

Основа сотрудничества банков и страховщиков – взаимное доверие

Экономический кризис стал серьезным испытанием для страхового рынка: упали объемы собираемых платежей, возросла убыточность некогда высокодоходных продуктов, сократилось число клиентов, доверие к финансовым институтам снизилось. Сильнейшее потрясение испытал еще недавно казавшийся самым бесперебойным банковский канал продаж – во многих компаниях реализация через него уменьшилась на 40–60%. Вместе с тем некоторые компании не только не снизили оборотов, но и существенно нарастили клиентскую базу. О том, как это достигается, «Банкиру» рассказывает начальник управления по работе с банковскими учреждениями Страхового общества «Ильичевское» Максим ГРИЦЕНОК.

Б Максим Викторович, у многих страховщиков с банками отношения сегодня стали более прохладными. Ваша компания – исключение?

– Да, и это иллюстрируют следующие данные. За 2010 год объемы продаж наших продуктов через банковский канал возросли в 2,5 раза, за восемь месяцев 2011-го – еще на 78,15%. Мы работаем с такими банками, как «Проминвестбанк», «Хрещатик», «Финансы и Кредит», Укрэксимбанк, Индустриалбанк, Диамантбанк, Златобанк, «Правэкс», Марфинбанк, «Форум» и другими. Причем мы не только страхуем их клиентов, но и имущество банков-партнеров – банкоматы, информационные киоски, автопарк, здания, имущество, персонал и т. д.

Главный акцент при работе с нашими партнерами мы делаем на разъяснительной работе – объясняем, зачем именно им необходимо иметь страховую защиту на случай непредвиденных обстоятельств. Как результат – банки-партнеры уже сейчас закладывают в формирующиеся бюджеты средства на пролонгацию договоров. Кроме того, медицинское страхование сотрудников является немаловажным мотивационным фактором для них и одновременно дополнительным контролем. Кстати, наши клиенты – это не только банки, но и ряд крупных компаний. В успешной реализации этого направления нам помогает собственный медассистанс. Об уровне оказываемой помощи говорит тот факт, что несколько страховых компаний обратились с предложением присоединиться к нашему ассистансу. К его преимуществам можно отнести географический фактор – покрытие на всей территории Украины. Кстати, даже в разгар кризиса некоторые банки, не имея возможности выделить средства для страхования сотрудников, активно размещали на своих сайтах специальные разъяснения-консультации о преимуществах наших продуктов и программ, и люди страховались самостоятельно. Одними из самых активных наших страхователей являются топ-менеджеры банков-партнеров.



Б На каких принципах базируется сотрудничество СО «Ильичевское» с банками?

– Прежде всего на взаимном доверии и прозрачности бизнеса. Подтверждением нашей открытости и финансовой устойчивости может служить тот факт, что компания имеет рейтинг финансовой стойкости, подтвержденный РА «Кредит-Рейтинг», на уровне «aa Ains» (максимальная надежность) – максимально высокий по национальной шкале. При этом СК, которые вообще имеют национальный рейтинг, можно сосчитать по пальцам. В докризисный период многие банки, откровенно говоря, мало обращали внимание на финансовые показатели страховых компаний: разместите у нас депозит, и мы вас аккредитуем. Кризис расставил все по своим местам – во главу угла поставлена способность страховщика выполнять свои обязательства. Более того, после общения с нами многие банки кардинально пересмотрели стратегию сотрудничества с СК: только своевременные выплаты выгодоприобретателю, т. е. банку, давали возможность сохранить аккредитацию. Одни компании ее уже потеряли, другие – потеряют в ближайшее время. Отмечу, что банки ценят наши уникальные условия по расчетам и своевременности выплат. Иного и быть не может: «цыганская почта» способна разрушить создаваемую десятилетиями деловую репутацию.

Б «Цыганская почта»?

– Есть такая пословица: сделай кому-то хорошо – он расскажет троим, сделай плохо – об этом узнают триста человек. Причем слухи разносятся молниеносно.

но, а негативу наше население привыкло верить быстрее, чем позитиву. Это и есть «цыганская почта».

Б *А как на это реагировали Ваши клиенты?*

– Судите сами. Вот несколько цифр: каждый пятый клиент, даже уже выплатив кредит, продлевал договоры страхования, причем в среднем на одного клиента приходилось 2–4 страховых продукта. Более того, начиная со стандартного пакета (КАСКО, ОСАГО), многие клиенты после консультаций с нашими менеджерами страховали квартиры (дома) и свою ответственность перед соседями. Добавлю, что компания провела анкетирование среди клиентов с целью определения уровня удовлетворенности предоставляемыми услугами. Результаты впечатляют: 98% клиентов, привлеченных по банковскому каналу продаж, удовлетворены качеством услуг; 82% из них будут рекомендовать родственникам, друзьям и знакомым работать с СО «Ильичевское».

Б *За счет чего это достигается, тем более с нашим крайне недоверчивым населением?*

– Мои сотрудники – не классические страховщики, а благодаря действующей у нас уже 1,5 года системе менеджмента они скорее являются финансовыми консультантами. Причем не только по вопросам страхования, но и по кредитным и депозитным операциям, возможности хранения ценностей в банковских сейфах, потребительского кредитования, платежных карт и т. п. Не секрет, что у каждого банка есть свой «конек», и в соответствии с этим наши консультанты подбирают несколько банков, разъясняя преимущества тех или иных программ. Иногда консультируем чужих клиентов, акцентируя их внимание на важнейших показателях, необходимых для выбора надежного и стабильного банка.

Б *Как удается держать «руку на пульсе»?*

– Благодаря трехуровневой системе общения. Закрепленные за конкретным отделением банка менеджеры общаются со своими коллегами, к примеру, я – с начальниками отделений, дирекций, вплоть до заместителей председателей правления. А наш руководитель Юрий Петрович Гришан – с председателями правлений, большинство из которых уже стали его друзьями. Это помогает совместными усилиями устранять сбои в работе. Кроме того, раз в месяц собирается расширенный банковский комитет, на котором анализируется работа банковских структур. Например, снизились платежи – ищем причину, выясняем, в каком сегменте, корпоративном или по работе с физлицами, произошло падение, оперативно вмешиваемся и решаем возникшие вопросы.

Б *Ваша компания страхует финансовые риски. Но кризис показал, насколько такая ситуация чревата непредсказуемыми последствиями. Не боитесь ли рисковать?*

– Нет. Во-первых, мы страхуем финансовые риски только в рамках зарплатных проектов. Во-вторых, в договорах с банками четко определено: если уровень выплат превысит 70%, то банк обязуется перекрывать убытки за счет других, низкорисковых видов страхования. Однако у нас такого не было: даже в кризисном 2008 году выплаты не превысили 46%. В-третьих, правильная, хорошо продуманная перестраховочная политика. Мы работаем со всемирно

известными компаниями Европы, что позволяет минимизировать риски и гарантировать своевременную выплату.

Б *СО «Ильичевское» активно работает в таком высокорисковом виде, как автострахование, убыточность по которому растет. Как удается избежать лишних потерь?*

– За счет сбалансированности портфеля. Стараемся держаться в рамках, установленных как для отделений, так и в структуре портфеля в целом. Сегодня доля автострахования в портфеле рисков составляет 17%, и этого вполне достаточно. Поэтому прирост будет только в финансовых показателях, а его доля в процентах останется неизменной. Печальный опыт ряда компаний, у которых автострахование составляло 70–80% и даже 90%, заставляет проявлять прагматичную осторожность.

Б *Какими принципами руководствуется компания при выборе банка-партнера?*

– Прежде всего обращаем внимание на финансовые показатели, анализируем их. Благодаря этому в период кризиса мы не потеряли ни копейки! Затем служба безопасности собирает информацию о потенциальном партнере, и если она положительная, готовится отчет акционерам.

Б *Насколько важна деловая репутация банка и его руководителя?*

– Она имеет очень большое значение, а иногда – решающее. Я уже упоминал о третьем уровне общения и о «цыганской почте». Но не менее важна и наша собственная репутация: выбор партнера – процесс двусторонний.

Б *Планируете ли Вы какие-то новинки в работе с банками?*

– Безусловно, причем они – на стадии реализации. С некоторыми банками мы открыли совместные офисы, когда в одном здании находятся и банкиры, и страховщики. Это очень удобно для клиентов, которым нет необходимости искать финансовые учреждения для получения всего комплекса услуг. Еще дальше пошло сотрудничество с банком «Хрещатик» – в ближайшее время в их отделениях можно будет приобрести наш полис автогражданки, причем продавать его будут сотрудники банка. Сам процесс переговоров был непростым и длительным: «Хрещатик» проявил известную осторожность, памятуя о компаниях, в одночасье ставших банкротами. Сейчас идет процесс подготовки персонала: их учат не просто продавать полисы, но и разъяснять, что делать при страховом случае, какие исключения есть в полисе и т. д.

Но в целом проект крайне интересный, а его реализация будет свидетельством выхода сотрудничества банка и страховой компании на качественно новый уровень.

Беседовал Сергей СОКОЛОВСКИЙ

СТРАХОВОЕ ТОВАРИСТВО
ИЛІЧІВСЬКЕ

Страховое общество «ИЛЬИЧЕВСКОЕ»
01033, г. Киев,
ул. Саксаганского, 38-Б, оф. 19
Тел.: (044) 207-01-70
e-mail: y.gryshan@illichivska.com