# Посредник и клиент: во что обходится моральная ответственность

**Большинство страховых посредников даже не задумываются об интересах клиента, если компания, в которой он застрахован, уходит с рынка. А если и задумываются, то все равно ничего не предпринимают – возможно, потому, что не знают, как поступить. Однако в прошлом году единодушное бездействие посредников в упомянутых обстоятельствах было, наконец, нарушено.**

## Обстоятельства вынудили

Один из страховых партнеров «РОЛЬФа» (для краткости назовем его «Страховая компания»), ссылаясь на свое нестабильное финансовое положение, расторг договоры на ремонт автомобилей и удаленное урегулирование. Через некоторое время после этого от клиентов стали поступать жалобы о задержке наличных выплат по страховым случаям, так что вечный вопрос ответственности посредника перед клиентом стал приобретать вполне реальные очертания финансовых потерь.

**Консультант:**

**Виталий ПАВЛОВСКИЙ,**
*исполнительный директор ООО «РОЛЬФ Авто Центры Менеджмент*

«Формально посредник (иными словами, агент, если рассматривать его функции по продаже полисов конечному потребителю) не несет ответственности перед клиентом, так как договорные отношения связывают его только со страховой компанией, – рассуждает Виталий Павловский, исполнительный директор ООО «РОЛЬФ Авто Центры Менеджмент». – Однако клиент – это основной актив агента».

Вероятно, именно это обстоятельство и подтолкнуло «РОЛЬФ»

к решительным действиям: доля «Страховой компании» в клиентском портфеле «РОЛЬФа» была значительной. Конечно, можно было бы ничего не предпринимать и в результате потерять всех этих клиентов навсегда. Но можно было бы и попробовать сохранить. В «РОЛЬФе» выбрали второй вариант. Однако сам диалог с внезапно потерявшими страховку клиентами означал некоторые риски для репутации «РОЛЬФа».

«Прекращение или приостановка деятельности какого-либо из наших страховых партнеров представляет для нас очень большую проблему, – рассказывает Виталий Павловский. – Ведь рекомендуя клиенту заключить договор с той или иной страховой компанией, мы фактически берем на себя ответственность (пусть моральную) за качество предоставляемых страховых услуг. Но иногда наша моральная ответственность оборачивается для нас совершенно конкретными деньгами».
Так вышло и в этот раз.

## Ради сохранения клиентской базы

Коммуникации с внезапно потерявшими страховку клиентами – это отдельная тема. Перед «РОЛЬФом» стояли две задачи:
1. четко разъяснить ситуацию; каждому пострадавшему клиенту
2. сделать ему такое предложение, которое склонило бы к пролонгированию имеющихся страховок в салонах «РОЛЬФа».

Для этого пострадавшим страхователям было разослано письмо, в котором доходчиво разъяснялось, что именно для них означает расторжение договоров на ремонт автомобилей и удаленное урегулирование. Кроме того, там были перечислены законодательно оправданные варианты поведения в сложившейся ситуации и – самое главное – предложены варианты помощи от «РОЛЬФа». В письме было написано буквально следующее:

«1. Если Ваш автомобиль сейчас находится на ремонте на станции технического обслуживания «РОЛЬФ» по направлению «Страховой компании» – мы гарантируем ремонт Вашего автомобиля в полном объеме.
2. В любой момент до срока окончания (или прекращения) действия полиса каско «Страховой компании», Вы, получив выплату по страховому случаю наличными в страховой компании, имеете возможность оплатить ремонт Вашего автомобиля на СТОА «РОЛЬФ» по специальным ценам со значительной скидкой».

Третье предложение – на случай расторжения договора со

*Таблица 1. Выгоды специального предложения*

| Марка и модель а\м | | Mitsubishi Pajero | Mitsubishi Outlander | Hyundai Tucson | Hyundai Elantra |
|---|---|---|---|---|---|
| Год выпуска транспортного средства | | 2008 | | | |
| Возраст водителя | | 30 | | | |
| Стаж вождения водителя | | 5 | | | |
| Действующий полис «Страховой компании» | | | | | |
| Страховая сумма | | 1 428 956 руб. | 958 064 руб. | 745 869 руб. | 495 258 руб. |
| Страховой тариф, % от стоимости а\м | | 5,62% | 6,38% | 5,64% | 8,08% |
| Дата окончания срока действия полиса | | 25 марта 2010 | | | |
| Срок страхования, мес. | | 12 | | | |
| Оплаченная страховая премия | | 80 285 руб. | 61 102 руб. | 42 040 руб. | 39 993 руб. |
| Предложение от «РОЛЬФа» | | | | | |
| Дата заключения страхового договора | | 15 сентября 2009 года | | | |
| Страховая сумма, руб. | | 1 286 060 руб. | 862 258 руб. | 671 282 руб. | 445 733 руб. |
| Страховой тариф, % от стоимости а\м | | 4,76% | 5,55% | 4,96% | 5,78% |
| Срок страхования, мес. | | 12 | | | |
| Страховая премия к оплате, руб. | | 61 216 руб. | 47 855 руб. | 33 296 руб. | 25 763 руб. |
| Экономия | в рублях | 19 069 руб. | 13 246 руб. | 8 744 руб. | 14 229 руб. |
| | в % | 24% | 22% | 21% | 36% |
| Срок страхования (мес). | | 18 | | | |
| Страховая премия | | 91 825 руб. | 71 783 руб. | 49 943 руб. | 38 645 руб. |
| в т.ч. стоимость дополнительных 6 месяцев страхования | | 11 540 руб. | 10 681 руб. | 7 903 руб. | 0 руб. |

«Страховой компанией» и получения части неиспользованной премии – касалось заключения нового страхового договора на особых условиях. Для этого вместе с одним из крупнейших страховщиков была разработана специальная программа под условным названием «12 месяцев + остаток срока действия полиса «Страховой компании».

Суть программы, как следует из названия, сводилась к тому, что клиенту предлагалось заключить новый договор страхования с одним из партнеров «РОЛЬФа» продолжительностью 12 месяцев плюс остаток срока действия договора со «Страховой компанией» по цене годового полиса – ради предоставления этой скидки в «РОЛЬФе» отказались от своего агентского вознаграждения.

Выгоды специальной программы были проиллюстрированы таблицей (см таблицу 1). А тем, кто от этой программы отказался, было сделано еще одно предложение – стандартный полис каско от ведущих партнеров «РОЛЬФа» по льготным ценам.

## Результаты

Итак, посредник предпринял совершенно конкретные шаги ради сохранения клиентской базы. Что же клиенты?

«Мы оцениваем предварительные результаты этой акции как очень успешные, – говорит Виталий Павловский. – Нашим предложением на сегодняшний день воспользовалось более двух тысяч клиентов. Кроме того, на базе нашего предложения страховщики создали собственные специальные продукты для клиентов страховых компаний прекративших выплаты в разгар последнего финансового кризиса».

*Евдокия Кутузова*