

Всероссийский союз страховщиков (ВСС) и AC&M запустили Индекс Цифрового Застрахованного – первый аналитический показатель в России, оценивающий уровень цифровизации продуктов и услуг страховых компаний для клиентов-физических лиц. По итогам первого расчета, Индекс составил 43%, что говорит о достаточно высокой степени доступности цифровых страховых сервисов и доверии к ним населения, а также о дальнейшем потенциале цифровизации отрасли.

Индекс Цифрового Застрахованного рассчитывается на основе трех групп параметров, исследующих взаимодействие страховых компаний с розничными клиентами в цифровой среде. Компоненты Индекса включают в себя данные страховых компаний, позволяющие оценить степень цифровизации их услуг. Кроме того, в рамках исследования, проводится социологический опрос потребителей, позволяющий оценить качество клиентского опыта в цифровых каналах продаж и готовность населения к полному переходу в онлайн.

Планируется, что Индекс будет рассчитываться регулярно и позволит участникам и клиентам отрасли лучше оценивать динамику ее цифровой трансформации.

Значение первого Индекса, рассчитанного по итогам первого полугодия 2020 г., составило 43%, что говорит о достаточно высокой доступности цифровых страховых сервисов и доверии к ним населения и отражает переломный момент в проникновении цифровых технологий в страховые услуги. Страховые компании широко внедряют цифровые решения, однако пока еще существует большой потенциал для роста в этом направлении.

Как показало исследование, цифровыми страховыми услугами в России пользуется более 40% населения с регулярным доступом к Интернету. Более 60% россиян готовы полностью перейти на цифровой формат взаимодействия со страховой компанией, а 25% людей готовы перейти на полностью цифровое страхование.

Основные выводы исследования, на основании которых был посчитан Индекс:

- Индекс Цифрового Застрахованного, по итогам первого полугодия 2020 г., составил 43%.
- Средневзвешенный показатель Digital Presence, отражающий интенсивность взаимодействия страховых компаний и клиентов в цифровых каналах продаж и обслуживания, составил 46%.
- Средневзвешенный показатель Digital Practice, отражающий степень цифровизации продуктов и услуг страховых компаний, составил 27%.
- Лидеры цифровой трансформации (компании с максимальными показателями Digital Presence и Digital Practice) демонстрируют показатели Индекса на уровне 55-75%.
- Цифровыми услугами страхования пользуется более 40% россиян с регулярным доступом к Интернету.
- По результатам опроса потребителей, более 60% клиентов готовы полностью перейти на цифровой формат взаимодействия со страховой компанией.
- Молодые люди демонстрируют более высокий уровень доверия цифровым страховым услугам, но также и более высокий уровень требовательности. Полностью цифровым услугам доверяет 20-30% россиян в возрасте 18-24 лет. Это позволяет прогнозировать дальнейший рост охвата населения цифровым страхованием по мере смены поколений

потребителей.

- Самый большой разрыв между уровнем осведомленности и уровнем использования наблюдается в области урегулирования страховых случаев. Во многом это вызвано тем, что далеко не все участники рынка предлагают широкий спектр услуг по онлайн-заявкам о страховых случаях и онлайн-урегулированию.

- Каждый пятый потребитель (20-25% респондентов) готов полностью перейти на цифровые услуги страхования. Доля таких клиентов среди молодежи существенно выше (для респондентов старше 45 лет – это 10-15%). При этом интересно, что в малых городах желание полностью перейти на цифровые услуги даже выше, чем в крупнейших мегаполисах.

Игорь Юргенс, президент ВСС:

«Цифровая трансформация страхования в России – неизбежный процесс, который в ближайшие годы станет основным драйвером отрасли. Страховщики, предлагающие качественный цифровой клиентский опыт, постепенно будут становиться компаниями первого выбора и укреплять лидерство, потому что сегодня для розничного клиента первоочередное значение имеют удобство и скорость получения услуги. А в этом цифре нет равных».

Владимир Скворцов, председатель комитета ВСС по электронной коммерции и цифровым сервисам, генеральный директор «АльфаСтрахование»:

«Страховщики незаслуженно имеют репутацию консерваторов, далеких от «цифры». Но это не так. Страховая индустрия активно внедряет новые технологии в работу, быстрыми темпами догоняя банковскую отрасль. За последние годы ситуация в отрасли фундаментально изменилась. Сочетание цифрового наполнения и физического контакта уже становится стандартом страхового сервиса. И результаты проведенного исследования – тому подтверждение. Индекс Застрахованного – важный для нас проект, который позволит нам не только оценивать динамику цифровизации на рынке, но и станет хорошим инструментом для анализа трендов потребительского поведения в «цифре», а также уровня доверия клиентов к нашим онлайн-сервисам, что, безусловно, важно для улучшения клиентского опыта компаниями в этом направлении».

Михаил Алексеев, управляющий партнер AC&M Consulting:

«Индекс Цифрового Застрахованного на уровне 43% доказывает, что цифровая трансформация страховой отрасли находится в горячей фазе и уже заметна клиентам. Однако пока говорить о том, что российская страховая индустрия полностью прошла цифровую трансформацию, было бы преувеличением. Если крупнейшие участники рынка подтянутся по цифровым показателям к его лидерам, то Индекс может быстро превысить 50%. При этом достижение 100%, вряд ли, возможно в силу того, что объективно сохраняется заметная доля пользователей, для которых по-прежнему очень важно личное общение при получении услуги, что подтверждается результатами проведенного опроса населения».

Методология расчета Индекса Цифрового Застрахованного разработана специалистами AC&M Consulting. Индекс рассчитывается по трем группам параметров.

- Первая группа позволяет оценить цифровое присутствие компаний (Digital Presence). Для этого рассматриваются доля обращений через сайт и другие цифровые каналы; доля клиентов, зарегистрированных в мобильном приложении и клиентов, имеющих личный кабинет на сайте страховой компании, а также доля договоров, выпущенных онлайн от общего количества заключенных договоров.

· Вторая группа параметров исследует цифровые практики страховых компаний (Digital Practice). В нее вошли такие показатели, как доля электронных полисов, выпущенных компанией; доля клиентов, воспользовавшихся возможностью подачи онлайн-заявления о страховом событии, и доля клиентов, воспользовавшихся онлайн-урегулированием страхового события посредством цифровых каналов.

· Третья группа параметров описывает цифровое восприятие (Digital Perception) клиентов страховых компаний – насколько «цифровыми» видят страховые компании потребители их продуктов и услуг. Значение этой метрики рассчитывается по итогам проведения социологического опроса*.

*Опрос проводился с 28 сентября по 12 октября 2020 г. среди «интернет-населения» в возрасте 18+, т.е. россиян, регулярно обращающихся к ресурсам сети Интернет, и воспользовавшихся хотя бы одной из страховых услуг за последние 12 месяцев. Особое внимание уделялось тому, чтобы столичный мегаполис, города-миллионники и более мелкие населенные пункты были пропорционально представлены в выборке. Всего в рамках исследования опрошены более 2100 человек.

Источник: Википедия страхования, 07.12.2020