалізували продажі електронних договорів страхування, було зроблено наступні висновки:

- страхові компанії реалізували можливість продажу електронних договорів страхування на базі своїх діючих front-office без акцентів на адаптивність інтерфейсів під зручність та реальні потреби користувачів (працівників, страхових агентів);
- були відсутні платформи-агрегатори з вибором компаній та продуктів, крім одного лідера ринку;
- відсутність навчальних web-рішень для дистанційного підвищення кваліфікації агентів з описом страхових продуктів та відео-вебінарів;
- складна система розрахунків, оплати договорів та моделей співпраці;
- відсутність механізмів автоматичної комунікації з клієнтами від імені агентів (механізм рекомендацій, відправка листів про крос-продукти та інше).

3. Визначення структури майбутньої платформи

Початково була розроблена інформаційна архітектура, яка є ключовим елементом в організації структури платформи. Було поставлено технічне завдання, в якому відображалось, які дані мають бути розміщені на кожній сторінці та як з'єднати ці сторінки для створення зручного та зрозумілого користувачеві інтерфейсу. Ефективна інформаційна архітектура мала забезпечити логічні зв'язки в контенті запропонованого продукту.

4. Створення прототипу платформи електронного страхування

Після визначення структури, наступним кроком було створення прототипу платформи, його тестової версії. В цей момент було розпочато роботу над дизайном користувацького інтерфейсу і водночас проходили тести серед майбутніх користувачів.

Для початку дизайнером був розроблений каркас, що відображав загальні характеристики сервісу та його основні розділи. Каркас був з мінімальною візуалізацією і являв собою спрощене креслення платформи в комплекті з усіма компонентами. Він показував, як користувачі взаємодіють з інтерфейсом і розуміють його.

Після завершення розроблення каркасу була проведена робота по реалізації комплексного макета: додавання логотипів, кольорів і зображень у дизайн користувацького інтерфейсу, що зробило його більш детальним і візуально привабливим.

На завершення був розроблений комплексний макет продукту - взаємодіючий прототип. У ньому були зібрані всі можливості та функції платформи (рис. 1).

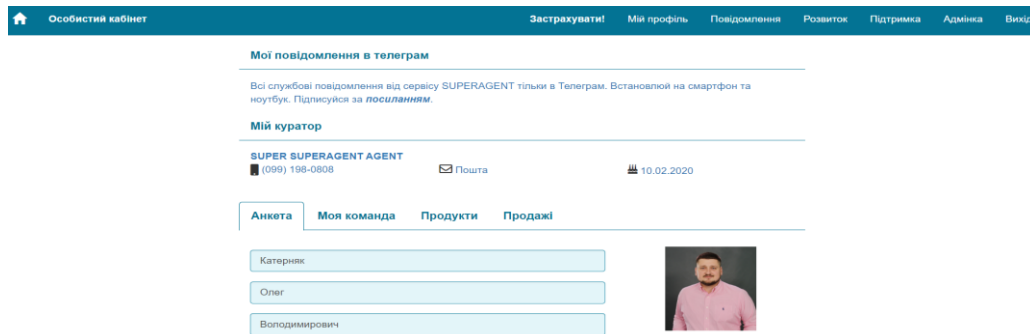


Рис. 1. Комплексний макет продукту – платформа електронного страхування
Fig. 1. Comprehensive product layout – electronic insurance platform

5. Тестування QA

Щоб виявити недоліки і врахувати їх, побачити незручності в процесі укладення договору і руху користувача по різних сторінках інтерфейсу, проводилось тестування. Цей процес надзвичайно важливий перед тим моментом, як випустити інтерфейс на загальний огляд. На тестування було запрошено страхових агентів приєднатися до обговорення в фокус-групах.

Було розуміння важливості зворотного зв'язку, оскільки він дає змогу виправляти помилки, допущені під час розроблення, і виявляти функції, які потребують змін. За допомогою тестування було швидко отримано відповіді на такі питання, як розуміння користувачами інтерфейсу платформи та роботи всіх функцій.

Після отримання всіх результатів тестування, була проведена робота над удосконаленням сервісу.

Маючи на руках тестовий прототип та виправивши недоліки після етапу тестування, команда змогла зробити перші кроки стосовно інтеграції з страховими компаніями та провести презентацію платформи потенційним користувачам (рис.2).

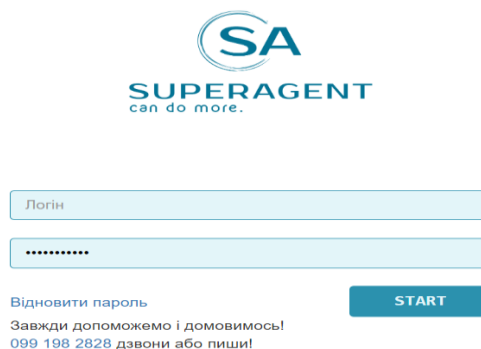


Рис.2. Тестовий прототип платформи після інтеграції з рядом страхових компаній
Fig. 2. Test prototype of the platform after integration with several insurance companies

6. Підтримка і розвиток.

Після запуску платформи команда продовжила працювати над наповненням, тестуючи і допрацьовуючи різні додаткові функції, щоб вони стали зручнішими та ефективнішими.

Щоб створити конкурентоспроможний і успішний сервіс, необхідно було розуміти основи цифрового маркетингу. Без проведення дослідження цільової аудиторії неможливо домогтися ефективного результату.

Дуже важливою складовою є мова візуального дизайну, яку професійна команда використовувала в процесі розробки платформи. Йдеться не тільки про те, щоб продукт був функціональним і зручним для користувача, він також має мати естетичний вигляд. Усе - від ергономіки до колірної гами - впливає на те, чи буде страховий агент задоволений. Він повинен бути не перенавантаженим, лаконічним, зрозумілим, сприйматися легко.

Яких принципів UX-дизайну притримувалась команда: [5].

- Користувач на першому місці. Глибоке розуміння цільової аудиторії та їхніх потреб, досвід команди в продажах страхових продуктів 15 років;
- Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс. Навігація та функціонал сервісу логічний та легкодоступний, не потребують спеціальних знань чи навичок, почати роботу можна протягом 15 хвилин;
- Чітка та лаконічна комунікація. Тексти та візуальні елементи зрозумілі, інформативні та відповідають потребам користувачів. Окремий розділ з уроками та відео-лайфхаками, в яких можна отримати відповіді на усі запитання (рис. 3).



Рис. 3. Розділ РОЗВИТОК з уроками для дистанційного навчання страхових агентів.
Fig. 3. DEVELOPMENT section with lessons for remote training of insurance agents

- Функціональність та зручність. Послідовність кроків користувача при укладенні договору продумана до дрібниць, все зроблено максимально зручно для агента (рис. 4).

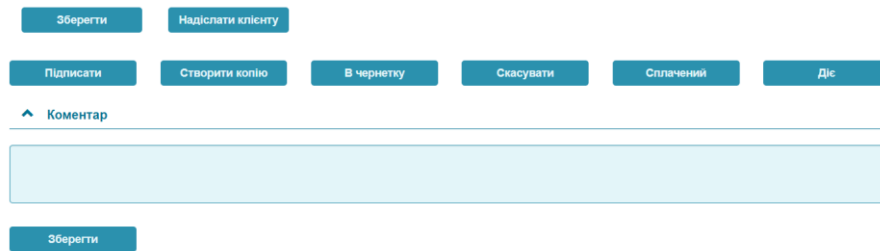


Рис. 4. Інтуїтивно зрозуміле розміщення кнопок для укладення договору страхування після заповнення даних

Fig. 4. Intuitive placement of buttons for concluding an insurance contract after filling in the data

- Простота та мінімалізм без перевантаження інтерфейсу зайвою інформацією.
- Ефективна структура та логічні маршрути користувача. Страхові агенти легко знаходять потрібні функції та інформацію (Рис. 5).

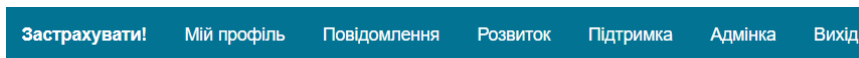


Рис. 5. Лаконічне відображення основних розділів.

Fig. 5. Concise display of the main sections

- Швидкість та плавність роботи. Сервіс забезпечує швидке завантаження контенту.
- Естетика та емоційний зв'язок. Отримали велику кількість позитивних відгуків від страхових агентів.
- Привабливий та візуально цілісний дизайн відповідає загальному стилю бренду.

Для розробки інтерфейсу користувача був обраний популярний фреймворк Bootstrap. [9]. Цей фреймворк надає широкий набір інструментів, включаючи готові CSS-таблиці та компоненти, які вже пристосовані для зручного використання. Завдяки Bootstrap вдалося значно прискорити процес розробки та забезпечити високу якість кінцевого продукту.

Створення графічного інтерфейсу проходило поетапно, починаючи з ранніх прототипів і до повноцінної реалізації. На кожному етапі активно залучалися користувачі для тестування та зворотного зв'язку. Це дозволило враховувати реальні потреби та побажання кінцевих користувачів, що сприяло створенню більш інтуїтивного та зручного інтерфейсу.

Провівши всебічний аналіз взаємодії користувачів із системою, команда виявила низку областей, які потребують поліпшень. Зокрема, були вивчені типові сценарії використання, частота і тип помилок, що виникають, а також загальні зауваження та

пропозиції користувачів. На основі цих даних було прийнято рішення внести зміни та доопрацювання до існуючого інтерфейсу.

Внесені зміни охоплювали кілька аспектів. Були перероблені елементи навігації, додані нові функції для спрощення виконання ключових завдань, а також покращено візуальне оформлення інтерфейсу для підвищення його привабливості та зручності для читання. Ці доробки значно підвищили зручність використання продукту та задоволеність користувачів.

Використання Bootstrap та методологічного підходу, заснованого на тісній комунікації з користувачами, дозволило створити інтерфейс, який не тільки відповідає поточним вимогам, а й готовий до подальшого розвитку та адаптації до майбутніх потреб.

Платформа розроблялась з використанням технології ASP.NET та мови програмування C# на платформі .NET Framework.

Крім основного проекту, система включає декілька додаткових сервісів:

1. Сервіс електронного цифрового підпису (ЕЦП):

- розроблений на базі .NET Core;
- винесений в окремий модуль;
- використовує ГОСТ України;
- основний проект побудований на технології ASP.NET, безпосередньо взаємодіє з цим сервісом.

2. Сервіси повідомлень (SMS і Telegram):

- розроблені з використанням .NET Core;
- взаємодія з API Telegram здійснюється через технологію Webhook.

Використовуються для надсилання повідомлень агентам та клієнтам на різних етапах супроводу договору. Служать додатковим механізмом інформування про завершення договору та передачу важливої інформації для налагодження комунікацій між агентом та клієнтом.

3. RESTful API. Реалізовано для інтеграції нових страхових агентів з використанням .NET Core.

Дозволяє агентам самостійно реалізовувати страхові послуги або інтегрувати свою систему з наявними страховими компаніями.

Інфраструктура:

- сервери проекту розміщені в Україні;
- використовуються технології Cloudflare та Fortinet для забезпечення безпеки та продуктивності.

Для реалізації користувацького інтерфейсу використовуються такі технології:

- Bootstrap для стилізації та адаптивного дизайну;
- Bootstrap JS, JavaScript, jQuery, Ajax для динамічної взаємодії з користувачем та оновлення даних без перезавантаження сторінки.

Результати дослідження

Впровадження цих технологічних рішень дало наступні результати.

Платформа забезпечує надійну, безпечну та ефективну взаємодію для страхових агентів та їхніх клієнтів, використовуючи сучасні технології та підходи в розробці програмного забезпечення.

Перші продажі розпочалися на початку 2020 року. На сьогоднішній день платформа має 12 інтеграцій, 2300 реєстрацій та 340 активних агентів.

Переваги реалізованої платформи електронного страхування:

- інтеграція з різними страховими компаніями надає агенту та клієнту вибір;
- автоматизована CRM-система для комунікацій з клієнтами;
- механізми залучення нових клієнтів через автоматизований процес відправки рекомендацій;
- інтеграція з платіжними сервісами, що дозволяє швидко сплачувати договори страхування за посиланням з будь-якої карти;
- постійна інформаційна підтримка агента через telegram bot, канал новин та інструмент створення повідомлень;
- оформлення договору в будь-який час в будь-якому місці;
- крос-продажі додаткових продуктів в 1 клік;
- пролонгація договору в декілька кліків протягом 1 хвилини;
- без паперів, звітів, бланків та витрат на логістику;
- можливість швидко створювати власну команду страхових агентів та навчатись дистанційно;
- особистий чат-бот страхового агента, створений для нагадування про найважливіші моменти в його роботі (закінчення договору, день народження клієнта, посилання на оплату).

Після впровадження платформи обсяги продажів зростали в середньому на 80% у порівнянні з попереднім роком. Час, що заощаджували страхові агенти на логістиці, витрачався на залучення нових клієнтів. Збільшилась частка крос-продажів до обов'язкових видів страхування.

Опитування клієнтів показали, що 85% з них задоволені швидкістю та якістю обслуговування.

Агенти, які активно використовували платформу, збільшили свою продуктивність на 50% завдяки автоматизації рутинних процесів.

90% агентів зазначили, що онлайн-вебінари та відео-уроки допомогли їм покращити свої навички продажів та знання страхових продуктів.

Висновки.

Впровадження інноваційних платформ для продажу страхових полісів є ефективним інструментом для збільшення продажів та підвищення задоволеності клієнтів.

Дослідження показало, чому UX-дизайн та правильно обраний framework такі важливі:

- Підвищення конверсії. Зручний інтерфейс та чітка навігація мотивують користувачів залишатися та користуватися послугами зручної платформи.
- Збільшення лояльності: Позитивний досвід користування робить користувачів лояльними до сервісу, крім постійного особистого користування ми отримуємо рекомендаційний ресурс та залучення нових користувачів.
- Покращення SEO. Пошукові системи віддають перевагу сайтам з якісним UX-дизайном, що позитивно впливає на їх позиції в результатах пошуку.
- Продумана структура сервісу. Логічна структура та чітка навігація роблять сайт зручним для користувачів.
- Інтерфейс. Зрозумілі кнопки, візуальна ієрархія та доступність контенту роблять інтерфейс інтуїтивно зрозумілим.

Також, в процесі аналізу інноваційних та технологічних рішень в різних сферах, дослідження показало важливість використання штучного інтелекту в реалізації клієнтських та партнерських сервісів.

Штучний інтелект має великий потенціал для покращення процесів в електронному страхуванні. Завдяки можливості аналізу великих обсягів даних, ШІ може допомогти у прогнозуванні потреб клієнтів. Аналізуючи базу даних, ШІ може передбачити, які страхові продукти будуть найбільш актуальними для кожного клієнта в той чи інший період та персоналізувати пропозиції. Чат-боти та віртуальні асистенти на основі ШІ можуть надавати клієнтам підтримку 24/7.

Впровадження платформ-агрегаторів страхових продуктів мало значний позитивний вплив на ринок електронних страхових послуг в Україні.

Варто виділити основні результати:

- збільшення продажів - клієнти стали більш задоволеними вибором продуктів та страхових компаній, що призвело до зростання обсягів продажів.
- простота використання - інтуїтивно зрозумілий інтерфейс та доступність сервісу 24/7 на будь-якому гаджеті значно спростили роботу агентів і підвищили задоволеність клієнтів.
- професійний розвиток - онлайн-вебінари та відео-уроки сприяли постійному зростанню навичок агентів, що підвищило їх ефективність.
- впровадження автоматизації процесів (CRM-система, механізм крос-продажів, автоматична пролонгація договорів) значно знизили витрати часу і ресурсів на адміністрування.
- виключення з процесу таких понять як паперові бланки, складання звіту, витрати на доставку договорів дозволила агентам зекономити час і кошти.
- нова платформа електронного страхування стала успішним кейсом для вивчення іншими учасниками ринку, з'явилися нові сервіси, що позитивно вплинуло на динаміку розвитку ринку електронного страхування.

Запуск платформи продемонструвало високу ефективність у оптимізації процесів страхових продажів, підвищенні задоволеності клієнтів та професійного розвитку агентів. Інноваційні інструменти, такі як автоматизована CRM-система та механізм крос-продажів, значно спростили роботу агентів та дозволили зосередитися на основних задачах – збільшення продажів, підвищення кваліфікації та якості обслуговуванні клієнтів. Подальший розвиток платформи та розширення її функціоналу підвищать ефективність роботи страхових агентів та задоволеність клієнтів, сприятимуть розвитку ринку електронного страхування в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- [1] Сервіс електронного страхування SUPERAGENT. URL: <https://app.sagent.pro/>
- [2] Варга В. П. Діджиталізація як один з чинників конкурентоспроможності підприємства. Ефективна економіка, 2020. No 8.
URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2020/156.pdf
- [3] Семилітко Д. Діджиталізація в дії: як цифрова трансформація бізнесу впливає на успіх компанії. Аудитор України. 2019. No 5. С. 76–79.

- [4] Диба М. І., Гернего Ю. О. Діджиталізація економіки: світовий досвід та можливості розвитку в Україні. *Фінанси України*, . 2018. № 7. С. 50–63. 2020. URL: https://finukr.org.ua/docs/FU_18_07_050_uk.pdf
- [5] Що таке UX-дизайно та його принципи. URL: <https://outsourcing.team/uk/blog/design/shho-take-ux-dizajn-ta-jogo-printsipi/>
- [6] Професія UX/UI дизайнер. URL: <https://lemon.school/blog/professiya-ui-ux-dizajner>
- [7] UX-дослідження: процес, методи, інструменти. URL: <https://skvot.io/uk/blog/ux-issledovaniya-process-metody-instrumenty>
- [8] *Компанієць А. А., Чемерис Г. Ю.* Узагальнення досвіду застосування досліджень з психології поведінки для проектування UX-дизайну програмних продуктів. *Ukrainian Journal of Educational Studies and Information Technology*. URL: <https://uesit.org.ua/index.php/itse/article/view/246>
- [9] Чому Bootstrap такий популярний. URL: <https://foxminded.ua/bootstrap/>

FEATURES OF USING FRAMEWORKS AND UX DESIGN APPROACHES FOR DEVELOPING ELECTRONIC INSURANCE PLATFORMS

О. Катерняк

Limited Liability Company "Superagent"
38, Predslavynska St., office 119, 03150, Kyiv, Ukraine,
olegkaternyak@gmail.com

Modern trends, increasing competition in the insurance market, and the military aggression of the Russian Federation require agents and companies to implement innovative solutions to enhance sales efficiency and improve customer interaction. Automated systems are becoming indispensable tools to achieve these goals. The aim of this study is to analyze the features of using frameworks and UX design principles in creating an innovative platform for the sales of insurance products by insurance agents.

Electronic insurance is a dynamically growing market segment where the convenience and intuitiveness of the user interface play a key role in ensuring high user satisfaction and trust in the platform. The right choice of frameworks and UX design approaches can significantly impact the quality of the final product, particularly its ease of use, security, and overall efficiency. Understanding these aspects allows developers to create more adaptable and successful solutions that meet user needs.

An intuitive and user-friendly interface ensures ease of interaction with users. This helps them quickly find the necessary information and perform required actions without excessive effort, positively affecting their overall impression of the service. A well-thought-out interface helps reduce the likelihood of errors when filling out forms, which is critical in the insurance field where the accuracy of information is paramount. An innovative and aesthetically pleasing interface can become a significant competitive advantage, distinguishing the platform from its competitors. Good design helps create a strong brand image and attract more users. A positive interaction experience with the platform contributes to increased customer loyalty, which can lead to higher repeat purchases and recommendations. An intuitive interface with clear instructions can reduce the number of support requests, as users can navigate the platform more easily.

In summary, a quality and innovative interface is a key element for ensuring business success in electronic insurance, as it directly impacts user experience, competitiveness, process efficiency, security, and platform adaptability.

The analysis includes tools for creating an electronic insurance platform and the use of frameworks considering user needs. Key components of implementing a successful platform have been identified. An assessment of the impact of automation on the efficiency of insurance agents has been conducted.

Keywords: framework, UX design, electronic insurance, interface design, innovative solutions.

Стаття надійшла до редакції 08.07.2024.

Прийнята до друку 15.07.2024.