

*Ряд крупнейших страховых компаний планируют развивать свои каналы продаж через электронные терминалы, такие как «КиберПлат» и «Элекснет». Однако рынок продуктов, которые можно продавать через электронные системы, пока невелик.*

Вчера Generali PPF объявила о том, что ряд страховых продуктов для физлиц можно будет оплачивать через систему терминалов «Элекснет». Так, клиенты PPF по всей России смогут вносить средства по договору страхования жизни через систему «Элекснет», оплачивать через нее страховку товаров и полис защиты от несчастного случая и болезни. Кроме того, оплату страховок для физлиц можно будет производить через систему «Кошелек» на сайте компании «Элекснет».

Как стало известно РБК daily, о развитии продаж через платежные системы подумывают еще несколько страховщиков, в частности «ЭРГО Русь» и «Росгосстрах». В СК «ЭРГО Русь» РБК daily подтвердили возможность сотрудничества с «КиберПлат». По словам зампреда правления по имущественным видам страхования СК «ЭРГО Русь» Вячеслава Калашникова, у страховщика есть договоренность о возможном будущем сотрудничестве с компанией «КиберПлат».

Предполагается, что через систему смогут продавать несложные страховые продукты, не требующие заполнения длинных детальных анкет перед заключением договора, например полисы страхования выезжающих за рубеж, продукты по страхованию имущества или ответственности физлиц, добровольного страхования автогражданской ответственности. Квитанция об оплате будет являться страховым полисом, говорит Вячеслав Калашников.

В «Росгосстрахе» вчера не смогли предоставить оперативный комментарий. В «КиберПлате» не стали подробно комментировать предоставление новой услуги для страховщиков, отметив, что подробности будут известны, когда проект вступит в стадию коммерческой эксплуатации.

Комментируя идею использования электронных терминалов в страховании, заместитель гендиректора «Эксперта РА» Павел Самиев отметил, что оплата страховых услуг в системе онлайн, безусловно, удобна и выгодна для людей, однако, по его мнению, объемы этого рынка небольшие и для того, чтобы услуга стала востребованной, соответствующим должен быть и рынок. По мнению же г-на Калашникова, подобные технологии компаниям будет интересно развивать как дополнительные каналы продаж.

**Источник: РБК daily, 28.09.11**

**Автор: Шарпаева Е.**