

МОТИВАЦИЯ АГЕНТОВ ВО ВРЕМЯ КРИЗИСА

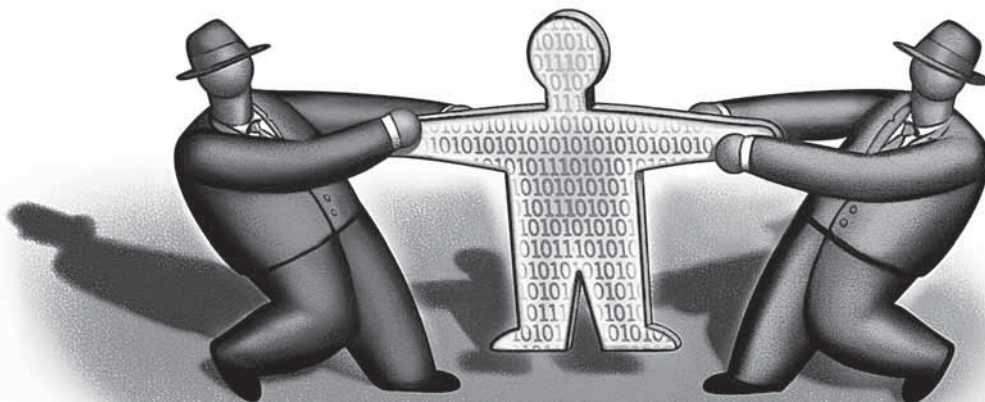
С началом кризиса многие страховые компании основную ставку сделали на ритейл. Как изменение стратегии скажется на мотивации агентов?

Повышать или понижать комиссию?

По опыту директора Центра агентских продаж ООО СК «Цюрих-ритейл» Юрия Степанова, нельзя сказать, что повышение комиссионного вознаграждения по добровольным видам страхования сильно влияет на сборы страховой премии. Вместе с тем, страховые агенты очень чувствительны к ухудшению условий работы, так что уменьшение вознаграждения может привести к потере части портфе-

ля. Поэтому сегодня в компании «Цюрих.Ритейл» не планируют менять базовые ставки комиссионного вознаграждения, хотя и собираются ввести новую систему мотивации.

Неизменной останется агентская комиссия и в ОАО СК «Прогресс-Гарант», и в ОАО ВСК. На взгляд директора Центра розничного страхования ВСК Игоря Шестова, в условиях кризиса о повышении комиссии для агентов не может быть и речи, поскольку





конкуренция возрастает, а сборы уменьшаются.

Но есть компании, которые комиссионное вознаграждение агентов ставят в прямую зависимость от вида страхования. Так, в НСГ, если комиссионное вознаграждение по моторным рискам останется прежним и для штатных, и для внештатных агентов, то по ДМС оно может уменьшиться. Аналогичный подход применяется и в САК «Энергогарант». Здесь агентские комиссии по приоритетным видам (страхование недвижимости и личное страхование) будут значительно повышены, а по моторным рискам останутся практически неизменными.

Наиболее сложную систему оплаты труда агентов разработали в компании «Росгосстрах-Столица». Комиссионное вознаграждение в тех сегментах, которые компании менее интересны, будет понижаться, а в тех, которые запланировано интенсивно развивать, соответственно, повышаться. Для этого будут применяться несколько моделей расчета КВ.

«Первая модель базируется на том, что мы стимулируем агентов определенного типа к формированию портфеля с определенной структурой по видам страхования, по разным типам страховых продуктах и в пользу сбалансиро-

ванности, – рассказывает Сергей Молчанов, руководитель Департамента агентских продаж компании «Росгосстрах-Столица». – Одновременно наша компания будет применять специальные поощрения по наиболее рентабельным продуктам. В то же время «Росгосстрах-Столица» планирует ввести модель, направленную на стимулирование более интенсивного наращивания портфеля».

Привязать имеющихся агентов...

Распространено мнение, что на московском страховом рынке работает примерно 10-15 тысяч агентов, каждый из которых обслуживает сразу несколько компаний. Очевидно, что при подобном положении дел кризис заметно обостряет вопрос лояльности.

По мнению Сергея Молчанова, высокое качество сервиса, развитие технологий информирования агентов, обучение и развитие у агентов производственных навыков влияют на развитие лояльности агентского корпуса сильнее, чем просто деньги. Впрочем, об увеличении комиссионных вознаграждений по определенным направлениям (см выше) в компании «Росгосстрах-Столица» тоже не забыли. В компании «Цюрих.Ритейл» несмотря на кризис планируют внедрить новую систему мотива-

ции агентов. Она предусматривает как финансовые, так и нефинансовые методы поощрения. Например, право приобретения страховых продуктов компании на льготных условиях. В новой системе мотивации существует система дополнительных вознаграждений, которые выплачиваются продавцу при достижении целевых показателей.

«Для нас важно, чтобы агент, лояльный компании и улучшающий результаты своей работы, получал бы большее вознаграждение, чем продавец, работающий с нами от случая к случаю», – говорит Юрий Степанов. В «Прогресс-Гаранте» для повышения лояльности агентов оформляют ДМС, обеспечивая возможность участия в конференциях, дают возможность приобрести страховые программы по льготным ценам. Все программы поощрения агентов, действовавшие в прошлом году, планируется сохранить и в наступившем.

Поскольку компенсационный пакет – один из основных инструментов формирования лояльности, в большинстве страховых компаний стараются его сохранить. Но от введения до-

полнительных льгот для агентов (например, от предоставления ДМС) отказываются. Корпоративные праздники, которые рассматриваются как элемент поощрения агентов, во многих компаниях были заменены более дешевыми мероприятиями, а там, где они все-таки состоялись, или были урезаны расходы на его проведение, или сокращено число приглашенных.

... и перетянуть чужих

Из-за финансовой нестабильности некоторые страховые компании вынуждены сворачивать агентский корпус в регионах, чем собираются воспользоваться их более решительные коллеги. Для продавцов со стажем распахнули свои двери «РЕСО-Гарантия», «Росгосстрах» и ВСК, а «Русская страховая компания» даже объявила о специальной акции для агентов и целых агентских сетей. Но эксперты страхового рынка уже прогнозируют значительное увеличение числа свободных агентов. Так, по мнению Юрия Степанова, в ситуации, когда значительная часть населения ожидает снижения уровня жизни, работа страхового агента может стать серьезным подспорьем.

