

Развитие онлайн-каналов продаж страховых продуктов стало одной из основных тенденций на страховом рынке нескольких последних лет. Причины эксперты видят прежде всего в росте российского e-commerce. Люди все больше привыкают к онлайн-покупкам.

По экспертным оценкам, в 2013 году уже не менее полумиллиона полисов было приобретено через Интернет в нашей стране. «В среднем порядка 15–20% полисов продается через Интернет», – считает директор департамента маркетинговых коммуникаций «АльфаСтрахования» Светлана Бери. Страховки на своем сайте все активнее предлагают как сами страховщики, так и агрегаторы услуг и «сторонние» партнеры, заинтересованные в расширении собственной линейки за счет востребованных продуктов.

В пятерку лидеров онлайн-страхования по итогам 2013 года входят «АльфаСтрахование», «Ингосстрах», «Росгосстрах», «Ренессанс» и Allianz. Именно эти компании пришли первыми на рынок. Среди местных дальневосточных страховщиков пока активно продает страховки таким образом только одна компания – СК «Колымская». В ближайшее время использовать этот канал продаж планируют и в «Дальакфесе».

В то же время Приморский край выглядит неплохо по активности покупок страховок через Интернет на фоне других регионов России и занимает лидерские позиции в Дальневосточном федеральном округе. В последнее время продажи показывают хорошую динамику роста, отмечают в компании «ВТБ Страхование», и Дальний Восток не находится в числе замыкающих по объемам сборов страховых премий.

«АльфаСтрахование», как лидер страхового рынка по продаже полисов в режиме онлайн, активно осуществляет продажи на территории всей страны, в том числе в Приморском крае, – говорит Светлана Бери. – На данный момент на регион приходится порядка 1% от объема сборов компании на собственном сайте. Однако такой низкий процент не должен вводить в заблуждение, так как практически 70% всех сборов приходится на Москву и Московскую область – наиболее развитые регионы с точки зрения использования онлайн-страхования и в целом e-commerce. С таким показателем Приморский край занимает примерно 10–15-ю позицию по объему продаж страховых полисов в онлайн».

В то же время СК «Колымская», имеющая довольно широкую сеть филиалов на Дальнем Востоке и даже за его пределами, отмечает резко возросшую активность покупок через этот канал в наступивший весенний сезон прежде всего в Хабаровском крае, на который приходится порядка 90% их продаж. В компании это объясняют тем, что именно в этом регионе у них наиболее широкая и устойчивая клиентская база.

По данным исследования, проведенного «АльфаСтрахованием» совместно с «ГФК-Русь», в тройке самых популярных продуктов, которые респонденты готовы оформить онлайн, ОСАГО (57%), страхование выезжающих за рубеж (48%) и каско (51%). Если крупные федеральные компании, как правило, имеют свой перечень наиболее покупаемых продуктов приморскими клиентами, и он вполне соотносится с общероссийскими продажами, то местные страховщики в основном продают другие продукты через Интернет.

«У нас через этот канал продаются в первую очередь полисы страхования от укуса клеща, – говорит маркетолог СК «Колымская» Ольга Выходцева. – Это сезонный продукт, и многих клиентов устраивает такой вариант покупки, поскольку не нужно ехать в офис. Если в прошлом году, когда мы начинали эту практику, было продано онлайн всего 43 полиса, то в этом году только в апреле мы продали больше 100. Для нас это было приятным сюрпризом. Продажи страховок через этот канал стали активно развиваться именно в этом году. Теперь через Интернет мы продаем страхование от несчастного случая, правда, пока с одним только риском. Также мы предоставляем возможность заключать договоры и в накопительных видах страхования».

Страховщики отмечают, что развитие канала начиналось с расчета, заявки и продажи самых простых продуктов, таких как страхование выезжающих за рубеж, коробочных продуктов по страхованию имущества. Сегодня уже есть компании, предлагающие онлайн-покупку каско, ОСАГО, страхование некоробочного имущества. Перечень страховых продуктов, предлагаемых на рынке через Интернет, постоянно расширяется. В компании «Дальакфес» на днях ввели пока только оформление заявки онлайн на покупку полиса ОСАГО. Продаж еще не было. Но полис планируется доставлять клиенту курьером. А «ВТБ Страхование» совсем недавно запустило пилотный проект по онлайн-страхованию от потери работы, который стартовал, в частности, и в некоторых дальневосточных регионах. Уровень продаж был признан приемлемым, рассказывают в компании.

Среди преимуществ реализации страховых продуктов онлайн, пожалуй, главным называют страховщики снижение ряда издержек как для них самих, так и для их клиентов. И даже, более того, высказываются прогнозы о неизбежном сокращении агентских продаж, часть которых уйдет в онлайн. Значительно выигрывают при этом клиенты компаний: стоимость полиса, купленного онлайн, ниже. Например, оформить каско в Интернете дешевле в среднем на 30%.

Источник: [Золотой Рог](#) , 04.06.14

Автор: ■ Абашева Е.