

существующих платежных сервисов: сотрудничество с банками-лидерами, имеющими мощные сети отделений и киоски самообслуживания, оплату страховых взносов без комиссии банка, а также представление возможности страхователям оплатить страховые взносы через интернет. Также компания осуществляет первый этап проекта по внедрению CRM-системы, в рамках которой страхователям будут предоставляться услуги по информированию о необходимости внести очередной страховой взнос, о зачислении средств и просрочке платежей. Исследования, проведенные среди страхователей и финансовых консультантов компании до начала проекта, доказали востребованность и эффективность указанных услуг.

Впрочем, передовой опыт уже начали применять некоторые компании. СК «Юпитер Виенна Иншуранс Групп» начала использовать услугу direct debiting в числе первых на рынке страхования жизни, отмечают в компании. «На данный момент мы работаем уже с двумя банками: АТ КБ «ПриватБанк» и АТ «Райффайзен Банк Аваль», — делится Ирина Бордюг, первый заместитель председателя правления СК «Юпитер Виенна Иншуранс Групп». С начала этого года услуга «Прямое списание» успешно внедрена и в СК «Renaissance Life Украина». «О перспективах данного вида услуг свидетельствует европейский опыт. В 2008 году \$130 млрд., или 25% всего объема прямого списания в Великобритании приходилось на страховые компании. Это 467 млн. реальных сделок! И уже сегодня мы видим колossalную потребность в данной услуге и у клиентов компаний, и у наших партнеров, — комментирует Юлия Бойко, директор по продажам СК «Renaissance Life Украина». — Мы верим, что данная услуга обеспечит надлежащий уровень сохранения нашего клиентского портфеля. После анализа эффективности на базе услуги «Прямое списание» мы сможем создавать новые инновационные продукты, такие как пенсионные программы, продукты с авансированным комиссионным вознаграждением и т.д.».

В СК «ТАС» в ближайшее время будет внедрена услуга по автоматическому списанию оплат. «Такая

услуга в первую очередь будет вос требована клиентами, опытными в сфере клиент-банкинга и интернет-технологий. Direct debiting позволит сэкономить время и будет особенно удобным для клиентов, имеющих договоры с ежемесячной или ежеквартальной периодичностью оплаты. Ведь теперь не нужно будет контролировать оплату очередного взноса, который будет своевременно списан с платежной карты клиента», — отмечают в СК «ТАС».

Эффективность клиент-банкинга и его перспективность бесспорны, считают в компании ЗАО «СК СЕБ Лайф Юкрейн». Ведь такие инновации обладают рядом преимуществ как для клиента, так и для компании. Для первых это возможность сэкономить время — нет необходимости каждый раз приходить в банк и осуществлять платеж. А для компании это не только автоматизация процессов, оптимизация времени сотрудников и минимизация операционных ошибок, но и снижение уровня расторжения договоров. С этой мыслью согласен и генеральный директор ООО «Salve Finance Украина» Ярослав Колос: «Учитывая плохую платежную дисциплину со стороны клиентов, внедрение подобной услуги может стать одним из факторов, которые улучшат персистенцию полисов. Мы сейчас занимаемся изучением и внедрением этого инструмента».

«Мы не хотим быть в стороне от технологического прогресса и с СЕБ Банком предлагаем своим клиентам автоматическое списание платежей по страхованию жизни. В силу национальных особенностей культуры использования пластиковых карточек, когда люди обнуляют свои карточные счета сразу после зачисления на них денежных средств, еще рано говорить о том, что клиент-банкинг пользуется большим спросом. Однако мы уверены, что в будущем данная услуга получит большую популярность и распространение», — поделились сотрудники компании.

В целом, считают страховщики, поскольку direct debiting широко используется во всех европейских странах, его внедрение является одним из шагов принятия европейских стандартов страхования в Украине.

Екатерина Щеглова, Дария Рябкова

Какие технологии и инструменты будут востребованы в работе и коммуникациях с клиентом?

Андрей Власенко,
председатель правления СК «ТАС»

Я бы выделил два основных технологических тренда:

1) Популяризация элементов самообслуживания при управлении собственным договором страхования. Все большее количество клиентов, желая правильно управлять своим временем или в силу особенностей своего характера, ищут возможности управлять своим договором страхования самостоятельно, с помощью так называемых «личных кабинетов» на интернет-сайтах.

2) Использование современных технологий для упрощения процедур заключения договора страхования и урегулирования страховых событий. Сюда можно отнести развитие интернет-магазинов по продаже страховых услуг, эксперименты с телеандеррайтингом. Это новое в страховании жизни, построенное на профессиональных скриптах, собеседование с клиентом по телефону вместо заполнения им бумажных деклараций о состоянии здоровья, урегулирование и принятие решений о выплате страхового возмещения на основании телефонного обращения клиента по отдельным категориям страховых событий.



Павол Норулак,
эк-член наблюдательного совета
СК «Оранта-Жизнь»



В странах Центральной Европы, которые по уровню технологического развития сопоставимы с Украиной, часто используются два других канала коммуникаций (помимо почты и мобильных телефонов). Первый — это колл-центры. Второй — e-mails. Они хороши для получения фидбэка, например, для уведомлений и напоминаний клиентам, равно как и для получения жалоб. Уровень развития этих каналов зависит от правовых норм и требований в каждой конкретной стране.

Ольга Прокудина,
финансовый консультант
Swiss Capital Investments



Технологичность клиента повышается, поэтому предложить ему можно и нужно многое — обратную связь с компанией, direct debiting (желательно помесячный), SMS-уведомления о зачислении/списании средств (онлайн-новый или SMS-отчет о доходности за отчетный период), информацию о принципиальных новостях в сервисе и новые предложения от компаний, мероприятия, формирующие прочные долгосрочные отношения (День клиента, поздравление с праздниками, предложение инновационных продуктов).