



Михаил Чехонин

член правления ЗАО «ЭРГО Русь»
и ООО «СК «ЭРГО Жизнь»

Накопить, сохранить, защитить

Какие актуальные тенденции наблюдаются сегодня в области развития розничных продуктов по страхованию жизни и системе их продаж в России? Своим мнением делится член правления ЗАО «ЭРГО Русь» и ООО «СК «ЭРГО Жизнь» Михаил Чехонин.

Во всем мире полис страхования жизни – признанный инструмент достижения различных имущественных целей. Речь здесь может идти о финансировании в будущем дорогостоящего образования детей, дополнительном материальном обеспечении при выходе на пенсию, накоплении финансовых средств на иные нужды.

Финансы с гарантией

Грамотный потребитель всегда сначала изучает весь спектр финансовых инструментов, которые помогут ему достичь поставленных целей. Одной из альтернатив страхованию жизни, несомненно, является банковский вклад. Но важнейшее преимущество страхования жизни заключается в том, что страховые компании, аккумулируя и инвестируя средства клиента, одновременно обеспечивают страховую защиту на случай наступления неблагоприятных обстоятельств в жизни застрахованного лица. Конечно, можно накапливать средства для оплаты образования ребенка и с помощью банковского вклада, однако такое накопление может быть в любой момент прервано непредвиденным событием (смертью, наступлением нетрудоспособности родителя). В результате в распоряжении наследников останется лишь накопленная сумма. Страховщик же, при условии наличия грамотно составленной страховой программы, обеспечит

выплату зафиксированной в договоре суммы даже в тех случаях, когда страхователь в силу вышеупомянутых причин не может уплачивать страховую премию. Помимо этого, страховая компания сохраняет в течение всего срока страхования (а это зачастую десятки лет) единую доходность по договору, а также предусматривает наряду с этим участие в прибыли компании.

Классика жанра

Классическое страхование жизни предусматривает выплаты страхового обеспечения в случае смерти застрахованного или при дожитии до установленного в договоре срока. Очень часто договор страхования жизни содержит дополнительные программы страхования от несчастного случая. Спектр таких программ чрезвычайно широк. Они могут включать как стандартные риски, такие как травма, инвалидность, временная нетрудоспособность, так и предусматривать покрытия, получившие распространение на рынке лишь относительно недавно. Среди последних можно назвать освобождение от уплаты премий при наступлении инвалидности, страхование от критических заболеваний, хирургического вмешательства и т. д. Нередко страховщик предлагает повышенное страховое обеспечение на случай смерти застрахованного в результате несчастного случая. Что касается выплаты по дожитию, то здесь у выгодоприобретателя есть выбор. Он может получить

полную сумму обеспечения и распорядиться ею по своему усмотрению или преобразовать страховую выплату в единовременный взнос по договору пенсионного страхования. Такое решение экономически оправдано в связи с тем, что государственная пенсионная система в данный момент не способна обеспечить желаемого уровня жизни.

Из рук в руки

Одним из важнейших условий успеха компании по страхованию жизни является эффективная организация каналов продаж. Наиболее часто реализация продуктов страхования жизни производится через агентов, брокеров, а также прямые офисные продажи. Также используются direct marketing, internet, worksite marketing, банковские окна. В разных странах стратегия реализации страховых услуг зачастую зависит от особенностей законодательства, национальных традиций.

Сегодня в России наиболее эффективный канал продаж – это агентская сеть. Продажи через агентов дают возможность компании персонализировать работу с каждым клиентом, предоставлять услуги на профессиональном уровне, наиболее полно учитывать пожелания граждан. Само собой разумеется, что агенты обязаны хорошо знать продукты, страховые технологии, преимущества предлагаемых услуг. Страховая компания должна организовать процесс обучения агентов,

способствовать их профессиональному росту.

Хватит всем

По мере развития страхования жизни должна возрасти роль специализированных брокеров. На Западе брокеры – это весьма распространенный канал продаж. Думается, что и для России развитие сети брокеров по страхованию жизни – вопрос ближайшего будущего. А вот банковские окна (Bancassurance) в России не получили еще должного распространения, хотя это направление, несомненно, перспективно. На Западе продажи через банковские окна весьма эффективны. Например, во Франции, Испании и Италии, где существует традиционно высокое доверие к банкам, доля сборов страховых премий по страхованию жизни посредством Bancassurance в среднем превышает 60%. В то же время в Германии, где клиенты по-прежнему предпочитают общаться с агентом «лицом к лицу», этот показатель составляет около 25%, а в Великобритании – всего 15%.

В целом же, вывод можно сделать следующий. Продукты страхования жизни продаются сегодня в России, в основном, через агентскую сеть. Иные каналы продаж в настоящее время, скорее, дополняют основную. На наш взгляд, на относительно молодом рынке страхования жизни в России их использование в ближайшей перспективе будет ограниченным.