ВСЛЕД ЗА ЛИДЕРАМИ

Олег Тишкин

окончил МГИМО в 1985 году. В страховании более 25 лет. С 1990 по 2005 годы работал в ОСАО «Ингосстрах», последняя должность – первый заместитель генерального директора. С 2005 по 2008 годы. – генеральный директор страховой компании «КапиталЪ Страхование». С марта 2010 года – генеральный директор страховой компании «ИСК Евро-Полис».

Фото: : «ИСК Евро-Полис»

«Mid Size» (средние) страховые компании по большинству показателей лучше, чем многие «лидеры» рынка. Даже при относительно небольшом объеме сборов бизнес страховой компании должен быть прибыльным, а главной целью является высокий уровень обслуживания клиентов и разумная финансовая политика, – считает генеральный директор страховой компании «ИСК Евро-Полис» Олег Тишкин.

«Современные страховые технологии»: Олег Владимирович, многие говорят, что нынешний год будет особенно сложным для небольших страховых компаний. Как ваша компания чувствует себя сегодня на страховом рынке, в чем ее специализация?

Олег Тишкин: В этом году наша компания отметила 23-летие со дня основания, не за горами четверть века, серебряная дата, к которой мы планируем подойти с новыми достижениями и более высоким рейтингом. Эта четверть века была достаточно серьезным периодом для российского страхования, а мы стояли у истоков, были одними из тех, кто разрабатывал страховые продукты, внедрял основы риск – менеджмента, задавал стандарты на рынке страхования. В частности, страхование грузов в 90-е годы было основным направлением в портфеле нашей компании. Мы разработали ряд инновационных подходов в данном сегменте, которые до сих пор востребованы на рынке. Собственно, и название компании связано с «европейским» подходом к страхованию – «ИСК Евро-Полис» – информационно-страховой подход к оценке риска и его защите. Вторым значимым направлением было предоставление очень качественных по страховому сервису услуг физическим лицам. Долгое время «ИСК Евро-Полис» воспринималась как страховой бутик. В 2010 году акционеры компании приняли обновленную стратегию и решили пригласить опытных топ-менеджеров для того, чтобы развить и закрепить успех.

Так в компанию пришла новая профессиональная команда, которая в своем большинстве состояла из сотрудников «Ингосстраха». Именно с этого момента «ИСК Евро-Полис», оставаясь страховым бутиком в части уровня сервиса, стала стремительно развиваться как рыночный игрок. До сих пор отличительной особенностью нашей компании является высочайшее качество в сопровождении своих партнеров и клиентов. Мы ставим во главу угла не долю рынка, не объем премии, не место в рейтинге, а сервис, то есть, обеспечение качества, которому нет равных. За неполных 5 лет компания «поднялась» в рейтинге «Эксперт РА» с двухсот какой-то позиции до ТОП 20–50, по разным видам страхования.

Качество услуг, которые предоставляет страховая компания,

определяется, в том числе, а, возможно, и в первую очередь, тем, насколько быстро происходит процесс урегулирования убытка. Мы ставим рекорды по быстроте урегулирования страховых случаев, и я не знаю страхователей, которые ушли бы от нас неудовлетворенными. За этим мы внимательно следим, поддерживаем обратную связь с клиентами. Этим и объясняется динамичный прирост нашей партнерской базы, которая фактически имеет минимальные показатели по невозобновлению договоров.

Помимо этого, мы практически единственная компания, у которой доля автострахования меньше 15% на фоне общерыночной беды со значительным перекосом «моторного портфеля», в некоторых случаях до 60–70%. А сейчас главная проблема рынка – это автострахование, которое у большинства компаний убыточно. Мы же фиксируем прибыль по ОСАГО, и объясняется это просто – мы не платим агентских комиссий, предпочитаем прямые продажи. Если платить комиссию за привлечение клиентов по ОСАГО 20–30–40%, а были и рекорды – 50%, конечно, никаких денежных резервов не хватит.

«ССТ»: У вас в основном корпоративный сегмент?

О.Т.: Нет, у нас универсальная страховая компания. У нас есть прекрасный корпоративный портфель, относительно прибыльный, поэтому нас любят перестраховщики. Для перестраховщиков 2014 год по обслуживанию нашего портфеля завершился в плюсе, несмотря на то, что в целом по рынку год был на убытки крайне урожайный. Это был год катастроф, убытки были у всех компаний, включая ТОП-10. То, что нас это коснулось в меньшей степени, говорит о качестве рисков, которые мы принимаем, о наших подходах к аквизиции, андеррайтингу, ценообразованию.

Наши перестраховщики, компании Swiss RE, Hannover RE и другие сейчас борются за право предоставить нам наилучшие возможности по перестрахованию, то есть проблем с перестрахованием мы не испытываем. Годовые сборы в нашей компании составляют 2 млрд рублей, это немного по меркам рынка, но мы не стремимся к увеличению объемов во что бы то ни стало, наша задача сохранить рентабельность компании, при-

«ИСК Евро-Полис»

основана в 1992 году. Входит в состав Инвестиционной Группы «Абсолют». Универсальная страховая компания, клиенты – предприятия и организации различных форм собственности, ведущие свой бизнес в самых разных областях российской экономики, а также физические лица и индивидуальные предприниматели. Рейтинг надежности от «Эксперт РА» (RAEX) A+, «очень высокий уровень надежности». Уставный капитал 676 млн. руб., активы 2,1 млрд. руб.

быльность, привлекательность для участников и инвесторов.

Мы одни из немногих на страховом рынке, кто имеет абсолютно прозрачную структуру капитала, никаких непрозрачных активов у нас нет. Все деньги в кэше. Это тоже качество, которые ценят клиенты. Мы не делаем ставку на развитие территориального присутствия, на развитие агентских сетей, на посреднические каналы, мы делаем ставку на продажу наших страховых продуктов онлайн.

«ССТ»: Но онлайн продаются, в основном, коробочные продукты?

О.Т.: Если мы говорим про ритейл, то да, упор все делают на коробочные продукты. Это связано, конечно, с отсутствием осмотра объекта страхования. Каждый день доля онлайн продаж в нашей компании увеличивается, а мы, в свою очередь, работаем над тем, чтобы клиенту было удобно воспользоваться онлайн покупкой страхового полиса, затратив на данную операцию минимум времени.

Что касается корпоративного сегмента, то тут мы придерживаемся принципа индивидуального подхода к клиенту, и в зависимости от потребностей, вида деятельности страхователя у нас можно составить любую программу для любого предприятия.

Качество услуг, которые предоставляет страховая компания, определяется, в том числе, а, возможно, и в первую очередь, тем, насколько быстро происходит процесс урегулирования убытка.

«ССТ»: Какой процент от общего числа ваших клиентов приходится на корпоратив, и какой на ритейл?

О.Т.: На сегодняшний день на корпоратив приходится 60%, на ритейл 40%. Но наша задача в течение ближайших двух или трех лет прийти к обратной пропорции, ритейл должен быть 60% и более. Мы прекрасно понимаем, что бросить вызов рынку по «корпоративу» можно, но, наверное, это будет малоэффективно, когда административный ресурс в выборе страховщика достиг своего апогея. Мы стремимся быть универсальной рыночной компанией, которая может застраховать и предприятие, и его сотрудников, но в перспективе мы делаем упор, конечно, на ритейл и онлайн технологии.

Мы имеем все предпосылки для успешного развития ритейла, тем более, что в прошлом году такие компании как «Альянс», «Цюрих», «AIG» отказались от развития в этом направлении, так как зафиксировали миллиардные убытки, их клиенты остались, по сути, без страхования.

«ССТ»: То есть, фокус в том, что сейчас есть масса клиентов в ритейле, которые потеряли страховщика, не удовлетворены качеством услуг каких-то страховых компаний, и их можно переманить…

О.Т.: Мы их не переманиваем, они сами приходят и остаются.

«ССТ»: Но конкурировать в ритейле, к примеру, с «Ингосстрахом» не менее сложно, чем с «СОГАЗом» в корпоративе…

О.Т.: Я с вами не соглашусь, есть два подхода: вы можете прийти, допустим, в крупный банк, отстоять там очередь, и операционный сотрудник уделит вам минуту своего времени. А можете прийти в небольшой банк, который не менее устойчив с точки зрения показателей платежеспособности, количества обязательств и активов, но к вам выйдет председатель правления и угостит вас кофе, то есть, с вами будут общаться на другом уровне – европейском.

Я всегда предпочитал делать покупки или приобретать услуги в компаниях, которые видят меня не как одного из миллиона клиентов. При достижении определенного объема бизнеса качество удержать невозможно. Поэтому в крупных страховых компаниях выделяются VIP-подразделения, а все остальные воспринимаются, как масса клиентов, которые дороги на этапе заключения договора, но становятся не сильно нужны, когда наступает время урегулирования убытка. Клиенты это отношение чувствуют.

И мы решили придерживаться следующей политики – мы ничего не обещаем в начале, но, когда наступает убыток, демонстрируем своим клиентам настоящий Cirque du Soleil.

Для перестраховщиков 2014 год по обслуживанию нашего портфеля завершился в плюсе, несмотря на то, что в целом по рынку год был на убытки крайне урожайный.

К примеру, наш страхователь едет на своей машине, в него въезжает какой-нибудь нерадивый автолюбитель. Он звонит в наш колл-центр, и к нему на таком же, как у него, новом авто, приезжает девушка небесной красоты и говорит: «Иван Иванович, выпейте водички, берите мой автомобиль, поезжайте по своим делам, а я уж тут сама разберусь с вашим ДТП». После этого наш страхователь делится впечатлениями со своими знакомыми, партнерами по бизнесу, и волей не волей, он становится нашим провайдером. Таким образом, эта услуга является основным драйвером увеличения нашей базы.

Почему я говорю, что невозобновляемость у нас нулевая? Потому что сложно представить ситуацию, когда Иван Иванович, после того что с ним произошло, останется недовольным и уйдет к другому страховщику!

«ССТ»: Все говорят о том, что западные страховщики зарабатывают на инвестиционной деятельности, а наши страховщики зарабатывают за счет разницы между сборами и выплатами, а инвестиционную деятельность не ведут…

О.Т.: Такое было на нашем рынке, но сейчас это уже уходит. Другое дело, что на инвестиционном рынке в России зарабатывать крайне сложно, он непрозрачный, кукольный и инсайдерский. Вопрос инвестиций крайне сложный,

потому что непонятно, условно говоря, как бедному крестьянину определить, в каком банке держать деньги.

Но вообще-то, конечно, страховщики должны зарабатывать на инвестициях, а не на разнице. Например, я мастер спорта по шахматам, а вы дилетант. Кто из нас выиграет партию? Так и здесь – страховщик выпускает программу с франшизой, со сложными правилами, в итоге клиент ничего не получает или получает, но недостаточно, и рано или поздно у страхователя наступает разочарование. А волна недоверия к российскому страховому рынку растет огромными темпами, особенно на фоне последних банкротств таких страховых компаний как «Россия». Мы очень болезненно воспринимаем уход крупных компаний с рынка, потому что это формирует у потенциальных страхователей негативное отношение к страхованию вообще. Более того, мы рады предложить свои условия клиентам покинувших рынок страховщиков, которые остались без страхования, и берем, на определенных условиях, на себя дальнейшее исполнение их страховых договоров.

«ССТ»: Ваша компания состоит в «Национальной страховой гильдии»?

О.Т.: Нет, мы не являемся членами «Национальной страховой гильдии», мы являемся членами ВСС. В свое время мы изучали возможность вступления в Гильдию, которая действительно объединяет малые и средние страховые компании. Но когда я осознал, что участники этой организации настроены в основном на то, чтобы выбить у законодателя для себя какие-то преференции за счет того, что они имеют небольшой размер капитала, бизнеса, территориального присутствия и т.д. – я понял, что это не наша история. Я считаю, что, если ты хочешь стать полноправным участником страхового рынка, надо наращивать капитал, надо инвестировать средства в бизнес, приглашать топовых аудиторов, а не выбивать себе льготные условия только потому, что ты маленький и ущербный. Есть ВСС – это «страховой клуб» крепких, здоровых и надежных, вот и мы хотим стать богатыми, здоровыми и красивыми, поэтому за минимальный срок в пять раз увеличили капитал, приглашаем высококвалифицированных специалистов. Мы против того, чтобы на рынке были какие-то индульгенции, потому что они формируют антисоциальные настроения. «У нас капитала нет, но дайте нам постраховать, а если будет убыток, мы не знаем, что мы будем делать...». Это опасная идеология! Они не хотят вкладывать, но хотят получать деньги. Результат известен – многие компании скоро уйдут с рынка.

И я думаю, что сегодняшняя политика Центрального Банка, ужесточающая условия по ведению страхового бизнеса, правильная. Сколько было возмущения, когда ушла «Россия», ведь этот уход осушил фонд ОСАГО миллиарда на три! Теперь ЦБ решил реагировать вовремя…

«ССТ»: У «ИСК Евро-Полис» есть 11 филиалов, будете расширяться?

О.Т.: Нет. Есть путь экстенсивный – обозначиться в каждой деревне флажком, арендовать офисы, нанять местный персонал. Это не наша тема. По мере развития онлайн продаж мы будем закрывать тему с расширением филиальной сети. Самый хороший работник – это наш сайт продаж коробочных продуктов.

Мы возлагаем надежды на 1 июля, когда онлайн начнет продаваться ОСАГО. Если этот механизм заработает, это будет благом для нас, а вот для компаний, у которых есть большие агентские сети – это может быть серьезной проблемой.

В декабре к нам приехала делегация из международной компании MAPFRE ASSISTENCIA с предложением партнерства, мы подписали с ними договор и сейчас делаем совместные программы, которые призваны привнести на наш рынок лучшее из их практики. В позапрошлом году мы были абсолютным лидером по страхованию гаджетов. Наши полисы продавались в Apple Store, Restore, Медиамаркт. Но, как только ритейлеры заметили, что продажи идут хорошо, начали повышать комиссию, и для нас такое сотрудничество стало невыгодным. Сейчас мы предлагаем такие страховки через собственный сайт. С MAPFRE мы предлагаем новые виды страхования – страхование от потери стоимости и продленную гарантию на авто. Вот хотя бы – страхование от поломки очков…

«ССТ»: Каковы ваши планы на текущий год?

О.Т.: Для страхового рынка, это уже очевидно, текущий год будет сложным. Число игроков на рынке существенно сократится по объективным причинам из-за ужесточения правил ведения страховой деятельности. Требования Центрального Банка к активам, прозрачности повлияют на решения акционеров компаний в части их дальнейшего участия в страховом бизнесе.

Акционеров, которые примут решение добавить капитал, вычистить непрозрачные активы, будет крайне мало, потому что сам рынок очень тяжелый, низко маржинальный, и зарабатывать на нем становится все сложнее, тем более сейчас, когда экономическая ситуация непростая, а страхование не является предметом первой необходимости ни для ритейла, ни для предприятий.

Мы ожидаем, что рынок сильно сократится с точки зрения игроков, а наша доля существенно прирастет, потому что мы на этом рынке собираемся не только остаться, но и увеличить число своих клиентов. Этот год – вызов для нас, мы хотим удержать «пойманную за хвост» жар-птицу, и для нас он станет годом роста (прибыли). С 1 июля, даже если продажи ОСАГО онлайн не будут облигаторными, мы их запустим. Ожидаю, что мы прирастем по прибыли, внедрим новые технологии и будем двигаться в сторону развития ритейлового направления в страховании.

Интервью провела Марина Шумилина