



# ПОНЯТЬ СВОЕГО КЛИЕНТА

Ипотечное страхование находится на грани рентабельности для страховщика, но позволяет привлекать большое количества клиентов на долгий срок для последующего предложения им дополнительных продуктов и сервисов, причем не только страховых. Как сегодня выстроена работа по обслуживанию клиентов с ипотечными займами, рассказывает руководитель центра развития продуктов САО «ВСК» Юлия Шимова.

**Современные страховые технологии: Как изменилась ситуация с ипотечным страхованием в новой экономической реальности?**

**Юлия Шимова:** Если говорить о наполнении продуктов с точки зрения рисков, здесь ничего не поменялось. Изменялась общая ситуации с ипотекой. В начале года

банки обещали сохранить ставку по ранее согласованным заявкам, поэтому граждане активно открывали ипотеки под ранее согласованный процент. Март был рекордным месяцем по выдаче ипотеки и по оформлению договоров страхования.

В апреле и мае люди ипотеку не оформляли — ставки были очень высокими. За-

стройщики не понимали, как дальше будут строиться и реализовываться объекты. Падение рынка составило почти 70 %.

В июне рынок начал восстанавливаться. Правительство предоставило определенную поддержку для разных категорий населения, в том числе для работников ИТ, продлили льготную семейную ипотеку. Застройщики также начали выдавать субсидированные кредиты с минимальной ставкой 0,1 % на весь срок действия кредитного договора. Банки также начали снижать проценты по ипотечным кредитам. И рынок ипотеки начал оживать.

**ССТ: Ваша компания работает со всеми видами ипотеки?**

**Ю. Ш.:** Мы обслуживаем страхование всех видов ипотеки, в том числе и военную. Самый распространенный вариант ипотечного кредитования — семейная ипотека, по остальным программам рынок только начинает складываться.

Вообще нужно учитывать одно важное обстоятельство: в России с культурой страхования на текущий момент все сложно. В основном развиваются те виды страхования, которые идут в дополнение к основным потребностям клиентов: люди нуждаются в жилье, но могут его приобрести только в кредит, а кредит требует ипотечного страхования. В отличие от ОСАГО, срок ипотечного кредита, а значит и договора ипотечного страхования — достаточно долгий. Долгие договорные отношения помогают нам лучше понять своего клиента, предложить ему другие виды страхования, другие продукты. То есть ипотечное страхование дает нам возможность создавать свою историю взаимодействия с клиентом.

**ССТ: Насколько такая стратегия эффективна?**

**Ю. Ш.:** Мы проводили несколько пилотных проектов по Московскому региону и в Санкт-Петербурге. Если предлагать нашим клиентам, помимо страхования самой ипотеки, страхование движимого



**Юлия Шимова**

*Руководитель центра развития продуктов САО «ВСК»*

имущества и гражданской ответственности, то 20 % клиентов соглашались приобрести эти продукты сразу, и еще порядка 15 % клиентов — на этапе оплаты очередного взноса. Таким образом, общее проникновение дополнительных продуктов мы можем оценить в 35 %.

Дополнительное продвижение страховых продуктов дают разнообразные жилищные чаты, где активно обсуждаются различные бытовые ситуации. Разрешение проблем с заливами, какими-то авариями создает доверие к страховщику, которое позволяет нам предложить клиентам страхование автомобиля, членов семьи и т. д.

**ССТ: Есть ли возможность у страховой компании на ипотеке заработать, или она является только базой для продвижения других страховых продуктов?**

**Ю. Ш.:** Да, ипотека — это социальная программа, ставки страховой премии



Правительство предоставило определенную поддержку для разных категорий населения, в том числе для работников ИТ, продлили льготную семейную ипотеку. Застройщики также начали выдавать субсидированные кредиты с минимальной ставкой 0,1 % на весь срок действия кредитного договора. Банки также начали снижать проценты по ипотечным кредитам. И рынок ипотеки начал оживать.

минимальны. Можно сказать, ипотечное страхование находится на грани рентабельности. Но мы воспринимаем ипотечное страхование как возможность привлечения большого количества клиентов на долгий срок для последующей работы.

Сейчас мы подключили все наши каналы продаж, чтобы максимально эффективно задействовать ресурсы компании, в том числе и агентский канал, где на протяжении нескольких лет продается ипотечное страхование. Здесь общение агента с клиентом происходит практически на дружеском уровне, то есть достигается максимальный эффект по расширению продуктовой линейки. Агент может вовремя и правильно проконсультировать о новых, интересных страховых продуктах, к нему можно обратиться с любым вопросом по страхованию.

**ССТ: От чего зависит успешность развития ипотечного страхования?**

**Ю. Ш.:** Ипотечное страхование — это практически вмененное страхование. Успешность конкретного страховщика зависит от того, насколько широко он

известен. Когда клиент приходит в банк, чтобы оформить кредит, ему предлагается перечень аккредитованных компаний. Условия ипотечного страхования едины для всех аккредитованных страховщиков, и человек выбирает ту страховую компанию, с которой у него связаны какие-то положительные эмоции. Безусловно, выбор зависит от публичной репутации страховой компании. Большую роль играет и «сарафанное радио».

**ССТ: Может ли страховая компания конкурировать, предлагая какие-то дополнительные сервисы к кредитному страхованию?**

**Ю. Ш.:** До начала этого года мы разрабатывали пакет сервисных услуг: разработка дизайна для ремонта квартиры, консультации по налоговым вычетам и льготам и т. д. Но текущая экономическая ситуация все серьезно изменила, эта работа приостановлена.

Надеюсь, в ближайшее время мы будем продолжать думать над расширением наших сервисов. Из того, что уже сделано,

хочу отметить психологическую поддержку в рамках ипотеки для айтишников в виде онлайн-консультаций психолога. Дело в том, что первыми, кто попросил дополнить договоры ДМС опцией психологической помощи были именно ИТ-компании. Помощь психолога нужна была для того, чтобы успокоить персонал, снять стрессовое состояние сотрудников.

**ССТ: В сложной экономической ситуации предоставляла ли ваша компания какие-то дополнительные льготы или возможность отсрочки платежей для клиентов по ипотечному страхованию?**

**Ю. Ш.:** Мы запустили программу лояльности и предлагали ее как своим текущим клиентам, так и новым. Достаточно большое количество клиентов воспользовалось этой возможностью.

**ССТ: Какие планы у компании по развитию ипотечного страхования на следующий год?**

**Ю. Ш.:** Так как события, случившиеся в феврале, приостановили наши планы в начале года, то теперь мы постараемся проработать и внедрить то, что было нами задумано ранее. Клиентам, покупающим квартиры в новостройках, мы будем предлагать дизайн-проекты от наших партнеров с очень хорошими скидками. Ценность предложения в том, что мы проверяем качество работы. Также мы хотели предложить консультации по предоставлению налоговых льгот, сервис по уборке квартиры после ремонта и другие необходимые владельцу новой квартиры услуги.

Момент заключения договора ипотечного страхования, когда клиент приходит к нам в компанию, — хороший повод предоставить ему всю информацию о наших сервисах. Также всю эту информацию человек может получить, когда он выбирает страховую компанию для заключения договора. Мы предполагаем формировать продуктивное предложение в зависимости от ценовой категории жилья, на которое берется

Надеюсь, в ближайшее время мы будем продолжать думать над расширением наших сервисов. Из того, что уже сделано, хочу отметить психологическую поддержку в рамках ипотеки для айтишников в виде онлайн-консультаций психолога.

кредит. Так что вся информация будет размещена на нашем сайте.

Как конкретно будет организован доступ к сервисным продуктам, мы сейчас только прорабатываем. Но, безусловно, мы постараемся учесть все нюансы в потребностях наших клиентов. Мы понимаем, что уборка квартиры после строительства может быть нужна чуть позже, а дизайн-проект чуть раньше и так далее. Мы продумываем наиболее оптимальный клиентский путь. Чтобы нашим клиентам было удобно, мы сейчас вводим цифровые каналы для заключения и пролонгации договора страхования. У каждого нашего клиента будет свой личный кабинет, где также будет организован доступ к дополнительным сервисам и продуктам. Важно, что такая возможность повышает финансовую грамотность наших клиентов.

Клиентам, покупающим квартиры в новостройках, мы будем предлагать дизайн-проекты от наших партнеров с очень хорошими скидками. Ценность предложения в том, что мы проверяем качество работы. Также мы хотели предложить консультации по предоставлению налоговых льгот, сервис по уборке квартиры после ремонта и другие необходимые владельцу новой квартиры услуги.