



ПЯТИЗВЁЗДОЧНОЕ СТРАХОВАНИЕ

Качество страхового продукта — это соотношение ожиданий от продукта, обещаний, которые сопутствуют продаже, и последующего исполнения условий страхового договора, считает Ольга Крайнова, руководитель АНО «Служба обеспечения деятельности финансового уполномоченного».

Современные страховые технологии: Что такое качественный страховой продукт?

Ольга Крайнова: Если говорить о страховании, то нужно прежде всего определить, что страхование — это услуга! Далее, нужно выделить две составляющие, определяющие качество этой услуги: этап продажи и этап исполнения заключенного договора. Некачественно проданный страховой продукт сам по себе может быть очень качественным.

Например, потребитель заключил договор страхования, не очень понимая, зачем он это сделал. Но оказалось, что при наступлении страхового случая, когда потребитель обра-

тился за компенсацией ущерба, страховая компания ясно, просто и любезно урегулировала претензию, выплатила компенсацию именно в том объеме, как представлял себе потребитель. В этом случае для потребителя его покупка оказалась качественной.

ССТ: Если рассматривать этап продажи, то что значит — качественно продать страховую услугу: что должен получить клиент, а что — продавец?

О. К.: Для потребителя приобрести качественный страховой продукт означает, что все его заявленные качества могут быть реализованы, возможные риски — описаны. При этом чрезвычайно важно, чтобы

потребитель был качественно проинформирован о характеристиках приобретаемого продукта, все правильно понял и осознанно заключил договор страхования.

Однако случаются ситуации, когда потребитель хочет купить один продукт, а ему навязывают другой. Со мной лично произошла история, когда в отделении банка вместо депозита менеджер предложил мне заключить договор инвестиционного страхования жизни. При этом мне, как потребителю, не были разъяснены все особенности этого продукта, а также сопутствующие ему риски. При этом менеджер уверял меня, что ИСЖ — это тот же депозит, только доход по нему выше. Вполне возможно, что ИСЖ заинтересовало бы меня как самостоятельный инвестиционный и страховой продукт, но не как альтернатива депозиту. Соотношение ожиданий от продукта, информирование потребителя в ходе продажи, и последующее чёткое исполнение условий договора — все это должно составлять единое целое, когда мы говорим о качестве.

ССТ: Когда человек бронирует гостиницу, то он понимает разницу в сервисе трёхзвёздочной гостиницы и пятизвёздочной. Можно ли добиться такого понимания в области страховых услуг?

О. К.: В индустрии гостеприимства такие оценки помогают клиенту ориентироваться. Но в страховании все сложнее.

В страховании можно говорить о многофакторной системе оценки качества. Мы должны помнить и говорить о том, что поставщиком страховой услуги является не отдельный менеджер или продавец, а страховая компания. На ее ответственности — контроль за качеством работы всего пула людей, которые выполняют комплекс бизнес-процессов: от продажи полиса до окончания его действия. К сожалению, страховые компании пока не всегда контролируют процесс на всех этапах.

Я считаю, что одним из объективных критериев качества являются замеры удовлетворённости потребителей страховых услуг.



Ольга Крайнова

*Руководитель
АНО «Служба обеспечения
деятельности финансового
уполномоченного»*

ССТ: Может ли мерилем качества страховой услуги служить процент перезаключения договоров в компании? Ведь логично, что чем больше потребителей довольны, тем с большей вероятностью они пролонгируют договор с компанией на следующий срок.

О. К.: Потребитель, разочаровавшись в реализации заключённого договора, скорее всего, откажется от услуг этой компании. Если ему все равно, он уйдет молча. Но я хочу обратить внимание на такой важный аспект, как обратная связь. Если потребитель в основном доверяет компании, но сталкивается с недочетами, недоработками, то, скорее всего, напишет об этом, постарается компанию проинформировать, чтобы недочеты были исправлены. Именно поэтому в бизнесе приветствуется отношение к жалобе, как подарку. Направление жалобы в компанию от постоянных клиентов компании очень часто является признаком того,

что он хочет остаться в компании, хочет продолжения взаимодействия, но хочет при этом, чтобы качество оказания услуги повысилось.

ССТ: Как Вы оцениваете уровень качества страховых услуг по рынку в целом?

О. К.: Если говорить о рынке в целом, нужно отметить, что качество оказания страховых услуг несколько улучшилось, особенно в сегменте ОСАГО. Этому способствовали усилия, предпринятые как регулятором, так и страховым сообществом, которые значительно повысили доступность заключения договоров ОСАГО в нашей стране.

Также повышению уровня доверия способствовало информирование потребителей страховых услуг о том, куда можно обратиться с жалобой на страховые организации. Кроме того, у многих компаний хорошо работает служба «горячей линии». Создание института финансового уполномоченного, в свою очередь, также подстегнуло компании к более ответственному поведению перед потребителем.

Финансовый уполномоченный будет разрешать споры, размер которых не превышает 500 тыс. рублей и по которым потребитель финансовой услуги и финансовая организация не смогли прийти к согласию в претензионном порядке. Претензионный порядок также будет являться обязательным этапом до подачи обращения финансовому уполномоченному. При этом важное значение имеет для потребителей финансовых услуг тот факт, что обращение к финансовому уполномоченному будет бесплатным, благодаря чему они всегда смогут воспользоваться квалифицированной юридической помощью.

Гражданину законом обеспечена простота и доступность подачи обращения: в бумажном, в электронном виде, включая возможность направления обращения через единый портал государственных услуг Российской Федерации, личный кабинет потребителя финансовых услуг (под которым понимается информационный ресурс, который размещен на официальном сайте

Соотношение ожиданий от продукта, информирование потребителя в ходе продажи, и последующее чёткое исполнение условий договора — все это должно составлять единое целое, когда мы говорим о качестве.

финансового уполномоченного в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет») и многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг (при условии заключения соглашения о взаимодействии со Службой обеспечения деятельности финансового уполномоченного).

Законом также гарантирована обязательность исполнения решения финансового уполномоченного: в случае неисполнения решения может быть выдано удостоверение, которое является аналогом исполнительного листа. Если финансовая организация неоднократно в течение одного года нарушит закон, финансовый уполномоченный будет вправе, во-первых, разместить на своем сайте информацию о нарушении, во-вторых, предложить Банку России применить к данной компании меры.

Это должно положительным образом повлиять на отношение финансовых организаций к своим потребителям — потребитель сможет выбирать себе поставщика финансовой услуги не только по критерию цена, но и по критерию лояльности к потребителям. Как следствие, будет способствовать снижению количества споров.

При наличии между потребителем финансовых услуг и финансовой организации имущественного спора порядок его разрешения будет строиться поэтапно.

Прежде чем обратиться к финансовому уполномоченному, потребитель финансовых услуг должен будет направить в финансовую организацию заявление в письменной или электронной форме для решения спора в претензионном порядке.

ССТ: Очень большой опыт работы по обеспечению качества накоплен у медицинских страховых организаций. Они используют три уровня страховых представителей, которые, прежде всего, контролируют качество обслуживания клиентов. Может ли этот опыт распространяться на другие виды страхования?

О. К.: Возможно. Страховые должны использовать лучший опыт, пропуская его через призму отраслевой специфики. Но, вместе с тем, обязательные виды страхования имеют особый статус. Граждане или работодатели обязаны оплачивать такое страхование в силу закона. В таких видах, я считаю, качество должно быть безупречным.

ССТ: Есть ли какие-то объективные параметры, по которым потребитель может выбрать качественную страховую услугу? Могут ли служить такими критериями рейтинги компаний?

О. К.: Рейтинги, конечно, могут служить некоторым ориентиром. Однако еще одним

информативным источником служат отзывы о компании.

Ещё одним направлением повышения качества предоставляемых финансовыми организациями услуг являются стандарты, направленные на борьбу с недобросовестными практиками продаж. Они разрабатываются в рамках Меморандума о взаимодействии ассоциаций, объединяющих банки, и СРО финансового рынка.

В контроле за выполнением принятых норм и стандартов особая роль у саморегулирования, у ВСС, РСА и пр. Сейчас все процессы, которые происходят, направлены не только на эффективный контроль за участниками рынка, но и на разработку регламентов и документов, которые помогут страховщикам повысить качество работы. Так недавно, мы обсуждали разработку стандартного пакета документов, который будет использоваться при досудебном урегулировании претензии, рассмотрении претензии омбудсменом и далее до суда. И страховщики, и регулятор, и омбудсмен должны одинаково понимать суть претензии.

Из меморандума «О ВЗАИМОДЕЙСТВИИ АССОЦИАЦИЙ, ОБЪЕДИНЯЮЩИХ КРЕДИТНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ, И САМОРЕГУЛИРУЕМЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СФЕРЕ ФИНАНСОВОГО РЫНКА»

Ассоциации, присоединившиеся к настоящему меморандуму, подтверждают свои намерения разработать в оговоренные сроки Стандарты Ассоциаций, содержащие следующие положения:

- 1) стандартные качества продуктов, в том числе лучшие практики маркетинга и продаж финансовых продуктов и услуг НФО (в части предоставления полной, прозрачной и ясной информации о характере финансовой услуги (финансового инструмента) и условиях финансового продукта, а также о сопутствующих им рисках, их стоимости и иных их существенных условиях) кредитными организациями – членами Ассоциаций, действующими как агенты НФО;
- 2) стандартные требования к коммуникациям работников и представителей кредитных организаций, выступающих агентами НФО, и получателей финансовых услуг при рекомендациях/продажах финансового инструмента (услуги);
- 3) механизмы контроля за соблюдением Стандартов, направленных на защиту прав и законных интересов потребителей финансовых продуктов и финансовых услуг, реализуемых и оказываемых кредитными организациями — членами Ассоциаций, действующими как агенты НФО.