

Противокоронавирусные меры стали для страховых агентов настоящим запретом на профессию, ведь они лишились возможности общаться с клиентами лично. Решит ли все проблемы принятый в апреле закон о продаже электронных полисов страховыми посредниками?

Последние пару лет страховщики наращивали агентские подразделения. По данным Росстата, численность агентов-физлиц превышает 140 тыс. человек. И спрос на профессию растет.

Заведующая сектором организации обучения петербургского Центра профессиональной подготовки компании «РЕСО-Гарантия» Ольга Волчек рассказала, что за период действия ограничительных мер, когда занятия по подготовке агентов вынужденно перевели в онлайн-режим, произошел двукратный прирост числа желающих освоить профессию. Существенно меняется и состав групп. «Раньше к нам приходили женщины от 40 лет и старше, в группах их было 95%, и только 5% составляли мужчины от 35 лет, — говорит она. — Теперь активно занимаются женщины и мужчины от 25 лет, причем мужчин уже 30%. Люди понимают, что страхование — интересный и перспективный бизнес».

По словам президента Всероссийского союза страховщиков (ВСС) Игоря Юргенса, в физических каналах продаж 80% договоров заключаются через посредников, аналогичная ситуация необходима и в онлайн-каналах. Но на них приходится пока около 4%. Поможет ли подписанный в минувшую пятницу президентом РФ закон о продаже электронных страховок посредниками?

Просочились в Сеть

Закон, снимающий запрет на оказание посредниками страховых услуг в Интернете, Госдума приняла во втором и третьем чтениях 17 апреля. «Он необходим для развития электронного страхования в России», — подчеркивает глава ВСС.

До этого продавать электронные полисы могли только сами страховщики и на своих собственных сайтах, что не позволяло обеспечить большой поток клиентов. При этом многочисленные страховые агенты и посредники оказывать в Интернете страховые услуги не могли.

Какие же новеллы привнес закон? Прежде всего он уточнил роль страховых агентов и брокеров при заключении договоров страхования в электронном виде, изменив профильные законы об организации страхового дела и об ОСАГО. Страховые посредники получили право заключать электронные договоры ОСАГО. Что касается других видов страхования — все будет зависеть от самой страховой компании, которая определит полный перечень электронных полисов, которые смогут продавать посредники, и подпишет с ними соответствующие соглашения.

Правда, страховые посредники не получили права подписывать электронный договор своей электронной подписью от имени страховщика, как и права получать страховую

премию по такому договору. Таким образом законодатели позаботились о защите страхователей от посредников-мошенников.
Кроме того, при заключении договора страхования в электронном виде страховой посредник обязан обеспечить страхователю возможность ознакомиться с правилами страхования до заключения договора, а у страхователя-физлица еще получить подтверждение того, что он прочитал документ, в виде простой электронной подписи.
Страховщику запрещается признавать электронный договор страхования недействительным или незаключенным из-за нарушений, допущенных страховым посредником. То есть компании должны будут очень внимательно относиться к выбору посредников, ведь по закону они несут полную ответственность за действия своих агентов. «Мы в обязательном порядке будем проверять своих агентов, посредников-агрегаторов, чтобы исключить риски мошенничества с их стороны и не допустить появления недобросовестного посредника, — обещает руководитель проекта разработки и развития продуктов по автострахованию управления андеррайтинга моторных видов страхования СК «Абсолют Страхования» Алексей Тюрников. — Если у страхователя существуют какие-то сомнения в отношении агента, лучше обратиться в страховую компанию и проверить его».
Новые посредники, новые продукты
«Эти изменения — давно назревшая необходимость, — уверен директор по розничным продажам СК «Согласие» Руслан Сатюков. — Закон расширяет возможности страховых посредников, дает возможность агентам продавать страховые продукты даже в условиях самоизоляции потребителей. Для компании это, безусловно, позитивная новация в части роста сборов. Наши бизнес-партнеры получат дополнительный инструмент для посреднической деятельности, что, в свою очередь, даст стимул к развитию онлайн-канала продаж и расширению линейки онлайн-продуктов».
О расширении линейки предлагаемых онлайн-продуктов страхования, оформление и активация которых не требует непосредственного контакта с клиентом, говорит и руководитель блока цифрового бизнеса СК «Росгосстрах» Дмитрий Литовченко. «В том числе и продуктов автострахования — ОСАГО и каско. Технологические решения, имеющиеся у «Росгосстраха», это уже позволяют. К тому же страховая компания может расширить имеющиеся у нее каналы продаж за счет новых партнеров, которым будет открыта дорога в страховой бизнес», — отмечает он.
«Существенных изменений для агента не произойдет, просто большинство из них смогут выйти «из тени» и продолжить агентскую деятельность, в том числе и при заключении электронных договоров страхования, — говорит Алексей Тюрников. — Но мы ожидаем увеличения количества (в том числе появления новых) посредников-агрегаторов на страховом рынке ОСАГО. И в такой ситуации страховщики, которые выстроят наиболее удобный и оперативный процесс взаимодействия с посредником с использования b2b-систем, смогут нарастить портфель ОСАГО в виде электронных договоров».
Игорь Юргенс ожидает, что в первый год порядка 20% продаж может перейти в онлайн, а в последующем, по мере привыкания, до 50-60% договоров будет заключаться в электронной форме.
Хорошо, но мало
«Закон стал итогом длительной работы по разъяснению сути и роли брокеров и посредников в электронных продажах услуг страховщиков, которые с каждым годом будут приобретать все большее значение, — говорит председатель совета Ассоциации

профессиональных страховых брокеров (единственной на российском рынке СРО, в которую входит 64 страховых брокера) Катерина Якунина. — Мы считаем очень важным, что права, обязанности и полномочия страхового брокера устанавливаются соглашением между ним и страховой компанией, а не только самим страховщиком, как это было раньше».

Однако вопросы к законодателям у брокеров все же остались. Поправки запрещают брокерам подписывать электронный договор страхования от имени СК и получать страховую премию на свой счет для последующего ее перечисления страховщику. «Мы надеемся, что в дальнейшем эта норма будет пересмотрена и будет также регулироваться только договором между брокером и страховщиком, поскольку, с одной стороны, не соответствует международной практике, а с другой — страховые брокеры подлежат сейчас строгому надзору как со стороны регулятора, так и со стороны нашей СРО и являются одним из самых надежных посреднических институтов на российском рынке», — дополняет Якунина.

Бесконтактный договор

Теперь остается наладить электронные механизмы взаимодействия посредников и страховщиков. Собственно, этим и занимались СК, опережая законодательные инициативы. В апреле сразу несколько компаний заявили, что наладили бесконтактную систему работы и электронный документооборот со своими агентами, ведь в этом вопросе общедоступными мессенджерами и электронной почтой не обойдешься.

Агенты СК «АльфаСтрахование» одними из первых получили возможность практически все вопросы с клиентами и компанией решать онлайн в экосистеме «АльфаАгент». В компании отметили, что с первых дней карантина безбумажно оформляют 80% своего портфеля. «Мы готовились к этому два года, и теперь агенты реально могут оформить полис, отчитаться и получить полное вознаграждение без физического контакта с компанией и клиентом по всем основным видам страхования — все происходит удаленно, — рассказывает руководитель проекта «АльфаАгент 2.0» «АльфаСтрахования» Мария Филиппова. — При этом мы хотим максимально поддержать агентский бизнес, поэтому распространили порядок дистанционного взаимодействия в период режима самоизоляции даже на те полисы, которые раньше агенты оформляли только на бумаге, и будем продолжать расширять линейку продуктов, которые можно оформить онлайн». Выплаты агентского вознаграждения также проводятся в онлайн-формате — через личный кабинет агента в «Альфа-Полисе».

«РЕСО-Гарантия» расширила список электронных страховых продуктов, которые агенты могут оформить своим клиентам дистанционно: в их числе полисы «Домовой» (классический продукт и коробочные версии), «НС-индивидуальный» («Личная защита» и все коробочные варианты полисов) и ДМС («Антиклещ»). На очереди онлайн-оформление продуктов «РЕСО-Дом», «Доктор РЕСО», «Телемедицина РЕСО» и «Заемщик». В цифровые полисы «РЕСОавто» можно помимо каско включить ДСАГО, риск GAP (гарантированное сохранение стоимости автомобиля в случае его хищения или «тотального» ущерба), сервисную программу «РЕСОавто-Помощь» (аварийный комиссар, вызов эвакуатора, техпомощь на дороге и скорая помощь при ДТП). Оформлять полисы удаленно агентам помогает корпоративная веб-платформа «РЕСО Офис».

Новые онлайн-сервисы для агентов в апреле запустила и СК «Согласие»: упростила сдачу страховой документации и выплату комиссионного вознаграждения, предоставила

возможность сдачи отчета агента онлайн, расширила список онлайн-продуктов и сервисов для агентских продаж. Уже сейчас доступна продажа каско без бланков строгой отчетности. Вскоре можно будет дистанционно оформлять каско и телемедицину. «В ближайшее время у агентов, желающих сотрудничать с компанией, появится возможность заключить агентский договор без необходимости посещения офиса компании», — сообщил директор по розничным продажам страховой компании «Согласие» Руслан Сатюков.

Совершенствует каналы взаимодействия с агентами и «Росгосстрах». «Наши агенты уже могут осуществить полноценный цикл дистанционной продажи продуктов страхования здоровья, имущественного страхования и автострахования, а также сервисных услуг», — говорит Дмитрий Литовченко, добавляя, что в ближайшее время для тех, кто хочет расширить свой страховой бизнес или попробовать себя в этой профессии, будет запущена новая платформа, на которой будет представлен широкий ассортимент продуктов «Росгосстраха». Регистрация на платформе, обучение продуктам и техникам продаж, заключение договора и получение прав на продажу страховых продуктов «Росгосстраха» будет проводиться дистанционно. Такая работа не предполагает использования бланков строгой отчетности, квитанций — вообще никакой бумаги, в том числе и наличных денег. При этом комиссионное вознаграждение будет поступать на указанный продавцом счет или банковскую карту сразу после окончания периода охлаждения.

Витрина для агента

«Цифровизация сейчас стала для агентов вопросом выживания, — считает директор по отраслевым решениям в страховании IT-компании «КРОК» Андрей Крупнов. — Повезло агентам, использующим современные системы управления агентским бизнесом, включающие интеграцию с IT-системами страховщиков и средства электронного взаимодействия с клиентами при заключении и обслуживании договоров страхования. Остальным приходится срочно осваивать новые технологии, без которых дальнейший бизнес будет просто невозможен».

Причем проблемы и задачи у страховых агентов одинаковые вне зависимости от того, в какой стране они работают: сохранить бизнес, обеспечить постоянный контакт со своей страховой компанией, сделать так, чтобы время на подготовку и проведение продажи сократилось до того минимума, который комфортен клиенту. «Расположенная в городе Вест-Бенд, штат Висконсин, компания West Bend Mutual Insurance смогла за 90 дней запустить 1 350 цифровых витрин для агентов. В этом ей помогла чикагская технологическая компания DAIS Technology, — рассказывает Крупнов. — Аналогичные инициативы запустили и другие зарубежные страховщики, такие как Hanover, AF Group и CNA».

По его словам, цифровые витрины — это цифровые каналы связи агентов с перспективными клиентами. С помощью них агент может удаленно продавать и обслуживать полисы своих клиентов. Сама витрина интегрирована с системой управления агентским бизнесом и IT-системами страховщика, что позволяет взаимодействовать максимально быстро и удобно для всех. Цифровая витрина выстраивается не как отдельно стоящий страховой проект, а сразу как часть экосистемы, с вовлечением партнерских компаний, работающих онлайн. «Это логично, ведь цифровая витрина хороша настолько, насколько большой клиентский поток она привлекает, а привлечь поток на один ресурс, предлагающий сразу несколько видов

услуг, кратно дешевле, чем на несколько отдельных», — добавляет Крупнов. Витрины позволяют агентам встраивать свои предложения в другие коммерческие онлайн-ресурсы, например в интернет-магазины, сайты партнеров и прочее, так что клиенты, обратившиеся к поставщикам продуктов и услуг, могут сразу же приобрести и сопутствующее страхование.
Банки.ру, 30.04.2020 г.