

Выступая на XI Ялтинском международном финансовом форуме, председатель Совета Федерации страховых посредников Украины (ФСПУ) Ибрагим Габидулин описал сходства и различия трех моделей страховых продаж – операционной, консультационной и партнерской. Данная схема актуальна и для российского рынка.

По словам И.Габидулина, операционные продажи основаны на сильном ценовом прессинге, по своей природе они равнодушны и бессердечны. В них главным фактором, влияющим на принятие решения, является цена. Операционные продажи предназначены для реализации достаточно простых товаров и услуг, например полисов ОСАГО. В данном виде продаж покупатель и продавец сидят за столом переговоров и обсуждают цены, причем покупатель имеет власть над продавцом. Чтобы выжить в условиях операционных продаж, необходимо создать новую ценность и максимально сократить затраты. В частности, для ОСАГО нужно предложить креативную услугу, которая имела бы реальную ценность для страхователя.

В консультационных продажах потребительская ценность создается за счет раскрытия новых потребностей клиента, предложения оптимальных решений для удовлетворения этих потребностей и защиты интересов клиента. Чем сложнее услуга, тем больше существует возможностей для увеличения ценности посредством консультационных продаж. Большинство страховых услуг относятся как раз к этой категории. В консультационных продажах клиент и консультант за столом переговоров занимают одну сторону – сторону клиента.

Цель партнерских продаж состоит в том, чтобы сгладить все противоречия и несоответствия между банком, дилером, страховой компанией и клиентом и извлечь максимальную взаимную выгоду. Сложность построения партнерских отношений в том, что у банка и страховой компании разные информационные системы, требования по капитализации, жесткая регламентация защиты информации о клиенте и т.д. В партнерских продажах устанавливаются отношения между равными деловыми партнерами на всех уровнях организации.

Доверие в продажах

Показатель

Операционные продажи

Консультационные продажи

Партнерские продажи

Доверяют кому/чему?

Доверяют товару

Доверяют человеку

Доверяют организации

Делать что?

Организовать для заемщика дешевую страховку

Понять и решить проблемы клиента

Участвовать в формировании бизнеса клиента

На чем основываются?

ках продукта и личных отношениях

и способности решать проблемы

На ценностях организации и ее профессиональной компетентности

□ **Источник:** www.wiki-ins.ru, 23.09.11