РАЗГОВОР ПО ДУШАМ

Татьяна Робулец

Недоверие потребителей – серьезная проблема российского страхового рынка, и решить ее можно только при активном диалоге страховщиков и страхователей. Для этого в 2014 году была проведена серия круглых столов страховщиков и страхователей при поддержке ТПП РФ. Первой инициативу поддержала СК «СОГАЗ». Готовы ли другие страховые компании к диалогу со своими потенциальными клиентами?

имеет двадцатилетний опыт работы в страховом бизнесе, работала топ–менеджером в таких компаниях как ОСАО «РЕСО-Гарантия»и ОАО «АльфаСтрахование». Основатель и генеральный директор журнала «Современные страховые технологии», одного из ведущих СМИ российского страхового рынка (выходит с 2007 года), а также Председатель Подкомитета по управлению рисками и взаимодействию с финансовыми институтами Комитета по промышленному развитию ТПП РФ.

Шаг к клиенту

Все великие мастера продаж на своих лекциях и в своих книгах главным фактором успеха называют навык продавца слышать покупателей. Но главным вопросом организации эффективных продаж остается вопрос получения «обратной связи» от потребителя. Многие производители для этого устраивают мероприятия, на которых клиент может попробовать товар или услугу и дать свою оценку, например, дегустации, тест-драйвы, фокус-группы, рекламные туры. Инструментов множество, но, к сожалению, на российском страховом рынке их практически не используют.

Как можно заметить, на профессиональных конференциях по страхованию вопросам продвижения товара, потребностям клиентов уделяется очень мало внимания. А ведь ни для кого не секрет, что у нас в стране страхование не любят, не понимают и даже его опасаются. Для страхового рынка недоверие потребителей – серьезная проблема, и решить ее можно только при условии активного диалога страховщиков и страхователей!

Исходя из этого, мною было принято решение об организации специализированных семинаров для собственников и руководителей предприятий по отдельным видам страхования на площадке Торгово-промышленной палаты РФ.

Почему была выбрана именно эта площадка? ТПП РФ всегда была и остается местом общения бизнесменов, она объединяет предприятия самых разных отраслей. Именно в ТПП, в комитетах и ассоциациях обсуждаются отраслевые проблемы и вырабатываются пути их решения. Где, как не в ТПП, обсуждать потребность в страховых услугах предприятий различного профиля деятельности, обсуждать качество страховых программ и их пользу для потребителя?!

Еще на этапе задумки было понятно, что для того, чтобы привлечь интерес руководителей предприятий к семинару по страхованию, необходима очень продуманная тема и уважаемые эксперты – докладчики. Поэтому приглашать в качестве спикеров рядовых сотрудников страховых компаний было нельзя. Кроме того, семинар не должен был выглядеть, как мероприятие по продаже страховых услуг, то есть, носить рекламный характер, на нем должны были обсуждаться конкретные интересующие аудиторию вопросы.

Докладчики семинара, специалисты в сфере страхования должны давать на эти вопросы четкие, понятные ответы так, чтобы в дальнейшем собственники и управляющие предприятий захотели применять страхование как инструмент управления рисками на своих предприятиях. Оптимально, чтобы среди спикеров были представители разных страховых компаний, независимых экспертных организаций и представители бизнес-сообщества, которые могли бы с трибуны высказать свои замечания и пожелания представителям страховщиков.

Я предположила, что наиболее подходящая аудитория для

таких семинаров – это собственники, генеральные директоры предприятий, так как именно они принимают решения и несут за них ответственность. Кроме того, на семинаре было бы очень желательно присутствие менеджеров, которые также оказывают влияние на принятие решения по страхованию и отвечают за безопасность предприятия. К таким менеджерам можно отнести главного инженера, руководителя службы эксплуатации, начальника юридического управления, ответственного за пожарную безопасность, финансового директора или главного бухгалтера и т.д. Свое решение о необходимости страхования и об его объемах руководители предприятий основывают на советах этих сотрудников. Очень важно, чтобы все они одинаково подходили к пониманию страхования. Поэтому все они были включены в адресные рассылки приглашений к участию в семинарах.

Первая ласточка

На этапе запуска проекта нас поддержала страховая компания «Согаз»! Моя идея понравилась Николаю Владимировичу Галушину. Благодаря его поддержке и личному участию удалось преодолеть практически все первоначальные трудности по организации, за что ему огромное спасибо и низкий поклон! Таким образом, совместно со СК «Согаз» в течение прошлого года было организовано пять региональных семинаров. Три семинара, во Владимире, Калининграде и Барнауле, были посвящены теме страхования промышленных предприятий, а семинары в Нижнем Новгороде и Екатеринбурге проводились по теме страхования объектов коммерческой недвижимости и непромышленных активов. Кроме «Согаза», нам неоценимую поддержку оказали Федеральная палата пожарно-спасательной отрасли РФ и Национальный союз страховщиков ответственности в лице Светланы Викторовны Гусар.

Такой состав докладчиков позволил сделать наши мероприятия по-настоящему содержательными. Для наглядности приведу план одного из наших семинаров по страхованию коммерческой недвижимости.

1. Вступительное слово модератора:

«По статистике, около 80% объектов недвижимости в России застрахованы от пожара и других рисков в качестве залогового имущества. Обеспечит ли подобное страхование надежную защиту или только создаст иллюзию безопасности? Прямой диалог страховщиков и страхователей поможет разобраться в проблеме…»

2. Тема выступления: «Рынок коммерческой недвижимости региона. Современное состояние, перспективы развития»:

«Активное строительство бизнес-центров и торгово-развлекательных комплексов неразрывно сопряжено с рисками, связанными как с эксплуатацией зданий, их пожаробезопасностью, так и с ответственностью перед посетителями и арендаторами».

3. Тема выступления: «Потенциальные риски на объектах коммерческой недвижимости. Страхование как инструмент эффективного управления имущественными и финансовыми рисками»:

«Обязательства перед банком страховать залоговое имущество подталкивает заемщика к ложной экономии. В чем суть проблемы? Анализ возможных последствий некорректно заключенных договоров страхования коммерческой недвижимости».

4. Тема выступления:

«Практика обеспечения пожаробезопасности объектов коммерческой недвижимости»:

«Современные системы пожаротушения и пожаробезопасности стоят дорого. Есть ли способы безопасной экономии и оптимизации затрат?»

5. Тема выступления:

«Практика страхования и урегулирования убытков на объектах коммерческой недвижимости региона. Спрос на страховые услуги и реальные потребности в страховании».

После каждого выступления проводились обсуждения наиболее значимых проблем.

Встретились и поговорили

С задачей привлечения целевой аудитории на наши семинары мы успешно справились, нам удалось преодолеть инерцию мышления потенциальных страхователей. Думаю, что немаловажным фактором явилось то, что мероприятие проводилось под брендом региональной ТПП, это обстоятельство существенно поднимало рейтинг семинара в глазах потребителя, также слушателей привлекала возможность бесплатного участия и практический характер мероприятия. Количество участников от региона к региону менялось. Были выявлены яркие региональные отличия. Если в Калининграде и во Владимире предприятия активно откликались на приглашения, то в Нижнем Новгороде пришлось проводить очень большую работу, чтобы обеспечить явку участников.

На семинарах участники-страхователи имели возможность задать волнующие их практические вопросы. Например, как правильно выбрать франшизу при страховании завода, как выбрать страховую сумму, чтобы реально компенсировать возможный ущерб, что значит слишком низкая ставка премии одной из страховых компаний при проведении тендера, как правильно общаться со страховщиком при наступлении убытков и так далее. В ходе обсуждений были выявлены очень интересные проблемы, первоначально совершенно неочевидные. Например, порядок заключения договора страхования коммерческой недвижимости (бизнес- и торговых центров) при наличии у здания большого количества собственников. Другая проблема касалась того, что собственники коммерческой недвижимости принимают за правило передавать ответственность за пожарную безопасность и страхование помещений от огня их арендаторам.

В случае наличия в здании общих автоматических систем пожаротушения отдельный арендатор не может отвечать за правильную работу общей системы. В таком случае перестройки помещений под нужды арендаторов сводят на нет систему пожаротушения. Наиболее часто задаваемыми для руководителей промышленных предприятий стали вопрос выбора оптимальной страховой суммы при залоговом страховании имущества и вопрос о порядке урегулирования убытков.

При организации всех семинаров мы сталкивались с активным нежеланием руководителей предприятий прийти и послушать. Так нам удавалось собрать не более 15% респондентов от первоначальной базы рассылки приглашений. Но все, кто с опаской пришел, были очень довольны. Все участники просили продолжить семинары, посвятить их также и другим видам страхования. Проведенные опросы участников подтвердили потребность в подобном формате для руководителей различного рода предприятий.

В 2015 году мы планируем продолжить организацию семинаров по страховой тематике. Опрос компаний-страхователей показал, что одними из самых востребованных тем в сфере корпоративного страхования сегодня являются добровольное медицинское страхование и страхование от несчастного случая для работников компании. Мне бы хотелось привлечь к нашей работе по популяризации страховых услуг и других страховщиков, которые заинтересованы в развитии страхового рынка и в прямых контактах со своими потенциальными потребителями.

Фото: «ССТ»