

*Российский союз автостраховщиков (РСА) внедрит комплекс мер по предотвращению практики навязывания дополнительных услуг при продаже полисов ОСАГО, сообщил президент Российского союза автостраховщиков (РСА) и Всероссийского союза страховщиков (ВСС) Игорь Юргенс.*

К настоящему времени предложения по введению «периода охлаждения» сформулированы и будут обсуждаться в комитетах и на правлении и президиуме РСА. Страховое сообщество не против введения такой меры, но среди дискуссионных моментов остается вопрос о сроке действия периода охлаждения. Также некоторая сложность применения документа состоит в том, что фактически им регулируется не само ОСАГО, а добровольные виды страхования.

Страховое сообщество уже сделало серьезный шаг в сторону улучшения взаимоотношений с клиентами – в июле текущего года Российский союз автостраховщиков утвердил новые правила профессиональной деятельности (ППД), где четко прописаны стандарты работы как самих страховщиков, так и агентов (как физических, так и юридических лиц). «Отдельным пунктом в правилах говорится о том, что страховщики не имеют права ничего навязывать при продаже полисов ОСАГО, о том, что они должны разъяснять страхователю его права и обязанности. В частности, что страхователь имеет полное право заключить договор ОСАГО без приобретения допуг. Мы считаем, что проблема навязывания вскоре будет полностью искоренена», – пояснил И.Юргенс.

«Уже сейчас мы отмечаем резкое снижение числа жалоб на навязывание допуг при продаже ОСАГО – скорректированный тариф отрегулировал ситуацию, новые правила профдеятельности закрепили результат», – сказал он.

При этом важно видеть границу между навязыванием и кросс-продажами. Продажа полиса ОСАГО – это «точка соприкосновения» с клиентом, возможность для страховщика предложить и другие свои услуги. Это стандартная практика для любого продавца – предложить клиенту приобрести что-то еще, будь то заказ чая в кафе или приобретение автомобиля.

Причины же такого «навязывания» лежат не только в маркетинговой, но и в

экономической плоскости. Раньше агенты получали свои условные 300–500 рублей с каждого полиса ОСАГО стоимостью в три-пять тысяч рублей. При массовом потоке это могло составить неплохой доход, и особой нужды рассказывать о других видах страхования у них не было. После того как убыточность ОСАГО подскочила, агентам снижена комиссия с 10% до 3% (а в некоторых случаях и до нуля), они быстро вспомнили, что есть и другие виды страхования. Поэтому число кросс-продаж, когда при продаже одного вида услуг предлагают и другие, резко выросло.

В кросс-продажах самих по себе нет ничего плохого. Опять же, это широко распространенная практика. Однако бывают случаи, когда приобретение полиса ОСАГО возможно только при покупке необязательных страховок. С такими случаями РСА борется. Среди дополнительных факторов, способствующих этому, – возможность купить электронный полис ОСАГО в любой точке России. Пока – с 1 июля – доступна пролонгация полисов в своей компании, а уже с 1 октября можно будет приобрести полис другого страховщика, никакого навязывания тут не может быть по определению.

Источник: [Википедия страхования](#) , 18.09.15