МОБИЛЬНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ

Алексей Шупляков

окончил факультет «Международные экономические отношения» Белорусского государственного экономического университета. В 2008 году получил степень MBA бизнес-школы Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder). Имеет более чем 11-летний опыт работы в сфере страхования, в том числе в российском подразделении компании MunichRe, а также в страховых компаниях РОСНО, Белгосстрах. В страховую компанию ЗАО «АИГ» пришел в 2011 году в качестве менеджера направления банкострахования и прямого маркетинга, отвечал за развитие данных направлений бизнеса компании. С 2012 года занимает должность заместителя руководителя отдела страхования от несчастных случаев и во время поездок ЗАО «АИГ», специализируется на банкостраховании, альтернативной дистрибуции, инновационных продуктах и сервисах, а также на управлении операционной деятельностью отдела.

В ноябре 2013 года компания «AIG» запустила новый сервис, предложив своим клиентам мобильный платеж в качестве альтернативного способа оплаты страховой премии.

Оплата проще простого

В ходе анализа потенциально применимых к нашей модели бизнеса методов оплаты страховой премии мы провели расширенное изучение как имеющихся, так и перспективных инструментов на российском и зарубежных рынках. В итоге пришли к выводу, что страховой отрасли, достаточно консервативной по своей сути, безусловно, есть что позаимствовать в вопросе платежных инноваций, например, у розничной торговли или сферы потребительских услуг. Так, мы нашли более двадцати методов, которые сейчас не используются у нас, но либо применяются где-то в мире, либо являются перспективной технологией, планируемой к реализации в ближайшем будущем. Эти методы отличаются по стоимости, эффективности и практичности, каждый имеет свои плюсы и минусы. Мы определили круг платежных инструментов, потенциально интересных для компании, и начали работу над их внедрением. Первым и самым очевидным стал мобильный платеж. Оплата при помощи мобильного телефона показалась нам, с одной стороны, оптимальной для телемаркетинга (канала продаж, где мы планировали внедрить эту оплату), с другой стороны – наиболее естественной для клиента и ожидаемой рынком. Кроме того, к очевидным преимуществам данного метода платежа относятся высокий уровень технологического развития и практически повсеместное территориальное распространение.

Мы стремимся создавать для наших клиентов наиболее удобные условия взаимодействия со страховой компанией. Поэтому максимальное упрощение процесса оплаты страховой премии является одной из ключевых задач департамента розничного страхования «AIG».

Обратимся к теории. Существует два вида платежей с мобильных телефонов: так называемые PremiumSMS и мобильная коммерция. Рядовой пользователь вряд ли отличит один от другого, но с точки зрения технологии и затрат различия очевидны. PremiumSMS: абонент самостоятельно инициирует транзакцию и отправляет SMS-сообщение с определенным текстом на короткий телефонный номер, чтобы произвести оплату товара или услуги. Тарификация и списание с мобильного счета клиента возможны только на заранее определенные суммы, определяемые текстом сообщения. От общей суммы списания компания, получающая оплату за свои товары и услуги через данный канал, будет платить существенную комиссию в пользу мобильного оператора

и агрегатора. Совокупная комиссия может достигать пятидесяти и более процентов. Для продажи страховых услуг это неприменимо, т.к. в наших продуктах таких высоких комиссионных не предусмотрено. Кроме того, мы не считаем корректным перекладывать оплату комиссий на клиента, а закладывая такие большие комиссионные в стоимость продукта, делаем наши услуги для него слишком дорогими и неинтересными.

Мы решили поискать, что же может стоить дешевле. Выяснилось, что телефонные операторы, чувствуя определенную конкуренцию со стороны систем ускоренных платежей, пошли навстречу рынку и запустили по сути схожий инструмент – мобильную коммерцию. Здесь абонент отвечает на SMS-сообщение, в котором его информируют об оплачиваемой услуге и сумме платежа. Таким образом, операция намного более прозрачна для клиента, резко снижается количество возможных ошибок, т.к. технология работает по принципу «ответной SMS». Мобильная коммерция дает возможность оплаты любой суммы (например, 154,57 руб.), что невозможно было организовать с помощью коротких номеров. Принципиально важно, что комиссия, взимаемая в пользу оператора и банка (он также участвует в этой схеме, хоть это и незаметно для клиента), существенно ниже, что дает нам возможность предлагать клиентам эту опцию по оплате страховой премии без увеличения стоимости продукта. Мы взяли эти расходы на себя, то есть клиент их не ощущает, не платит никаких дополнительных комиссий за списание денежных средств со счета своего мобильного телефона; он платит равно столько, сколько указано в договоре страхования, а расходы, связанные с организацией процесса оплаты, включая комиссионные, берем на себя мы. Стоимость самого SMS-сообщения тарифицируется согласно условиям работы оператора.

В целом с операторами используется единый алгоритм работы, различия только в деталях. Клиенту приходит SMS с запросом: хотите ли вы оплатить услугу страхования? Если клиент согласен, то он должен отправить SMS с определенным текстом или набором символов, после чего тарифицируется услуга страхования. В зависимости от оператора различаются тексты и техники ответа (это могут быть коды, символы), сроки, валидность SMS для ответа.

Для выбора поставщика услуг мобильной коммерции мы провели тендер, определили партнера. Какое-то время у нас ушло на отладку взаимодействия наших систем, чтобы они работали безопасно и достоверно в плане статуса списания средств и удобства с точки зрения клиента. Старт проекта прошел в середине ноября 2013 года. В итоге мы смогли предложить российскому рынку инновационный сервис по альтернативной оплате страховой премии.

Российская специфика

Пока нам не на что опираться с точки зрения практического опыта. В плане мобильных плате-

жей Россия – уникальная страна. Весь мир живет по постоплатной системе счетов, когда человек заключает контракт, месяц разговаривает по мобильному телефону, а в конце месяца получает счет и оплачивает его. В этот счет можно многое включить – практически любые дополнительные платежи за услуги, которые он приобретал в течение месяца. В России доля постоплатных счетов невелика, у нас в основном все физические лица используют предоплату: положил деньги на счет мобильного телефона – получил в соответствии с контрактом лимит звонков и SMS. Поэтому обычно суммы, хранящиеся на мобильных счетах, незначительны. Объединив данные из открытых источников с результатами исследований компаний-подрядчиков, мы собрали определенную статистику, согласно которой средний чек, то есть среднее списание средств на оплату дополнительных услуг (не услуг мобильной связи) на российском рынке, колеблется от 250 до 320 рублей. Следует учитывать, что в России мобильный платеж подходит не для всех видов страхования именно в силу такой проблемы, как наличие средств на счете мобильного телефона. На Западе в мобильный платеж можно заложить довольно «тяжелые» страховые продукты, в конце месяца человек всего лишь оплатит счет, не заботясь о необходимости держать на текущем балансе мобильного телефона крупные суммы.

Принимая во внимание специфику российского рынка, все страховые продукты, реализуемые нами путем телемаркетинга, стоят недорого. Средняя цена как раз укладывается в диапазон среднего чека, как правило, это продукты с ежемесячным сроком действия и ежемесячно оплачиваемые, что удобно для мобильных платежей. Например, страхование от несчастных случаев, включающее такие риски, как смерь, инвалидность, необходимость дополнительных медицинских расходов, будет стоить около 300 рублей в месяц. По несчастным случаям есть и другие виды продуктов: страхование переломов и ожогов, страхование на случай госпитализации, хирургических вмешательств. В нашем портфеле есть и иные продукты, реализуемые через канал телемаркетинга. В частности, страхование карточных рисков – от хищения средств, от незаконного использования (фишинг, скимминг), страхование покупок, приобретенных по карте, страхование цены – компенсация разницы между ценой вашей покупки и самым дешевым предложением на рынке.

При подключении к программам страхования клиентам предлагаются на выбор несколько способов оплаты страховой премии: со счета банковской карты, из средств на балансе мобильного телефона или их комбинация с указанием предпочтительного и дополнительного счета в качестве альтернативы. При указании номера мобильного телефона в качестве основного или дополнительного средства оплаты клиенту направляется SMS-сообщение с предложением продлить действие полиса путем снятия не-

обходимой суммы с лицевого счета его мобильного телефона. При положительном ответе происходит одноразовое списание.

Отмечу, что наши полисы не имеют ограничения в использовании по территориальному признаку. Сегодня около 10% портфеля телемаркетинговых продаж AIG приходится на Москву, остальные 90% равномерно распределяются практически по всей территории России. Телемаркетинг позволяет продавать страховку везде: у нас есть клиенты и на Сахалине, и на Камчатке. Но для части региональных клиентов услуга мобильной оплаты бывает недоступна в связи с тем, что не все местные сотовые операторы на данный момент внедрили услугу мобильной коммерции. Этой части клиентов мы не предлагаем эту услугу, но с появлением такой технической возможности расширим действие этой опции и на них.

Насколько нам известно, пока страховые компании не инициировали подобные предложения на российском рынке, поэтому мы интересны компаниям-партнерам, которые хотят развивать новые ниши, в том числе и за счет страхового сегмента. Это безусловный плюс, но есть и минусы, главный из которых – учиться приходится на своих собственных ошибках. Сегодня мы на практике узнаем многие мелкие детали, играющие существенную роль. Например, некоторые телефоны на базе Android не «любят» длинных SMS: они могут разделить текст на части и перемешать их так, что клиент просто не поймет, о чем речь, или что следует учитывать время суток, когда происходит тарификация, и не беспокоить клиента в вечернее и ночное время.

Следующим этапом развития мобильных платежей для нас могла бы стать реализация сервиса подписки на страховые услуги, когда клиенту необходимо было бы подтвердить свое согласие на оплату страхования один раз, после чего от него не требовалось бы никаких действий – в автоматическом режиме раз в месяц с его счета списывалась бы сумма премии и приходило уведомление о списании и продлении срока действия полиса. Мы ведем переговоры с партнерами в этом направлении, но пока только один мобильный оператор готов рассмотреть такую услугу, в то время как нам хотелось бы сразу предложить такую возможность всем нашим клиентам.

Сегодня многие наши зарубежные коллеги внимательно следят за процессом внедрения этой технологии в России, поскольку в таком формате она еще не была реализована ни в одной из стран присутствия AIG. Конечно, в силу особенностей национальных рынков технология не всегда может быть применима «под копирку» или применима вообще, но передовой опыт всегда интересен.

Так, для агентского канала продаж совсем недавно в пилотном режиме мы запустили оплату премии с помощью мобильных POS-терминалов. В рамках проекта страховые агенты компании AIG получили возможность принимать платежи клиентов по пластиковым картам

со смартфонов или планшетов с помощью мобильного POS-терминала. Мы рассчитываем, что это позволит значительно расширить клиентскую аудиторию за счет привлечения новых клиентов-держателей карт и повысить защищенность платежей.

В стадии разработки находится услуга по оплате страховой премии через сеть сервисных пунктов системы денежных переводов.

Валюта будущего

Мы видим серьезный потенциал в использовании мобильных телефонов для оплаты услуг вообще и услуг страхования в частности. Сегодня в рамках пилотного проекта по мобильным списаниям более половины наших российских клиентов выбирают в качестве резервного или основного варианта оплаты страховой премии мобильный платеж.

На ближайшее будущее мы определили для себя еще более интересную модель реализации мобильных платежей, которая решит проблему нехватки денег на счете. В частности, некоторые компании предлагают моментальный микрокредит на сумму, которой не хватает для оплаты страховой премии. Аналогичные технологии успешно работают в социальных сетях. Для внедрения подобной технологии необходимо задействовать целую инфраструктуру, кроме того, есть ограничения и по операторам, которые готовы предлагать эту услугу, и по кредитным условиям, поэтому на проработку деталей потребуется время.

В мире есть множество примеров удачной экспансии мобильных платежей на рынке. Например, до четверти экономики Кении проходит через сервис мобильной оплаты M-Pesa. В результате Кения постепенно превращается в страну с одной из самых инновационных денежных систем в мире, которая даст фору Западной Европе и США. Конечно, к нам вряд ли полностью применим опыт стран Африки и Азии, где мобильные деньги практически дублируют или даже вытесняют из оборота валюту страны. Опыт России, безусловно, будет иным, но мы видим огромный потенциал в развитии альтернативных методов платежа, в особенности методов, использующих мобильные устройства.

Среди перспективных технологий, которые мы планируем реализовать в будущем, можно выделить продажу и оплату полиса с помощью QR-кодов через мобильные «супермаркеты». В других отраслях уже есть примеры удачной реализации таких идей, например довольно широко известный проект Starbucks по оплате с помощью QR-кодов. Мы видим процесс несколько иным, но суть остается прежней – быстрый, простой, интуитивно понятный процесс оплаты, ориентированный на телефоны, смартфоны и иные устройства, которые мы используем каждый день.

Нашу основную идею можно выразить просто – быть как можно ближе к клиенту, его интересам и привычному образу жизни, предоставляя простые и востребованные услуги и обеспечивая максимально удобный процесс взаимодействия со страховой компанией.