

*Буквально несколько лет назад нам было сложно даже представить, что мы сможем совершать покупки, не выходя из дома, что больше не нужно будет ежемесячно посещать банк для оплаты коммунальных платежей, что счет нашего мобильного телефона будет пополняться автоматически с нашей пластиковой карты. Сейчас это реальность, и этим пользуются миллионы людей.*

Тенденция жизни онлайн не обошла стороной и страховой рынок. Компании, уже попробовавшие свои силы в этом канале продаж, отмечают устойчивый рост интереса потребителей к такому способу покупки полисов. В среднем, прирост продаж через интернет-канал за последний год составил примерно 2–2,5%. По результатам исследования, проведенного одной из страховых компаний, порядка 20% опрошенных пользователей уже имели опыт приобретения полиса каско или ОСАГО через Интернет. Порядка 58% считают эту возможность интересной и разумно полагают, что сервис с подобным «самообслуживанием» позволит им сэкономить на приобретении страхового полиса.

Но продажи полисов через Интернет все еще незначительны. Причина этого, на наш взгляд, кроется в самой природе страхового продукта, его сложности. Даже с помощью консультанта потребитель не всегда может разобраться в составляющих современного страхового продукта. Интернет же, дающий возможность экономить время, должен помимо этого делать сложные вещи более доступными. Посмотрите на успешные компании, покоровшие сердца многих людей в других сферах. Они упрощали. Google – огромная компания с многомиллионными оборотами. На их главной странице только поисковая строка. Apple упростила телефон до одной кнопки, предоставив все остальное интуитивно понятной эмоциональной составляющей. Настала пора и страховым компаниям проявить гибкость. То, что усложнялось и строилось в течение многих лет, должно быть упрощено.

Уже сейчас можно говорить о том, какие шаги будут предприняты компаниями в Интернете. В первую очередь, упростится продление договоров страхования. У компаний уже есть все необходимые данные клиента. Им нужно просто подтвердить его желание продлить договор и получить оплату. Интернет – прекрасная возможность для этого. Вторым шагом, скорее всего, станет максимальное упрощение страховых продуктов, исключение многочисленных опций, приведение все к единому знаменателю.

И, наконец, онлайн-сервис полного цикла, когда клиент даже не будет получать бумажную версию полиса.

Как будет происходить покупка? Вы заходите на сайт страховой интернет-компании, вводите свои фамилию, имя, марку и идентификационный номер автомобиля, данные своей банковской карты и через минуту получаете на свой электронный адрес страховой полис с уникальным кодом. Все, вы купили страховой полис и теперь уверены на дороге.

**Источник: Ведомости-online, 12.11.11**

**Автор: Мария Мальковская, гендиректор «Интач страхования»**