Габидулин И.А.
Заместитель Председателя Правления ФСПУ
к.т.н., доцент

Особенности дистрибуции страховых продуктов в современных условиях

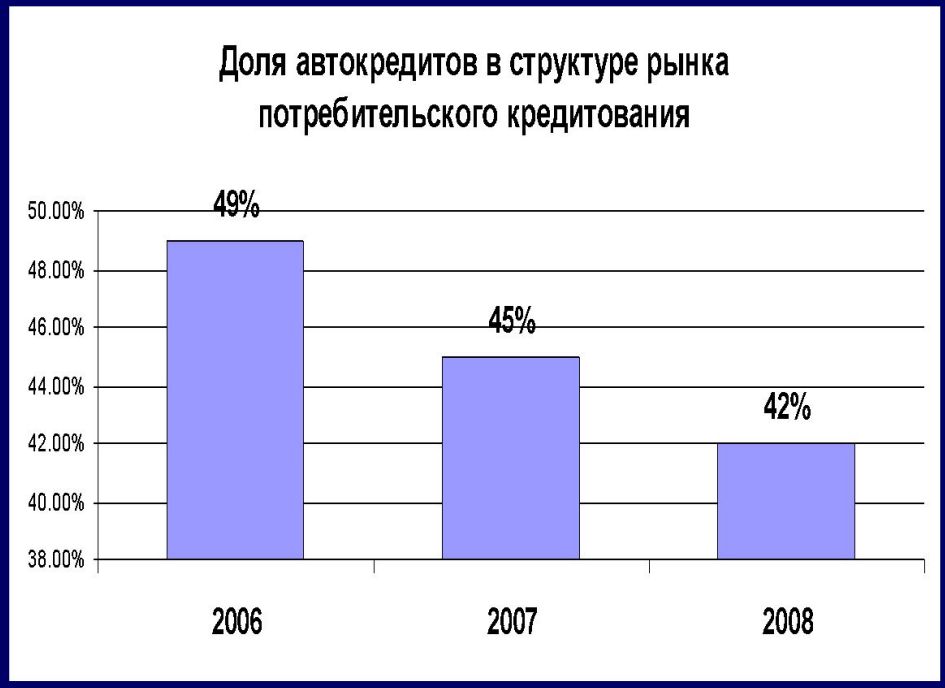
«Если верно, что человечество учится на своих ошибках, нас ожидает блестящее будущее»
Лоренс Питер

Яремча, 15-17 февраля 2010

VI Международная Карпатская страховая

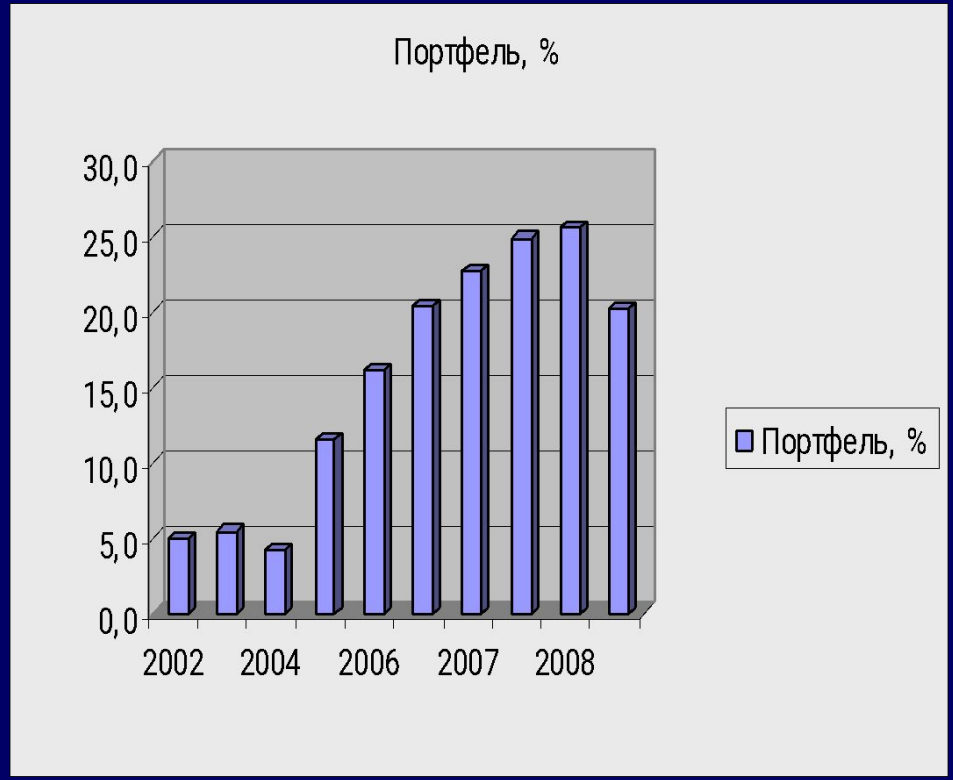
Объем автокредитования

Источник: «Догмат Украина» и «Эксперт РА»



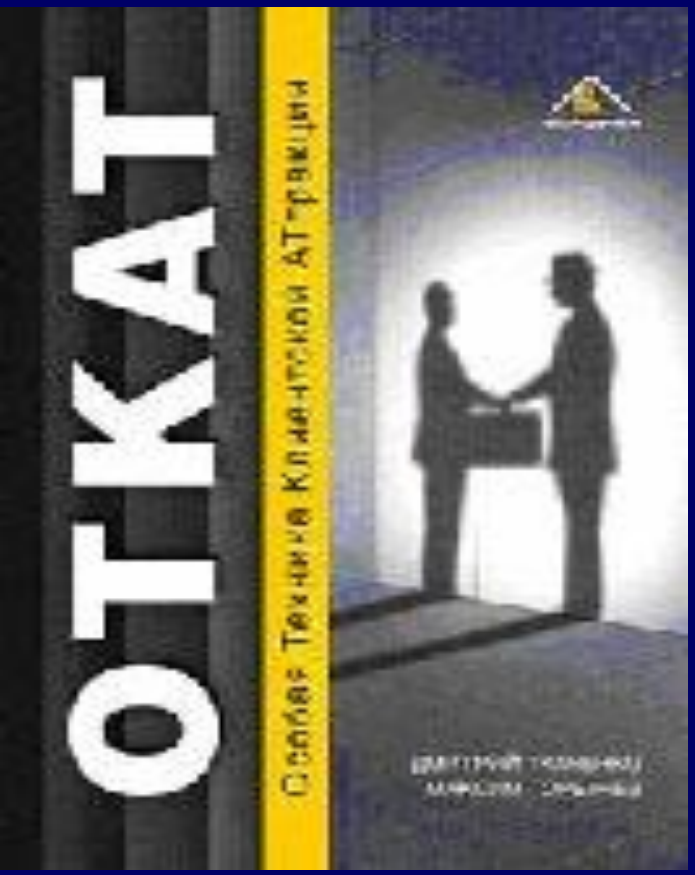
Источник: «Догмат Украина»

Прирост премий и портфель по КАСКО



Каналы продаж

О.Т.К.А.Т



О.Т.К.А.Т. — Особая Техника Клиентской Аттракции.

Ткаченко Д., Горбачев М.

«Взятка», «оказать почесть», «проявить уважение», мзда», «корм», «добыча», «подарок», «детишкам на молочишко», «вернуть долг», «любостяжательность», лихоимство», «сребролакомство»
(Владимир Даль)

Яремча, 15-17 февраля 2010

VI Международная Карпатская страховая

3. Немного об аутсорсинге

Четыре причины, связанные с некоторой предубежденностью и недостаточной информированностью страховщиков об аутсорсинге вообще.

- Представление об оплате услуг страховых посредников.
- Недооценка затрат, связанных с содержанием собственных подразделений продавцов.
- Нежелание рассматривать вопросы аутсорсинга руководством страховых компаний.
- Обеспокоенность проблемой возможного снижения управляемости структурами, занимающихся продажами страховых продуктов.

«Если бы получить кредит в банке было бы так просто, как утверждает реклама, никто бы не грабил банки»
(Американское изречение)

3.1. Представление об оплате услуг страховых посредников

- лишнее звено в цепи продавец-покупатель
- представление тарифов по нетто-ставке в случае, если клиент обратился в компанию напрямую
- условная комиссия

«Я охотнее слушаю сказки времен, уходящих в далекое прошлое, чем в далекое будущее»
(Станислав Ежи Лец)

3.2. Недооценка затрат, связанных с содержанием собственных подразделений продавцов.

- Расходы на соцобеспечение сотрудников, включая медицинское страхование, страхование в связи с риском потери трудоспособности, пенсионное обеспечение;
- Оплата отпускных и больничных листов;
- Расходы на профессиональную подготовку;
- Расходы на содержание вспомогательного персонала;
- Расходы на обеспечение технической инфраструктуры, включая офисные расходы;
- Командировочные расходы и расходы на оплату транспортных средств;
- Презентационные и представительские расходы;
- Прочие расходы на продвижение своей продукции, включая рекламу;
- Страхование;
- Налоги, в том числе налог на заработную плату и соцобеспечение;
- Упущенную выгоду от оборотных средств.

3. Каналы продаж

3.3. Нежелание рассматривать вопросы аутсорсинга руководством страховых компаний.

3.4. Обеспокоенность проблемой возможного снижения управляемости структурами, занимающихся продажами страховых продуктов.

4. Преимущества при продажах через страховых брокеров?

- мотивация и предприимчивость
- стабильность функционирования в определенном регионе
- быстрота реакции на любые изменения
- «портфельные продажи»
- брокер как источник финансирования страховщика

5. Как вернуть доверие к страховому рынку?

А. Создан КИевский Рынок Андерайтеров (КИРА).

Б. Шире использовать имеющаяся возможность заявить о своей компании на канале UBC, в специализированной программе «UBC: страхование»

Благодарю за внимание!

Тел. *+380 67 246-55-65*
E-mail: *gibragim@dedal.ua*
Вэб-сайт: *www.fspu.com.ua*