Dave NICHOLAS

Менеджер по андеррайтигу в компании Gen Re LifeHealth, Великобритания

АНДЕРРАЙТИНГ ПО ТЕЛЕФОНУ

Конкуренция между британскими компаниями по страхованию жизни привела к использованию телефона в качестве альтернативного инструмента для проведения андеррайтинга. Это экономит средства и повышает эффективность бизнеса.

Впервые статья опубликована в журнале Risk Insights в ноябре 2007 года.

В статье рассматриваются потенциальные преимущества TDC – telephone data capture – метода сбора данных по телефону.

Важно отметить, что TDC – это не электронный андеррайтинг, а именно сбор данных по телефону.

Теле-андеррайтинг — шаг вперед по сравнению с TDC, он позволяет принимать решение о целесообразности заключения договора в режиме реального времени. В процессе телефонного андеррайтинга специально подготовленные интервьюеры звонят клиентам, чтобы получить дополнительную информацию и уточнить степень риска. Они вооружены набором анкет, которые могут быть как специализированными, позволяющими более полно раскрыть отдельные вопросы заявления, так и полностью заменять традиционные заявления, которые обычно собирают страховые агенты и брокеры для заключения договора страхования.

1-104.indd 67 04.02.2009 18:56:31

Интерес к использованию TDC начал возникать на Британском рынке четыре года назад, в 2003, в ответ на очевидный успех этой идеи в США. Другой движущей силой было желание найти альтернативу классическим методам сбора информации о клиенте, которые могли бы ускорить процесс рассмотрения поданных на страхование заявлений и сделать его более дешевым.

Модели работы



Сбор данных по телефону можно проводить в разных масштабах. Программа-максимум, иногда называемая «Т большое» (большой телефонный опрос), — это сбор информации только по телефону, без использования традиционных бумажных заявлений. Важно отметить, что в таком случае весь процесс продажи страховой программы концентрируется на потребительских свойствах продукта и выборе оптимальной страховой защиты. В таком случае ТDC обеспечивает полный сбор информации, необходимой для заключения договора страхования.

Программа-минимум, или «t малое» (малый телефонный опрос), предусматривает телефонное интервью, которое помогает собрать дополнительную информацию, в основном, медицинского характера. Посредник (брокер или агент) заполняет обычную анкету о клиенте и направляет её страховщику. Далее андеррайтеры смотрят, достаточно ли информации, чтобы принять решение. Процедура ТDC, как правило, заменяет справку от врача или дополнительную анкету, которую должен заполнить клиент.

Программа «t малое» используется чаще, чем «Т большое», при этом обе модели уменьшают стоимость сбора медицинских данных о клиенте. Любая версия ТDC может быть осуществлена на дому у клиента или в любом другом удобном обеим сторонам месте. Как правило, интервью, проводятся службой поддержки клиентов, предпочтительнее сотрудниками с медицинским образованием.

И та, и другая программа использует систему заранее подготовленных вопросов. Любая из программ может быть ис-

1-104.indd 68 04.02.2009 18:56:31

пользована в паре с автоматической системой андеррайтинга, позволяющей автоматизировать принятие решения. Окончательный вердикт может быть принят как непосредственно во время интервью, так и позже, в бэк-офисе. Автоматические андеррайтинговые системы были разработаны, чтобы раскрывать данные, которые клиент не хочет предавать огласке.

Преимущества и недостатки телефонного андеррайтинга

Преимущества

1. Экономия времени

Как правило, от момента приема документов до момента выдачи полиса проходит немало времени – из-за того, что надо собрать дополнительную информацию о клиенте или получить выписки из его истории болезни. Телефонный андеррайтинг уменьшает время прохождения документов по инстанциям и тем самым дает компании конкурентное преимущество.



TDC позволяет получить информацию по вопросам, непосредственно интересующим страховую компанию. Зачастую эта информация не содержится в справках, которые выписывает лечащий врач (например, имеются в виду скелетномышечные болезни и умственные расстройства). Особенно эффективна в этом плане модель «Т большое».

Общение по телефону создает благоприятную атмосферу и гораздо больше располагает к искренности, чем разговор в офисе продаж.

3. Уменьшение аквизиционных расходов при заключении договоров

Чтобы сократить аквизиционные расходы на заключение новых договоров, можно или использовать обе стратегии сбора информации (классическую и телефонную), или только TDC. Если медицинские справки указывают на какое-либо специфическое расстройство, интервьюеры собирают до-



1-104.indd 69 04.02.2009 18:56:32

полнительную информацию. При таком подходе можно уменьшить количество медицинских справок на 60%.

4. Уменьшение ограничений для принятия положительного решения

ТDС позволяет получить более полную и точную информацию о клиенте, что в свою очередь означает возможность уменьшить возрастные ограничения при заключении договора страхования. То же самое можно сказать и о лимитах страховых суммах. Обычно эти параметры используются в таблицах так называемых обязательных требований к застрахованному, которые используются страховыми компаниями по много лет. Однако следует иметь в виду, что большинство из этих требований составлялись исключительно для уменьшения убыточности бизнеса, а не на основе научных данных.

Недостатки

1. Цена

Телефонные разговоры отнюдь не бесплатны, так что крупномасштабные кампании по TDC достаточно дороги. Крупномасштабная TDC, цель которой является заключение договоров с практически здоровыми клиентами, требует дополнительных затрат на интервью. При этом «чистых» (не вызывающих опасений) заявлений может быть получено до 50% от общего числа поданых – в зависимости от канала сбыта, продукта и т.д.

2. Проблемы рождают новые проблемы

Более полное раскрытие информации о состоянии здоровья клиента далеко не всегда уменьшает количество необходимых медицинских данных. Поэтому андеррайтеры должны игнорировать информацию, не имеющую отношения к страхованию.

3. Страховые посредники боятся потерять своих клиентов Некоторые страховые посредники не очень жалуют телефонный андеррайтинг, поскольку полагают, что могут потерять клиентов, если те представят о себе такие данные, из-за которых им будет отказано в заключении страхового договора. Однако не следует забывать, что если задержки

на стадии андеррайтинга сокращены, комиссионные платежи могут быть получены быстрее.

4. Затраты на перестройку бизнеса

Как программа «Т большое», так и программа «t малое» требуют некоторой перестройки существующего бизнеса (хотя это, скорее, характерно для «Т большого»). Впрочем, программа «t малое» может быть проведена без дорогих перестроек существующего бизнеса: немного практики, небольших затрат и креативных скриптов — и результат вполне достойный.

Опыт Великобритании

Пока ни одна страховая компания Великобритании не решилась на полную замену стандартных процедур андеррайтинга на телефонный сбор данных.



Британские компании больше полагаются на медицинские справки, и отказываться от традиций андеррайтеры не хотят. Впрочем, как показывают исследования, они правы: медицинские справки будут сохранять свои позиции как основной источник информации по ряду заболевании, например, критических (таких, как онкология). Тем не менее, телефонный андеррайтинг и TDC может существенно снизить количество медицинских справок и связанные с ними расходы, оставляя необходимость детальных исследований только в исключительных случаях.

Подводим итоги

Модели большого и малого «Т» могут успешно применяться для повышения скорости и эффективности андеррайтинга.



За последние 10 лет в Британии многие крупные страховщики, работающие на рынке с помощью посредников, вложили огромные средства в создание систем интеллектуального маркетинга. Эти системы могут быстро и эффективно обработать большое количество информации, касающейся, в основном, страхования жизни и тяжёлых заболеваний.

1-104.indd 71 04.02.2009 18:56:32

Так называемые «чистые» заявления могут быть подписаны практически моментально. Если же встретилось заявление, содержащее информацию о наличии подозрений на критические заболевания, то клиенту должны быть заданы уточняющие вопросы.

На рынке, где основные продажи полисов происходят с участием агентов или брокеров вероятнее ожидать внедрения модели «t малое», чем модели «T большое».

Крупномасштабная модель чрезвычайно эффективна в отношении андеррайтинга страхования от потери дохода по причине нетрудоспособности, поскольку в этом случае гораздо ниже процент «чистых» заявлений и требуется гораздо больше медицинских справок. Она также способствует более полному раскрытию в случае заболеваний средней тяжести, таких как умственные и скелетно-мышечные расстройства, на которые приходится 55% заявлений в Британии.

Крупномасштабная модель может быть также эффективно использована в каналах продаж, где существенное значение имеют временные ограничения при заключении договоров страхования или если страховые компании имеют ограниченный опыт продаж определенного продукта.



Перевод Юлии Третьяковой

1-104.indd 72 04.02.2009 18:56:32