

Объем страховых премий, обеспеченных продажами через банковский канал, в 2018 году останется высоким, прирост показателя составит порядка 37% и достигнет 662 млрд рублей, сообщил управляющий директор по страховым рейтингам агентства «Эксперт РА» Алексей Янин на конференции по банкострахованию в четверг.

По его прогнозам, прирост премий по инвестиционному страхованию жизни составит 53% в 2018 году по сравнению с итогами 2017 года, а темпы прироста объемов премий окажутся сопоставимыми с результатами прошлого года.

Объем премий от продаж через банки продуктов по страхованию от несчастного случая и болезней увеличится на 40% в текущем году, объем сборов в кредитном страховании вырастет на 35%. Объем страховых сборов, полученных через банки при реализации полисов некредитного страхования, увеличится на 42%. Лишь на 2% прогнозируется увеличение объема премий по итогам года при кредитном страховании юридических лиц.

«В то же время ожидается снижение объемов по линии страхования банками собственных рисков, примерно на 15% до конца года по сравнению с соответствующим периодом прошлого года», — сказал А.Янин.

«Наметившаяся тенденция повышения банковских ставок не приведет к снижению активности банков в продажах страховых продуктов. Получение комиссионного дохода от таких продаж — приятный и быстрый заработок для банков», — считает он.

В свою очередь вице-президент ВСК Сергей Кузьменков обратил внимание на повышение спроса со стороны клиентов на различные сервисные составляющие, включенные в базовые страховые программы.

Руководитель комитета по страхованию жизни Всероссийского союза страховщиков (ВСС) Максим Чернин отметил большой рост популярности дополнительных сервисов, которые позволяют страховщику или банку увеличить частоту взаимодействия с клиентом и повысить его лояльность.

«Так, наиболее популярными в перечне таких дополнительных сервисов оказываются сервисы, связанные с медициной. Они предполагают возможность для приобретателя основной программы страхования, например, страхования заемщика, без дополнительной оплаты получить услуги телемедицины или второго врачебного мнения. У человека появляется возможность получить консультацию по расшифровке результатов анализов или консультацию по организации первой медицинской помощи. Клиент практически использует возможность «обратиться к знакомому доктору», если что-то с ним случилось и требует вмешательства врача. Особенно актуальна такая возможность, например, для людей, которые столкнулись с какими-то проблемами по здоровью, находясь в зарубежной поездке», — пояснил М.Чернин.

Согласно исследованиям, на которые опираются страховщики, «уровень приобретения страхового полиса в банковском офисе при агрессивном маркетинге продавцов составляет 80-90%. При более мягких подходах к продаже страховых полисов в банках

такой уровень составляет 60%. Одновременно в сегменте, который набирает популярность у потребителей — кредитовании онлайн — уровень приобретения страховых полисов составляет 15-20%. «Это означает, что при расширении сферы онлайн кредитования страховщикам и банкам потребуется подумать о дополнительном насыщении сервисными составляющими своих продуктов», — считает М.Чернин.
Он привел пример, когда при автомобильном кредитовании вместе с полисами АвтоКАСКО клиентам уже стали предлагаться определенные сервисные услуги, связанные с сопровождением жизни автомобилей, например, сервисы по обеспечению горючим и другие.
М.Чернин сообщил, что в последнее время дополнительные сервисы, которые первоначально включались в базовые страховые программы, начали продаваться отдельно как коробочные продукты. В первую очередь это касается сервисов телемедицины и других медицинских услуг. «Продажа таких коробочных продуктов обеспечивает неплохие комиссионные доходы продающим их банкам или страховщикам. До недавнего времени у страховщиков в отличие от банков не было такой возможности получения комиссионных доходов», — сказал М.Чернин.
По данным анализа обращений к услугам телемедицины, приведенным М.Черниным, на основе клиентской базы «Доктор рядом», 75% обращений поступает от потребителей вне Москвы и 25% от клиентов Московского региона. «Мы полагаем, что высокий спрос на услуги телемедицины в регионах может быть связан с недоступностью консультации того или иного специалиста, если в конкретном населенном пункте наблюдается дефицит узкопрофильных врачей», — пояснил М.Чернин.
В гендерной структуре обращений за услугами телемедицины от держателей полисов 37% приходится на обращения мужчин и 63% на обращения женщин.
Основная категория людей, получающих консультации по этому направлению, достаточно молодые люди в возрасте от 27 до 40 лет. При этом, согласно данным М.Чернина, 82% позвонивших нуждаются в консультациях терапевта или педиатра.
Он напомнил, что телемедицина не позволяет установить диагноз, а, следовательно, назначить лечение пациенту даже при визуальном контакте с врачом по электронным каналам связи. «Нам представляется, что постепенное смягчение ограничений в этой сфере расширит возможности самой телемедицины и увеличит спрос на подобные услуги, которые становятся дополнительным стимулом популяризации других финансовых услуг и обеспечивают рост их продаж», — сказал глава комитета ВСС.

Финмаркет, 04.10.2018