

*«Страховщик – это композитор, который пишет ноты для всего оркестра, ассистанс – это исполнитель, аранжировщик. От того, как концерт исполняется, зависит его успех у слушателей, а наша аудитория – это путешественники». Вот так образно представил технологию работы сервисной службы страховщиков генеральный директор компании Global Voyager Assistance (GVA) Артур Зульфикаров на деловом саммите, прошедшем во время выставки MITT-2012.*

Обычно туроператору и турагентству известно только, что при наступлении страхового случая надо сразу позвонить по телефону, указанному в полисе. Весь механизм последующих за звонком событий остается для них сокрытым. И именно это создает крайне нервную обстановку при наступлении страхового случая: как правило, всем участникам процесса со стороны пострадавшего кажется, что никто ничего не делает, чтобы помочь туристу. Г-н Зульфикаров буквально на пальцах разъяснил представителям туркомпаний, что происходит в реальности.

Страховая компания – это финансовый инструмент, разрабатывающий продукт для защиты путешественника от значительных, иногда катастрофических последствий для его кошелька. Сервисная служба, или ассистанс, физически реализует все то, что декларирует страховой полис: круглосуточный прием звонков, организацию медицинской помощи, сопровождение случая, оплату медицинских расходов, транспортировку и прочее.

Г-н Зульфикаров выделил три основных принципа ассистанса. Во-первых, экстренное реагирование, то есть круглосуточная работа, невзирая на выходные, праздники, политическую обстановку, погоду и т.д. Во-вторых, координация действий и равноудаленность от всех участников процесса: застрахованного, турагентства, больницы. И в-третьих, квалификация, позволяющая персоналу быть экспертами в своей области. Например, сотрудники ассистанса говорят на языке той страны, где произошел случай, они хорошо знают этот регион. Цель их работы – обеспечить наилучшие для пациента, оптимальные для страховой компании и приемлемые для лечебного учреждения условия оказания помощи заболевшему или травмированному туристу.

Обслуживание десятков тысяч страховых случаев в год – это высокотехнологичная сфера, требующая объединения всех ресурсов в единое целое. Опирается она на «три кита» – информационное обеспечение, персонал и образование. И страховщик, и турфирма, и уполномоченный представитель пациента, и лечебное учреждение через диспетчерский центр всегда имеют возможность получить достоверную информацию о статусе страхового случая. Координирует действия немедицинский персонал, в то время как врачи оценивают все медицинские и связанные с этим финансовые параметры. И, поскольку ассистансу не учат в университетах, компания имеет своих преподавателей, которые до начала работы и в процессе постоянно обучают и тренируют сотрудников.

Глобальность ассистанс-компании обеспечивается несколькими компонентами. Это собственные службы на массовых направлениях – например, в Турции, Египте, Таиланде, на Кипре – в виде полноценного диспетчерского центра, небольшого call-центра или представителя. Другие компоненты – прямая договорная структура, на которой строится работа с медучреждениями, а также привлечение местных ассистанс-компаний для работы в малодоступных и редко посещаемых россиянами регионах.

При этом, напомнил г-н Зульфикаров, кто-то из пострадавших всегда остается недовольным. Он посоветовал учитывать несколько обстоятельств, которые обычно выпадают из поля зрения как турагентств, так и их клиентов. Например, платность медицинских услуг практически повсеместно за границей. С одной стороны, турист проявляет неприятие и агрессию, считает себя обманутым, если врач не пришел к нему в номер по первому требованию и не принес с собой лекарства, что в принципе невозможно в большинстве стран. А с другой – россияне с большой подозрительностью относятся к назначениям местных врачей. Артур Зульфикаров связывает это не столько с недоверием к зарубежной медицине, сколько незнанием иностранных языков. Сюда же можно отнести и неготовность к огромным расходам на высокотехнологичные методы лечения.

Вообще участников страхового случая больше, чем принято считать. Это сам застрахованный, страховая компания, туроператор, лечебное учреждение, окружение застрахованного – родственники, друзья, коллеги, работодатель, дипломатические работники, а по месту проживания – еще и журналисты, представители властей, социальные сети. По словам Артура Зульфикарова, так называемые «доброжелатели» нередко выкладывают в соцсетях непроверенную, а то и абсурдную информацию, в обсуждение проблемы втягиваются сотни некомпетентных людей, создавая «бурное» общественное мнение, что только создает дополнительные трудности в решении вопроса.

Еще одна проблема. Для европейцев самостоятельная оплата несущественных расходов на месте – это нормальная практика, в то время как россияне платить не желают. Они просто не верят, что на родине страховщик вернет им деньги. Однако, как подчеркнул г-н Зульфикаров, его компания обслуживает 45–50 тыс. страховых случаев в год для сорока страховых компаний, и за 18 лет работы он не припомнит случая, чтобы кому-то не заплатили просто так, без юридических оснований.

Напоследок Артур Зульфикаров коснулся актуального вопроса – времени ожидания ответа на звонок в call-центр. По его словам, обычно это время не превышает максимум трех минут, даже в дни пиковой загрузки. Возможно, людям в состоянии тревоги или шока кажется, что они ждут бесконечно долго. Иногда это связано и с тем, что взволнованные люди неправильно набирают номер, не вводят цифры межгорода и, как следствие, впадают в панику. Как правило, убежден Артур Зульфикаров, время ожидания ответа координатора составляет от 5 до 25 секунд.

Источник: [RATA-news](#) , 16.04.12

Автор: Панферова Н.