INTOUCH

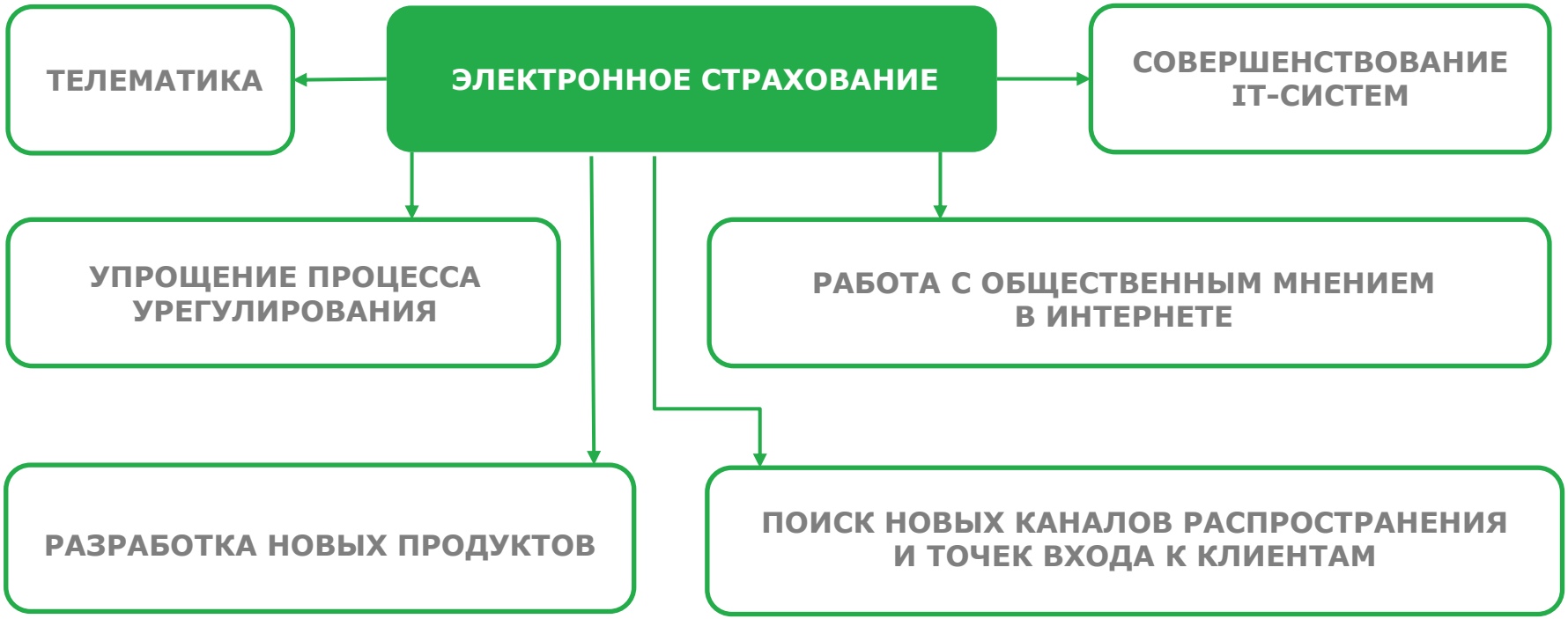
Онлайн страхование: проблемы и перспективы

Страхование развивается в ногу с технологическим прогрессом и глобальной сетью Интернет. С каждым годом бизнес-процессы и сфера услуг начинают использовать Интернет все более активно. А пользователи, то есть мы с вами, привыкаем выходить в сеть, чтобы совершать казалось бы рутинные действия, такие как покупки, планирование отпуска, общение с друзьями, получение квалифицированной помощи и советов.

Компания INTOUCH полностью ориентирована на работу в онлайне.

Этому способствует не только наша модель продаж «директ-страхование», но и регионы, на которых мы сосредоточены. Жители Москвы и Санкт-Петербурга являются наиболее активными пользователями сети Интернет. В регионах и среди старшего поколения жителей нашей страны показатель компьютерной грамотности не такой высокий. Поэтому мы предполагаем, что эти сегменты аудитории со временем дадут толчок развития специализированным сервисам, которые будут оказывать консультационные услуги и помогать приобрести электронные страховые полисы.

Для INTOUCH электронное страхование не ограничивается вводом электронных полисов. Это комплексная работа по внедрению технологий



«Интернет вещей»

Как мы можем видеть с создания первого компьютера до сегодняшних дней Информационные технологии развиваются в геометрической прогрессии. Тоже самое можно сказать об развитии Интернета. С 1969 года с года создания ARPANET произошли огромнейшие изменения и распространения сети на весь мир, в том числе с 22 января 2010 года прямой доступ в интернет получил экипаж Международной космической станции.

«Интернет вещей» - это следующая ступень развития Интернета и для подготовки в ее развития всем стоит задуматься, какие проблемы и перспективы может принести нам такое развития сети Интернет.

«Интернет вещей» (Internet of Things, IoT) — специальная сеть, соединяющая окружающие предметы с интернетом. В данный момент создается Консорциум развития проектов в области «интернета вещей» (Фонд развития интернет-инициатив (ФРИИ), крупнейшие операторы связи и холдинг GS Group), который должен выработать общий стандарт IoT для России, то есть то, как должны работать протоколы и интерфейсы внутри российского «интернета вещей».

Преимущества электронного страхования

Определение понятия электронного страхования

Электронное страхование- это возможность приобретения страхового полиса через интернет-сайт страховой компании либо страхового посредника, который включает:

1. выбор страхового продукта
2. расчет тарифа
3. определение страховой суммы
4. он-лайн оплата страховой премии
5. получение всех необходимых документов в электронном виде

Чем выгодно электронное страхование для потребителя

- Удобный и прозрачный процесс приобретения страховой защиты
- Снижение стоимости страхования в виду сокращения расходов страховщиков
- Гарантия качества приобретаемых продуктов в виду открытости информации
- При надлежащем развитии электронного страхования есть возможность снижения уровня расходов, что влечет за собой как предоставление более привлекательных ценовых предложений для клиентов , так и расширение продуктовой линейки в системе он-лайн продаж. Данные инструменты являются актуальными и эффективными механизмами для увеличения популярности страхования в целом среди населения.

Чем выгодно электронное страхование для Государства

- Создание прозрачного управляемого процесса с использованием передовых технологий
- Раскрытие информации на сайтах компании позволяет осуществлять превентивный мониторинг страховых компаний со стороны регулирующих органов гарантируя стабильность отрасли и защиту потребителя

Чем выгодно электронное страхование для страхового сообщества

- Контроль над каналами дистрибуции
- Полная управляемость процессом продаж и удовлетворенностью клиентов
- Сокращение РВД

Перспективы

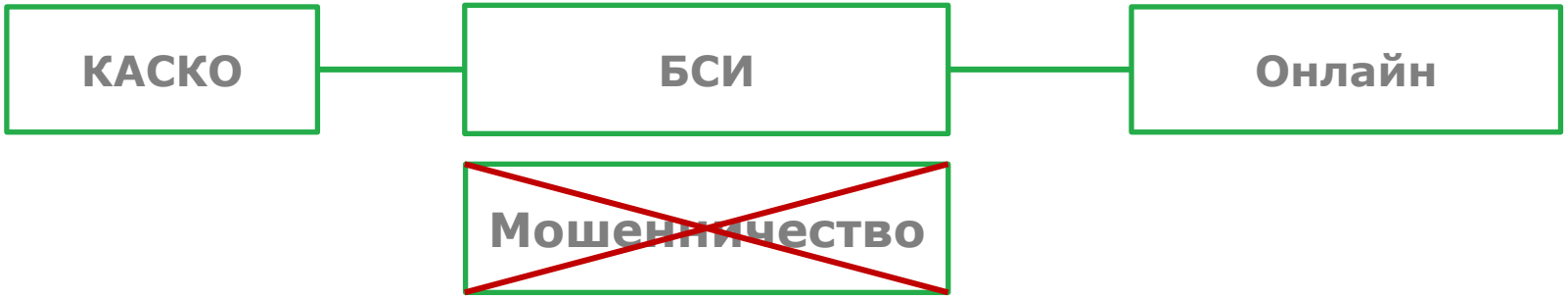
По Каско мы видим перспективу в развитии электронного страхования в дилерских центрах. А также в развитии специальных высокотехнологичных продуктов, таких, например, как наш продукт «Молодой водитель», Каско с телематическим устройством для автомобилистов от 18 до 26 лет. Уже сегодня мы имеем успешные продажи в этом рисковом сегменте, проникновение продукта составляет 25%.

В страховании для выезжающих за рубеж процесс продажи электронных полисов давно отлажен, поэтому мы можем сосредоточиться на поиске актуальных маркетинговых решений для продвижения продукта. Помимо стандартных способов продвижения в интернете (seo, контекстная реклама, медийная реклама), мы внедряем спецпроекты с крупными новостными и отраслевыми порталами, развиваем партнерские отношения с туристическими агрегаторами.

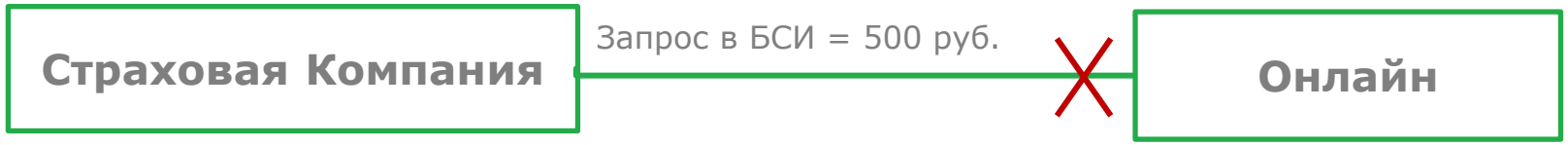
Онлайн страхование

Проблемы

Перспективы



НО:



Онлайн страхование

Проблемы:

Простая ЭЦП

Предварительная идентификация + договора заключаются в основном на один год равно отсутствие Онлайн страхования.

Усиленная ЭЦП:

- Не распространено среди физических лиц
- Разные удостоверяющие центры использовали разные методы проверки ЭЦП.

Перспективы:

Возможные проблемы:

- Интеграция всех страховых организаций - проблема обработки информации.
- Зависимость от ЕГАИС в части тех. поддержки в случае возникновения проблем с сервисом ЕГАИС.

Решение проблем:

- Повышение осведомленности населения об использовании усиленной ЭЦП физическим лицом и ее доступности;
- Возможность выдачи Усиленной ЭЦП при выдаче, замене паспорта гражданина РФ;
- Разработка сервисов Страховщиками по использованию в автоматическом режиме ЭЦП физического лица.

Проблемы

- **Проверка достоверности**. Когда система, как это происходит в случае сбора больших данных, получает миллионы вводных, надо убедиться, что каждый бит информации заслуживает доверия и является актуальным.
- **Безопасное хранение данных.** В прошлом IT-менеджеры контролировали перемещение данных, но в эпоху big data ручное управление этими процессами является несостоятельным. Автоматическое перемещение данных по уровням требует дополнительных механизмов безопасности.
- **Безопасная обработка информации.** Безопасность при обработке персональных данных клиентов требует разработки доп. мер для защиты таких данных не только при их хранении, но и на этапе сбора данных.

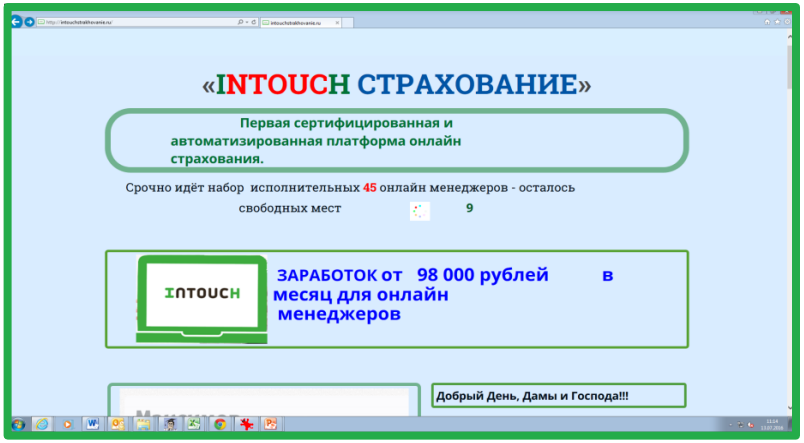
Проблемы развития онлайн страхования

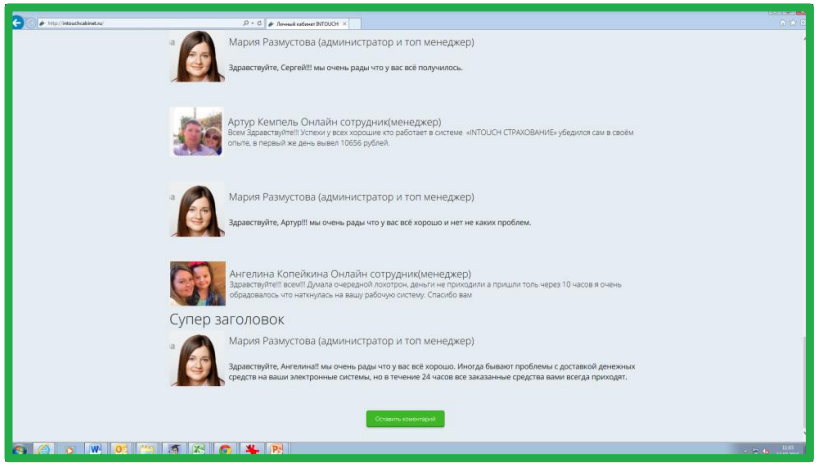
В связи с тем, что развитие страхование это достаточно новое направление, на пути к развитию онлайн страхования встречаются такие преграды как мошенничество лиц, пытающихся заработать на узнаваемости бренда, наивности потребителей.

В данный момент существует только один действенный метод работы с данными случаями – в судебном порядке.

Также можно взаимодействовать с Интернет поисковиками: Яндекс и Google для исключения данных сайтов из рекламной сети и поиска.

Разработка действующего эффективного механизма по защите бренда Компании – это одна из ключевых задач компаний, выходящих или развивающих онлайн страхование.





Поддельные сайты страховых компаний, разные сайты, предлагающие быстрый заработок могут создаваться с удивительной скоростью, и выстраивание практики и нормативных требований будет в фокусе ближайшие 2-3 года.

Финансовые потери страховых компаний от таких сайтов не такие большие как репутационные потери. Потребитель, не искушенный в Информационных технологиях, будет в первую очередь винить компанию, бренд который используется на таких сайтах, а потом уже разбираться во всем.

Так что на все страховые компания ляжет ответственности по борьбе с недобросовестными владельцами мошеннических сайтов, путем операционной работы и лоббирования интересов отрасли на законодательном уровне.

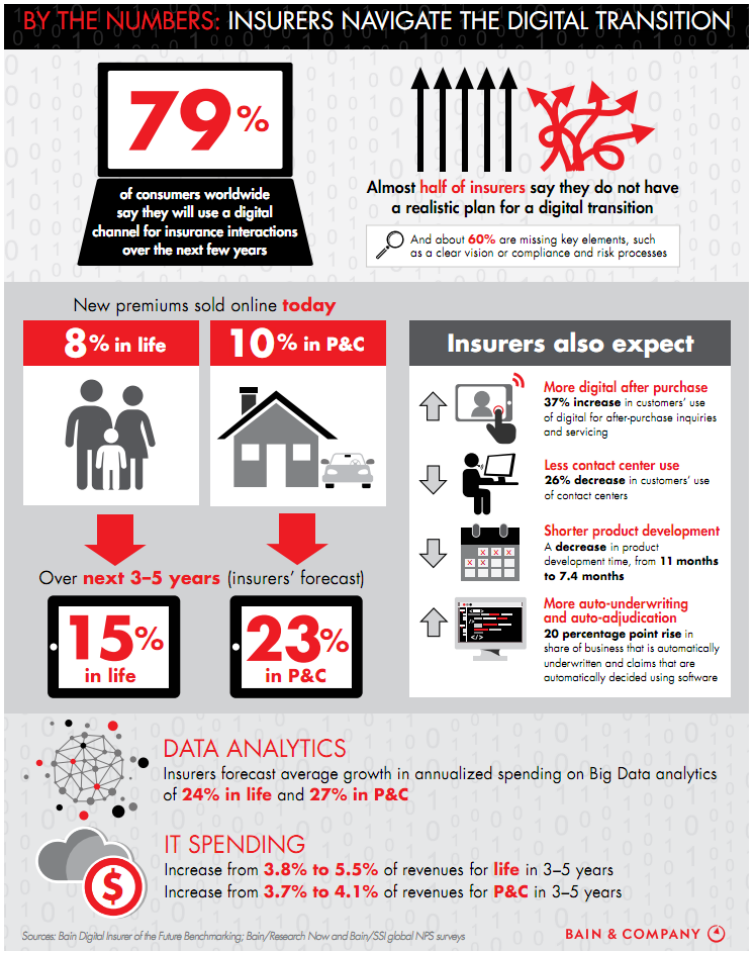
Как пример на видео и музыкальный контент распространяет упрощенный порядок защиты.

Опыт Великобритании

- Электронное ОСАГО было запущено в 2010 г.
- 40 млн. бланков направлялось страховщикам ежегодно.
- Выгода £ 33,5 млн. за год для Страховщиков
- Информация о всех моторных страховых полисах хранится в базе

Опыт онлайн взаимодействия с клиентами в Мире

- Согласно исследованию Bain & Company 79 потребителей будут использовать взаимодействие со страховыми организациями в ближайшие несколько лет.
- В ближайшие 3-5 года в мире рост сбора премий онлайн возрастет с 8 до 15% (страхование жизни) и с 10 до 23 процентов (общее страхование).
- Использование Big data уже сейчас является очень важной составляющей ведения страхового бизнеса в Европе и особенно в Америке.
- Страховщики в Европе и Америке планируют за счет внедрения онлайн практик в страховании уменьшить загрузку Контакт-центра на 26%.
- Также использование онлайн технологий, а также Big data позволит на 20% увеличить долю страховых случаев, решения по которым принимается автоматически без участия андеррайтеров или других сотрудников страховой Компании.



INTOUCH 8 (800) 444 44 44

WWW.IN-TOUCH.RU
WWW.FACEBOOK.COM/INTOUCH.INSURANCE
TWITTER.COM/INTOUCH_INSUR