

В САО РЕСО-Гарантия агентский канал был и остается основным каналом страхования. Хорошая консультация при продаже обеспечивает качественную сделку, а сопровождение договора и помощь при урегулировании убытка гарантируют лояльность клиента. Как работает эта стратегия компании, рассказывает заместитель генерального директора страховщика Юрий Демин.

Современные страховые технологии: Какие программы для физических лиц сейчас наиболее востребованы?

Юрий Демин: С конца февраля мы ощутили серьезный рост интереса страхователей-физлиц к страховым продуктам. Это объяснимо: многие сегодня переживают неопределенность и с работой, и с финансовыми перспективами. В период турбулентности человек, конечно, думает, как ему защитить свое имущество и сохранить здоровье. Например, сейчас весьма сложно самостоятельно отремонтировать автомобиль из-за дефицита запчастей и резкого роста цен на них. Это отражается на востребованности каско, причем классических продуктов. Кроме того, мы видим интерес к дострахованию, когда за дополнительную плату люди увеличивают страховые суммы по действующим договорам.

Еще один тренд последнего полугодия — заметный рост продаж в агентском канале. В разные месяцы он составлял от 30 % до 50 %. Такого мы не наблюдали долгие годы. Но надо признать, что этот рост во многом обусловлен увеличением стоимости полисов в связи с ростом стоимости запасных частей. Кроме того, у нас постоянно увеличивается и количество агентов.

ССТ: А какая динамика наблюдается в других каналах продаж?

Ю. Д.: Продажи новых автомобилей упали почти на 80 %. Дилерский и лизинговый каналы, традиционно достаточно заметные в портфеле компании, сейчас значительно уступают агентскому. Что же касается продажи б/у автомобилей в дилерском канале, то со снижением объемов трейд-ина сократились и продажи подержанных машин,

что привело к снижению продаж страховых услуг. К тому же большинство клиентов при покупке б/у автомобиля предпочитают делать каско не у дилера, а у своего страхового агента. А мы, в свою очередь, поддерживаем дилеров тем, что направляем им большое количество автомобилей на ремонт.

ССТ: В ситуации, когда ремонт так подорожал, сумма ущерба в ДТП может быть очень велика. А если ОСАГО не хватит, виновнику придется компенсировать ущерб пострадавшим по решению суда. Востребовано ли сейчас добровольное страхование автогражданской ответственности?

Ю. Д.: Лет пять назад этим продуктом в совершенстве «овладели» страховые мошенники, поэтому такие полисы в большинстве страховых компаний продаются теперь только вместе с каско и при определенных условиях.

ССТ: Автомобили — не единственное имущество, которое активно страхуется?

Ю. Д.: Наша компания считает показателем профессионализма агента его умение

Тренд последнего полугодия — заметный рост продаж в агентском канале. В разные месяцы он составлял от 30 % до 50 %. Такого мы не наблюдали долгие годы. Но надо признать, что этот рост во многом обусловлен увеличением стоимости полисов в связи с ростом стоимости запасных частей.

сформировать универсальный страховой портфель. У нас агент вместе с моторными продуктами практически всегда предлагает услуги по защите другого имущества клиента, в первую очередь — квартиры и дома. Для многих наших агентов страхование жилых строений составляет основную часть портфеля. Эта работа требует определенной квалификации и навыков. Есть агенты, которые продают страхование квартиры в дополнение к страхованию автомобиля, другие — наоборот.

Главное правило — клиент с помощью агента должен сам для себя определить, какая защита ему нужна. Особенно в тех случаях, когда дом или квартира — это одно из главных материальных приобретений в жизни, и потеря жилья в результате пожара или стихийного бедствия может стать настоящей трагедией. Люди готовы платить за своё спокойствие справедливую и достаточно высокую цену, и наша компания предлагает им эту возможность, предоставляя наиболее полную

страховую защиту.
Относительно недавно мы предложили сети два совершенно уникальных для рынка продукта: программу «Все включено» по страхованию квартир и расширенное страховое покрытие «Экстра» для полисов страхования домов. По набору страховых рисков, полноте покрытия, качеству дополнительных сервисов эти

дополнительных сервисов эти продукты объективно лучшие на рынке. При этом мы изъяли практически все исключения, по которым можно отказать в выплате.

ССТ: А какова цена таких замечательных продуктов?

Ю. Д.: Не хочу говорить о них в терминах «дешевый» или «дорогой», это — справедливая цена за предложенные риски. Так, в программе для квартир есть фиксированные страховая сумма и премия. В столичных регионах по конструктивным элемен-

там страховая сумма составляет от 10 до 100 млн руб., по отделке — от 1,5 до 15 млн, по движимому имуществу и гражданской ответственности — от 1 до 10 млн. Суммы для наших региональных клиентов немного меньше.

Такие страховые суммы связаны с конъюнктурой рынка недвижимости. В продукте «Все включено» клиент может подобрать страховую защиту на ту сумму, которая соответствует его затратам на покупку недвижимости или ремонт квартиры. Кроме того, всегда можно получить исчерпывающую консультацию у нашего агента.

ССТ: Продукт по страхованию квартир пользуется спросом?

Ю. Д.: Продукт на рынке совсем недавно, но уже пользуется спросом. Агенты очень активно переводят клиентов из недорогих «коробок» именно на эту программу. Мы

Относительно недавно мы предложили сети два совершенно уникальных для рынка продукта: программу «Все включено» по страхованию квартир и расширенное страховое покрытие «Экстра» для полисов страхования домов. По набору страховых рисков, полноте покрытия, качеству дополнительных сервисов эти продукты объективно лучшие на рынке.

выплачиваем страховое возмещение без учета износа, предоставляем самые разные дополнительные сервисы. Например, если произошел пожар, то мы оплачиваем проживание клиента в гостинице до момента устранения его последствий. А если залив квартиры застал клиента в командировке, мы оплачиваем его возвращение. Наверное, если сильно поискать, то каждую из этих опций отдельно можно найти в каком-нибудь продукте на рынке. Но все вместе в одном продукте коробочного формата они собраны у нас.

Агент — это персональный менеджер для клиента. Он поможет, если произошел страховой случай, подскажет, как собрать пакет документов, как и когда обратиться к страховщику. Участие агента в выплате начинается с момента подачи клиентом заявления о страховом событии.



ССТ: А в чем уникальность продукта по страхованию домов?

Ю. Д.: Это классический продукт с индивидуальным подбором страховой суммы и несколькими пакетами рисков: «Экстра 1», «Экстра 2», «Экстра 3». Каждый следующий пакет шире предыдущего, «Экстра 3» — наиболее широкий по наполнению. И, конечно, каждый вариант полиса предполагает сопровождение договора агентом на всех этапах его действия.

Агент — это персональный менеджер для клиента. Он поможет, если произошел страховой случай, подскажет, как собрать пакет документов, как и когда обратиться к страховщику. Участие агента в выплате начинается с момента подачи клиентом заявления о страховом событии. Каждый агент РЕСО-Гарантия получает СМС-оповещение, если у его клиента по какому-то договору произошел страховой случай. Мы просим агента связаться с клиентом и узнать, какая помощь нужна.

Наша задача, чтобы клиент получил выплату максимально быстро. При этом мы стремимся урегулировать выплатные дела так, чтобы в страховую компанию не надо было лишний раз звонить ни клиенту, ни агенту.

ССТ: Можно ли новые страховые продукты купить в электронном виде?

Ю. Д.: Пока нельзя. Мы хотим, чтобы эти продукты продавали агенты. Они уникальны, и про эту уникальность необходимо

подробно рассказывать. Такой продукт — это козырь в работе агента.

Но если говорить про электронные продажи в целом, то у нас есть целое управление, которое работает с этим каналом. Исторически сложилось, что лидерами продаж являются страхование путешественников и ОСАГО. Зарубежный туризм сейчас не так активен, как раньше, но поездки по России развиваются. Мы смотрим в будущее с оптимизмом.

ССТ: Как строится стратегия работы компании в регионах? Возможно, вы выбираете регион по уровню жизни населения или развитию жилищного строительства?

Ю. Д.: Планы продаж в регионе мы строим в зависимости не от строительства жилья, а от размера нашей агентской сети. Чем активнее наш региональный руководитель привлекает агентов, тем больше у него планы продаж. У нас есть прекрасная школа агентов, полноценный центр профессиональной подготовки. Каждый агент, попадающий в компанию, получает своего куратора — менеджера. Эти менеджеры материально заинтересованы, чтобы агент много и успешно продавал, а значит, заинтересованы и в повышении его квалификации. По мере профессионального роста агента растут и наши аппетиты к его продажам, что находит свое отражение в планах агентства и всего регионального подразделения.