Предновогодняя феерия щедрости

Именно в таких терминах можно обрисовать ситуацию, которая сложилась к концу 2009 страхового года на этом рынке. Страховщики в желании заработать денег под новый год – а кто и просто от безысходности – стремились во всем пойти навстречу клиенту, обещая порой неслыханные до сих пор по цене и тарифам скидки и спецпредложения.

Кому кризис, а кому и ...

В последние полгода страховщики четко для себя уяснили, что несмотря на кризис в стране не перевелись люди, у которых еще хватит денег, чтобы заплатить за полис каско. Видимо в расчете на такого клиента «ВТБ Страхование» проводит спецакцию для владельцев автомобилей престижных марок. С ноября владельцы автомобилей известных немецких марок Porsche, Mercedes-Benz, BMW, Audi и Volkswagen (выпущенных не позднее 2007 года) при обращении в офисы компании могут получить скидку на автокаско в размере 15% от базового тарифа. Аналогичным путем идет и «ERGO Русь», обновившая программу страхования «Немецкий стандарт». Теперь, согласно ее условиям, на страхование по риску каско (хищение + ущерб) принимаются немецкие автомобили моделей бизнес- и премиум-класса марок Audi, BMW, Mercedes и Volkswagen 2007-2009 годов выпуска. При этом ценовые предложения более чем приемлемые. Так, при тарифе автокаско в 5% программа предоставляет множество специальных возможностей. Например, оплату страховки можно произвести в рассрочку (50% при заключении договора, а оставшиеся 50% – в течение трех месяцев), а кроме того, получить скидку в размере 10% при безубыточном переходе из другой страховой компании и до 15% при наличии или установке противоугонной системы. Размер этой скидки зависит от типа системы.

«Недавно мы пересмотрели условия и обновили программу, снизив тариф с 6 до 5% и расширив модельный ряд, на который распространяется предложение», – отмечает Алексей Якушин,

директор департамента автострахования компании «ERGO Русь». Таким образом, он подтверждает наши догадки о том, что страховщики стремятся заработать на тех, у кого еще остались деньги и кто может себе позволить ездить на дорогой машине.

Новые бедные

Иной раз бывает сложно понять, чем руководствуется та или иная компания, выбирая себе нишу среди автомобилей и их владельцев для продвижения своих новых маркетинговых изысканий. Однако выбор «ОРАНТА Страхование» нельзя не назвать несмелым: в компании утверждены тарифы автокаско для новых моделей автомобилей Chevrolet Cruze; Geely MK /LG-1/; Geely Vision /FC/; TagAZ Vortex; TagAZ LC100; Toyota iQ; Hyundai I20. Компания пытается таким образом освоить сегмент «свежих», недавно выпущенных моделей, по которым, по сути, нет ни статистики, ни твердых андеррайтерских оценок.

Другим путем пошли в «ГУТА-Страховании», где предложили специальные условия страхования по каско под названием «Зимняя коллекция цен на автокаско». Страховщик предусматривает понижающий коэффициент для ограниченного ряда марок и моделей машин. Например коэффициент 0,9 к тарифу применяется для Hyundai Santa Fe, Kia Sorento, Kia Sportage, Skoda Oktavia, Ssang Yong Kyron. На автомобили Opel Zafira, Land Rover Discovery, Mercedes Benz S, Porsche Cayenne, Chevrolet Niva понижающий коэффициент составляет 0,95 к тарифу автокаско.

Проторенным путем

Что делать, если первые два варианта себя исчерпали? Главное, как показывает опыт, – не бояться. Выход всегда есть – если исчерпаны возможности скидок на свои продукты, можно предложить стандартную потреби-

тельскую акцию для привлечения клиентов. Так, «Контакт-Страхование» предлагает клиентам скидку на туры от компании «Иналекс», а «ИМПЕРИЯ страхования» предоставляет услуги сезонного хранения колёс. Поскольку цена «перезимовки» одного комплекта колес в столице достигает до 10-12 тысяч за зиму, такое предложение вряд ли не найдет своего клиента – тем более что данная услуга представляется компанией в подарок для всех легковых автомобилей на шесть месяцев.

Объявив предновогоднюю акцию «КАСКОмания», НСГ обещает дарить клиентам довольно стандартный подарок – зонт. В преддверии Нового года такой выбор, вероятно, был продиктован опасностью глобального потепления (которого, кстати, жители большинства регионов страны пока не почувствовали). Кроме зонтов, компания грозится предоставлять десятипроцентную скидку всем, только за то, что они уже собрались с духом и обратились в данную компанию, кроме того всем обратившимся обещают подарить автомобильные аксессуары.

Без посредников

Такой маркетинговый инструмент для увеличения продаж, как коммуникации с потребителем через сайт в интернете, используют многие страховщики, и тут они идут нос к носу. Например, СГ «УРАЛСИБ» перед новым годом запустила интернет-продажи через сайт. Заявив об онлайн-площадках продаж во всех регионах страны, компания, тем не менее, не открыла их все одновременно, так что теперь у нее есть масса возможностей сообщать клиентам об открытии интернет-продаж в очередном регионе, а заодно и напоминать о проекте в целом. Очередные онлайн-площадки стали доступны уже для жителей Оренбурга и Иркутска. Правда, доставка полиса там не такая быстрая, как в Москве – «УРАЛСИБ» обещает привезти все документы бесплатно, но только в срок до трех суток, тогда как в Москве все давно привозят уже на следующий день. Интернет-продажи уже запущены в СЗФО, Красноярском крае, Свердловской, Новосибирской, Тюменской и Челябинской областях, Татарстане, Башкортостане, Пермском и Ставропольском краях.

Партнерство «Ингосстраха» и провайдера мобильных услуг i-Free обеспечивает клиентов этой страховой компании информационным SMS-сервисом, благодаря чему они узнают о приближении окончания срока действия страхового полиса каско. В SMS-сообщении указываются номер страхового полиса

и дата окончания срока его действия. Услуга предоставляется «Ингосстраху» в Москве и Московской области.

Чтобы стать ближе к клиенту и сделать его своим, можно, например, усовершенствовать свой сайт. Так поступила СК «КИТ Финанс Страхование», и теперь на сайте компании www.kitdirect.ru компании можно оформить и оплатить каско, ОСАГО, «Зеленую карту», страхование путешествующих. Андрей Мельников, президент компании «КИТ Финанс Страхование», считает, что очень важно создать удобную и функциональную интернет-площадку, где клиенты могут быстро узнать стоимость полиса, приобрести продукты и совершать иные необходимые операции, например, вносить изменения в действующий полис или его пролонгировать.

По заявлению компании, ежемесячно ее интернет-сайт посещает более 65 тысяч человек. Благодаря работе без посредников компания может себе позволить дать для ряда потребительских сегментов лучшие цены, чем в среднем по рынку.

Знак «Вопрос качества»

Растущие портфели не дают покоя страховщикам. Одним за другим они объявляют о проектах по улучшению, автоматизации, улучшению и налаживанию еще более оперативной и качественной работы с клиентами. Большие объемы становятся тяжелы для компаний, которые захлестнул вал убыточности по автокаско, и уже не приходится говорить, что комбинированный коэффициент убыточности по автострахованию на уровне 110% является чем-то неожиданным для рынка.

Такая ситуация не дает компаниям расслабится, и они порой вынуждены приступать к очередному этапу модернизации. Вот, например, ОАО «Русская Страховая Транспортная Компания» запустило в эксплуатацию программный комплекс, предназначенный для автоматизации процесса урегулирования убытков. Решение о запуске было принято акционерами в сентябре 2009 года. По оценке компании, комплекс позволит на 40% сократить сроки рассмотрения заявлений об убытках, а также контролировать процесс прохождения и согласования выплатных дел.

В модернизацию системы будет проинвестировано более 50 млн. рублей, сообщили в компании.

У СК «Контакт-Страхование» наступил следующий этап развития отношений с клиентами – теперь открыт портал по выплатам, где в доступной форме изложен план действий при наступлении страхового случая, что, безусловно, позволило ей стать ближе к клиенту.

Как поясняют в «Контакт-Страховании», решение о создании такого сервиса для клиентов было принято в связи со сложностью вопросов, связанных с выплатами по каско. Портал дает возможность клиенту увидеть состояние своего выплатного дела, изучить условия выплат и проведения ремонта, рассчитать стоимость каско.

В ОСАО «Россия» пошли еще дальше. После того как компания осенью столкнулась претензиями Федеральной службы страхового надзора, ей пришлось в срочном порядке пересматривать вопрос работы с клиентами и ускорять принятие решений о выплатах. Теперь, для более результативной работы с клиентами, ОСАО «Россия» запустила на своем сайте «Горячую линия качества».

Этот шаг компания совершила первой на рынке – по информации ССТ, она позволит клиентам оставлять немодерируемые сообщения о работе страховщика, отзывы о деятельности ее отдельных подразделений.

«Внедрение проекта «Горячая линия качества» должно обеспечить более высокий уровень сервисного сопровождения. Линия является частью блока, в основные задачи которого входит сбор информации о проблемных ситуациях, с которыми столкнулись клиенты общества, как на основе комплексного ежедневного мониторинга соответствующих публикаций на форумах сети интернет, так и посредством обработки писем, поступающих на прямой электронный адрес линии. В дальнейшем, вся собранная таким образом информация направляется в блок урегулирования центрального офиса компании, и все получаемые ответные данные и результаты доводятся до клиентов в режиме обратной связи. При сохранении прежнего функционала, введение нового канала размещения отзывов о деятельности компании на корпоративном сайте общества сделает «Горячую линию качества» наиболее оперативной формой контакта клиентов с компанией», – заявил руководитель департамента рекламы и PR ОСАО «Россия» Андрей Коженков.

Чем может закончиться новогоднее ралли

Между тем, хотелось бы напомнить читателям, к чему приводит заигрывание с потребителем и излишнее фокусирование на продуктах автострахования. Так, за 6 лет существование рынка ОСАГО, этот рынок покинуло уже больше 20 компаний. И все они тянут за собой хвост непогашенных долгов, которые ложатся на РСА.

В первую очередь с рынка уходили страховщики, которые как

раз и не смогли наладить постоянный контакт с клиентами или выстроить качественный андеррайтинг, либо просто пришли на рынок за легкими деньгами.
Однако, необходимо отметить общие признаки, которые объединяют всех подобных страховщиков:
– компании начинают выпускать на рынок очень и даже слишком привлекательные для клиента продукты по авто. Таким образом, за счет такого сбора денег по каско они какое- то время нивелируют дыры в бюджетах, и платят «с колес»;
– компании не справляются с убыточностью даже за счет демпинга, после чего их менеджмент обычно заявляет (если не скрывается с места преступления) о том, что «в самое ближайшее время страховщик нормализует работу с выплатами». К сожалению, обычно следующий шаг в этой ситуации делает Федеральная служба страхового надзора и компания остается без лицензии.
Хочется напомнить читателю, что в начале прошлой зимы органы внутренних дел Москвы возбудили дело в отношении руководства СК «Метрополис» по признакам мошенничества. Об этом сообщила пресс-служба Российского союза автостраховщиков, который в апреле текущего года обратился в ОБЭП ГУВД по Москве с заявлением в отношении руководства ЗАО «САО «Метрополис», в связи с необходимостью провести проверку на предмет наличия в его деятельности признаков мошенничества при осуществлении страховой деятельности (приказом ФССН от 30.04.2009 г N217 у ЗАО «САО «Метрополис» отозвана лицензия на осуществление страховой деятельности).
По результатам проведенной ОБЭП ГУВД по Москве проверки информации, изложенной в заявлении РСА, органами внутренних дел Москвы 14 октября 2009 г. возбуждено уголовное дело по признакам состава преступления, предусмотренного ч.4 ст. 159 УК РФ (мошенничество, совершенное в особо крупном размере).
По состоянию на 16.11.2009 из гарантийного фонда РСА по обязательствам компании ЗАО «САО «Метрополис» в качестве компенсации потерпевшим выплачено 48 млн. 160 тысяч руб. За время своей работы на рынке компания внесла в фонд РСА 6 млн. руб.
Еще в январе 2009 у САО «Метрополис» сменились собственники. Бывший совладелец банка «Электроника» Владимир Романов и его партнер Максим Лаврентьев (вдвоем они владели 75% акций страховой компании), а также Валерий Суксин (10% акций)

и страховая компания «Перспектива» (15%) продали компанию частным лицам, в числе которых был один из широко известных на рынке «эффективных» топ-менеджеров Игорь Украинский. В 2005 году Украинский купил СК «Фиделити-резерв»(лицензия отозвана в 2009 г.), куда перешел с группой менеджеров из компании «Коместра-центр» (лицензия отозвана в 2008 г.), которая продавала страховки ОСАГО компании «Межрегиональное страховое соглашения» (отзыв лицензии в 2007 и 2008 гг). У всех перечисленных компаний в последствие были отозваны лицензии. В апреле текущего года САО «Метрополис» (под банкротством и с отозванной лицензией) подало иск в арбитражный суд Москвы о собственном банкротстве (на момент подачи иска у компании была приостановлена лицензия).

Между тем, как передает агентство ПРАЙМ-ТАСС со ссылкой на источник на страховом рынке, в своем обращении РСА просил ОБЭП ГУВД проверить деятельность руководства страховщика в период с сентября 2008 г. по февраль 2009 г на предмет незаконного вывода активов и перевода страховых резервов в векселя фирм-однодневок. Согласно сообщению ПРАЙМ-ТАСС, еще в ноябре банк «Электроника» прекратил обслуживать клиентов, а в конце декабря 2008 г. у него была отозвана лицензия. В постановлении о возбуждении дела, по данным источника, говорится о том, что «неустановленные следствием лица из числа учредителей, руководителей и сотрудников САО «Метрополис», вступив в предварительный сговор на хищение чужого имущества, незаконно, под видом осуществления страховой деятельности, осознавая отсутствие реальной возможности выполнять обязательства перед страхователями и заведомо не намереваясь исполнять такие обязательства, похитили в особо крупном размере денежные средства граждан и юридических лиц, выплаченные последними в качестве страховых премий».

Как ранее сообщало то же агентство ПРАЙМ-ТАСС, в октябре 2009 г. вступило в силу решение Арбитражного суда Санкт-Петербурга и Ленинградской области в отношении руководителя ещё одной ушедшей с рынка ОСАГО компании. Суд принял решение о взыскании с учредителя ЗАО «АСК «Доверие» Виктора Рудницкого 27,7 млн рублей, то есть впервые в практике банкротства страховщиков учредитель компании был привлечен к субсидиарной ответственности по долгам своей фирмы.

Между тем, известно, что и «Метрополис», и «Доверие» в свое

время увлеклись игрой в доступное каско. Наступивший новый год станет годом не менее сложным, чем прошедший. И остается только пожелать удачи тем страховщикам, для кого каско – единственный живой поток наличности. Как показывает последний опыт, ни РСА, ни глава Федеральной службы страхового надзора Александр Коваль, ни остановятся не перед чем во время очистки рынка, которая закономерно последует, после того, как по итогам сданной за 2009 г. отчетности станет известным состояние большинства российских страховщиков увлекающихся автострахованием. Вряд ли стоит надеяться, что большинство компаний смогут показать даже хорошие результаты. Как постоянно отмечают главы «Группы Ренессанс Страхование» Борис Йордан и «АльфаСтрахования» Владимир Скворцов, на российском рынке среди компаний ниже топ-100 нет объектов, достойных приобретения. По их словам, «там больше скелетов в шкафах, чем проданных полисов или хороших клиентов». Таким образом, в погоне за клиентом, число уверенно держащихся в это сложное время на ногах страховщиков может еще сократиться, а надорвавшиеся будут уходить с рынка.

Борис Индюшкин