

Двумя основными факторами проблем при страховании здоровья являются скрытые хронические заболевания клиентов и злоупотребление алкоголем с их стороны. Об этом 16 июля в ходе пресс-брифинга сообщил президент Ассоциации страховщиков жизни, глава страховой компании «Метлайф Алико» Александр Зарецкий. С места события передает корреспондент «Клерк.Ру» Сергей Васильев.

По итогам шести месяцев 2013 года «Метлайф Алико» собрала страховую премию в 4,288 млрд рублей (из них 3,169 млрд пришлось на страхование жизни). Эти два показателя выросли, соответственно, на 21% и 14% процентов. Страховые выплаты за тот же период составили 482 млн рублей, плюс так называемые «выплаты по дожитию» – еще 221 млн рублей.

Самая значительная доля продажи услуг по страхованию жизни, по словам Зарецкого, по-прежнему приходится на банковские каналы (40% в общем объеме). Но, согласно стратегии компании, эта доля должна постепенно сокращаться за счет более быстрого роста других каналов продаж.

Одним из самых быстрорастущих способов, в частности, является так называемое прямое страхование (директ-маркетинг) – продажа полисов по телефону, по Интернету, по почте. Большею частью, конечно, по телефону, причем звонки совершаются по клиентской базе банка-партнера. Минимальный страховой взнос при продаже таких программ – 5 тысяч рублей в год. Продаваемое таким образом страхование от несчастных случаев и болезней выросло по сравнению с прошлым годом на 242% (доля в общем объеме продаж – 15%).

На втором месте по темпам роста (99%) стоят продажи корпоративным клиентам (22% в общем объеме продаж). Розничные продажи через агентов и брокеров увеличились на 20%.

«Страхование здоровья при продаже кредитных банковских продуктов имеет свои факторы риска, – подчеркнул Зарецкий. – Мы не признаем страховыми случаями обострение тех заболеваний, которые уже были зафиксированы у страхователя на момент заключения договора, а также не распространяем страховое покрытие на инциденты, причиной которых стало нетрезвое состояние страхователя».

«Когда речь идет о покупке полиса на высокую сумму, мы применяем процедуру андеррайтинга, направляем клиента на медкомиссию за счет компании, – пояснил президент «Метлайф Алико». – Но это не относится к страховкам при потребкредитовании. Там, как правило, суммы небольшие, и андеррайтинг возлагается на банки (то есть практически отсутствует). Стоит помнить, что у менеджера банка есть собственная мотивация продать побольше страховок, не обращая внимания на обстоятельства. А у клиента потом возникают проблемы, если полис страхования признается недействительным. Возможные конфликты по этому поводу очень важны для формирования имиджа нашей компании. Поэтому в случаях, если хроническое заболевание у клиента существовало, но не было зафиксировано в его медкарте, мы соглашаемся на выплаты, не превышающие определенного лимита. Лимиты небольшие, раскрывать их не стану, поскольку это коммерческая тайна».

Источник: Клерк.ру , 16.07.13

Автор: Васильев С.