СТРАХОВАНИЕ ЖИЛЬЯ — ЭТО ВЫГОДНО!

Зарабатывая на страховании жилья, управляющие компании ЖКХ получают дополнительные ресурсы на обслуживание коммунального хозяйства и благодарность от жильцов многоквартирных домов. О том, как страхование жилья влияет на социальный климат в регионах и почему сотрудничество со страховыми компаниями нужно и жителям, и управляющим компаниям, и региональным администрациям, рассказал в своем интервью заместитель генерального директора по розничным продажам «Абсолют Страхование» Андрей Бурлак.

Современные страховые технологии: Как Вы оцениваете текущее состояние рынка страхования жилья?

Андрей Бурлак: Сегодня застраховано менее 20 % жилья в России, в развитых странах этот показатель более 80 %. Основной драйвер страхования жилья — это ипотека. Добровольное страхование жилья составляет менее 5 %. Потенциал к росту очень высокий. Поэтому рынок страхования жилья требует серьезной проработки, с точки зрения страховщиков и государства.

Обязательное страхование при оформлении ипотеки сильно продвигает рынок. Но нужно учитывать, что ипотечное страхование не распространяется на отделку квартиры, инженерное оборудование и на домашнее имущество. И оно не защищает в случае наступления ответственности перед соседями. Получается, именно те риски, которые встречаются чаще всего, по ипотечному страхованию не застрахованы. А застрахованы только стены — то есть то, что менее всего подвер-

жено повреждению. Да и те застрахованы в пользу банка! Когда же внимание ипотечного клиента обращают на недостаточность страхового покрытия и предлагают его расширить, чаще всего он не понимает отличий и считает, что квартира уже застрахована полностью.

Андрей Бурлак
Заместитель генерального директора по розничным продажам «Абсолют Страхование»

ССТ: Что мешает развитию рынка страхования жилья?

А. Б.: Сдерживающим фактором являются низкая финансовая грамотность и недостаточная информированность населения. Многие уверены, что страхование жилья — это совсем не нужно и дорого. Людям необходимо разъяснить, что затраты на страхование жилья небольшие, а защита покрывает много рисков. По нашим данным, ежегодно на 10 000 квартир случается около 150 происшествий, связанных с водой, и ещё пожары, кражи и другие случаи, которые покрываются страхованием. И это данные только по многоэтажным домам, построенным относительно недавно, а в более «старом» жилом фонде происшествий значительно больше.

ССТ: Будет ли новый закон способствовать популяризации страхования жилья?

А. Б.: Новый закон о страховании жилья на случай ЧС однозначно станет драйвером, особенно в тех регионах, где чрезвычайные происшествия происходят достаточно часто. Но нельзя гарантировать, что он принесет такой же результат, как введение ОСАГО. Ведь страхование жилья — дело исключительно добровольное.

Но, в любом случае, закон решит далеко не все проблемы: нужно больше информировать население о возможных рисках, связанных с жильем и их последствиях. Это должна быть комплексная работа. Поэтому страховщики стараются информировать население. Наша задача — сделать страхование имущества максимально доступным и именно в том регионе, где оно особенно необходимо потребителю.

И все же, когда за дело популяризации страховой услуги берется государство, у него это получается лучше, чем у любых коммерческих структур. Мы видим это на примере нашей работы в Москве и Московской области. Если администрация района активно поддерживает страхование жилья, то управляющие компании включают добровольные страховые взносы в квитанции для оплаты ЖКХ, размещают информацию о страховании на своих ресурсах. Когда граждане обращаются в ЖКХ по вопросам коммунальных услуг, ремонта и т. д., сотрудники управляющих компаний могут заодно их информировать о годовых страховых программах. Сам процесс оформления полиса в офисе УК ЖКХ занимает не более 5 минут.

ССТ: Такая коммуникация эффективна?

А. Б.: Тут очень интересная ситуация. Изначально жители, если им предлагается застраховать жилье, приводят массу аргументов, почему они не будут страховаться. Но когда платеж за страхование квартиры отдельной строкой

включается в коммунальные платежи, и человек видит реальный размер платежа — совсем небольшой — он перестает опасаться дороговизны и начинает интересоваться страхованием. Поэтому важно дать людям информацию и время подумать, и они охотно начинают оплачивать страховые взносы за жильё.

Но тут страховщикам нередко приходится пробивать «стену» непонимания в лице и управляющих компаний, и чиновников местных администраций, которые по разным причинам негативно относятся к страхованию, или считают, что продвижение страхования — лишняя нагрузка, не входящая в круг служебных обязанностей.

Основные преимущества продвижения страхования жилья управляющими компаниями в качестве дополнительного сервисного продукта для жителей.

Плюсы для управляющей компании:
- комиссионный доход обеспечит наличие средств для качественного управления недвижимостью
- ремонт и восстановление жилого фонда при наступлении страхового случая за счет средств страховщика
- возмещение расходов происходит цивилизованно без траты лишнего времени и нервов, как со стороны жильцов, так и со стороны сотрудников ЖКХ
- дополнительная возможность вкладывать ресурсы в поддержание лояльности жителей через организацию массовых мероприятий;
- имидж руководства управляющей компании, как современного и грамотного управленца
- довольные жители

Плюсы для жителей:
- жители сами выбирают программу страхования, в соответствии со своими потребностями, непосредственно в офисе УК ЖКХ
- простота оформления и доступность страхового полиса
- в случае ущерба не нужно долгое и утомительное взаимодействие с соседями и/или управляющей компанией — ущерб оплатит страховщик
- обслуживание улучшается за счет дополнительных доходов управляющей компании, а не путем повышения коммунальных платежей
- дом хорошо управляется, и в нем приятно жить.

Плюсы для местной администрации:
- экономия фондов
- благоприятная социальная атмосфера

ССТ: От чего зависит толщина этой «стены»?

А. Б.: Когда перед руководством управляющих компаний региона ставят задачу заработать деньги с помощью дополнительных услуг или каких-то других инициатив, и эти деньги потом вложить в развитие инфраструктуры и улучшение быта жителей, то страхование вызывает больший энтузиазм. Ведь продвигая страховые услуги, управляющая компания может заработать комиссионный доход.

У администраций регионов есть выбор: либо бесконечно субсидировать ЖКХ, либо учить предприятия ЖКХ самостоятельно зарабатывать на свои нужды. Комиссия 25–30 % от стоимости проданных полисов — это существенные деньги, если застраховано большое количество квартир.

Страховщик всегда заинтересован в продвижении своих услуг и оказывает всяческую поддержку управляющим компаниям. Вместе с компаниями ЖКХ, которые активно с нами сотрудничают, мы организуем множество социально значимых мероприятий: районные и домовые праздники, поздравления ветеранов, детские программы.

И страховщику, и управляющей компании нужна поддержка жителей. Мы должны создавать дополнительные ценности, чтобы жители почувствовали заботу о себе с разных сторон.

ССТ: Какие продукты

предлагает ваша компания для этого канала продаж?

А. Б.: Мы хорошо научились продвигать вместе с управляющими компаниями годовые программы страхования. Когда, например, жители на этапе заселения в новую квартиру получают ключи и управляющая компания предлагает им информацию о возможности выгодно застраховать свою квартиру. Проанализировав основные причины аварий и ЧП в новом жилье, мы разработали специальный продукт. Владелец новой квартиры, скорее всего, будет делать ремонт, поэтому в полис уже включен риск проведения строительных работ. Страховщик скомпенсирует убытки, которые могут возникнуть в связи с проведением ремонта.

В этот продукт также включены самые распространённые риски: пожар, ущерб от залива, противоправные действия третьих лиц, стихийные бедствия. Дополнительно можно застраховать внутреннюю отделку квартиры, инженерное оборудование, мебель, предметы интерьера, бытовую технику, компьютеры и прочее. Под страховую защиту попадает любое имущество, которое может быть уничтожено или повреждено, в ходе пожара или потопа.

В новостройках практически во всех квартирах делают ремонты. Соседи друг с другом почти не знакомы. И в такой ситуации страхование и быстрый порядок урегулирования поможет избежать лишних ссор и конфликтов. И что немаловажно — обеспечит финансовую защиту. У новоселов обычно нет «лишних» денег, чтобы заново делать ремонт себе и соседям, если возникает критическая ситуация!

ССТ: Как происходит урегулирование убытка?

А. Б.: Благодаря тому, что мы достигаем массовости страхования в многоквартирном доме, мы привлекаем управляющую компанию, в том числе и к урегулированию убытка. Для управляющей компании это еще одна статья дохода. И клиенту хорошо, ведь не нужно приезжать в офис страховой компании, все вопросы можно решить через управляющую компанию. Кроме того, клиент может подать документы на урегулирование убытка онлайн на нашем сайте.

ССТ: А что можно предложить для «вторички»?

А. Б.: На вторичном рынке жилья оптимальным вариантом являются программы страхования, которые оплачиваются в рассрочку — ежемесячными платежами. Очень удобно, когда платежи включаются отдельной строкой в платежные документы на оплату коммунальных услуг. В этом случае добровольный порядок оплаты позволяет собственнику самому принять решение, страховать жилье или нет. А управляющая компания снимает с себя возможные претензии и подозрения в навязывании услуги.

Мы подготовили юридически точные договоры, порядок оплаты взносов, комиссий и прочие расчеты. Все возможные спорные моменты детально проработали. Мы рекомендуем управляющим компаниям уже проверенные на практике варианты взаимодействия и самые популярные у жителей страховые продукты.

ССТ: А вы обучаете сотрудников управляющих компаний правильно продавать страховые полисы?

А. М.: Без постоянного обучения и эффективной мотивации сотрудников УК ЖКХ успешная работа невозможна. У нас разработан двухуровневый курс обучения для сотрудников управляющих компаний — первичный и продвинутый. Мы учим правильно преподносить информацию, отвечать на вопросы, оформлять документы.

Обучение и специальные программы страхования позволяют достичь проникновения по многоквартирному дому до 30 %, иногда даже до 50 %. Но нам нужно работать в одной команде с управляющей компанией и с жильцами, которые активно участвуют в жизни дома и заинтересованы в страховании каждой квартиры. Они осознают, что благополучие в доме — это для всех нас очень важно. Очень хочется надеяться, что в ближайшем будущем это поймет большинство управляющих организаций и наши граждане.