

Об этом сообщил глава ВСС и РСА Евгений Уфимцев на пресс-завтраке с журналистами в Сочи в рамках форума Finopolis.

По его словам, продажа полиса – только маленькая часть процесса. Из-за того, что клиентская ценность страхового продукта иногда воспринималась как невысокая – например, покупка ОСАГО только чтобы быть за рулем и не получить штраф, или страхование жизни только для кредита – граждане мало обращали внимания на наполнение, страховка воспринималась в основном как налог.

«Несмотря на всю активность со стороны различных маркетплейсов или финтехов, которые пытаются продавать полисы, страхование – это все-таки про выплаты, про сервис в части урегулирования и сопровождения клиентов», – отметил глава ВСС и РСА. Он уточнил, что особенно сильно это проявляется в программах медицинского страхования, где клиенту нужна помощь и сопровождение в течение всего действия полиса.

«Поэтому клиентская ценность непосредственно пересекается с ценностью страхования как такового, потому что для нас выплаты и реализация для человека сервисных возможностей очень важны, и страховщики это активно развивают. Они переходят из концепции клиентоцентричности в концепцию человекоцентричности», – сказал Евгений Уфимцев.

Он также призвал при покупке полисов тщательно выбирать страховую компанию. «Даже в ОСАГО мы обращаем на это внимание, к этому виду страхования надо относиться не как к налогу и не стоит выбирать самый дешевый полис, но смотреть на сервисные функции и другие показатели страховщика, которые позволят вам выбрать правильную компанию и потом, при наступлении страхового случая, не иметь проблем», – добавил Евгений Уфимцев.

Страхование – это не про продажу, это про дальнейший сервис, итоговый результат, страховую выплату, еще раз подчеркнул глава ВСС.

Википедия страхования