ДРАЙВЕР ИЗ БУДУЩЕГО

Новые технологии изменяют страховую отрасль — по оценке экспертов PriceWaterhouse Coopers, развитие нового направления InsurTech в 2016 г. в мире привлекло 1,7 млрд долларов инвестиций. В России страховщики также увязывают свои стратегии развития с применением технологий искусственного интеллекта. Среди них — компания «СМП-Страхование», активно заявившая о себе на рынке медицинского страхования в 2017 г. О стратегическом видении компании рассказывают Андрей Дьячков, руководитель управления стратегического анализа, и Игорь Плеханов, директор по развитию личных видов страхования.

ССТ: Развитие страхового бизнеса практически со стартовой позиции на основе передовых информационных технологий — это один из развивающихся трендов для российского рынка, хотя он и сопряжен с трудностями. Почему Вашей компанией выбран именно этот путь?

Андрей Дьячков: В первую очередь, нас к этому подтолкнул анализ мировых трендов. Мы наблюдаем устойчивую тенденцию дигитализации финансовых услуг. Например, в части взаимоотношений с клиентами, сегодня самая новейшая тема в этой области — чат-боты, позволяющие потребителю получить консультацию в мессенджерах или выйти на процесс приобретения услуги или продукта. В нашей стране дигитализация активно развивается в банковской сфере, страховая несколько отстает.

В последние несколько лет мы наблюдаем расцвет новой области в финансовом секторе — финтеха. Процесс носит взрывной характер. По сути, представители финтеха — это стартапы, которые предоставляют кардинально новый подход как к финансовым продуктам, так и к бизнес-процессам. При этом в мире к этому сегменту уже привлечено пристальное внимание крупнейших банковских и страховых групп, которые не только наблюдают, но и начинают поддерживать эти стартапы. Например, сейчас страховой рынок активно обсуждает компанию

Lemonade Insurance, которая появилась в прошлом году в США и практически претендует на то, что произведет революцию в страховании. Специализируясь на страховании личного имущества, эта компания декларирует, что андеррайтинг при страховании имущества занимает у нее несколько минут. Клиент через мобильное приложение делает фотографии, заполняет анкеты, и имущество принимается на страхование. Урегулирование убытков также происходит через мобильное приложение и также занимает считанные минуты от момента подачи заявления до поступления денег на счет.

ССТ: Такой подход к страхованию — это и ваша конечная цель?

А. Д.: Нас в первую очередь интересуют преимущества, которые указанный стартап получает по причине очень высокого уровня автоматизации. У компании нет продавцов, то есть комиссионные расходы — 0 %, и в целом в компании мало сотрудников, так как используются ИТ-системы, в которых задействован искусственный интеллект. При покупке полиса клиент общается с одним чат-ботом, если происходит убыток — с другим. Все происходит автоматически, и это дает очень серьезный выигрыш по времени и издержкам. В классическом страховании имущества, как мы знаем, процесс урегулирования занимает не менее недели. Сейчас мировой страховой рынок следит за Lemonade Insurance очень пристально, и если компания продемонстрирует финансовую устойчивость, то это может изменить и сам подход в мире к организации страхования. Ведь с точки зрения потребителя, сервис предоставляется намного более качественный, при этом автоматизация и особенности финансовой модели позволяют удерживать тарифы на очень низком уровне — буквально 5 долларов в месяц. Собственно, там нет страхового тарифа как такового — в направлении peer-to-peer insurance, к которому относится этот стартап, применяется очень интересная финансовая модель, отличающаяся от классического страхования. Но это отдельная тема для обсуждения.

Андрей Дьячков

Руководитель управления стратегического анализа «СМП-Страхование»

Игорь Плеханов

Директор по развитию личных видов страхования «СМП-Страхование»

ССТ: Как с этим контекстом соотносится ваш проект?

Игорь Плеханов: Наш проект в «СМП-Страхование» вполне в него вписывается. По сути, это проект автоматизации всей экосистемы внутри страховой компании с использованием всех передовых наработок. Страховую компанию с существующего уровня мы переводим в состояние диджитал на современном уровне. При этом наша стратегия дигитализации ориентирована прежде всего на применение передовых технологий, в том числе с использованием искусственного интеллекта в области добровольного медицинского страхования (ДМС). На данный момент ДМС составляет более половины портфеля компании и в стратегии «СМП-Страхование» рассматривается как перспективная линия бизнеса. Кроме того, наша команда обладает высоким уровнем экспертизы в медицинском страховании.

ССТ: Какие этапы предусматривает стратегия трансформации компании «СМП-Страхование»?

А. Д.: Мы предусматриваем три этапа. Первый этап мы фактически прошли — уже создана достаточная автоматизированная база, для того чтобы нормально работали основные бизнес-процессы. Второй этап рассчитан на срок около года — нам предстоит еще многое сделать, чтобы достичь в плане организации процессов уровня компаний ТОП-10. И далее, в рамках третьего этапа — который мы рассматриваем в большей степени как постоянный процесс, чем этап — мы рассчитываем на «подключение» компании к мировым трендам.

И. П.: Хочу отметить, что еще в рамках второго этапа мы планируем введение технологизации общения с нашими корпоративными клиентами — например, введение личного кабинета для сотрудника HR, в обязанности которого входит организация страхования персонала. Многим HR-специалистам удобнее общаться со страховой компанией в режиме онлайн, открепять и прикреплять новых лиц к программе через свой кабинет.

В рамках мобильного кабинета для застрахованного будет осуществлена интеграция с клиниками, возможность записаться к врачу онлайн, выбрать клинику на карте. В идеале клиент сможет посмотреть рейтинг клиники, ее описание, рейтинг врача. Также для обратной связи с клиентом будет предусмотрена возможность быстро оставить отзыв об оказанном сервисе.

Компания «СМП-Страхование»: ТРИ ЭТАПА ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

I этап 2017

Создание базовых IT-систем

Автоматизация всех основных процессов (продажи, андеррайтинг, урегулирование убытков и клиентский сервис)

II этап 2017–2018

Глубокая автоматизация на уровне ТОП-10 лидеров рынка ДМС:

- Автоматическое формирование коммерческого приложения
- Автоматическая аналитика в процедурах андеррайтинга

III этап 2018– ...

Внедрение передовых технологий, применяемых и получивших отработку в мировой практике InsurTech

Расширенное применение методов искусственного интеллекта

Развитие бизнеса «СМП-Страхование», 2015–1 кв. 2017 г.: показатели ДМС в 1 кв. 2017 г. превысили годовой объем премии

ССТ: Сейчас активно развивается направление телемедицины — когда пациент получает консультации не в порядке личного визита, а через коммуникатор. В «СМП-Страхование» такой сервис будет предусмотрен?

И. П.: Не только будет предусмотрен, но и уже реализован. У нас уже есть провайдер по телемедицине, и в июле 2017 года мы запустили первый такой проект на большом клиенте — прикрепили около 4 тыс. человек. Клиенты осваивают новый сервис — за первые 2 недели было очень много обращений.

ССТ: Как практически реализуется проект? Вы используете платформы собственной разработки или продукт внешнего разработчика?

И. П.: Мы встречались с рядом разработчиков готовых продуктов, но нас не устроили параметры предлагаемых цен и сроков. Мы пошли по пути собственных разработок и agile-девелопмента.

Текущая база ДМС — на Oracle. Контакт-центр — в облаке (SaaS). Для текущей аналитики используются решения Microsoft: PowerPivot, PowerBI, AzureML.

У нас сложилась уникальная команда профессионалов, мы сделали единую онлайн-среду общения, подключив к ней руководителей всех бизнес-процессов: андеррайтинга, урегулирования, клиентского сервиса. И каждый из руководителей направлений имеет возможность предложить свою идею. В результате на стартовом этапе мы автоматизировали процессы с нуля буквально за несколько месяцев.

ССТ: Какова конечная цель стратегии вашей компании? Какое место «СМП-Страхование» должна занять на рынке в среднесрочной, долгосрочной перспективе?

И. П.: Долгосрочная стратегия компании сформулирована: по различным видам добровольного страхования «СМП-Страхование» должна в перспективе занять место в группе ТОП-20 лидеров, а по некоторым показателям — и в первой десятке. Наша стратегия с ориентацией на первоначальном этапе на корпоративных клиентов и синергию с акционером — банком «Северный морской путь» — позволяет рассчитывать, что этой цели удастся достичь. По личным видам страхования наша компания уже сейчас не маленькая — в ДМС, например, по итогам первого квартала «СМП-Страхование» было уже на 33-м месте. И дигитализация должна стать одной из составляющих успеха.

А. Д.: В плане дигитализации, предложения новых услуг и сервисов застрахованным, следует опасаться конкуренции не столько со стороны других страховых компаний, сколько со стороны крупных ИТ-компаний или новых стартапов в области финтеха — который будет развиваться и в медицине. Но мы будем пристально следить за развитием этих тенденций и перенимать лучший опыт.

СМП СТРАХОВАНИЕ