

Мы не просто продаём страховую услугу, мы идем по жизни вместе с нашими клиентами и партнерами



Ключевые драйверы роста для индустрии life-страхования одинаковы во всех странах и регионах – это рост ВВП, уровень личного благосостояния граждан, а также качественные каналы продаж, существующие в стране и ориентированные на рост числа консультантов, их профессионализм и работу по ознакомлению населения с насущной проблемой социального обеспечения, считает **Мирослав Кисык**, генеральный менеджер MetLife в Польше, ранее занимавший должность предправления MetLife в Украине.

Назовите наиболее значимые факторы, от которых будет зависеть развитие лайфвого страхования в Украине?

– Когда люди вынуждены экономить на питании, отказываться от необходимого лечения и с трудом оплачивают коммунальные счета – конечно, они не могут задумываться о долгосрочных накоплениях. В Украине это, к сожалению, большой процент домохозяйств, по разным оценкам, 28–45%. И это, безусловно, не облегчает работу на рынке.

Но есть еще как минимум 55% населения, и для продвижения идеи страхования жизни среди тех, кто все-таки находится над порогом "страховой бедности", главным фактором является информационная активность всех участников рынка. Это особенно актуально в условиях, когда государство вынуждено пересматривать и сокращать свои социальные обязательства – пусть даже неочевидными методами. Мы должны открыто сказать потенциальным потребителям: если Вы не позаботитесь о своём будущем сами – никто не сможет сделать это за Вас. Страхование – подходящий инструмент, смотрите, что он

может дать. И страховые компании, и посредники, и государство должны показать украинцам, как работает страхование жизни, и какие реальные преимущества даёт такой инструмент. При этом мы должны отдавать себе отчет, что этот процесс займет не годы, а, возможно, десятилетия.

Ваши прогнозы по поводу пенсионной реформы в Украине. Найдется ли в ней место страховщикам жизни?

– Мы в MetЛайф стараемся быть сдержанными в любых прогнозах, и больше любим обсуждать результаты. На сегодня неоспоримым для всех является один факт – пенсионная система Украины должна быть реформирована и будет реформирована в ближайшие годы, так как существующая солидарная система пенсий истощает государственный бюджет, и это не может продолжаться бесконечно.

Как показывает опыт других стран, реформирование – непростая задача, и нужно понимать и принимать во внимание очень много аспектов проведения реформы. Кроме того, период перехода от

существующей системы к новой обычно занимает весьма длительное время. На мой взгляд, главная задача правительства Украины – правильно просчитать план финансирования именно в этот переходный период.

Что касается роли страховщиков в реформировании пенсионной системы Украины, то мы все знаем, что частные долгосрочные накопления являются одним из главных направлений в страховании жизни, и, вместе с тем, важной составляющей любой многоуровневой пенсионной системы. Следовательно, я не вижу такого сценария развития событий, где накопительное страхование жизни не сыграло бы свою роль в ключе пенсионного обеспечения украинских граждан на своем уровне.

Достигнуты ли поставленные цели в 2017 году? Назовите ключевые достижения MetLife в Украине.

– В 2017 году мы продолжили расти – это видно и по объему собранных страховых взносов, и по другим показателям. При этом мы сместили наш фокус с объемов продаж в сторону баланса между ростом и качеством, и главным достижением считаем именно значительный прогресс в этом направлении нашей стратегии.

Также мы смогли диверсифицировать наши источники дохода и стали эффективнее управлять растущими объемами с умеренными расходами. Мне приятно говорить о том, что бизнес-результаты компании в Украине в 2017-м снова, как и в предыдущие несколько лет, оказались одними из лучших среди всех стран присутствия MetЛайф в Регионе EMEA (Европа, Ближний Восток и Африка).

С какими проблемами сталкивается ваша компания на лайфговом рынке?

– Наша компания не сталкивается с какими-то специфическими проблемами – только с теми, с которыми сталкивается каждый игрок на этом рынке. Об этом мы говорим постоянно на общих встречах с другими страховщиками в попытке исправить ситуацию. Прежде всего, это вопросы уплаты ЕСВ по договорам корпоративного страхования жизни. Без решения этой проблемы сложно говорить о полноценном включении услуг страховщиков жизни в 3-й уровень пенсионного обеспечения в Украине, о приобретении юридическим лицом договоров страхования жизни в пользу своих сотрудников.

Как изменилась клиентская структура компании, учитывая уход с рынка страхования жизни ряда игроков?

- Уход с рынка кого-то из игроков не меняет клиентский профиль в украинском life-страховании. Компании, которые этично уходят с рынка - передают свой портфель преемникам, и ничего нового не происходит. Недобросовестные игроки портят репутацию отрасли в целом, мешают притоку новых потребителей, но обманутые ими клиенты не спешат искать нового провайдера страховых услуг, они пытаются получить назад свои сбережения. Поэтому нельзя говорить о том, что после ухода нескольких компаний лайф-страхования изменились клиенты, их тип, их предпочтения, или рынку от ушедших компаний "досталась в наследство" какая-то другая группа клиентов. Тем не менее, мы отмечаем приток новых партнеров от таких страховщиков в МетЛайф. Мы рассматриваем их предложения, но ориентируясь, в первую очередь, на качество их работы и потенциал развития.

Изменился ли клиент и его восприятие лайф-продукта?

- Клиент везде один - это люди, которые осознали ответственность за своё финансовое благополучие и будущее своих близких. Чаще это люди в возрасте 30 лет и старше, имеющие семью и детей, среди них много тех, кого называют поколением "сендвича": то есть зрелые, самостоятельные люди, которым нужно заботиться и о младшем поколении - взрослеющих детях, и о стареющих родителях. Это те, на чьих плечах лежит максимальная финансовая ответственность в их семье.

Как вы считаете, в чем заключается залог успеха вашей компании?

- Залог успеха - принципы и ценности, которые лежат в основе бизнеса МетЛайф и которые отражены в нашем слогане: "Путешествуем по жизни вместе!". Нам не интересно просто продать страховую услугу, мы действительно идем по жизни вместе с нашими клиентами и партнерами. Мы действительно рядом в самых сложных ситуациях, хотя намного приятнее вместе радоваться - например, тому, что наш клиент смог оплатить учебу ребёнка в престижном университете благодаря накоплениям с МетЛайф. Весь наш бизнес, каждый процесс, каждый проект и, главное, - каждый сотрудник компании ориентированы на то, что мы должны быть рядом с нашим клиентом, обеспечить ему лучшую защиту и лучший сервис на долгие годы. В этом я вижу залог успеха МетЛайф в Украине.

Как вам удается удерживать ключевых сотрудников и партнеров, учитывая рост appetites продавцов и посредников?

- Мы работаем с профессионалами. А профессионалу важен не сиюминутный доход, а репутация в глазах клиентов, сервис, порядочность и надежность стра-

хового партнера. Эти факторы важны не потому, что упоминать о них - благородно и красиво. Все намного проще: только с таким подходом можно построить системный посреднический бизнес в страховании жизни, наращивать свой клиентский портфель и свою прибыль в долгосрочной перспективе. Профессионалы это понимают и потому выбирают МетЛайф.

Учитывая активный рост портфеля компании, как вам удается оставаться прибыльными?

- В первую очередь, хочу сказать, что в страховании прибыль и оборот - далеко не всегда противоречащие показатели. Часто чем больше портфель, тем больше наша прибыль, поэтому мы только рады такому росту. В свою очередь, мы качественно планируем свою деятельность, и у нас в компании есть то, что принято называть "дисциплиной реализации". Это значит, что мы действительно работаем над воплощением своих планов, стратегий и идей. Мы инвестируем только в целевые проекты, отслеживаем эффективность их внедрения, и при этом постоянно минимизируем непродуктивные траты. Ну и, конечно, мы умеем управлять деньгами - сама сфера life-страхования к этому обязывает.

Структура портфеля нашей компании изменилась благодаря росту продаж в канале банкострахования в 2017 году. Этот рост стал возможен благодаря наращиванию числа партнеров в этом направлении. К нам также приходят новые партнеры в канале индивидуальных продаж.

Какие новые сервисы внедряются в компании для клиентов и партнеров?

- 2017-й стал исключительным годом именно для этого направления в компании: мы не только внедрили большое количество сервисов для партнеров и клиентов, но и во многом упростили наши процессы, чтобы улучшить предоставляемый сервис. Причем речь идет о сервисе МетЛайф для всех, включая партнёров, независимых финансовых консультантов: в этом аспекте мы также воспринимаем их как клиентов. Кроме того, мы разработали достаточно много активностей, направленных на улучшение не только нашего сервиса, но и для развития нашей совместной сервисной работы с партнерами. Мы хотим, чтобы наши партнеры разделяли клиентскую философию МетЛайф "Путешествуем по жизни вместе" на практике, где на каждом этапе жизни клиента мы и наш партнер идем рядом с ним и поддерживаем его.

Сегодня говорят о диджитализации страхового бизнеса, если страховщики жизни перейдут на электронные договоры страхования полностью как это повлияет на их расходы и комиссии посредникам и агентам?

- На мой взгляд, говорить о диджитал-страховании и электронном полисе в секторе life неоправданно рано для Украины. В обществе ещё не сформирована практика потребления услуги, нет опыта пользования, в 99% случаях клиенту нужна живая консультация, и желательно - не одна, а серия встреч с представителем компании.

Но при этом мы успешно внедряем диджитал-решения там, где это уже приносит реальную пользу. Например, систему работы партнеров и агентов с электронными заявлениями. Мы переняли этот опыт у других компаний, которые входят в состав МетЛайф, и успешно реализуем эту практику. Она помогает всем, так как ускоряет выпуск полиса для клиента, упрощает работу консультанта и экономит затраты страховщика. Это "win-win decision" для всех, и мы наращиваем обороты таких договоров, мотивируя продавцов следовать новым тенденциям цифрового документооборота.

В этом году МетЛайф усилила свои позиции на рынке корпоративного страхования жизни, несмотря на высокую конкуренцию. За счет чего удалось этого достичь?

- Мне очень нравится выражение: дорогу осилит идущий. Корпоративный канал продаж непростой, так как действительно мало развит в Украине и в нем ведется активная конкурентная борьба. Рост наших оборотов B2B-направления состоялся благодаря тем же принципам и той же стратегии: будь лучшим для клиентов и партнеров в сервисе и продуктах, "путешествуй по жизни" вместе с ними - и результат не заставит себя ждать.

По вашему мнению, что ждет страховой рынок Украины в ближайшие 5 лет?

- Я прогнозирую рост, и для этого есть множество причин и предпосылок. В первую очередь, это связано с положительными тенденциями, которые постепенно формируются в экономике страны. Рост заработной платы, развитие новых ниш и индустрий украинского бизнеса, постепенное улучшение климата и очистка финансового, в том числе банковского сектора, будет способствовать развитию и росту в сфере страхования жизни. Возможное изменение законов в части уплаты ЕСВ - огромный плюс и отправная точка роста для корпоративного страхования жизни. Наша совместная работа с партнерами индивидуального страхования по преодолению финансовой безграмотности населения - бесценный труд, который также постепенно начинает приносить свои результаты. Множество тенденций говорит о том, что нашему рынку - быть, расти и вполне возможно состояться не только в масштабах Украины, но и Европы. И я искренне желаю успехов всем нам в этом!