МЫ УМЕЕМ СТРАХОВАТЬ

Фото - Банковское Обозрение.

У небольшой страховой компании есть на рынке огромное преимущество — она умеет слышать клиента, понимать его потребности и оперативно на них реагировать. Именно так работает «Абсолют Страхование». По словам генерального директора страховщика Дмитрия Руденко, развивать бизнес надо в тех направлениях, где компания исторически сильна и может гордиться качеством обслуживания клиентов.

Современные страховые технологии: В марте 2016 года ИСК «Евро-Полис» переименована в «Абсолют Страхование». Что ознаменовало это переименование?

Дмитрий Руденко: Этим переименованием мы хотели подчеркнуть принадлежность к Инвестиционной Группе «Абсолют».

ССТ: Общий бренд означает общие ценности — в чем они?

Д. Р.: Группа «Абсолют» всегда выполняет все принятые на себя обязательства. Все сотрудники ИГ «Абсолют» — одна команда. Принадлежность страховой компании к группе «Абсолют» требует от нас приверженности этим принципам.

Нашей общей главной ценностью была и остается клиентоориентированность. Для нас каждый страхователь — VIP-клиент, каждый — ценность. И эта ценность не утрачивается, если, например, вчера у клиента был страховой случай. В любой ситуации мы стараемся вместе найти решения и работать дальше.

ССТ: Страховой рынок переживает сложные времена. Рентабельность бизнеса очень маленькая. Почему ИГ «Абсолют» вкладывает ресурсы в страхование?

Д. Р.: Акционеры верят, что наша компания — действительно ценный актив в составе Группы: за счет усилий менеджмента, за счет работы коллектива, за счет ресурсов, которые есть у «Абсолют» в виде возможных клиентов, «Абсолют Страхование» готова выйти на новый уровень. Нужно отметить, что в наше кризисное время они докапитализировали компанию на 250 млн рублей. При этом, мы остаемся рыночной компанией, кэптивный бизнес не превышает 10 %.

ССТ: Удается ли компании расти сейчас, когда рынок падает?

Д. Р.: Мы растем в интересующих нас сегментах в течение 5 лет за счет максимального использования всех ресурсов,

имеющихся у компании. При этом, мы смогли сохранить долю «сервисных» видов, таких как ДМС и каско на уровне менее 50 %, причем каско — 14 %.

Если брать банкострахование, то «Абсолют Страхование» аккредитовано примерно в 100 банках — это действительно много для компании нашего уровня. И мы достигаем этого, в первую очередь, за счет хороших финансовых показателей и отличной клиентской работы. Наш ресурс — это люди, команда профессионалов. Банки выбирают нашу компанию потому, что мы быстро и качественно урегулируем страховые случаи, не ищем поводов отказать и оперативно платим. Средний срок урегулирования у нас меньше, чем по рынку. Например, по личным видам страхования урегулирование страховых событий — не более 5 дней. Также у нас есть опыт урегулирования ряда крупных убытков со страховым возмещением более 100 млн рублей. Для банков среднего размера такой клиентский подход очень важен, так как они также проповедуют философию важности каждого клиента.

ССТ: Через эти банки вы активно работаете с розницей?

Д. Р.: До недавнего времени речь шла, прежде всего, о работе «Абсолют Страхование» с корпоративным сегментом. Рознице в банковском канале мы уделяли меньше внимания. Как раз одна из приоритетных задач, которая стоит перед компанией — укрепление позиций в рознице с помощью банковского канала. Мы уже подготовили ряд продуктов, интересных для банков и их клиентов.

Есть планы развития добровольного страхования имущества физлиц — хотим стать в этом сегменте одними из лучших на рынке. Сейчас мы изучаем опыт других компаний, работаем над наполнением продукта, ведем переговоры с рядом крупных банков по входу в их допофисы с новым продуктом. Я считаю, что когда активность в банковском секторе падает, а банкам нужно искать варианты сохранить уровень прибыльности, то это лучшее время договариваться.

ССТ: Каким образом вы добиваетесь качественных продаж юридическим лицам из банковского канала?

Д. Р.: Есть клиенты, которые работают с нами уже много лет. Ни для кого не секрет, что банки делят пирог залогового страхования между разными страховыми компаниями. Таким образом, к нам попадает часть клиентов по рекомендации банка.

Раньше у банка было три критерия выбора страховщика — это надежность, размер комиссионного вознаграждения, выплачиваемого страховщиком, и объем размещения денежных средств в банке. Сейчас добавился четвертый параметр — качество обслуживания, в том числе, качество урегулирования страховых случаев. Причем этот параметр выходит на первый план. Надежность партнерской страховой компании становится все более важным фактором для банка.

ССТ: В каких еще сегментах, кроме банкострахования, вы планируете активную работу?

Д. Р.: Правильно выстроенные приоритеты развития, трезвый учет объективных возможностей компании, умелое использование сильных сторон продающей команды — половина успеха. Мы планируем активно развиваться в тех секторах российской экономики, где «Абсолют Страхование» исторически имела хорошие позиции. Это, прежде всего, частный, среднеразмерный бизнес, не связанный с добычей и переработкой природных ресурсов. Также это коммерческая недвижимость, логистические операторы, сборочные предприятия.

При этом, в каждом секторе экономики мы стараемся выбирать интересные для нас специализированные ниши и занимать в них ведущие, не побоюсь этого слова, позиции.

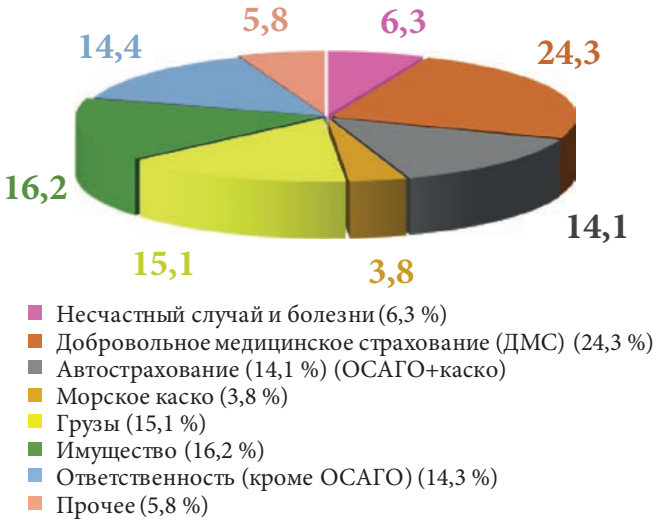
В нашем портфеле очень много московских бизнес- и торговых центров. Входя в двадцатку ведущих россий-

ских страховщиков грузов, мы, например, входим в первую десятку страховых компаний, занимающихся страхованием перевозок бытовой техники, и пятерку лидеров в области страхования перевозок акцизных марок.

Еще одна зона специализации — страхование гостиниц и ресторанов. Чтобы лучше понимать потребности этой отрасли, мы вошли в Федерацию рестораторов и отельеров, много общаемся с владельцами этих предприятий. Слышать клиентов, внимательно работать с их потребностями, быстро реагировать, честно вести себя при наступлении страхового случая — вот залог успеха для нашей компании. У нас нет громоздких бюрократических процедур по согласованию новых продуктов, каких-то нестандартных условий страхования, которые нужны тому или иному сегменту бизнеса. Индивидуальный подход к каждому клиенту — наш лозунг, именно этим мы отличаемся в положительную сторону от крупных страховщиков.

Следует учесть, что есть и отраслевые особенности. Так, в индустрии гостеприимства отели и рестораны — объекты с потенциально высоким уровнем риска. Технологические особенности этого бизнеса обеспечивают повышенную статистику самых неприятных для страховщиков убытков — пожаров. Возгорания, пусть небольшие, зачастую происходят на кухнях. Результат — затягивание продуктов горения в вентиляцию с последующим весьма дорогостоящим демонтажом и заменой систем вытяжки и подачи воздуха. Мы знаем все это и предлагаем продукты, максимально полно обеспечивающие реальную защиту наших клиентов.

СТРУКТУРА СТРАХОВОГО ПОРТФЕЛЯ «АБСОЛЮТ СТРАХОВАНИЕ»



При страховании бизнес-комплексов мы настойчиво предлагаем управляющим компаниям обеспечивать страхование ответственности арендаторов. При незначительности соответствующих платежей, арендодатель обеспечивает себя защитой от потенциально весьма существенных убытков, вызванных неосторожностью арендаторов при эксплуатации помещений. Мы оплатили десятки убытков, вызванных пожарами от включенных электрочайников, неисправностью оборудования в бассейнах, разморозкой систем отопления из-за забытых открытыми зимой окон, ремонтных работ. Очевидно, что собственные ресурсы арендаторов бизнес-центров, большинство из которых являются небольшими компаниями, не достаточны для покрытия многомиллионных ущербов, причиняемых ими арендованному имуществу. Для нас важно оказание настоящей помощи страхователям.

ССТ: Кризис — тяжелое время для всех. Стоит ли экономить на страховании?

Д. Р.: Именно в кризис страхование особенно необходимо бизнесу. Разумно экономить не на отказе от страхования или ряда рисков, а на введении

в договор франшиз. А вот экономить на инженерной безопасности, на системах пожаротушения, на качественной электрике — глупо. Потому что переложить ответственность за аварии на страховщика не получится. Страховая компания всегда проведет предстраховой осмотр, в сложных случаях — с привлечением независимых экспертов. Тарифы на страхование объектов с некачественной противопожарной системой существенно выше.

Но помимо дополнительных расходов, сомнения страхователей бывают связаны с надежностью компании: а точно ли страховая заплатит? Здесь у нас много козырей. Мы можем подробно рассказать о том, что и когда мы урегулировали. Одно из доказательств того, что наша компания выполняет принятые на себя обязательства — это мнение наших партнеров, международных страховых брокеров: МАРШ, АОН, Виллис и др. Они заинтересованы в качественном обслуживании своих клиентов и отвечают своей репутацией перед клиентами за выбор партнеров.

ССТ: Какие услуги и продукты страховщиков требуются сегодня малому и среднему бизнесу?

Д. Р.: Самое востребованное — это страхование имущества, в первую очередь, залоговое. Во вторую очередь — бизнесмены защищают своих сотрудников с помощью таких инструментов, как добровольное медицинское страхование и страхование от несчастного случая.

ССТ: Какие виды страхования видятся вам драйверами роста в «Абсолют Страхование» на ближайший период?

Д. Р.: В корпоративном сегменте — это имущество и ответственность юридических лиц. Мы будем наращивать портфель по страхованию ответственности СРО. Будем развивать страхование грузоперевозок.

Для физических лиц основной акцент планируем сделать на страховании имущества, ипотеки и ответственности. Будем использовать несколько каналов продаж: это продажи через ЖСК, через управляющие компании, в первую очередь, входящие в группу «Абсолют». Если сравнивать наши программы страхования с муниципальными, то наши предложения гораздо шире, лимиты существенно выше, а по цене — ненамного дороже. В управляющих компаниях с такими программами мы работаем не первый год. Сейчас прорабатываем взаимодействие с новыми партнерами.

Также панируем развивать «коробочное» страхование имущества, страхование от несчастного случая. Это взаимовыгодное решение и для страховых компаний, и для банков. Банк получает высокое комиссионное вознаграждение, а страховые компании — готового клиента, с которым потом можно работать по кросс-продажам.

ССТ: Компания уже анонсировала новый сайт. Какие сервисы на нем будут представлены?

Д. Р.: Сайт — в первую очередь, продающий инструмент, а во вторую — информационная площадка для наших клиентов, где они смогут посмотреть описания наших предложений, правила страхования, задать вопросы.

Мы хотим создать электронную площадку для продаж страхования путешественников, имущества, автокаско, ОСАГО, в первую очередь, для физических лиц. Наша задача сделать покупку полиса максимально быстрой и удобной, не забывая и о «личном» общении — сайт будет поддерживать современный контакт-центр, располагающийся в нашем новом офисе.

Также мы планируем предоставить возможность оформлять договоры через сайт для среднего и малого бизнеса. В частности, по страхованию грузов. Могу утверждать, что у нас будут максимально удобные электронные калькуляторы. И в ближайшем будущем компания будет заметна, в том числе, и на рынке онлайн-продаж.