Елена Ковалева

окончила в 1980 году химический факультет Ленинградского государственного университета по специальности «химия», в 2002 году получила диплом Московской государственной юридической академии по специальности «юриспруденция».

Более 26 лет проработала на руководящих должностях в ОАО «ГМК «Норильский никель».

С сентября 2008 года Елена Геннадиевна – первый заместитель генерального директора СК «Согласие». В августе 2012 года назначена исполнительным директором СК «Согласие-Вита».

ЛИКБЕЗ ДЛЯ КАЖДОГО

Яцек Козларек

окончил в 1989 году Академию физического воспитания в г.Познани (Польша). В 1996 году получил лицензию страхового агента и начал работать в международном страховом концерне Allianz в Польше.

В 1998 году в статусе регионального директора перешел в компанию Credit Suisse в Польше.

С 2003 по 2006 годы – управляющий проектами австрийской страховой группы Vienna Insurance Group в Польше.

В 2006 году приглашен в Россию. Был независимым консультантом в различных крупнейших российских и международных консалтинговых компаниях: Ernst & Young, AIG, MetLife.

В 2013 году назначен первым заместителем генерального директора страховой компании «Согласие-Вита».

«В 2014 году, несмотря на экономический спад, страховые компании, специализирующиеся на страховании жизни, продолжали наращивать активы и инвестиции в российскую экономику. Активы страховщиков жизни увеличились на 15 % и достигли 210 млрд рублей, инвестиции – на 33% и составили почти 165 млрд рублей. Показатель соотношения активов страховщиков жизни к ВВП увеличился с 0,17% по итогам 2011 года до 0,29% по итогам 2014 года, соотношения инвестиций к ВВП – с 0,12% до 0,23%. Подобная динамика свидетельствует о расширении роли страховщиков жизни как инвесторов для экономики Российской Федерации».
Из годового отчета Ассоциации страховщиков жизни за 2014 год.

За последние три года серьезным игроком этого рынка стала страховая компания «Согласие-Вита»: с 40-го места по сбору страховых премий страховщиков жизни она вошла в топ-15 крупнейших лайф-страховщиков. В ее активе сегодня широкое использование зарубежного опыта, новаторский подход к созданию линейки продуктов, работа над качественным клиентским сервисом.

С корреспондентом «ССТ» беседуют генеральный директор «Согласие-Вита» Елена Ковалева, первый заместитель Яцек Козларек и региональный представитель компании Оксана Пикуза.

«Современные страховые технологии»: Что представляет собой компания «Согласие – Вита» сегодня?

Елена Ковалева: Проект этот с историей, 13 сентября компании исполнилось 15 лет, однако достаточно долго он пролежал «под сукном», дожидаясь своего часа. В 2012 году, когда рынок страхования жизни стал расти впечатляющими темпами, было решено активизировать работу «Согласие-Виты». К сотрудничеству был приглашен Яцек Козларек, специалист с огромным зарубежным и российским опытом.

Яцек Козларек: Мой 19-летний опыт работы в страховании жизни – попытка соединить российскую ментальность с западным подходом, на мой взгляд, оказался вполне удачным.

Е.К.: Первое, с чего мы начали, – разработка стратегии развития компании «Согласие-Вита». Она базировалась на том, что компания небольшая, без своего IT-сопровождения, востребованных страховых продуктов, актуализированных правил, без своей сети дистрибуции, продавцов, собственно, была только лицензия. Фактически начинали с нуля.

В начале пути весь арсенал составляли 14 договоров страхования жизни и ДМС с физическими лицами. При реализации нового проекта, и это самое главное, было принято решение – компания занимается исключительно страхованием жизни. Мы отказались от ДМС: после завершения действия договоров ДМС клиентов передали

«большому» «Согласию», оставив договоры страхования жизни, и сосредоточились на рисковых и накопительных программах. Получили лицензию на пенсионное страхование. Разработали продукт unit-linked. К началу 2013 года были выполнены главные поставленные задачи: создали высокоорганизованный бэк-офис с учетом нагрузки, которая должна ложиться на компанию при массовом заключении договоров, разработали интересную, актуальную линейку продуктов, а самое главное – активно взялись за построение эффективной IT-платформы.

«ССТ»: Польша граничит с Россией. В Польше unit-linked дал колоссальный взлет продажам страхования жизни. Что не так в ментальности нашего населения, почему поляки о себе заботятся, а мы – нет? Через границу живут совсем другие люди?

Я.К.: Нет! Люди не другие, и дружить, надеюсь, мы будем всегда!

Дело только в страховщиках!

Наша структура позволяет профессионально донести информацию клиенту, поговорить с ним, подобрать именно ту программу, которая ему нужна. И, соответственно, сопровождать его. В Польше развит индивидуальный сервис, который обеспечивает профессиональный продавец.

«ССТ»: Яцек, а unit-linked в Польше продавался через банки или через агентов?

Я.К.: Unit-linked продавался везде. Сначала через агентов, и это были очень качественные продажи. Пока по требованиям посредников страховщики не испортили сам продукт. Жадность банков, требования повышенного комиссионного вознаграждения привели к снижению доходности для потребителя.

Польские страховщики занимаются подготовкой профессиональных продавцов. Благодаря большому количеству хороших агентов удалось создать и соответствующую модель построения компаний. В России от силы две-три компании имеют структуру, позволяющую долгосрочно развивать страхование жизни.

В Польше unit-linked продавался обычно как второй продукт. Сначала продавали рисковые программы, а потом появились накопительные. Молодой здоровый клиент за очень низкий взнос покупал долгосрочный рисковый продукт. И сегодня, очевидно, самый хороший набор для клиента выглядит следующим образом: долгосрочный рисковый продукт, отдельно инвестиционный продукт, где клиент сам себе будет формировать инвестиционный портфель, при необходимости менять его, в том числе и с помощью финансового консультанта, агента. Если до окончания срока действия полиса еще очень далеко, то можно рисковать с инвестициями, чтобы хорошо заработать.

Оксана Пикуза: Мне приходилось общаться с агентами-поляками, чехами, итальянцами, и тут о нашей ментальности можно говорить как об общем несчастье. Все возражения клиентов и у нас, и у них по поводу страхования одни и те же: нет денег, я еще молодой… Единственное, что я не слышала за рубежом: мне дети помогут. Такое возражение встречала только у россиян. И, конечно, у нас гораздо больше надежды на АВОСЬ.

«ССТ»: А как это должно происходить, в каком формате?

Е.К.: Основа – индивидуальная встреча с человеком, которую проводит агент, финансовый консультант. Общение может проходить в банке, в офисе, где угодно. Но для качественной беседы нужно время! Нельзя за 10–15 минут подобрать продукт, тем более долгосрочный, который, удовлетворит потребности человека, и которому КЛИЕНТ БУДЕТ ВЕРИТЬ. Суть в том, чтобы он купил его, и, придя домой, не разочаровался.

Я.К.: Буквально перед интервью наш агент сообщил, что заключил накопительный договор на 25 лет с суммой годового платежа 50 тысяч рублей. Представляете, что такое убедить клиента заключить договор на такой срок с оплатой по 50 тысяч рублей ежегодно?

Сегодня не хватает серьезной работы с нашими клиентами по разъяснению сути самого страхования, инструментов, которые в него заложены. Причем не просто разъяснения, скорее, доверительного разговора с каждым человеком. Клондайк и Эльдорадо находятся именно здесь.

Значит, агенту удалось убедить клиента в правильности такого решения.

«ССТ»: Должны ли страховщики жизни развивать финансовую грамотность своих потенциальных клиентов?

Е.К.: Безусловно, повышение финансовой грамотности – это одно из важнейших звеньев в нашей работе. И приоритетная тема переговоров с Центральным Банком. Ассоциация страховщиков жизни совместно с ЦБ разработали дорожную карту по повышению финансовой грамотности, и в ближайшее время начнется ее реализация.

«ССТ»: Есть ли в этой дорожной карте месть работодателю? Какова его роль в страховании жизни работников?

Е.К.: У хорошего работодателя всегда есть и моральные, и материальные обязательства перед коллективом. А отсюда и возможность разделить социальную ответственность перед сотрудниками со страховщиком. Мы должны активно предлагать работодателям корпоративные пенсионные программы, программы рискового страхования от несчастного случая, накопительные программы, которые становятся еще одним элементом системы мотивации для сотрудников. Все эти програм-

мы оплачиваются работодателем. При этом надо заметить, что государство тоже идет навстречу работающему населению, и определенные суммы отчислений, которые делает работодатель в эти адресные программы, выведены из-под налогообложения.

«ССТ»: Обычно говорят о трех участниках процесса социального обеспечения: государство, работодатель и сам человек. Какое соотношение затрат должно быть между ними? Кто, сколько? Есть ли такой опыт расчета?

Е.К.: Очень хорошо, если государство позаботится о человеке, и он сможет жить на назначенную пенсию комфортно. Мне посчастливилось трудиться на предприятии, где практиковалась долгосрочная социальная программа, и по выходу на пенсию я получу дополнительную поддержку. Но все-таки главная ответственность за будущее лежит на самом человеке. Он должен сам о себе позаботиться, сам себе гарантировать такой образ жизни, какой его устроит. Все остальное будет лишь некоторым добавлением.

«ССТ»: Может ли страхование жизни как-то помочь с пенсионными накоплениями?

Е.К.: Своим близким друзьям я однозначно говорю, что выход – это накопительное страхование. Оно включает в себя элементы рискового страхования – на случай наступления критических жизненных ситуаций, и возможность получения инвестиционного дохода на накопленные суммы.

Я.К.: Я приверженец канадской пенсионной системы, потому что она единственная в мире работает. В России, в Европе действует пенсионная система, которую создал Отто фон Бисмарк. В то время среднее количество детей в семье было 5–7. Кроме того, средний гражданин не доживал до пенсионного возраста. В тех демографических условиях пенсионная система работала безукоризненно. Мир за 100 лет поменялся. Пенсионные фонды разных стран уже попадают в долги. Необходимо использовать другие идеи.

Канадская система – это ГРАЖДАНСКАЯ пенсия. Она маленькая, и все от мала до велика понимают, что на эту пенсию, когда придет время, жить невозможно. И, если гражданин не использует дополнительных финансовых инструментов, то в старости ему будет очень плохо. Несмотря на это, в Канаде все-таки есть люди, которые ничего не делают!

Предприятия, работодатели в Канаде активно предлагают программы со-финансирования. Например, при приеме на работу с будущим сотрудником оговаривается пенсионный план. К примеру, предприятие перечисляет 10 долларов в месяц в пенсионную программу работника, и сам работник перечисляет в пенсионную программу 10 долларов. Такой подход стимулирует человека.

«ССТ»: Как вы думаете, когда Россия к этому придет?

Е.К.: В России есть такой опыт. Пусть он небольшой, но это и не важно. Важно, что для нас, стра-

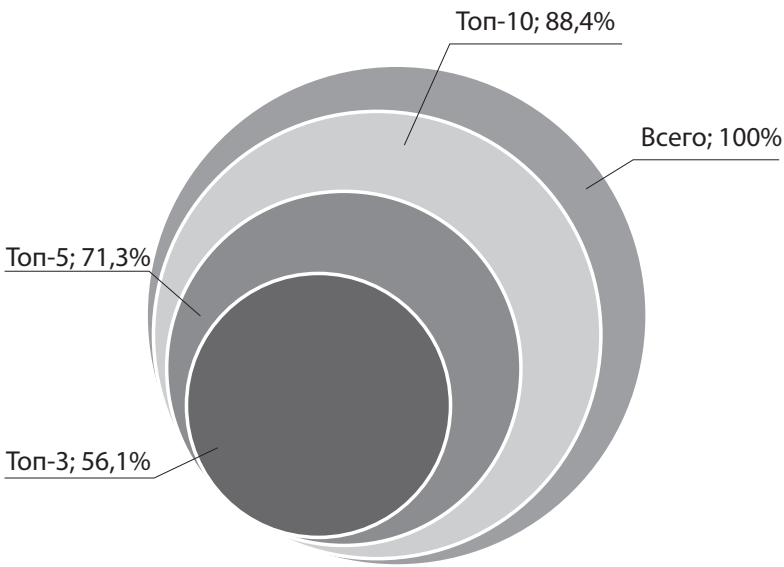
ховщиков жизни это – непаханое поле деятельности! Надо идти с нашими накопительными программами к работодателю, рассказывать, разъяснять!

Этот принцип лег в основу нашей стратегии. Ее основная цель – создание некой продуктовой фабрики с отлаженными бизнес-процессами, с грамотным персоналом, с эффективной IT платформой, с линейкой продуктов на все случаи жизни. И все это нам удалось сделать, причем, в очень сжатые сроки.

Кроме того мы создали роскошный call-центр, обновили сайт, сделали его работающим инструментом для клиентов: теперь можно в режиме онлайн посмотреть всю продуктовую линейку, преимущества того или иного продукта, связаться с нами для уточнения деталей. На стадии старта «личный кабинет», осуществление продаж через сайт. И еще очень важный этап нашей стратегии на ближайшую перспективу: расширение деятельности в регионах. Считаю, что к 15-летию компании «Согласие-Вита» мы создали крепкий фундамент, заложили хорошую основу для ее дальнейшего качественного роста.

Беседовала Татьяна Робулец

Концентрация на рынке страхования жизни за 2014 г.



В 2013 г. на долю первых трех компаний пришлось 47,9% сборов премий по страхованию жизни, первых пяти – 66,2%, первых десяти – 86,9%

В 2014 г. на долю первых трех компаний пришлось 56,1% сборов премий по страхованию жизни, первых пяти – 71,3%, первых десяти – 88,4%