

Спикер: Сергей Перелыгин, генеральный директор ООО «ППФ Страхование жизни»

1. Качественный страховой сервис – сложный бизнес. К тому же страховой рынок высоко конкурентный. Какова миссия группы PPF, и за счет чего сегодня можно отстроиться от конкурентов?

Я думаю, что на нашем рынке отстроиться от конкурентов можно с помощью продукта и сервиса. Продукт должен нести клиенту ценность, отвечать его интересам — быть гибким, давать человеку страховую защиту, соответствовать его потребностям. Мы предлагаем персональный подход к клиентам за счет доступных программ с широким перечнем рисков. Благодаря поддержке компании при сложных ситуациях со здоровьем, клиенты смогут за годы действия договора сформировать сбережения.

Если говорить про сервис, то не секрет, что сейчас на рынке страхования жизни доминирующим каналом продаж является банковский, наш основной канал – это специализированная агентская сеть. Такой сервис гораздо более качественный и человечный и в момент заключения договора, когда агент помогает клиенту подобрать именно тот продукт и набор рисков, который важен клиенту, и в момент сопровождения договора — жизнь меняется, а значит, может меняться и страховая защита. Консультант помогает клиенту и при страховом случае — решает все формальности так, чтобы выплату можно было получить как можно быстрее. Таким образом, компания и консультант всегда с клиентом, а не только в момент заключения полиса. В этом и есть миссия PPF Страхование жизни — качественный страховой продукт и лучший человеческий сервис.

2. Что такое, на ваш взгляд, сегодня «комплексная страховая защита» для современного человека?

Комплексная страховая защита подразумевает финансовую защиту здоровья и жизни

клиента за все годы действия договора по широкому набору рисков. Ведь многие хотят получить страховую защиту при получении травм, серьезных заболеваний или инвалидности. А на противоположном полюсе, на рынке, есть продукты, в которых из рисков, например, только возврат взноса в случае смерти – такой продукт, на наш взгляд, не соответствует сути страхования.

В свою очередь, мы предлагаем то, что отвечает интересам клиента как по набору рисков, так и по стоимости полиса. При этом клиенту не обязательно вносить всю сумму сразу, он может разбить ее на комфортные взносы. Внося первый платеж, застрахованный автоматически попадает под финансовую защиту на весь срок действия договора в случае наступления непредвиденных событий. А в конце срока получает запланированную сумму накоплений.

3. Какие направления страхового бизнеса Группы PPF подстегнула пандемия в России? Есть ли отличия от мировых трендов?

Страховая культура в России все еще отстает от Европы и Северной Америки. Как тренд, люди стали больше задумываться о данном финансовом инструменте, выбирая накопительное страхование жизни.

С начала пандемии мы наблюдаем спрос на продукты с преобладающей защитной функцией. Это связано с тем, что при серьезной болезни или травме, затяжном больничном, оплачивать лечение и восстановление здоровья сложно. Не всегда у семьи на этот случай есть сбережения. Поэтому многие россияне убедились в необходимости наличия финансового резерва на непредвиденный случай.

Мы, в свою очередь, тоже идем навстречу клиентам и предлагаем эффективные программы по достаточно привлекательной цене. Отдельных программ, связанных с COVID-19 мы не запускали, так как действующие программы предусматривают финансовую защиту в случае осложнений, связанных с коронавирусной инфекцией.

4. Какие запросы российского рынка вы почувствовали в этом году?

Сейчас люди больше интересуются финансовой культурой, выбирают разные инструменты, в том числе накопительное страхование жизни. Приобретая страховой полис, клиенты делают осознанный выбор: заботятся о собственном здоровье и защите накоплений. Ведь некоторые имеют депозиты, ценные бумаги. Полис НСЖ позволяет при наступлении непредвиденных событий не обращаться к этим активам, а полагаться на финансовую поддержку страховой компании.

Также мы видим постоянно растущий интерес к пенсионному страхованию.

5. Какие проекты ведет компания в рамках программы Минфина России по повышению уровня финансовой грамотности населения в Российской Федерации?

Мы являемся постоянными партнерами «Недели финансовой грамотности», проводимой Министерством финансов. Поддерживаем мероприятия Минфина, Центробанка, ВСС по повышению финансовой грамотности. Видим в этом важную социальную функцию. С помощью семинаров по пенсии и разработанной в компании PPF Страхование жизни игры для взрослых и детей «Drive your life» помогаем россиянам планировать расходы, делать сбережения.

6. Насколько непростые взаимоотношения между Россией и Чехией влияют на бизнес Группы PPF в Российской Федерации.

Политические взаимоотношения между странами никак не влияют на развитие нашего бизнеса. Наши сотрудники живут и работают здесь. Резервы инвестированы в российскую экономику. Наши позиции на рынке долгосрочного страхования жизни стабильны. А в 2022 году мы будем отмечать 20-летие PPF Страхование жизни в России.

Википедия страхования