



На вопросы корреспондента портала «Википедия страхования» о «вечной» борьбе андеррайтеров и продавцов в филиалах отвечают эксперты ведущих российских страховых компаний.

– Как в вашей компании организовано взаимодействие андеррайтеров с другими подразделениями (продажи, филиалы)?

Алексей Володяев, руководитель департамента андеррайтинга СК «МАКС»:

– Существуют лимиты ответственности продающих подразделений, существует регламент взаимодействия продавцов с андеррайтерами по договорам, которые превышают эти лимиты. Все взаимодействие осуществляется через специальный программный модуль в корпоративной информационной системе. При этом, конечно, никто не запрещает продавцу просто написать письмо андеррайтеру по почте или посоветоваться по телефону, но официальный статус имеют только решения, подтвержденные в программном модуле.

Марина Шальнева, директор дирекции имущественного страхования ОАО «САК «Энергогарант»:

– Продающие подразделения, проведя первичные переговоры с клиентом, заполняют некий формализованный бланк заявления на страхование (или клиент заполняет) и передают его профильным андеррайтерам. Профильные андеррайтеры подключаются к переговорному процессу с клиентом, если возникают какие-то нюансы в процессе

переговоров, требующие уточнения. Далее на основании описанного риска андеррайтер обговаривает страховое покрытие (пакет рисков, наличие или отсутствие франшизы, принципы выплаты, иные условия договора) и адекватную этому покрытию тарифную ставку и передает на рассмотрение клиенту проект договора.

Также каждому директору филиала выдается доверенность с оговоренным лимитом. В пределах этих лимитов руководители филиалов заключают стандартные (типовые) договоры. Все нетиповые договоры либо договоры со страховыми суммами сверх лимита доверенности согласовываются с профильными андеррайтерами в головной компании на основании формализованного бланка запроса, который они присылают в головную компанию. Специалист головной компании анализирует представленную в запросе информацию. Если возникает необходимость, запрашивает в филиале дополнительные сведения. При полном понимании риска запрашиваемые условия подтверждаются либо корректируются.

Юрий Стрекалов, начальник отдела методологии департамента методологии и андеррайтинга в страховании средств наземного транспорта ОСАО «Россия»:

– В ОСАО «Россия» андеррайтинг централизован. В компании утвержден процесс согласования, в котором прописывается весь порядок взаимодействия андеррайтеров и продающих подразделений.

Илья Григорьев, руководитель управления андеррайтинга ОАО «АльфаСтрахование»:

– Все филиалы объединены в региональные центры по географическому признаку. В каждом центре находится андеррайтер по добровольному автострахованию. Продающие подразделения и филиалы большинство вопросов решают со своим андеррайтером оперативно по телефону (если допустимо) или электронной почте. Все вопросы и уточнения по методологии, условиям страхования задают ему же.

Все условия, требующие письменного согласования, лимитированы. Например, если речь идет о страховой сумме, то до определенного значения продавец сам принимает решение, если сумма выше – продавец согласовывает ее с региональным андеррайтером. Если она выше его лимита, андеррайтер согласовывает ее со своим

куратором в центральном офисе. Таким образом решается вопрос оперативного согласования при одновременной минимизации рисков принятия неправильного решения, человеческого фактора или заведомого сговора сторон.

Полностью материал читайте в свежем номере журнала « [Региональные сети страховых компаний](#) ».

Источник: www.wiki-ins.ru, 01.02.12