

Он-лайн страхование по-русски



Илья АРСЕНТЬЕВ,
IT-директор, ОАО
«ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»



Александр ВЕРЕМКОВИЧ,
менеджер проекта, ОАО
«ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»

Начиная с 14 сентября 2009 года полис компании «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ» можно оформить и приобрести через Интернет. Иными словами, компания реализовала он-лайн модель страхования настолько это было возможно в российских условиях. О том, в чем именно состоят нововведения, нашему журналу рассказывают Илья Арсентьев, IT-директор, и Александр Веремкович, менеджер проекта, СК «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ».

«Современные страховые технологии»: На Западе существует возможность весь процесс оформления и приобретения страхового полиса произвести через Интернет. В России до сих пор ограничивались калькуляторами. Та система, которую ввела ваша компания, на шаг приближает российского потребителя к высокому западному идеалу дирекстрахования?

Илья Арсентьев: Мы воплотили этот идеал, насколько можно было его воплотить в России.

ССТ: Но западный потребитель получает из собственного принтера страховую полис!

И.А.: Как известно, в российских условиях ОСАГО нельзя продать через Интернет, потому что полис печатается на бланках строгой отчетности, а частным лицам его не выдают – только страховым организациям. Таким образом, страхователям не на чем печатать полис ОСАГО. В западных странах страховые компании не обязаны использовать бланки строгой отчетности. Они печатают полисы на фирменных бланках. В России из-за необходимости использовать бланки строгой отчетности возникает и необходимость доставки полиса.

ССТ: Чем отличается web-модель продажи от прежней модели, то есть, продажи через call-centre?

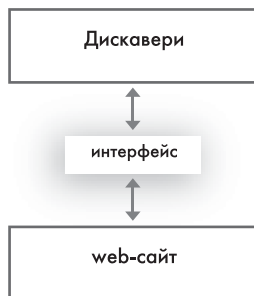
И.А.: Модели действительно очень похожи, но работа через web-сайт делает человека более свободным. Например, он может в удобное время спокойно, не спеша, заполнить все необходимые для страховки поля, его никто не торопит. Он видит данные, которые он ввел в систему. Форма подсказывает, где могут быть ошибки – на этот случай предусмотрена многократная защита. Он может попробовать разные возможности и поиграть с ценой – при этом ему не нужно «висеть» на телефонной трубке. А в собственном ритме вводить данные для полиса и видеть, что именно введено, для многих людей психологически гораздо комфортнее, чем отвечать на вопросы по телефону и не видеть, какие данные попали в систему.

ССТ: Чтобы страховка начала действовать, ее надо оплатить?

И.А.: Для разных автомобилей действуют разные правила. На новые машины, купленные в салоне, страховка начинает действовать с момента звонка в call-centre. В других случаях полис начинает действовать с момента осмотра автомобиля.

Александр Веремкович: Если предусмотрены платежи в рассрочку и первый платеж до условленного момента не приходит, мы отправляем клиенту sms с напоминаем: «Просим оплатить полис. У вас есть столько-то времени». Если опла-

Схема 1. Схема оформления и покупки полиса через Интернет



ты не происходит, операторы звонят клиенту. Иногда случается, что клиент деньги перевел, но ошибся с реквизитами. Но а если он говорит, что передумал, договор расторгается.

ССТ: *Какие способы оплаты полиса предусмотрены в вашей компании?*

И.А: Практически любые. Можно приехать в наш фронт-офис и оплатить наличными или картой. Можно вызвать курьера — он приедет с терминалом. Но можно и наличные ему отдать. Можно предварительно сделать банковский перевод и показать сотрудникам компании квитанцию. Можно воспользоваться системой «Контакт» (аналогом webmoney). Способов много, так что выбор есть.

ССТ: *Давайте рассмотрим все этапы директ-страхования, как они сегодня осуществляются через ваш web-сайт.*

А.В: Первая возможность, которую мы предоставляем клиенту на своем сайте, это расчет приблизительной стоимости полиса. Клиент может выбрать полис ОСАГО, каско или ОСАГО+каско. Калькулятор, с помощью которого пользователь будет рассчитывать предварительную цену полиса, связан с нашей операционной системой, поэтому он реагирует на все изменения законодательства, тарифов и т.п. Иными словами, если мы меняем тарифы в call-centre, эти изменения становятся доступными всем.

Что это дает? Гарантию, что и при звонке в call-centre, и при расчете через web-сайт цена страховки будет примерно одна

и та же. Почему примерно? Дело в том, что на калькуляторе некоторые параметры расчета заданы по умолчанию – чтобы не перегружать клиента вопросами. Например, по умолчанию считается, что страхователь является гражданином России, владельцем транспортного средства и в списке водителей значится только один человек. Разумеется, о значениях по умолчанию мы информируем своих клиентов.

И.А: Для клиента все расчеты цены прозрачны. Если предварительная цена его заинтересовала, он может переходить к следующему этапу – расчету финальной цены. Это подразумевает полный спектр вопросов, точно такой же, какой задает сотрудник call-centre. Уточняющие вопросы нужны для того, чтобы получить уточненную цену полиса. Когда потенциальный клиент увидел финальную цену полиса, ему, как правило, требуется некоторое время на раздумья: посоветоваться с супругой, позвонить в другие страховые компании и т.п. В этом случае он может сохранить сформированное предложение на тридцать дней – соответственно, все введенные данные тоже будут сохранены. Для сохранения введенных данных и полученной цены полиса пользователю предлагается ввести логин и пароль, благодаря которым он сможет это предложение извлечь обратно. Как только он введет логин и пароль, мы уведомляем его по электронной почте, что его предложение сохраняется в течение тридцати дней, и в течение этого срока он может его открыть и оплатить полис – или же обсудить схему оплаты полиса.

Третий этап заключается в оформлении полиса через Интернет с возможностью он-лайн оплаты. На этом этапе у клиента уточняют данные, которые не влияют на цену полиса, но обязательно в нем фиксируются. Например, серия и номер паспорта транспортного средства, а также дата его выдачи. Последний этап оформления страховки состоит в выборе способа доставки полиса (курьер, фронт-офис) и его оплаты. Единственное отличие от call-centre на этом этапе – возможность он-лайн оплаты. На сайте можно ввести номер своей кредитной карточки и осуществить оплату.

Оплата через сайт осуществляется стандартным образом через защищенный механизм платежных систем. Процессинговый центр «Альфа-банка» обрабатывает введенные данные и предоставляет защищенные каналы оплаты полиса.

ССТ: Да, вы действительно воплотили высокий идеал директ-страхования в российских условиях. А кто разработал соответствующее программное обеспечение?

И.А: Все решение состоит из трех частей: первый большой модуль – тот, что у нас был – наша основная страховая операционная система «Дискавери». В нее поступают все данные и в ней происходят все расчеты. Второй модуль – web-окно для клиента, иными словами, сам web-сайт, который видит клиент. Третий модуль связывает первые два между собой, то есть, это интерфейс. Задача третьего модуля состоит в том, чтобы передавать данные между системой «Дискавери» и web-окном для клиента. Приведу простой пример – клиент внес свои данные на web-сайте, они ушли в «Дискавери», там

сформировалась финальная цена, которая отображается на мониторе. Передачу данных в обе стороны осуществляет промежуточный интерфейс. Web-приложение было написано на аутсорсинге по нашему заказу. Промежуточный интерфейс мы писали сами. «Дискавери» у нас была изначально.



ССТ: Web-приложение стоило больших денег?

И. А: Я бы сказал, сумма была разумной.

ССТ: В чем коренное отличие старого web-сайта от нового?

И.А: Прежний был автономным калькулятором, который приходилось регулярно обновлять, потому что автоматически изменение тарифов не происходило. У нас бывали случаи, когда мы снижали цену по какому-либо покрытию, а в калькуляторе и на сайте это автоматически не отражалось, то есть, потребитель мог увидеть более высокий

тариф, что нас совершенно не устраивало. Сейчас мы добились того, что все изменения отражаются автоматически.

А.В: Сейчас все данные попадают в «Дискавери» либо через call-centre, либо через web-сайт. Все наши дальнейшие бизнес-процессы настроены в «Дискавери». Новое приложение органично вписалось в систему и не потребовало изменений существующих бизнес-процессов, а это еще один из пунктов экономии и эффективности: ведь нередко бывает так, что после внедрения программного модуля компании приходится менять свои бизнес-процессы. В данном случае web-sale нам ничего не сломал и органично лег в существующие бизнес-процессы. Все отделы работают в прежнем режиме.

И.А: И это преимущество директ-модели, прямой модели ориентированной на контакт продавец-покупатель. Никаких посредников. Теперь мы можем фантазировать и подключать разные каналы.

Мы довольны полученной системой. Модуль, который для нас написали, органично вписался в сайт, который мы разрабатывали, и позволяет заключать договоры страхования и покупать полисы уже на современном уровне.

ССТ: Как планируется развивать новый web-сайт?

А.В: В планах у нас клиентская зона на сайте – личные кабинеты, в которых клиент может отслеживать состояние урегулирования своего страхового случая, оплачивать очередные платежи в случае рассрочки, видеть сроки выплат по страховым случаям. Скорее всего, через какое-то время, когда мы обкатаем все процессы, сможем предложить клиентам значительную скидку при покупке полиса через web-сайт. А это сделать можно, отследив канал продаж в нашей системе «Дискавери».

И.А: Для нас очевидно, за счет чего мы можем сделать скидку: экономится время наших операторов и нам не надо платить за звонок на 8-800-444-44-44, который стоит недешево, а клиенты звонят на него бесплатно. С помощью web-сайта получается настоящее самообслуживание.

Беседовала Елена Шарова