

Оптимальное покрытие

Несмотря на кризис, наблюдается рост интереса корпоративных клиентов не только к накопительным, но и краткосрочным рискованным продуктам. Многие компании, которые были вынуждены отказаться от дорогостоящего ДМС, все чаще обращают внимание на недорогие программы страхования персонала, покрывающие риски травматизма, нетрудоспособности и смерти в результате несчастного случая, а также критических заболеваний.

Кризис внес свои коррективы в структуру спроса. Многие компании, которые понимают преимущества страхования, но не могут позволить себе накопительные программы, ограничиваются более доступными рискованными продуктами, утверждают в СК «ТАС». Однако значительное количество компаний по-прежнему предпочитают долгосрочные накопительные программы в целях дополнительной мотивации сотрудников, используя при этом налоговые льготы. Так, сборы СК «ТАС» по договорам корпоративного страхования за прошлый год составили свыше 13 млн. грн., большая часть которых – платежи по накопительным программам, рассказали в компании. «В этом году мы намерены продолжать деятельность в корпоративном секторе рынка, который, по нашим прогнозам, будет активно расти», – рассказал Андрей Власенко, председатель правления СК «ТАС».

В СК «Украинская страховая группа Жизнь» подтверждают тот факт, что корпоративных клиентов интересуют программы страхования жизни как краткосрочные, так и долгосрочные. Одни планируют пакеты для всех сотрудников, но с некоторой градацией условий – топ, средний и обычный уровни, другие – только для топов или для топов и среднего уровня. «Планируемые объемы, как правило, не выходят за

рамки, законодательно предусмотренные для льготного налогообложения (по долгосрочным договорам)», – рассказала председатель правления СК «УСГ Жизнь» Оксана Голеншина. По ее словам, за прошлый год все ранее заключенные корпоративные договоры остались действующими без изменений, за год появились четыре новых. В этом году компания ожидает более существенных по сравнению с прошлым годом результатов.

Результаты 2009 года по корпоративному страхованию – повод для гордости «Renaissance Life Украина». По итогам прошлого года компания собрала почти 16 млн. грн. страховых платежей по этому виду страхования. «Корпоративное страхование в нашей компании всегда продавалось активно. Подобная тенденция будет и в 2010 году. Наш департамент по работе с корпоративными клиентами продолжает развиваться в направлении увеличения количества клиентов. Кроме того, мы сотрудничаем

» Никогда не экономьте на страховании, и Ваши дела пойдут в гору «

Джон Д. Рокфеллер

Продукт

Страховая программа «Освіта» от «ПЗУ Украина страхование жизни»

«ПЗУ Украина страхование жизни» разработала эксклюзивное предложение для работников сферы образования по коллективному страхованию жизни под названием «Освіта».

«Освіта» – это страховая программа европейского уровня с продуманным набором рисков и реальным объемом страховой защиты. Как рассказали в компании, предложение разрабатывалось с учетом опыта материнской компании «PZU SA», так как в Польше подобная программа востребована и успешно действует уже долгое время.

Объясняя особенности программы, Збигнев Шольга, генеральный директор СК «ПЗУ Украина страхование жизни», отметил, что, приобретая такой полис, работники сферы образования смогут получить по оптимальным ценам реальную надежную страховую защиту своей жизни, а также здоровья. Кроме того, программа предусматривает страховую защиту для членов их семей, в частности, в случае утраты кормильца. Уникальное на страховом рынке Украины предложение, разработанное специально для работников сферы образования, максимально соответствует их потребностям и финансовым возможностям.

Кроме того, застраховавшись в СК «ПЗУ Украина страхование жизни», клиенты гарантированно получат упрощенную систему документооборота и четкую схему процедуры урегулирования убытков при наступлении страхового случая.

Условия программы:

Страхователи – работники сферы образования, а также члены их семей возрастом от 20 до 60 лет включительно.

Необходимые условия – страхование коллектива от 11 человек, включая супругов.

Необходимые документы – упрощенная форма заявления на страхование жизни.

Страховая защита – 24 часа в сутки на территории всего мира.

Срок страхования – 1 (один) год.

Варианты страхования

| Страховые случаи | Страховые выплаты, грн. | | |
|---|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | 1 | 2 | 3 |
| Уход из жизни вследствие болезни | 23 000 | 30 000 | 42 000 |
| Уход из жизни вследствие НС | 46 000 | 60 000 | 84 000 |
| Инвалидность I группы вследствие болезни | 16 000 | 30 000 | 42 000 |
| Инвалидность I группы вследствие НС | 16 000 | 30 000 | 42 000 |
| Инвалидность II группы вследствие болезни | - | 30 000 | 42 000 |
| Инвалидность II группы вследствие НС | - | 30 000 | 42 000 |
| Травматические повреждения вследствие НС | От 1 до 100% max 23 000 | От 1 до 100% max 30 000 | От 1 до 100% max 42 000 |
| Критическое заболевание | 12 500 | 25 000 | 35 000 |
| Страховой платеж на одного застрахованного в месяц, грн. | 30 | 50 | 70 |

с корпоративными клиентами в рамках брокерских проектов, а также агентской сети. Считаю этот сегмент рынка очень перспективным», – убеждена Юлия Бойко, директор по продажам «Renaissance Life Украина».

Страхование жизни будет все более популярным у корпоративных клиентов, уверена Светлана Кандыба, директор по развитию корпоративных продаж СК «Фортис страхование жизни Украина». «Несмотря на всю сложность ушедшего года как для рынка финансовых услуг в целом, так и для компаний по страхованию жизни, СК «Фортис страхование жизни Украина» разработала и заключила несколько проектов как по накопительному, так и по рисковому страхованию жизни. Некоторые договоры были заключены при участии брокеров», – рассказывают в компании.

Интересных продуктов – как рискованных, так и накопительных – у игроков лайфогового рынка достаточно. Однако все чаще корпоративные клиенты отдают предпочтение краткосрочным программам, констатируют игроки рынка. Корпоративный клиент сегодня очень требовательно подходит к выбору страхового партнера, ориентируясь, в первую очередь, на качество услуг и клиентского сервиса. Поэтому компаниям не только необходимо соответствовать ожиданиям своих клиентов, но и по возможности превосходить их, оперативно реагировать на различные ситуации. «И обязательно, чтобы эти ситуации были связаны со страховыми событиями. Мы готовы пойти навстречу нашему клиенту в те моменты, когда финансовая ситуация вынуждает пересматривать первоначальные условия договора», – говорит Андрей Власенко.

Критические заболевания – тренд сезона

Фактически залог успеха в том, чтобы понять, что нужно клиенту, а затем предложить оптимальный вариант. Последний заключается в том, чтобы предложить клиенту бюджетный продукт, который при этом покрывает актуальные для работодателя риски. Страхование критических заболеваний – это страхование на случай наступления серьезной небезопасной болезни (рака, инсульта, инфаркта, почечной недостаточности и т.д.). Лечение большинства критических заболеваний (например, онкологических или сердечно-сосудистых) финансируется государством, однако получить серьезное лечение по «бюджетной» линии удастся сегодня далеко не всем. Добровольное медицинское страхование как альтернатива государственной медицине также не решает эту серьезную проблему. Программы ДМС могут включать госпитализацию и даже оперативное вмешательство на случай экстренной необходимости, однако возможность лечения в элитных клиниках значительно увеличивает стоимость таких полисов. В то же время программы рискованного страхования лайфоговых компаний, рассчитанные на страхование от критических заболеваний, довольно оптимальны по цене. Например, одна из программ рискованного страхования СК «ТАС» (кроме критических заболеваний включает также риски смерти и переломов) может быть приобретена за 200 грн. годового взноса.

Все вышесказанное определило повышение спроса на программы, имеющие в своем составе страхование от критических заболеваний. Такой вывод подтверждают показатели продаж: начиная с 2008 года СК «ТАС» заключила более 2000 договоров по программам страхования критических заболеваний с общим объемом премий около 700 тыс. грн.

Все основные программы СК «Юпитер» включают страхование от критических заболеваний как дополнение к основному страхованию (накопительному). Клиент может застраховать себя на случай наступления критического забо-



Основные тенденции страхования персонала, %

| Вид страхования | ДМС | Медицинские расходы при бизнес-поездках за рубеж | Жизнь |
|------------------|-------|--|-------|
| Взнос сотрудника | 10-50 | 0 | 10-80 |

Источник: АСК «ИНГО Украина ЖИЗНЬ»

левания до 60 лет, при этом тариф рассчитывается индивидуально для каждого страхователя. Перечень заболеваний состоит из 24 пунктов, например, таких как инфаркт миокарда, инсульт, рак, тяжелые ожоги и т.д. ЗАО «СК СЕБ Лайф Юкрейн» в продукте накопительного страхования жизни «Спокойная жизнь» также предлагает дополнительное покрытие «Критические заболевания». Суть данного покрытия заключается в том, чтобы оказать материальную поддержку застрахованному в случае диагностирования у него одного из 11 критических заболеваний, уточнили в компании: «Проанализировав наш текущий портфель накопительных договоров по продукту «Спокойная жизнь», где данное покрытие доступно клиентам для выбора, мы выявили, что 50% клиентов выбрали покрытие «Критические заболевания».

Реальные «НО»

Компании-посредники констатируют невысокий интерес к корпоративному страхованию жизни. До сих пор этот вид являлся для них малоинтересным, поскольку отличается довольно сложной процедурой продажи, для которой необходима высокая подготовка консультанта. Это с одной стороны. А с другой, многие констатировали, что по сути корпоративная продажа нередко

сводилась к диалогу об интересе конкретного руководителя в страховании, тогда как корпоративный полис приобретался лишь для галочки. «В прошлом году компания осуществила минимум корпоративных продаж. Как показывает опыт, такие продажи не способствуют росту уровня профессионализма и качества работы консультантов в МЛМ. Компания не запрещает заключать корпоративные контракты, но акцентирует внимание на том, что профессиональное развитие возможно только с помощью индивидуальных продаж, именно поэтому количество корпоративных продаж составляет не больше 10% от общего их

количества», – резюмирует заместитель директора BROKER SERVICE GROUP Владимир Иномистов.

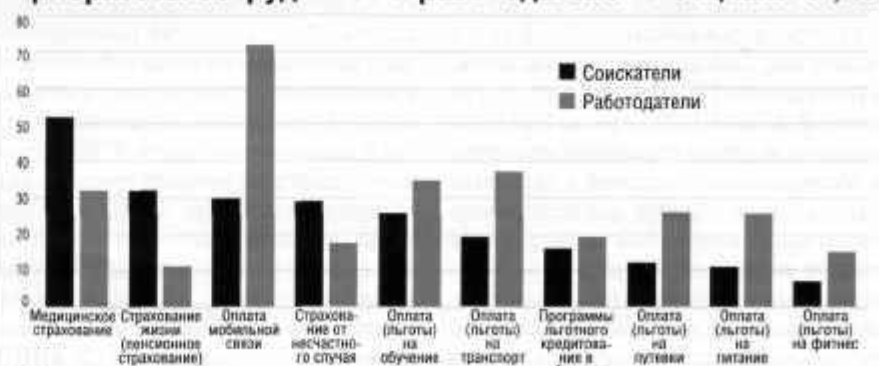
Совсем иначе обстоят дела с продажей страхования критических заболеваний. С 1 ноября 2008 года консультанты компании имели возможность предлагать клиентам продукты страхования от критических заболеваний, рассказали в BROKER SERVICE GROUP. «На сегодняшний день данный продукт является востребованным», – подчеркивает Владимир Иномистов.

Компания «Salve Finance Украина» также не работает с корпоративными клиентами. А полисы страхования от критических заболеваний хоть и есть в продуктивном портфеле посредника, однако, по словам директора компании Ярослава Колоса, не пользуются особой востребованностью (по статистике компании, их покупают до 10% клиентов) из-за своей дороговизны и лимита действия по возрасту.

Компания «Киевфинанс» в прошедшем году больше внимания уделяла медицинскому страхованию, поэтому в 2009-м новых корпоративных договоров страхования жизни было немного. Сработали те, переговоры по которым велись еще с 2008 года, рассказывает директор этой компании Светлана Липчинская. «Договоры были как рискованные, так и накопительные», – отмечает она. Что касается критических заболеваний, то в «Киевфинанс» такое страхование присутствовало всегда в накопительных договорах страхования жизни физических лиц. При этом, констатирует топ-менеджер, для корпоративных клиентов, к сожалению, данный продукт можно включить только в рискованные договоры, поскольку включение его в договоры долгосрочного страхования жизни лишает их налоговых льгот.

Екатерина Щеглова

Приоритеты сотрудников и работодателей в соцпакете*, %



* Не всегда предпочтения по содержанию соцпакета сотрудников совпадают с существующими предложениями работодателей

Источник: опрос «Соцпакет: предложения и ожидания». HeadHunter (hh.ua), март 2009