

«СТРАХОВЩИКАМ НЕОБХОДИМО ПЕРЕЗАГРУЗИТЬ ОТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ»

ПРЕЗИДЕНТ СОЮЗА СТРАХОВЩИКОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И СЕВЕРО-ЗАПАДА, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА, РУКОВОДИТЕЛЬ СЕВЕРО-ЗАПАДНОЙ ДИРЕКЦИИ СК «АЛЬЯНС» ЕВГЕНИЙ ДУБЕНСКИЙ РАССКАЗАЛ КОРРЕСПОНДЕНТУ ВГ КРИСТИНЕ НАУМОВОЙ О ПЕРСПЕКТИВАХ АВТОСТРАХОВАНИЯ, ТЕНДЕНЦИЯХ НА РЫНКЕ И ОТМЕТИЛ, ЧТО СТРАХОВЩИКАМ НУЖНО СЕРЬЕЗНО РАБОТАТЬ НАД СОБСТВЕННЫМ ИМИДЖЕМ.

BUSINESS GUIDE: Сделки по автокредитам занимают большую долю в портфеле страховщиков. По итогам года эксперты ожидают падение продаж легковых автомобилей. Как это отразится на рынке страхования?

ЕВГЕНИЙ ДУБЕНСКИЙ: Даже в портфеле универсальных крупных страховых компаний доля сделок по автострахованию достигает 60%. Соответственно, замедление темпов продаж так или иначе сказывается на страховом бизнесе. Но падение или стагнация продаж новых автомобилей происходит неравномерно. Премиум-класс, как правило, проседает в кризисные периоды меньше всего. Компания «Альянс» работает преимущественно в этом сегменте. Снижение спроса наблюдается в продажах бюджетных автомобилей и машин стоимостью от 500 тыс. до 1 млн рублей. Думаю, что страховые компании в ответ на падение спроса несколько изменят маркетинговую политику, чтобы стимулировать продажу полисов. Кроме того, компании будут активнее развивать другие ниши. Например, обязательное страхование ответственности перевозчиков, сельхозстрахование, страхование опасных объектов (ОПО), а также классические программы ДМС, страхование имущества физических и юридических лиц. Все это позволит крупным игрокам не потерять объемы 2012 года.

ВГ: Госдума в первом чтении приняла законопроект, предусматривающий значительное увеличение размера страховых выплат по ОСАГО. Как вы оцениваете перспективы этой законодательной инициативы?

Е. Д.: Сейчас на рынке ОСАГО переломный момент. Во многом ситуация осложняется готовящимися поправками в федеральный закон № 40 об обязательном страховании автогражданской ответственности, которые предусматривают существенное увеличение лимита выплат как по «железу», так и по страхованию жизни и здоровья. После таких решений страховщики должны будут платить по ОСАГО значительно больше, тогда как тарифы не изменятся. Таким образом, убыточность этого направления бизнеса возрастет. Во многих регионах убыточность уже сейчас крайне высока. Если такой законопроект будет принят, он усугубит ситуацию для страховщиков. Сегодня на рынке ОСАГО в России работает около 100 компаний, в Петербурге — около 70. Компаний будет становиться меньше в любом случае, потому что на протяжении нескольких лет по объективным причинам на рынке происходит консолидация. Но в случае если законопроект об ОСАГО будет принят, сегодняшние проблемы будут обострены. Компании, которые находились в пограничном состоянии, не смогут удержаться.

ВГ: Говоря о каско, многие сетуют, что можно быть уверенным только в том, что будешь регулярно делать взносы. Но компенсацию убытков никто не гарантирует...



АЛЕКСАНДР КОРЖКОВ

Е. Д.: Это один из главных вопросов к страховщикам сегодня. Но я с таким тезисом соглашусь только отчасти. Если мы возьмем реальные цифры, то увидим, что страховые компании действительно много выплачивают как по ОСАГО, так и по каско.

Безусловно, есть определенные проблемы, связанные с тем, что страховые компании скрупулезно подходят к урегулированию убытков. Чтобы избежать неприятных ситуаций, до подписания договора необходимо изучить условия страхования и собрать максимум информации о страховой компании. Я советую попросить отзывы о компании у профессионалов, знакомых, посредников. Кроме того, если говорить про каско, то рекомендую в самой компании узнать, есть ли возможность удаленного урегулирования убытков. Нужно изучить чуть больше, чем рекламный буклет. И нельзя ориентироваться только на цену, потому что дешевое не всегда бывает качественным.

ВГ: Расскажите, пожалуйста, о текущей деятельности вашей компании на рынке автострахования.

Е. Д.: Для своих клиентов мы разработали программу лояльности «Альянс», которая предусматривает специальные условия на покупку полиса каско, который действует в ситуации, если ранее клиент покупал в нашей компании полис ОСАГО, но не обращался по нему за возмещением убытков. Также у нас можно уменьшить стоимость страховки каско с по-

мощью новых страховых продуктов «Альянс»: «Мини-каско» или «Автоаптечка».

Хочу отметить важное ноу-хау нашей компании — это продукт «Каско без справок», по которому клиенту достаточно уведомить страховую компанию о произошедшем ДТП по телефону, а потом предоставить автомобиль для осмотра. Продукт задумывался не как узко сегментированный, а как массовое предложение. Прежде чем выводить на рынок данный продукт, мы проводили маркетинговые исследования того, что для нашего потенциального клиента является действительно важным. Исследования показали, что для автолюбителя очень важно не тратить время на сбор документов и не ждать ГИБДД, при этом для клиента более приоритетна возможность не собирать справки, нежели разница 3–5% в стоимости полиса. Показатели первого месяца продаж после введения данного продукта продемонстрировали рациональность и правильность нашего подхода.

ВГ: Сегодня кажется, что доверия нет в целом к страховому рынку...

Е. Д.: Люди не верят, и это плохо. Дело в том, что страховая услуга по своей природе очень сложная с точки зрения ее продажи. Страховщик продает то, что нельзя потрогать, четко себе представить. Соответственно, этому сложно и доверять. Но и после того как клиент подписал договор, у компании могут возникнуть сложности во взаимодействии с ним. Например, проходит год, а страхового

случая не было. Человек думает: «Зря заплатил деньги». Не все понимают, что покупали спокойствие на весь год: страховой случай не произошел, но мог бы произойти. Если же страховой случай происходит и страховая компания заплатила в полной мере, у клиента все равно остается «осада», потому что страховой случай — это всегда какие-то проблемы, беда у клиента. Я думаю, что страховщикам нужна глобальная перезагрузка отношений с клиентами. Отрицательный имидж страхования, конечно, во многом создан противоречивыми решениями самих страховых компаний. Если этот вопрос не будет решен в ближайшее время, страховой рынок не выйдет из этого «забитого» состояния.

ВГ: Что происходит на рынке страхования ОПО?

Е. Д.: Рынок страхования ОПО в целом по России и, в частности, в Петербурге по своей емкости не оправдал ожидания страховщиков. Мы рассчитывали на большие цифры, на большее число клиентов. У крупных страховых компаний, так же как и у небольших, доля ОПО в портфеле составляет не более 5%. Можно говорить о том, что существенного изменения на рынке закон не принес. Но он, безусловно, был необходим как инструмент социальной поддержки россиян на случай крупных техногенных аварий. В прошлом году в Сестрорецке был взрыв газа, люди потеряли жилье, и уже по новому закону страховые компании предоставили новые квартиры пострадавшим. Такие аварии происходят нечасто, но если произойдут, мало не покажется.

ВГ: Какие виды обязательного страхования следовало бы ввести?

Е. Д.: Из обсуждаемых инициатив могу выделить введение обязательного страхования ответственности перед пациентом. К сожалению, Минздрав отправил соответствующий законопроект в Госдуму, не показав его страховому сообществу. Документ оставляет множество вопросов, но его идея заключается в том, что вред, причиненный пациенту из-за врачебной ошибки, будет компенсироваться страховыми компаниями. Это социально значимый страховой продукт, во всем мире он является обязательным, но российский законопроект пока, на наш взгляд, не до конца проработан.

ВГ: Какую ключевую проблему предстоит решать российским страховым компаниям в наступившем 2013 году?

Е. Д.: Ключевым моментом для российских страховых компаний сейчас является вопрос о соотношении между ростом и прибыльностью. Глобальная стратегия нашего акционера группы Allianz — это прибыльный рост. Мы считаем, что в России, и в Санкт-Петербурге в частности, для этого есть все возможности. Рецепт такого роста для нас — это соединение международных ресурсов и мирового опыта со знанием местного рынка и потребностей наших клиентов. ■