За девять месяцев 2017 г. авиакомпаниями и тревел-агентствами продано 6,7 млн электронных полисов страхования пассажиров. Такие данные озвучил Дмитрий Мигачев, директор по партнерским онлайн-продажам «АльфаСтрахование», в ходе конференции Online Travel 3.0. По статистике Росавиации, за январь-сентябрь 2017 г. число перевезенных пассажиров по международным и внутренним перевозкам увеличилось на 21,3% и составило 80,5 млн человек. Таким образом, электронными полисами страхования пассажиров обеспечены лишь 8,3% путешественников или каждый 12-й пассажир, подсчитали аналитики проекта Институт риска для «АльфаСтрахование».

Эксперт отметил, что каждые две-три секунды россияне приобретают один полис онлайн, а ежедневные продажи достигают 35 тыс. страховок. При этом около 55% от общего объема рынка онлайн-продаж туристических продуктов (E-Travel) приходится на продажу авиабилетов, 20% — на железнодорожные билеты, 16% реализуется при бронировании отеля, 3% включены в турпакеты, 6% приходится на прочие услуги.

Несмотря на активный рост онлайн-продаж, полноценный переход на цифровые каналы еще впереди, причем речь идет не только о продажах страховых продуктов, но и об урегулировании убытков. Если в 2016 г. доля урегулирования убытков в компании «АльфаСтрахование» составляла 10% через интернет и 3% через мобильный интернет, то к 2020 г., ожидается, что эти показатели увеличатся до 20% и 10% соответственно. При этом важнейшим каналом в продаже туристического контента становятся мобильные приложения. С помощью приложения «АльфаСтрахование Mobile» можно заявить о страховом событии, которое произошло во время путешествия (задержка или отмена рейса, повреждение, пропажа, задержка багажа). «АльфаСтрахование» напрямую запросит данные у авиакомпании и, если сумма возмещения не будет превышать 15 тыс. руб., самостоятельно произведет выплату на карту клиента без запроса на предоставление оригиналов подтверждающих документов.

«По данным ВЦИОМ, в 2015 г. из 1,6 тыс. опрошенных человек на вопрос, приходилось ли им летать за последние два-три года, отрицательно ответили 69%. Один раз летали за это время 9%, респондентов два-три раза — 8%, четыре-пять раз – 2%, а 3% летали шесть и более раз. По нашим оценкам, эти цифры растут. Для изучения своих клиентов и улучшения цифрового сервиса «АльфаСтрахование» организует опросы в фокус-группах. В них принимают участие и активные пользователи программ лояльности, и «командировочные», и те, кто совершает за год от 50 до 100 перелетов. Это позволяет нам лучше понимать потребности клиентов и совершенствовать сервис в соответствии с их потребностями и запросами», — рассказывает Дмитрий Мигачев, директор по партнерским онлайн-продажам «АльфаСтрахование».

Источник: Википедия страхования, 05.12.2017