ЗАЧЕМ БАНКУ ПРОДАВАТЬ СТРАХОВЫЕ ПРОДУКТЫ

Продажа страховых продуктов через банк сулит выгоды обоим партнерам, однако эта бизнес-модель, как и любая другая, имеет свои ограничения и недостатки.

На наши вопросы о плюсах и минусах сотрудничества страховой компании и банка отвечают :

Лидия ГЕРЦЕНА,
заместитель директора Департамента развития розничного бизнеса, АКБ «Промсвязьбанк»

Вадим ПЛОТНИКОВ,
директор по развитию кредитных продуктов и технологий, Блок «Потребительское кредитование», ОАО «Альфа Банк»

1. В чем заключается смысл сотрудничества со страховой компании для банка?

2. В чем заключается смысл сотрудничества с банком для страховой компании?

3. Какую схему сотрудничества со страховой компанией банку лучше использовать?

4. Какие требования должен предъявлять банк к страховой компании, с которой он собирается сотрудничать?

5. По каким параметрам лучше выбирать страховую компанию? В чем смысл аккредитации?

6. В идеале: какие страховые продукты было бы интересно продавать в банке?

7. Какие проблемы встречаются на пути сотрудничества банка и страховой компании?

8. Что Вы можете пожелать банкам, которые только планируют начать сотрудничество со страховой компанией? И что пожелаете страховым компаниям, которые только планируют начать работать с банками?

sst-01.qxd 29.03.2007 20:16 Page 73

1. Лидия Герцена: Банк и страховая компания могут сотрудничать по очень широкому кругу вопросов, но если говорить о рознице, основное направление партнерства – это страхование в рамках кредитных программ для физических лиц: ипотека, автокредитование, потребительское кредитование, кредитные карты.

Совместная работа со страховыми компаниями позволяет наделить банковский продукт дополнительными свойствами, что сделает его более востребованным. Ведь не секрет, что страховщики, борясь за клиента, могут предоставлять дополнительные услуги, такие как бесплатный вызов эвакуатора, выезд аварийного комиссара на место ДТП, помощь в сборе документов по страховому случаю и т.д.

Сейчас так много предложений банков по розничным кредитным программам, конкуренция настолько велика, что ради получения гарантированного потока заявок банку необходимы программы, которые могли бы удовлетворить пожелания самых придирчивых клиентов.

Кроме того, клиенту необходимо страховать автомобиль, купленный на кредитные средства, что обеспечивает страховой партнер.

Что касается ипотечной программы, то основной интерес банка состоит в том, чтобы застраховать предмет залога и жизнь заемщика. Дело в том, что залог является единственным обеспечением по ипотечному кредиту и с его утратой, кредит становится необеспеченным, то есть, весьма рискованным.

2. ЛГ: Многие страховые компании, используя банковские программы, начинают активно сотрудничать с автосалонами. В тоже время банк предоставляет на выбор клиенту список страховых компаний, которые зарекомендовали себя в процессе работы как надежные партнеры, четко выполняющие свои обязательства. Таким образом страховые компании могут расширять круг своих клиентов. В этом и состоит основной смысл сотрудничества с банком для страховых компаний.

3. ЛГ: Схемы работы банка и страховой компании зависят от разнообразия продуктовой линейки, которая

sst-01.qxd 29.03.2007 20:16 Page 74

представлена в банке. Страховые компании охотно участвуют во всех банковских продуктовых направлениях, таких, как ипотека, автокредитование, экспресс-кредитование, пластиковые карты. Помимо классических взаимоотношений (предоставление кредита – страхование предмета залога), в настоящее время, часто используются специальные акции, позволяющие, немного улучшив базовые условия по предлагаемым продуктам, привлечь дополнительный поток клиентов. Обычно, такие акции используются при запуске новых продуктов.

Что касается ипотеки, то очень многие страховые компании хотели бы сотрудничать с банками на этом поле. Но здесь очень много проблем.

Физических лиц, желающих получить ипотечные кредиты, достаточно много, но не всем это удается. Причиной, препятствующей получению кредита, зачастую бывает не сам заемщик, а состояние строительной документации застройщика. Нередко случается так, что они не имеют разрешительных документов на участок, на строительство и так далее. Возникает большой риск у банка при оформлении договоров ипотеки, поэтому банки отказываются от таких ипотечных сделок.

4. ЛГ: Перед заключением соглашения о сотрудничестве, в банке проверяют учредительные и финансовые документы страховой компании. Кроме того, обращают внимание на позицию в рейтинге, активность на рынке (особенно в тех сферах, которые интересуют банк).

Мы стараемся сотрудничать, главным образом, с федеральными компаниями, имеющими развитую филиальную сеть, что значительно упрощает взаимодействие. В то же самое время нередко бывает так, что в регионах с физическими лицами более активно работают региональные компании. Такие компании тоже могут быть партнерами нашего банка. Что касается размера уставного капитала как одного из необходимых критериев партнерства, то обычно этот вопрос решают соответствующие службы банка. Но поскольку мы работаем с лидерами рынка, речь об уставном капитале просто не заходит.

sst-01.qxd 29.03.2007 20:16 Page 75

5. ЛГ: Для плодотворного сотрудничества банка со страховой компанией очень важна отлаженная технология взаимодействия. Рассмотрим, как это взаимодействие происходит в жизни.

При продаже коробочных страховых продуктов специалисты банка должны оформить страховые полисы, иными словами, бланки строгой отчетности. Их надо доставить из страховой компании в банк. Когда полисы проданы, страховая компания в тот же день должна получить информацию о факте продажи. Соответственно, все этапы работы должны быть хорошо продуманы и четко выстроены: доставка, хранение, информационный обмен. Программное обеспечение, которым пользуются операционисты банка при продаже страховых полисов, должно быть простым и понятным. Желательно, чтобы это программное обеспечение было интегрировано с АБС (автоматизированной банковской системой).

6. ЛГ: В идеале я приветствую идею финансового супермаркета, когда клиент, приходя в банк, может купить элементарные страховые продукты. Людям удобно все финансовые услуги получать в одной точке, и банк может предоставить наибольший спектр соответствующих продуктов. Продажа страховых продуктов или продажа, погашение паев ПИФ-ов различных управляющих компаний нормально вписываются в обычную банковскую среду.

В банке удобно продавать коробочные продукты: страхование путешественников, страхование имущества без выезда на место, страхование от несчастного случая, страхование обязательной гражданской ответственности и страхование рисков по платежным картам. Последнему продукту хотелось бы уделить особое внимание.

Банки эмитировали уже довольно большое количество платежных карт, и страховые случаи по ним (утрата, несанкционированный доступ) время от времени встречаются. Думаю, страхование рисков по платежным картам будет востребовано клиентами, его будут покупать, тем более что стоит этот продукт совсем немного – не более $10 в год. Такой продукт логично предлагать клиентам вместе с платежной картой, но можно продавать его и отдельно.

sst-01.qxd 29.03.2007 20:16 Page 76

Другой вопрос, насколько страхование рисков по платежным картам интересно страховым компаниям – цена-то небольшая. Но тут все зависит от объемов продаж. Если они большие, то будет и интерес.

Сейчас на российский финансовый рынок выходят мировые лидеры по страхованию жизни. Они ищут сотрудничества с банками по продаже накопительных, пенсионных и различных рисковых программ. На мой взгляд, эти программы тоже будут востребованы. Делать отчисления по $500-800 в год – вполне по силам работающему человеку 30-35 лет, тем более что перед глазами у него пример родителей, которые при выходе на пенсию будут получать около 3000 рублей. Кроме того, эта аудитория очень перспективна для банка. Если люди зарабатывают и думают о своем будущем, вполне вероятно, что они будут покупать разные банковские продукты.

Все продукты финансового супермаркета должны быть коробочными, чтобы продавать их было быстро и легко. Кроме того, они должны сопровождаться простыми и понятными правилами и условиями.

7. ЛГ: С моей точки, зрения существуют две основные проблемы взаимодействия.

Первая – это документооборот. Он чрезвычайно трудоемок. Каждый месяц приходится выверять огромное количество документов (платежные поручения, акты по оплате и пролонгации страховых полисов и т.п.) Поскольку компаний-партнеров у нас немало, объем работ очень большой.

Вторая проблема – невыплаты по страховым случаям. К сожалению, некоторые страховые компании, активно работая по наращиванию клиентской базы, не так активно производят выплаты по страховым событиям. И банку приходится решать такие вопросы со страховой компанией, защищая свои застрахованные риски и интересы клиента.

8. ЛГ: Страховой компании, я бы пожелала улучшения качества предлагаемых услуг, расширения филиальной сети и безубыточной работы. Кроме того, пожелала бы более активно использовать банковские программы

sst-01.qxd 29.03.2007 20:16 Page 77

и технологии, тем самым, помогая клиенту получить более широкий спектр услуг.

Банку хочется пожелать слаженной работы со страховыми партнерами, интересных совместных проектов, наиболее широко раскрывающих возможности друг друга.

1. Вадим Плотников: Смысл партнерства банка и страховой компании, конечно же, заключен в выгодах, которые получает каждая из сторон. Рассмотрим ситуацию подробнее.

Банк хочет снизить риск невозвратов по выданным кредитам. По каждому виду страхования банк имеет свою степень риска. Если говорить об ипотечном кредитовании, сразу становится ясно, что есть два объекта страхования: предмет залога (квартира) и физическое лицо – заемщик.

Банк выдвигает требование о максимальном снижении рисков. Это означает оформление страховки предмета залога от утраты или повреждения в результате непредвиденных событий, а также страхование титула, которое обеспечивает страховую защиту от ограничения или потери заемщиком права собственности на недвижимое имущество, и кроме того, от признания сделки купли-продажи квартиры недействительной.

Одновременно банк настаивает и на оформлении страховки самого заемщика. При страховании жизни и трудоспособности заемщика страховым случаем признается смерть заемщика по любой причине, временная утрата трудоспособности в результате несчастного случая, а также постоянная утрата трудоспособности в результате несчастного случая, которая привела к инвалидности. Подавляющее большинство банков требует наличие страховки на случай смерти заемщика или наступления инвалидности I и II группы. При этом выплата возмещения производится в случае дефолта, когда заемщик по одной из вышеперечисленных причин не может погасить полученный кредит.

В случае экспресс-кредитования ситуация складывается менее радужная. Обычно при выдаче экспресс-кредита на приобретение бытовой техники, электроники или дру-

sst-01.qxd 29.03.2007 20:16 Page 78

гих предметов длительного пользования, приобретаемая вещь не является предметом залога. Кредитование в этом случае – беззалоговое. Следовательно, в целях снижения рисков невозврата кредита, банк требует оформить страховку самого заемщика: его жизнь и потерю трудоспособности в результате несчастного случая. Наличие этой страховки не означает полное отсутствие рисков банка, однако способствует снижению уровня невозврата в случае смерти заемщика. При наступлении страхового случая банк получит возмещение со стороны страховой компании.

2. ВП: Рассмотрим возможные выгоды страховой компании от сотрудничества с банком в области страхования рисков при выдаче экспресс-кредитов.

Во-первых, страхование жизни и потери трудоспособности заемщика в результате несчастного случая, на мой взгляд, – самый безубыточный, если можно так выразиться, вид страхования. Вероятность наступления страхового случая составляет порядка 0,3 промили, вследствие чего ставка страховой премии по этому виду страхования значительно меньше, чем по другим видам страхования. Страховые компании при этом, имея «хорошую» статистику, получают гарантированные доходы.

Во-вторых, при условии сотрудничества с банками, которые осуществляют выдачу экспресс-кредитов, страховые компании получают постоянный приток клиентов, заемщиков банка. Банк старается автоматизировать и оптимизировать процессы расчетов заемщиков со страховой компанией, вследствие чего страховая компания получает гарантированную оплату страховой премии заемщиком.

В-третьих, страховая компания, получая от банка клиентскую информацию, имеет возможность резко увеличивать свою клиентскую базу и, в дальнейшем, осуществлять перекрестные продажи (предлагать клиентам другие продукты из своей продуктовой линейки).

Особо хотелось бы отметить еще один плюс. Обладая значительным портфелем клиентов, страховая компания имеет возможность получить более льготные условия перестрахования своих рисков в других страховых компа-

sst-01.qxd 29.03.2007 20:16 Page 79

ниях, в результате чего обеими сторонами может быть получена дополнительная прибыль по программе сотрудничества или же может быть снижена стоимость услуг для конечного потребителя.

3. ВП: Сегодня, по моему мнению, возможны две схемы сотрудничества банка и страховой компании. Первая подразумевает добровольное страхование самим заемщиком рисков, связанных с его смертью или утратой трудоспособности. В этом случае банк является агентом страховой компании по оформлению от имени страховой компании полисов страхования. У этой схемы есть несколько главных минусов:

- во-первых, это большое количество проводимых операций в банке и в страховой компании: оформление доверенностей на сотрудников, оформление страховых полисов, их учет и доставка в центральный офис, передача в страховую компанию и проведение сверки
- во-вторых, со счета каждого заемщика необходимо провести платеж в счет оплаты страховой премии, а это, в свою очередь, подразумевает проведение большого количества операций в АБС (автоматизированной банковской системе), что, в свою очередь, требует определенного уровня производительности самой АБС.

Вторая схема сотрудничества страховой компании и банка основана на вступивших в силу с начала 2006 года изменениях в Налоговом Кодексе. Их смысл заключается в том, что теперь банкам разрешено за свой счет страховать своих заемщиков. Это изменение дало банку возможность работать не в качестве агента по оформлению страховых полисов, а в качестве страхователя своих клиентов. Эта схема значительно упрощает документооборот между участниками процесса, а также ведет к упрощению схемы расчетов между банком и страховой компанией (отсутствует такой трудоемкий процесс как сверка расчетов за отчетный период).

Хотелось бы отметить еще один плюс второй схемы. В настоящее время Федеральной антимонопольной службы заведено несколько дел по поводу того, что требования банка страховать кредиты только в определенных страховых компаниях, а зачастую в единственной страховой

sst-01.qxd 29.03.2007 20:16 Page 80

компании, является нарушением антимонопольного законодательства. Выбирая второй тип взаимодействия банка и страховой компании, банк имеет возможность страховать группы своих заемщиков в различных страховых компаниях и на различных условиях.

4. ВП: На сегодняшний день банк предъявляет несколько требований, которым должна соответствовать страховая компания, с которой банк предполагает организовать процесс взаимодействия по программе страхования заемщиков. Перечислю некоторые из них.
Страховая компания должна:

- иметь филиалы во всех регионах, в которых банк осуществляет выдачу экспресс-кредитов
- иметь достаточный уставный капитал
- иметь централизованную информационную службу (желательно с бесплатным общероссийским номером серии 8-800-...) для информирования клиентов об условиях страхования, консультирования при наступлении страхового случая и т.д.
- легкий и простой процесс взаимодействия со страхователем (в нашем случае это банк)
- уметь оперативно (без дополнительного согласования) принимать управленческие решения
- иметь возможности перестрахования рисков на западных рынках и т.д.

Все эти требования лишний раз подчеркивают основательность и серьезность намерений банка в выборе страховой компании, с которой ему предстоит рука об руку вести клиента по рынку финансовых услуг.

5. ВП: Как я уже сказал ранее, не с каждой компанией банк сможет выстроить нормальные деловые отношения. Одним из указанных выше требований является отлаженный, легкий и простой процесс взаимодействия страховщика с банком. Именно при наступлении страхового случая начинается процесс взаимодействия заемщика(или его родственников) со страховой компанией и с банком. Все эти процессы должны быть известны банку еще на ранних этапах организации сотрудничества. Кроме того, должны быть согласованы все списки и формы необходимых документов.

sst-01.qxd 29.03.2007 20:16 Page 81

Именно аккредитация позволяет найти ответы на все вопросы, которые могут возникнуть в результате взаимодействия участников процесса.

6. ВП: Как мы все знаем, идеальной ситуации в жизни не бывает. Однако, приняв допущение о том, что в банке не будет проблем со сроками осуществления доработок различных IT-платформ, и, вернувшись к идее организации финансового супермаркета в отделениях банка, можно говорить о возможности продажи довольно широкого спектра страховых продуктов, особенно тех, которые не требуют предварительной оценки имущества и состояния здоровья застрахованного.
Речь может идти о создании пакетных предложений. Например, программы «Семейное страхование», в состав которой можно включить страхование всех членов семьи по комплексному страховому тарифу от несчастного случая, страховании загородного дома либо квартиры (без предварительного осмотра), ответственности владельцев квартир перед третьими лицами, страховки типа ОСАГО, страховки выезжающих за рубеж и т.д.

7. ВП: В каждом конкретном случае будет своя специфика взаимодействия банка и страховой компании. Можно предположить, что будет очень сложно организовать оперативный, именно в режиме реального времени, процесс обмена данными между банком и страховой компанией для получения ответа по ставкам страховых премий при продаже различных видов страховок – особенно при повторном обращении клиента, когда расчет страховой премии на следующий период зависит от истории предыдущего периода (например, система «бонус-малус»).
Было бы целесообразнее, на мой взгляд, изменить страховые продукты и расчет сумм страховых премий по ним таким образом, чтобы минимизировать либо вовсе исключить процесс информационного обмена между банком и страховой компанией.
Кроме того, будет непросто убедить клиента банка стать клиентом именно той страховой компании, с которой сотрудничает банк. Каждый из нас хорошо понимает, что далеко не всегда определяющим фактором при выборе

sst-01.qxd 29.03.2007 20:16 Page 82

страховой компании бывают ставки страховых премий. Необходимо будет обращать внимание на факт того, что у клиентов уже есть страховые продукты. А они имеют такое свойство как срочность. И с этим необходимо будет мириться, и работать с клиентом на протяжении всего периода страхования. Но это уже тема другого разговора.

8. ВП : Прежде чем принять решение о начале продаж какого-либо страхового продукта в вашем банке, вспомните русскую пословицу «Семь раз отмерь, один раз отрежь». Именно четкий расчет экономической эффективности проекта с учетом всех затрат на доработку (или разработку) специального программного обеспечения как в банке, так и в страховой компании позволит вам в будущем занять лидирующие позиции на рынке финансовых услуг. Высокая степень автоматизации и оптимизации вновь организуемых процессов будет залогом вашего успеха. Это уже аксиома, а она в доказательстве не нуждается.

Мы поможем вам сделать

правильный выбор!

Основная деятельность ООО «Современные страховые технологии» – оказание консультационных услуг в сфере страхования. Наши специалисты профессионально и в кратчайшие сроки составят сравнительный анализ правил и условий страхования, осуществят подбор страховых программ и окажут помощь в организации тендера.

Компания на рынке с 2006 года.

Тел./факс: (495) 981-44-23; 641-05-67
e-mail: office@consult-cct.ru