

Опрошенные «Интерфаксом» страховщики ОСАГО признали удачным старт общероссийского проекта обязательных продаж электронных полисов. Несмотря на все опасения, которые активно высказывали эксперты перед стартом, запуск системы прошел без серьезных технических сбоев, хотя страховщикам и приходилось дорабатывать IT-системы на ходу.

Обязательные удаленные продажи полисов ОСАГО стартовали с 1 января 2017 года во всех регионах. Лицензированные страховщики ОСАГО ведут торговлю со своих сайтов, посредничество в продажах не допускается. За первый месяц объем таких продаж превысил годовые показатели добровольно проданных е-полисов ОСАГО. Российский союз автостраховщиков (РСА) разработал систему штрафов для нарушителей общего порядка продаж электронных полисов «автогражданки».

Полугодовая норма за месяц

Согласно данным РСА, в целом в январе 2017 года все страховщики «автогражданки» заключили 186,3 тыс. договоров по продаже полисов ОСАГО в электронном виде, в то время как за весь 2016 год, когда страховщики продавали такие полисы в добровольном порядке, было заключено 329,7 тыс. электронных договоров. «Дневная норма продаж в январе 2017 года составляет порядка 9-10 тыс. е-полисов. Это соответствует нашим ожиданиям», — прокомментировал статистику обязательных продаж первого месяца «Интерфаксу» президент РСА Игорь Юргенс.

По его словам, «в среднем за неделю в России заключается 800 тыс. договоров ОСАГО. Таким образом, доля е-ОСАГО в среднем в январе составила 6%, у отдельных компаний этот показатель существенно выше».

«Горячий январь» 2017 года запомнится автостраховщикам как старт первого национального проекта в области организации электронных продаж по единым правилам и методикам, подготовленным Российским союзом автостраховщиков.

Согласно опросу страховщиков, компании ожидают, что в целом доля электронных договоров ОСАГО в общем объеме проданных полисов ОСАГО будут соответствовать рыночным долям страховщиков в сегменте «автогражданки».

Однако у некоторых игроков с развитыми электронными сервисами доля е-полисов в структуре продаж ОСАГО оказалась выше запланированной. Так, по данным руководителя управления методологии обязательных видов страхования СК «АльфаСтрахование» (МОЕХ: ALFS) Дениса Макарова, «результаты продаж е-ОСАГО по рынку в целом превзошли любые ожидания в несколько раз. Пока доля электронных полисов «АльфаСтрахования» в общих продажах обязательного автострахования составляет около 18% по итогам первого месяца работы». «Мы считаем, что доля онлайн-продаж в ближайшее время будет колебаться в коридоре от 15% до 20% от совокупных продаж через онлайн— и офлайн-каналы продаж (по итогам 2016 года общая рыночная доля «АльфаСтрахования» в ОСАГО составляла 5,8%)», — добавил он. «Рост интереса к оформлению е-полисов ОСАГО вполне объясним: такая покупка стала доступнее за счет увеличения числа страховщиков, предлагающих услугу, — считает заместитель генерального директора СК «РЕСО-Гарантия» Игорь Иванов.— Те страховые компании, которые запустили подобный сервис добровольно еще в 2015 году, успели «отшлифовать» технологию, существенно сократить количество ошибок».

И.Иванов напомнил, что его компания в числе лидеров по продаже е-полисов в РФ: за

январь в СК «РЕСО-Гарантия» было оформлено 46,78 тыс. электронных полисов. К концу января серьезно прибавил в объемах продаж электронных полисов ОСАГО и «Росгосстрах», практически сравняв темп реализации с темпами «РЕСО-Гарантии», компания также входит в число лидеров продаж электронных полисов ОСАГО по итогам января (общая доля страховщика на рынке ОСАГО составила 23% по итогам 2016 года). В первую неделю февраля «Росгосстрах» оказался лидером продаж е-полисов ОСАГО. По информации пресс-службы «ВСК» (рыночная доля в ОСАГО составила 8,6% по итогам прошлого года), «обязательная электронная услуга пользуется большим спросом у российских водителей». «ВСК» также входит в тройку лидеров по продажам е-ОСАГО, согласно данным РСА. Всего с начала 2017 года «ВСК» заключила более 24 тыс. электронных договоров ОСАГО. «Темп прироста за период с конца января 2016 года (этап добровольных электронных продаж) по конец января 2017 года превысил 300% за счет низкой первоначальной базы», — отметили в компании.

«Доля «Ингосстраха» в электронных продажах полисов ОСАГО соответствует рыночной доле компании в бумажных договорах ОСАГО (по итогам 2016 года доля составила 12%, по данным РСА).

«Результаты соответствуют ожиданиям», — прокомментировал итоги первого месяца продаж е-полисов ОСАГО глава дирекции розничного бизнеса СПАО «Ингосстрах» Виталий Княгиничев. В добровольном порядке компания могла участвовать в проекте «е-ОСАГО», но принципиально этого не делала.

Директор по информационным технологиям СК «МАКС» Александр Горяинов сообщил «Интерфаксу», что «по итогам января 2017 года доля электронных полисов в общих продажах составила 10%». «В дальнейшем ожидаем незначительного роста продаж в данном канале, считаем, что показатели будут близки к общей доле СК «МАКС» на рынке», — добавил он (доля компании на рынке ОСАГО составила 2,6% в 2016 году). Таким образом, можно предположить, что резкий прирост доли электронных продаж в ОСАГО игроки особо не стимулируют. При этом, согласно правилам РСА, при возникновении технических затруднений у самого страховщика при продаже е-полисов подключается система взаимовыручки, полис покупателю может быть продан через систему единого агента другой компанией, определенной методом случайной выборки.

Помоги мне

Как показал опрос страховщиков ОСАГО, в основном жалобы клиентов при оформлении е-полисов связаны с отказом системы продолжать оформление из-за ошибок при внесении личных данных. Другой распространенной причиной затруднений оказалось отсутствие ответов на запросы СК к другим базам, в частности, при попытке получить данные ГИБДД о проведении техосмотра автомобиля соискателя.

И.Иванов из «РЕСО-Гарантии» подтвердил, что «жалобы от клиентов поступают чаще всего из-за неверно введенных водителем данных или из-за отсутствия информации о клиенте в Российском союзе автостраховщиков». «В таком случае мы советуем пользователю обратиться с описанием проблемы в службу техподдержки, специалисты которой разберутся в ситуации и при необходимости внесут данные в РСА», — добавил он.

В «Ингосстрахе» сообщили, что в основном проблемы носят технический характер.

В.Княгиничев отмечает, что «попытки неудачного оформления преимущественно обусловлены непростым процессом заключения договора е-ОСАГО, который требует от пользователя многочисленных итераций и внесения большого количества данных. При

этом данные должны быть корректными. Кроме того, сложность заключается в необходимости в каждом случае достигать интеграции различных баз данных». В СК «Согласие» считают, что основная сложность электронных продаж заключается в выстраивании бизнес-процессов поддержки продаж. «У страхователя возникает много вопросов в процессе оформления договоров через сайт, ответы на которые мы стараемся предоставлять оперативно, — отметила вице-президент — руководитель проектного офиса СК «Согласие» Татьяна Бородкина. — Мы стремимся разработать понятный интерфейс, чтобы снять операционную нагрузку с нашего колл-центра и операционных подразделений. Очень большой процент страхователей, допущенных к управлению лиц и транспортных средств не проходит проверку РСА, в связи с чем страхователю приходится высылать сканы подтверждающих документов, которые верифицируют сотрудники страховой компании. Это также является дополнительной операционной нагрузкой и увеличивает время оформления договора страхования». «Учитывая, что сервис новый, отмечается большое количество обращений от клиентов по вопросам, касающимся порядка оформления и оплаты страховой премии. Основные трудности были связаны с нестабильной работой или полной недоступностью сервиса расчета коэффициента бонус-малус (КБМ) и проверки ЕАИС ТО (база ГИБДД, где регистрируются данные по техосмотру автотранспорта), отметил А.Горяинов из СК «МАКС».

В «АльфаСтраховании» считают, что вопросов по процедуре оформления полисов в режиме удаленного доступа могло быть больше. «На протяжении двух лет компания участвовала в запуске продаж е-ОСАГО на сайте. Первые продажи стартовали еще осенью 2015 года, а с января мы просто включились в общие обязательные для всего рынка продажи. Полученный опыт и отладка всех сервисов позволили нам пройти первый этап всеобщего запуска е-ОСАГО практически безболезненно для клиентов. Основные нарекания чаще всего касались технических вопросов связи с базами данных, которые позволяют производить дальнейшую верификацию клиента, а это уже вне компетенции компании. Были жалобы на недоставку смс небольшими региональными сотовыми операторами, в частности, Уральского региона и еще нескольких областей», — сообщил «Интерфаксу» Д.Макаров.

«Мы ежедневно наблюдаем снижение количества поступающих жалоб в компанию. Не все клиенты готовы предоставить сканы документов на проверку в случае невозможности проверить правильность вводимой информации через базу АИС РСА. Однако таково требование ЦБ: при неподтверждении данных договора в информационной системе АИС РСА страховая компания обязана запросить скан-копии документов (СТС/ПТС, паспорт или водительское удостоверение) и провести их проверку. После проведения проверки андеррайтером договор можно оплатить», — продолжил он.

Проблемные регионы и мошенники

По данным президента РСА И.Юргенса, регионами-лидерами по продажам е-ОСАГО являются Краснодарский край, Волгоградская область, Ростовская область, Ставропольский край, Свердловская область и Москва. «Наибольшей популярностью е-ОСАГО пользуется в проблемных регионах, где наблюдались проблемы с доступностью полисов «автогражданки». Даже Москва с ее огромным автопарком находится не на первом месте», — отметил он.

В СК «МАКС» отмечают повышенный интерес к приобретению е-полисов ОСАГО в

Карачаево-Черкесской Республике, Краснодарском крае, Воронежской, Липецкой и Ростовской областях. В «РЕСО-Гарантии» в перечне регионов повышенного спроса на е-полисы ОСАГО — Краснодарский край, Волгоградская, Ростовская области, Ставропольский край и Свердловская область.

В.Княгиничев из «Ингосстраха» добавил, что наиболее активный спрос на электронные полисы отмечается в тех регионах, где в прошлом году был зафиксирован дефицит бумажных полисов ОСАГО. Е-ОСАГО как раз и было внедрено для повышения доступности этого продукта в регионах.

При этом практически все опрошенные «Интерфаксом» страховщики говорили о повышенном внимании к удаленным продажам в ОСАГО со стороны регулятора. По данным СК «МАКС», компания получает в день до 10 запросов на данную тему.

Результаты мониторинга продаж е-ОСАГО на предмет противодействия мошенничеству у компаний, как следует из опроса «Интерфакса», разные. Так, в «Согласии» сообщили, что «на текущий момент компания ещё не сталкивалась с мошенническими действиями в сегменте е-ОСАГО. Понятие добросовестности в е-ОСАГО достаточно условно, так как при продажах через сайт все страхователи для нас равнозначны».

В СК «МАКС» основными признаками подозрительных покупок считают отсутствие клиента в договоре в качестве собственника автомобиля или в списке допущенных к управлению водителей; большое количество оформленных клиентом полисов для разных лиц; оплату страховой премии с банковской карты третьего лица, что, по сути, означает посредничество, что противоречит законодательству.

В «РЕСО-Гарантии» часто сталкиваются «с заведомым искажением информации, например, о регионе проживания собственника транспортного средства. Таким образом, клиент снижает размер страховой премии», сказал «Интерфаксу» заместитель генерального директора компании И.Иванов.

Добросовестным покупателем в «МАКСе» считают водителя, который продлевает полис, ранее приобретенный в компании. В «АльфаСтраховании» к таким относят «абсолютно законопослушного автолюбителя средних лет, никогда не попадающего в ДТП».

Основным признаком подозрительной покупки для компании служат неверные данные (паспорт, фамилия и другие личные данные). Такие сведения квалифицируются как попытка обойти контрольные параметры, которые сама система сразу воспринимает «как фрод», т.е. как мошенничество в информационной среде.

Автостраховщики сходятся в оценке преимуществ е-ОСАГО, в том числе они отмечают снижение расходов на аквизицию, так как е-ОСАГО не предполагает продажи через посредников. Также снижаются временные и ресурсные затраты на администрирование бумажных бланков строгой отчетности. Онлайн-продажа существенно оптимизирует операционные процессы ввода и обмена данными с РСА.

Внимательно за дисциплиной удаленных продаж полисов ОСАГО следят в РСА.

Недавно правление союза предложило изменения в правила профдеятельности страховщиков ОСАГО, согласно которым за уклонение от продажи электронных полисов, другие нарушения компании будут караться штрафами до 200 тыс. рублей по каждому случаю. Как отметил один из участников рынка автострахования, «после этого решения случаи «селекции» в продажах е-полисов ОСАГО сошли на нет».

Источник: Финмаркет, 08.02.2017