

Дмитрий Маркаров, генеральный директор ОАО «Росгосстрах», руководитель Комитета по информационным технологиям ВСС:

– Насколько активно сегодня на страховом рынке внедряются дистанционные технологии? Какое влияние они оказывают на рынок, на конкуренцию? Насколько они интересны клиентам и страховщикам?

– В настоящее время дистанционные технологии активно внедряются на страховом рынке, хотя уровень их развития в России в целом пока отстает от мирового. В России в связи с особенностями законодательства далеко не все продукты можно предлагать полностью онлайн, однако в настоящее время идет активное изменение нормативной базы в этой области. В частности, сейчас активно обсуждается переход на «электронный» полис ОСАГО.

Пока же для большинства видов страхования на этапе завершения сделки обязательно требуется участие представителя страховой компании, который должен будет осмотреть объект страхования, проверить документы, получить «живую» подпись клиента и т.д. При такой модели интернет-сайт компании необходим для привлечения потенциальных клиентов и принятия от них заказов на страхование, которые потом обрабатываются в офисах продаж.

– В каких сегментах клиенты предпочитают пользоваться дистанционным обслуживанием?

– Устойчивой популярностью пользуется дистанционная покупка полисов страхования выезжающих за рубеж, а недавно мы запустили услугу онлайн-продажи ОСАГО, которая уже показала отличные темпы роста. На сайте заполняется простая форма, клиент сразу видит стоимость полиса, оплачивает его банковской картой здесь же на сайте, а затем ему привозят оригинал полиса, куда и когда он пожелает.

Внедрение дистанционных технологий интересно и клиентам, и страховщикам. Для клиента это в первую очередь удобно: можно приобрести полис в течение пяти минут,

не вставая с дивана, достаточно иметь при себе документы и банковскую карту. Такой полис практически невозможно потерять – он всегда хранится в электронной почте клиента. Если говорить о полисе страхования выезжающих за рубеж, то можно не брать с собой «бумажный» полис в поездку, а сохранить его, например, в своем телефоне.

– Какие перспективы Вы видите у этого направления?

– Как показывает мировой опыт, дистанционные технологии – это одно из перспективнейших направлений развития. Для компании преимущества очевидны: это снижение издержек, экономия на расходах на продажу, включая комиссию посредникам. Единственные расходы, которые несет компания в этом случае, – оплата услуг банка-эквайера. В свою очередь повышение уровня сервиса позволяет не только повышать лояльность уже имеющихся клиентов, но и привлекать новых.

Основное направление развития – это создание клиентских порталов, на которых страхователь не только видит и управляет своими договорами страхования, но и получает оперативную информацию по страховым событиям, а также взаимодействует со страховщиком в режиме онлайн.

Источник: [Коммерсантъ \(г. Ростов-на-Дону\)](#), № 99, 10.06.14

Автор: Демидов И.