



**Дмитрий  
БАЛАКИН,**  
заместитель руководи-  
теля блока розни-  
цы, ОАО МДМ-банк

---

## **СТРАХОВАНИЕ ДЕРЖАТЕЛЕЙ БАНКОВСКИХ КАРТ**

Страхование держателей банковских карт для россиян в новинку. Рассмотрим общую картину этого сегмента рынка в развитых странах и в России.

Страхование владельцев банковских карт предполагает трехсторонний интерес, поэтому последовательно рассмотрим, что оно дает клиенту, банку и страховщику.

### **С точки зрения клиента**

#### *Риски кредитной карты*

Получая кредитную карту, человек обычно предается мечтаниям по поводу легкости совершения будущих покупок. И мало кто в этот момент задумывается о том, что по существу подписан контракт с банком, и неплохо бы осознавать риски, которые его сопровождают.



Что это за риски?

- Смерть
- потеря трудоспособности (постоянная и/или временная)
- потеря работы
- критическая болезнь.

Непогашенная задолженность перед банком в случае внезапной смерти или потери трудоспособности чревата судебным процессом. В первом случае банк может претендовать на наследство клиента, а во втором – на его имущество. Значит, при получении кредитной карты клиент должен понимать, что страхование, которое к ней прилагается (или предлагается вместе с ней), отвечает его потребностям и выгодно ему. Сегодня страхование риска смерти и риска потери трудоспособности достаточно широко представлены на отечественном рынке.

Что касается риска потери работы, то такие программы появились в России совсем недавно (в конце 2006-начале 2007 г.г.), их предлагают всего несколько страховых компаний и банков. Однако я уверен, что буквально через несколько лет эти программы станут общепринятыми – недаром страхование от риска потери работы традиционно присутствует не только на развитых, но и на развивающихся рынках (например, ЮАР). Правда, надо заметить, что по сравнению с первыми двумя рисками это покрытие довольно дорогое, поэтому клиент должен подумать, готов ли он его приобрести.

Чтобы понять, сколько именно стоит страхование риска потери работы, надо собрать соответствующую статистику на том рынке, для которого будет предлагаться услуга. В России подобные данные отсутствуют, и, насколько мне известно, те компании, которые предлагают покрытие риска потери работы, базируются на международной статистике по развивающимся рынкам.

Косвенным источником информации для определения величины тарифной ставки может служить статистика министерств и ведомств РФ по уровню безработицы. Однако эти сведения носят макроэкономический характер и не могут оказывать непосредственного влияния на

**Можно заработать на страховке, а можно и отдать ее по себестоимости, заработав очко в соревновании с другими банками.**



ставку, поскольку риск потери работы существенно меняется от одного сегмента рынка к другому.

Страховое покрытие по четвертому риску (критические болезни) в России пока не предлагают, но оно очень популярно на англоязычных рынках.

Критические болезни коренным образом меняют образ жизни страхователя, поскольку с их началом приходится очень много времени уделять лечению, что не может не сказаться на финансовом положении заболевшего. Список критических болезней включает онкологические заболевания, заболевания сердца, инсульты и ряд других тяжелых болезней, которые объединяет мгновенная или постепенная – как в случае онкологии – потеря трудоспособности.

Из четырех перечисленных покрытий банк формирует предложение для держателей кредитных карт.

### ***Дебетовая карта как мера стоимости жизни***

Если в случае использования кредитной карты существует риск задолжать банку и, соответственно, нести ответственность за этот долг, то в случае дебетовой карты речь идет о страховании своих традиционных расходов на будущее.

Что имеется в виду? Если человек пользуется банковской картой для оплаты ежедневных расходов, по ней можно судить, сколько он тратит в месяц для поддержания своего жизненного уровня. В результате не нужно гадать, на какую сумму надо страховать его жизнь, – это расходы за тот срок (три, шесть, двенадцать или какое-то иное количество месяцев), который необходим, чтобы в случае чего семье держателя карты оправиться от шока и справиться с финансовыми проблемами. Например, если клиент ежемесячно тратит \$10 тыс., он может застраховаться на \$100 тыс., что соответствует десяти месяцам на восстановление после страхового случая. Фактически сочетание дебетовой карты и страхования дает клиенту инструмент финансового планирования своего будущего.

**Если клиент использует банковскую карту для ежедневных расчетов, можно определить, на какую сумму ему надо застраховать свою жизнь.**

## Новый канал продаж



Страхование держателей банковских карт, безусловно, открывает страховой компании новый канал продаж. Но в тоже самое время страхование владельцев банковских карт несет с собой определенные риски – особенно страхование потери работы – поскольку, как было сказано выше, оценить этот риск довольно сложно. Тем не менее, думаю, многие страховщики готовы будут рисковать ради приобретения нового канала продаж. К тому же можно найти партнера, международную перестраховочную компанию, знакомую с подобными рисками.

## Выделиться в лучшую сторону



С ужесточением конкуренции каждый банк приходит к необходимости задуматься о том, каким образом можно выделиться на общем фоне. Общепринятых способов два: реклама и предложение инновационных продуктов, имеющих реальную добавленную стоимость для клиента. Такими продуктами могут быть разные виды страхования держателей пластиковых карт.

Действительно, подавляющее большинство клиентов, переступающих порог банковского офиса, уже имеют счет в банке – в ином случае они пришли с целью его открыть и получить кредитную или дебетовую карту. Страхование держателей пластиковых карт позволяет одновременно предоставить дополнительный сервис и получить преимущества в рекламной войне. Каким именно способом выделиться в лучшую сторону на общем фоне каждый банк решает по-своему – все зависит от целей, которые стоят перед менеджерами, принимающими решения. Можно заработать на предоставлении страховки, но можно и отдать ее по себестоимости.

В первом случае банк оговаривает со страховщиком стоимость услуги, чтобы включить ее в стоимость пользования счетом, и получает прибыль от увеличения цены за предоставление пакета услуг. Второй вариант может предполагать увеличение притока клиентов, привлечен-



ных дополнительным сервисом. Тогда можно сыграть на меньшей марже, но получить больший приток клиентов, что тоже обернется прибылью.

Впрочем, думаю, большинство банков выберет третий вариант: предоставит клиенту выбор – приобретать или не приобретать страховку в дополнение к пластиковой карте. При этом банк по-прежнему имеет возможность зарабатывать дополнительную комиссию с каждой продажи.

### **Страхование на случай смерти и потери трудоспособности**

Как было сказано выше, предложение банка по страхованию держателей пластиковых карт формируется из покрытия четырех рисков. Наиболее популярным является страхование на случай смерти и потери трудоспособности. Рассмотрим, чем оно отличается от аналогичного покрытия, которое можно приобрести в офисе страховой компании.



#### ***Сервис одного окна***

Банковское страховое покрытие максимально приближено к потребителю, который в данном случае является клиентом банка. Ему не надо никуда ехать, не надо ничего дополнительно оформлять – иными словами, клиенту предоставляется так называемый сервис одного окна, когда получая банковский продукт, можно одновременно оформить и страховую.

#### ***В жесткой связке***

Страховой продукт жестко привязан к банковскому, что соответствующим образом позиционируется. Во-первых, по времени действия: пока у клиента есть банковский продукт, есть и страховая. В случае переоформления банковского продукта нужно переоформить и страховую. Во-вторых, страховую сумму так или иначе привязывают к средним суммам расчетов по карточке. Это возможно, поскольку банк обычно анализирует свой клиентский портфель и знает, какие страховые суммы лучше предложить типичному клиенту.

### *Страховая премия в банке ниже*

При приобретении банковского страхового покрытия клиент обычно выигрывает по величине страховой премии. Почему? Причин этого две.

1. При использовании схемы bancassurance затраты на дистрибуцию одного полиса страхования жизни обычно ниже аналогичных затрат при продаже через агентскую сеть.

Как известно, чтобы продать один полис, агенту надо пробежать много километров, сделать много звонков, потратить много времени. В результате каждый проданный полис возмещает стоимость непроданных. Например, при продаже 1 полиса после 10 встреч – что достаточно оптимистично – агент должен покрыть стоимость 9 непродуктивных контактов, чтобы оправдать свое время. Кроме того, агентов надо обучать, печатать для них рекламные материалы и поддерживать информационную систему для обработки проданных полисов.

Если страховой продукт продают в банке, то его просто выкладывают на полку рядом с банковскими. Таким образом, расходы на продажу сводятся к стоимости печати рекламной брошюры, стоимости тренинга фронт-лайн персонала и затрат на модернизацию IT-системы (с точки зрения страховой компании – для работы с банком). Суммарные расходы страховой компании при продаже своих продуктов через банк заметно меньше расходов при продаже через агентов – главным образом из-за того, что не надо возмещать стоимость непродуктивных контактов с клиентами.

Конечно, у банка возникают свои проблемы: например, продуктовый ряд увеличивается и, соответственно, усложняется тренинг персонала. Но поскольку сложнее становится и сама жизнь, то требуются все более и более сложные продукты, соответствующие возрастающим потребностям клиентов.

2. Банк хорошо знает своих клиентов, поэтому предлагая в своем офисе страховые полисы, может прогнозировать (и даже гарантировать) высокий процент продаж. Такое положение дел очень привлекательно для страховой компании.



Чтобы сделать продажи еще более предсказуемыми и заодно добиться высоких комиссионных, банк может предоставить риск-профайл своей клиентской базы. Страховая компания на основании этих данных скорректирует программы, так что покупка полисов через банк станет более выгодной потребителю.

Одна из возможностей снижения стоимости страхового полиса кроется в андеррайтинге продукта. Большинство страховых продуктов, которые мы рассматриваем, требуют медицинского андеррайтинга клиента. Однако если человек придет в офис страховой компании, чтобы приобрести полис страхования жизни, на него посмотрят подозрительно и тут же пошлют по врачам, полагая, что такой полис нужен, только когда есть проблемы со здоровьем. Продавая свои продукты через банк, страховая компания выходит на круг клиентов, у которых обычно не бывает проблем со здоровьем, поэтому андеррайтинг не является обязательным (что дополнительно оговаривается партнерами).

Иллюстрируют программы по страхованию на случай смерти и потери трудоспособности таблицы 1 и 2.

**Таблица 1. Страхование владельцев кредитных карт на случай смерти от НС и потери трудоспособности**

Характеристика программы	Значение характеристики
Риски	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Смерть</li> <li>• Потеря трудоспособности (инвалидность I или II группы в результате НС)</li> <li>• Потеря работы</li> </ul>
Период страхования	2 года (срок действия карты)
Страховая сумма	Сумма кредитного лимита владельца карты (другой вариант – сумма фактической задолженности в конце месяца)
Механизм оплаты страховой премии	Ежемесячный перевод денег со счета владельца кредитной карты
Размер страховой премии	От 0,1% от суммы кредитного лимита
Выгодоприобретатели	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Банк на сумму задолженности клиента</li> <li>• Клиент на оставшуюся сумму</li> </ul>
Андеррайтинг	Не нужен
Процедура оформления полиса	Оформление происходит одновременно с получением кредитной карты. Со стороны страховщика полис подписывает сотрудник банка на основании доверенности

**Таблица 2. Страхование держателей дебетовых карт на случай смерти от НС**

Характеристика программы	Значение характеристики
География действия страхового покрытия	Весь мир
Время действия страхового покрытия	Страховое покрытие действует круглосуточно в течение 1 года с момента оплаты страховой премии
Категория полиса страхования	Соответствует категории банковской карты (Electron, Classic, Gold)
Размер страховой премии	В зависимости от категории карты составляет 400, 700 или 1500 руб.
Схема оплаты	Единовременная оплата
Выплата страховой суммы и ее величина	Указанный страхователем выгодоприобретатель в зависимости от категории карты получает ежемесячно 6000, 10000 или 20000 руб. в течение 1 года

Концептуально программы по кредитным и дебетовым картам отличаются тем, что если по кредитным картам страхование покрывает долг клиента, то по дебетовой фактически производится финансовое планирование будущего в случае смерти клиента.

Перечислив преимущества полиса страхования жизни держателей банковских карт, отмечу, что можно создавать страховые продукты, соответствующие статусу карты. Иными словами, можно предложить покрытие с большими суммами для клиентов с золотыми карточками, еще лучшие условия для клиентов с платиновыми карточками и т.д. Программы страхования держателей банковских карт на случай смерти от НС и потери трудоспособности пока не очень популярны в России, за исключением тех случаев, когда банки делают их обязательными. Такая ситуация складывается, когда потребительский кредит выдается через кредитную карточку. В этих случаях во многих банках страхование жизни обязательно. Но в том сегменте, где приняты настоящие кредитные карточки (а не потребительские кредиты) – или там, где приняты дебетовые карты, эти услуги еще не развиты. Однако поскольку на развитых рынках программами такого рода охвачено более 30% карточного сегмента, можно ожидать, что через несколько лет в России эти продукты будут занимать до трети соответствующего сегмента.





### Страхование на случай утраты карты

Продолжая тему популярности страхования держателей банковских карт, отмечу, что это покрытие сегодня тоже не очень популярно в России. Однако на развитых рынках каждая карточка, которая выдается банком клиенту, застрахована на предмет ее утраты любым образом. Думаю, через несколько лет покрытие на случай утраты банковской карты станет общепринятым и у нас.

Впрочем, и сейчас в России есть банки, которые при восстановлении карточки не берут с клиента денег. Однако обычной является практика, когда по окончании действия карты банк заменяет ее бесплатно, но если она потеряна, украдена или пришла в негодность, берет с клиента комиссию, чтобы покрыть расходы по перевыпуску карты. Очевидно, что все перечисленные неприятности с банковской картой можно застраховать. Услуга или оплачивается дополнительно, или включается в пакет ежемесячных выплат за обслуживание карты. Страховое покрытие в случае потери или хищения карточки определяется в соответствии со способом, которым можно похитить деньги со счета. Обычно это те суммы, которые преступники могут израсходовать, используя карточку в магазинах. Установить, сколько преступники сняли, можно по подписи, которую оставляет клиент на магазинном чеке, когда расплачивается карточкой. Кроме того, нередко в помещениях, где можно оплачивать карточкой товары и услуги, установлены камеры видеонаблюдения, так что в большинстве случаев можно установить, кто пользовался карточкой.

Снятие денег со счета с использованием пин-кода – случай исключительный, поэтому чаще всего страховым покрытием не предусматривается, хотя есть страховые компании, которые возмещают эти суммы, если заведено уголовное дело и предоставлены документы, подтверждающие, что клиента заставили снять деньги со счета.

Кроме того, обычно страховая компания устанавливает определенный лимит на противоправное использование банковской карты, который и является границами ее ответственности.



Параметры страховых программ на случай утраты банковской карты проиллюстрированы в таблице 3.

**Таблица 3. Параметры программы на случай утраты банковской карты**

Характеристика программы	Значение характеристики
Риски	1. Утрата карточки вследствие – потери – кражи 2. Несанкционированный доступ к счету – снятие денег с использованием насилия – оплата товаров или услуг (в том числе, через Интернет)
Страховое покрытие	Статус карты Electron – 150000 руб. Classic – 200000 руб. Gold – 350000 руб. Platinum – 500000 руб.

Необходимость страхования на случай утраты банковской карты менее очевидна для потребителя, чем страхование на случай смерти от НС и потери трудоспособности. Тем не менее, преступления с использованием кредитных карт в России достаточно распространены, поэтому этот страховой продукт очень актуален. Однако чтобы он хорошо продавался, надо правильно определить его цену. А правильное ценообразование невозможно без тесного сотрудничества банка со страховщиком: первый обычно располагает информацией по мошенничеству с пластиковыми картами и суммах, которые фигурируют в подобных случаях, второй, используя предоставленные данные, может произвести правильную оценку рисков.

### **Страхование держателей банковских карт во время путешествий**



Третий традиционный страховой продукт, который предлагается на развитых рынках и все больше набирает популярность в России, это страхование путешественников. Продукт успешно реализуется не только в офисах туристических фирм, но и в банковских офисах. Больше того, в ряде случаев именно банковский офис – наиболее подходящее место для приобретения полиса ВЗР. Почему?



1. Большинство путешествий связано с использованием кредитных карточек. Соответственно, продажу полиса ВЗР можно связать с приобретением кредитной карточки и тут же провести сегментирование клиентской базы. Так, если клиент берет карточку категории Electron, ему предлагают один набор покрытий, категории Classic – другой, категории Gold – третий и т.д.(см схему 1) Таким образом, карта класса Silver имеет более широкий объем покрытия, чем стандартный полис ВЗР, карта класса Gold дополнительно включает страхование от невыезда, страхование багажа и страхование медицинских расходов близких родственников держателя карты и т.д. При подобном подходе имеется возможность подстроить продукт под потребности клиента, оценив статус банковского продукта, который он выбрал.



Схема 1. К базовому набору рисков добавляются дополнительные

2. Время действия полиса ВЗР, который предлагают турфирмы, обычно жестко привязано к времени начала и окончания путешествия. Продавая полис ВЗР через банк, можно сделать его бессрчным, то есть привязать к банковскому счету или к кредитной карте. Соответственно, одним из способов оплаты полиса может быть списание денег с банковского счета клиента – для этого достаточно оформить поручение о списании денег со счета. Пользо-

ваться услугой клиент может столько времени, пока она его интересует и пока у него открыт счет (или есть кредитная карта) в банке. Иными словами, клиент делает этот полис бессрочным, оформляя право списания со счета суммы, равной страховой премии. Обычно страховая премия оформляется на 1 год, соответственно, и списание происходит 1 раз в год, но можно создать продукты, для которых списание будет ежемесячным. Пока человек активно путешествует, ему не надо задумываться о том, нужно покупать ВЗР или не нужно, – этот полис у него всегда есть. Его можно ежегодно получать в офисе банка, чтобы полис был на руках (что обычно требуется для оформления визы). Однако если рассматривать ситуацию с точки зрения страховой компании, если платеж прошел, то наличие полиса на руках необязательно: покрытие все равно действует. Для людей, которые много путешествуют и страдают от отсутствия свободного времени, такой порядок оплаты полиса ВЗР очень удобен. Единожды сделав выбор в пользу определенной страховой компании, они всегда будут иметь полис ВЗР, пока не решат от него отказаться.

Стоимость полиса ВЗР, привязанного к банковскому счету, будет ниже средней стоимости полиса, реализуемого на свободном рынке, по той же причине, что и в случае страхования на случай смерти в результате НС – банк может достаточно детально описать своего клиента. В то же время предоставление риск-профайла позволяет банку договориться со страховой компанией о хороших комиссионных.

Впрочем, как было сказано выше, покрытие, которое берет на себя компания, обычно больше того, что указано в полисах, которые продают через турфирмы.

### Горизонты выгоды



Мы подробно рассмотрели страхование держателей банковских карт. Подводя итог, можно сказать, что это направление открывает новые перспективы для развития рынка и выгодно не только для банка и страховой компании, но и для самого потребителя.