

Больше кредитов, больше страховок – банкострахование продолжает развиваться параллельно с развитием кредитования.

Других значимых драйверов для страхового рынка практически не существует. Разве что введение обязательных видов страхования, но это уже другая, не совсем рыночная история. При этом в последние годы появились новые виды банковских страховок, которые в настоящее время набирают объемы наряду с привычными уже каско в автокредитовании и страхованием имущества в ипотеке. Речь идет о страховках от потери работы. Однако пока что это больше навязанный вид полисов, чем реально необходимый заемщикам. Тем не менее, объемы собранной премии по данному виду страхования растут, а банкиры уверяют, что все – на добровольных началах.

Драйверы роста

Итак, наиболее развиты страховые продукты, связанные с кредитом. Прежде всего это залоговые виды страхования, а также страхование жизни и здоровья заемщика. «На данный момент практически все ключевые участники розничного рынка реализовали в своих кредитных продуктах возможность продажи страховки, – рассказывает Антон Павлов, начальник управления по работе с сегментом розницы Абсолют-банка. – Теперь основной упор делается на развитие страхования держателей пластиковых карт, а также на разработку отдельных линеек продуктов страхования для VIP-клиентов». Вероятно, именно этим и объясняется возросший интерес банков к достаточно сложным, с точки зрения розничного клиента, продуктам накопительного страхования жизни в различных видах и комбинациях – например, страхование дожития и проч.

«Наибольшей популярностью среди клиентов пользуются программы страхования заемщиков по потребительским кредитам, а также программы страхования пластиковых карт, – комментирует Ирина Игнаткина, начальник управления депозитных, комиссионных и страховых продуктов Промсвязьбанка. – В линейке страховых услуг нашего банка также есть продукты, связанные с накопительным страхованием жизни, при этом мы считаем, что такие программы страхования стоит развивать в определенных клиентских сегментах, не ниже mass affluent».

«Если говорить об объемах премий, собираемых страховщиками, то безусловным

лидером является страхование, связанное с банковскими услугами, в частности, страхование залогов при ипотечном и автокредитовании, из добровольного страхования можно выделить страхование жизни, здоровья и от потери работы заемщиков потребительских кредитов, – говорит Александр Смелов, руководитель Центра комиссионных продуктов Бинбанка. – Наиболее быстрорастущие направления – страхование имущества и гражданской ответственности, интересов держателей банковских карт, страхование путешественников и классическое страхование жизни». В Бинбанке также с середины 2013 года предлагают клиентам комбинированные продукты, такие как вклад + накопительное / инвестиционное страхование жизни, появление таких продуктов связано с желанием людей инвестировать без риска и создать накопления к определенному событию в жизни для себя или для своих близких, используя дополнительные инструменты, помимо классического вклада.

«Все более актуальным становится страхование рисков при ремонте квартир, риски страхования отделки, когда население берет ипотечные кредиты на покупку жилья, – продолжает Игорь Жигунов, первый заместитель председателя правления Банка жилищного финансирования. – Кроме того, с ростом рынка кредитования новостроек растет актуальность страхования рисков, связанных с перевозкой грузов при переезде». По его словам, в развитие предновогоднего периода активных продаж депозитных и кредитных программ также интересны программы страхования выезжающих за рубеж на каникулы и праздники. «В любом случае – перспективны и интересны продукты страхования, имеющие т.н. «коробочный» целевой формат», – продолжает эксперт.

Кросс-канал

Исторически так сложилось, что банки являются одним из важнейших каналов продаж для многих страховщиков. Банкиры уверяют, что этот канал не менее важен и для них самих – как инструмент привлечения новых клиентов.

«Банковский канал продаж, безусловно, является одним из самых главных, – говорит Яна Блинова, начальник управления по развитию комиссионных продуктов Альфа-банка. – Сеть продаж у банков очень большая, и это напрямую влияет на объемы продаж, а некоторые страховые продукты и вовсе разрабатываются исключительно для банковских продуктов». По словам Александра Смелова, банк не является основным каналом продаж, но является основным источником прироста наиболее качественной клиентской базы страховой компании и стабильного поступления премий, безусловно, такие партнерства высоко ценятся страховщиками.

«Исторически банковский канал, безусловно, важен, причем не только для страховщиков, но и для банков, – продолжает Роман Карандин, начальник отдела банковского страхования Райффайзенбанка. – Все больше продуктов реализуется банками и страховыми компаниями совместно, все больше направлений охвачено банковским страхованием». По его словам, подобные изменения позволяют предлагать клиентам широкую линейку страховых услуг как в связке с продуктами банка, так и отдельно. Таким образом, клиент существенно экономит время. «Если абстрагироваться от проблемы «чрезмерно высоких комиссий», в теории банковский канал должен давать страховщикам существенную экономию на издержках – более низкие аквизиционные расходы и доступ к обширным клиентским базам», – подытоживает эксперт.

Страхуемся от потери работы

Сегодня страховки от потери работы предлагают в основном банки, активно настроенные на наращивание розничного кредитного портфеля. Например, по словам Антона Попова, в Абсолют-банке только планируют запускать продажи данного вида страхования в рамках программы потребительского кредитования. «В настоящее время среди страховых программ банка подобных продуктов нет, – продолжает Роман Карандин. – Дело в том, что по условиям страхования в данном случае событие может быть признано страховым только в случае официального увольнения / сокращения застрахованного. К сожалению, по сложившейся практике в РФ многие работники не оформлены должным образом в организациях. Кроме того, довольно часто увольнение производится с формулировкой «по собственному желанию», что также может препятствовать получению страховой выплаты. Тем не менее, если данные вопросы в правилах страхования будут решены, продукт может действительно оказаться интересным для клиента».

Промсвязьбанк планирует запустить программу по страхованию рисков потери работы в следующем году. «Мы изучили статистику обращений клиентов по оформлению услуги «Кредитные каникулы», в том числе по вопросам реструктуризации кредита, – рассказывает Ирина Игнаткина. – Одной из причин обращений клиентов является потеря основного места работы. Уверены, что новый продукт будет востребован среди клиентов банка».

В Альфа-банке и Бинбанке страховки от потери работы уже есть, по словам представителей банков, они добровольные и пользуются популярностью. «В

Альфа-банке клиенту предлагается расширенная программа страхования «Страхование жизни и здоровья заемщика кредита + Защита от потери работы и дохода», – рассказывает Яна Блинова. – Эта программа очень востребована клиентами банка. Страховые случаи, конечно, происходят, и застрахованные клиенты при наступлении страхового случая получают финансовую помощь от страховой компании». «В нашем банке очень хорошее страховое покрытие по потере работы, одно из лучших на рынке, – говорит Александр Смелов. – В течение года возникали страховые случаи, в основном связанные с ликвидацией организаций и сокращением клиентов работодателем».

Источник: Bankir.ru , 05.12.13

Автор: Филина Ф.