АГЕНТСКАЯ ПРАВДА

Развитие прямых, партнерских и принципиально новых каналов продаж если еще и не отбирает кусок хлеба у агентов, то ощутимо сказывается на условиях их труда. ССТ провел коллективное интервью с агентами нескольких классических страховых компаний из числа ТОП -5, чтобы выяснить, что они думают о влиянии альтернативных каналов продаж на свою деятельность.

ССТ: *Насколько вы ощущаете конкуренцию со стороны интернет-продаж и прямых офисных продаж?*

Первый агент: У нас, в «Росгосстрахе», основные продажи обеспечивают агенты, которые обходят дачные участки, поэтому конкуренции со стороны интернет-продаж и других каналов продаж они пока не ощущают. Если говорить о каско, то и его агенты предлагают, когда страхуют дачи. Если же оценивать объемы продаж, то даже агенты нашего офиса собирают на каско гораздо больше премий, чем все подразделение прямых продаж. Самую сильную конкуренцию агентам по каско составляют автосалоны и банки. Они всеми правдами и неправдами заставляют клиента оформлять страховку у них. Доходит до того, что отказывают в кредите или завышают стоимость машины, если страховать ее в другом месте.

Второй агент: При продаже полиса агент рассказывает клиенту, из чего складывается его цена и какие возможны скидки. Нам, агентам, важно не получить с клиента побольше денег, а застраховать его так, чтобы он был доволен и в дальнейшем пользовался нашими услугами – ведь это наш хлеб! Однако далеко не всегда даже после всех возможных скидок клиент получает ту цену, что хочет. И тогда он уходит в другую компанию или покупает полис в компании без агента, если так получается дешевле.
В то же время, при прямом обращении в компанию, где клиент привык страховаться, он

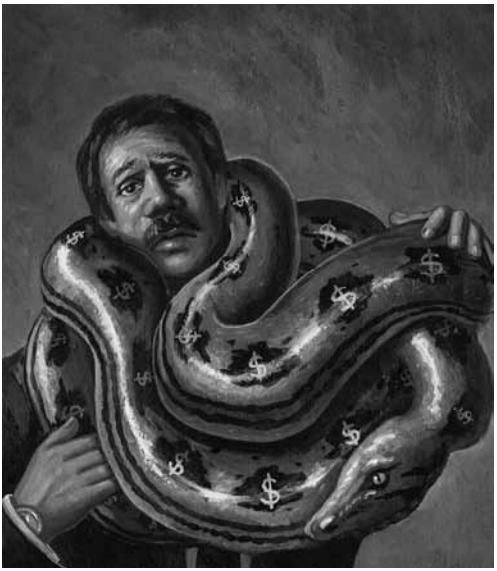
нередко обнаруживает, что того внимания, которое он получает от агента, нет и в помине. Сотрудники подразделений прямых продаж не заинтересованы в построении долгосрочных отношений с клиентом – им важно выполнить текущий план.

Третий агент: Кто-то любит покупать в интернете, а кто-то — у агента. Это как в обычной жизни: один любит большой магазин, другой – рынок, а третий – бутик. Так и в страховании: если цена полиса во всех каналах одинаковая, это не мешает агентской работе. Однако банки и автосалоны активно мешают агентской работе. Если не принимать никаких мер, агентов в страховании просто не останется – не останется и добровольного страхования: люди потеряют в него веру!

Менеджер агентской группы: Методом прямых продаж сегодня в основном продаются каско и ОСАГО. В случае если агент нацелен только на продажу этих видов, прямые продажи действительно являются его конкурентами. Если же агент понимает, что через продажу, например, полиса ОСАГО, можно выйти на продажу всего, чего угодно, тогда прямые продажи – небольшой конкурент. Если же агент приезжает как курьер – отдает полис, забирает деньги и уезжает – в этом случае прямые продажи составляют ему конкуренцию.

ССТ: *Мешает ли работе агента страхование в автосалонах и банках?*

Третий агент: Расскажу одну историю. Мне звонит моя постоянная клиентка и говорит, что собирается покупать в салоне в кредит новый автомобиль. Естественно, ей предложили оформить страховку в са-



лоне, а она в ответ сказала, что много лет работает только со своим страховым агентом, потому что ей так спокойнее. Сотрудники салона согласились на оформление страховки в другом месте, но попросили ее оплатить некий комиссионный сбор в размере пяти тысяч рублей. При этом если страховка оформляется в салоне, комиссионный сбор не взимается, а за что он взимается, сотрудники салона объяснить так и не смогли.

Второй агент: Салону нужно только получить деньги с клиента, а обслуживать его в дальнейшем никто не собирается. Я уже не говорю о размере комиссии, которую получает салон. Кроме того, есть еще один неприятный момент. Бывает, что если клиент покупает полис не в салоне, а у агента, ему отказывают в удаленном урегулировании убытка. Конечно, для салона и для клиента удаленное урегулирование убытка очень удобно. И это не должно мешать нормальной работе страхового агента. Тем не менее, крупные автосалоны очень часто отказывают покупателям, страхующим новые автомобили у агентов.

Еще пример. Если мой клиент покупает машины через лизинговую компанию, моя работа не оплачивается, хотя эти клиенты – юридические лица, предприятия. Я их страхую уже много лет — не могу же я им сказать: если берете машины в лизинг – я вас не обслуживаю! Где справедливость? Я оформляю договоры, консультирую клиентов при убытках, забочусь об удобстве сервиса для них. У меня тридцатилетний опыт работы в РГС. Я знаю, как правильно оформить извещение об убытке, какие документы нужно собирать. Я смотрю, чтобы клиенты не допускали ошибок.

Я занимаюсь пролонгацией договоров. Клиенты даже ночью могут мне позвонить и сказать: «Что делать? У нас авария!» И я помогу. А будет ли лизинговая компания так обслуживать клиентов? При этом комиссию получает именно она. И правды не найти!

Первый агент: Проблема при продаже полисов через автосалон состоит, во-первых, в навязывании сделки и, во-вторых, в отсутствии сопровождения договора каско, поскольку клиент становится лишней обузой для салона. То же самое касается и большинства лизинговых компаний и банков, они тоже забывают о пролонгации договоров. Получили легкие деньги – и клиент больше не нужен. Подобные явления – результат целенаправленной деятельности страховых компаний ради увеличения премий и доли рынка. Легче за большие комиссионные договориться с банками, лизинговыми компаниями и автосалонами, чем работать с агентами. Но такая позиция исключает качественное обслуживание клиента. В результате клиенты теряют доверие к страховым компаниям и перестают покупать страховки. И потом агентам очень тяжело завоевывать доверие клиентов и убеждать их, что страхование — полезная вещь, а не вытягивание денег.
Думаю, выход из ситуации – в новом законе о страховании. Если в нем будет прописано, что агент обязан показывать комиссию, которую он получает за свою работу, клиенту станет ясно за что, кому и сколько он платит. А за что сейчас автосалоны получают от страховщиков КВ свыше 50%?

ССТ: Н*азовите, пожалуйста, основную причину, мешающую эффективной работе агента.*

Четвертый агент: Думаю, зачастую главной причиной, мешающей эффективной работе агента, является элементарная лень. Можно найти кучу способов выиграть в конкурентной борьбе за клиента, если приложить для этого усилия. Где-то подойти творчески, где-то применить математический расчет, где-то просто включить обаяние. Но прежде всего, нужно быть высококвалифицированным специалистом в своем деле. К каждому клиенту нужно подбирать индивидуальный подход.

Первый агент: Первая причина – самоограничение агентом своего заработка. С одной стороны, агент вроде бы может заработать столько, сколько хочет — потолка нет. Но в реальности агенты считают, что на жизнь достаточно зарабатывать 30 тысяч, и, заработав эту сумму, перестают развивать продажи. Возможно, это связано с тем, что агентская работа достаточно тяжелая, а, возможно с отсутствием мотивации.

Вторая причина – плохая самоорганизация агентов. Агент, особенно начинающий, не может правильно распланировать свою работу, расставить приоритеты. Бывают случаи, когда агент весь день тратит на оформление одного полиса ОСАГО, для чего едет на другой конец города, и пропускает пролонгации нескольких договоров каско. Я считаю, что менеджер вообще не должен разрабатывать план действий агента на день – у него ведь есть свой план продаж. Если же менеджер разрабатывает для агента план действий, мотивирует агента, контролирует его действия и т. д., то он должен иметь свой процент с продаж. В противном случае, он не сможет эффективно выполнять свои функции.

Существуют схемы работы, когда агентских менеджеров в компании совсем нет. Агенты сами сдают договоры, сами ставят себе планы и сами себя мотивируют. Я такие компании знаю, только успехов у них не видно.

Еще одна проблема заключается в низкой культуре страхования. Часто клиент ориентируется только на цену полиса, не вдаваясь в подробности усло-

вий страхования, сервиса, надежности компании и т. д. Поэтому нужно научить клиента прежде смотреть на то, как страховая компания платит, а уже потом на цену полиса. Следующая проблема состоит в том, что агенту далеко не всегда известно истинное положение дел в компании, на которую он работает. Он может совершенно искренне думать, что в его компании все хорошо, а на самом деле компания несет крупные убытки, и ее надежность под большим вопросом.

Второй агент: Ключевым фактором, который даже не мешает работе агента, а убивает ее, является плохое урегулирование убытков. За годы своей работы я получила много предложений о переходе в другие компании со своим портфелем на более высокие комиссии и лучшие условия работы. Но куда я уйду? Компания, в которой я работаю, уже много лет на рынке. Не брошу же я ее ради компании-однодневки! Мне прежде всего важна надежность, чтобы я могла честно и открыто смотреть своим клиентам в глаза. Но, к сожалению, и у нас урегулирование убытков становится все хуже и хуже.

Маленький пример. Мы выплачиваем повреждение двух деталей без справки ГИБДД. Клиент у меня проконсультировался, можно ли не брать справку, если у него после ДТП небольшие повреждения двух соседних деталей. Я подтвердила, что справка ГИБДД действительно не нужна. Когда клиент приехал на сервис, то эксперт сервиса указал ему на царапину на крышке от бензобака и попросил вписать это повреждение в заявление. Клиент его послушал, и в результате ему вообще отказали в выплате по всем повреждениям, так как повреждений было уже три, а справку он не получил. Вот и все! Клиенту пришлось долго оправдываться, писать заявления, что он заявлял только две детали, что вписать третью деталь ему сказал эксперт. И зачем тогда нужна наша работа? Чтобы мы обманывали клиентов и говорили, что все будет хорошо?!

Раньше, до 2000 года, в нашей компании была система, когда агенты курировали выплаты по своим клиентам. Мы имели информацию о прохождении выплатных документов, следили, чтобы они нигде не застревали. А еще раньше агентство само занималось оформлением выплат.

В каждом агентстве был инженер, эксперт по выплатам. И никто не воровал, и машин было много, и все справлялись. Все были заинтересованы не только в получении прибыли, но и в качественном обслуживании клиента. Многие вопросы можно было решить по телефону.

Третий агент: Состояние дел, когда малейшая оплошность или даже отсутствие запятой в заявлении служат причиной отказа, обязывает агента чуть ли не за руку ходить с клиентом при урегулировании убытков. А всем нужны понятные, прозрачные правила работы.
Сейчас экспертам можно звонить вечно. Однажды ради исправления одного слова в заявлении мне пришлось обзвонить девять человек от эксперта до юриста, и никто не пожелал ничего сделать. Каждый сказал: «Это не моя работа». А о том, что клиенту нужно на день отпрашиваться с работы, чтобы исправить одно слово, никто не хочет думать. Если бы сотрудники отдела выплат получали часть премии за привлечение клиентов, это улучшило бы ситуацию.
В конечном счете, агент продает клиенту качество урегулирования убытков. Но, по сути, официально агент участия в урегулировании убытков не принимает. Мы не просто отодвинуты от этого процесса – нам запрещено общаться с отделом урегулирования убытков, ведь у них существует мотивация за отказы. Чем больше выплатник отказал, тем больше он заработает! Соответственно, получается конфликт интересов. Мы продаем – а они отказывают.

ССТ: *Есть ли способы противодействия агентам-жуликам?*

Третий агент: Мошенников в страховании становится с каждым годом все больше и больше, особенно при пролонгациях договоров. По рукам ходит множество баз, особенно баз ГИБДД. Клиента буквально осаждают, предлагая пролонгацию. Например, в нашей компании администрация просила агентов указывать в полисах телефоны клиентов. Сейчас мы перестали указывать подлинные телефоны, потому что хотим сохранить свои портфели. Базы воруют, и в этом вопросе мы не чувствуем помощи со стороны компании, на которую работаем. Службе безопасности до этого дела нет, а мы теряем клиентов и заработки!

Между тем, агенты, купившие базы, и брокеры идут на любые подлоги, чтобы перехватить клиента. А доверчивые клиенты ведутся на уговоры и часто попадаются на удочку нечистоплотных людей. Ситуация особенно болезненна для начинающих агентов: они только начали работать, и потеря пролонгации фактически равносильна потере года работы.

Второй агент: Мне удалось собрать телефоны людей, которые звонили по базе моих клиентов. Об этом мои клиенты сообщили мне сами. Передать эти телефоны некому – приходится бороться за собственную базу самостоятельно.
Лично я вижу выход в лицензировании агентов. Мы, как агенты, готовы пройти аттестацию и лицензирование. Пускай наши имена и контакты будут в базе надежных партнеров. Если компания заинтересована в качественном бизнесе, она должна провести лицензирование агентов и выдать им соответствующие свидетельства.
За тридцать лет работы у меня сложились такие отношения с клиентами, что теперь, выйдя на пенсию, я к ним больше не езжу – они приезжают ко мне сами и не жалеют на это ни времени, ни денег.

Первый агент: Мне кажется, для того, чтобы все было со страховкой нормально, нужно работать только со своим проверенным агентом. Те, кто ищет полисы через интернет и подешевле, либо ленятся, либо жадничают, так что им придется заплатить дважды. Никакое самостоятельное изучение рынка и страховых продуктов не заменит опыта страхового агента! Проблема в том, как его выбрать.
Что касается мошенничества, то, наверное, агентам давно пора объединиться в некую саморегулируемую организацию.