



Банк России

БАНКОСТРАХОВАНИЕ: ПЕРЕЗАГРУЗКА ПРОГРАММ И ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОДУКТОВ

Сергей Колганов,

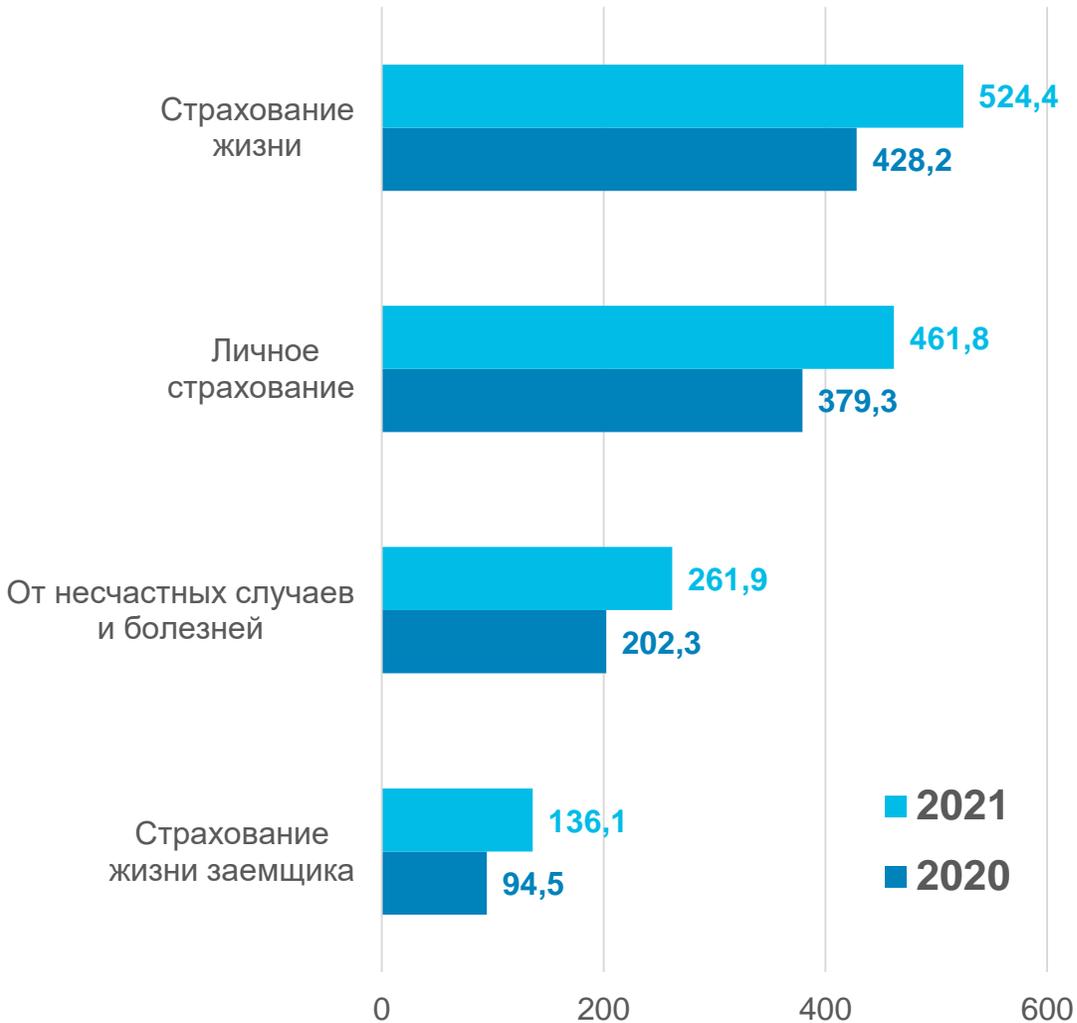
Служба по защите прав потребителей
и обеспечению доступности финансовых услуг

23 сентября 2022

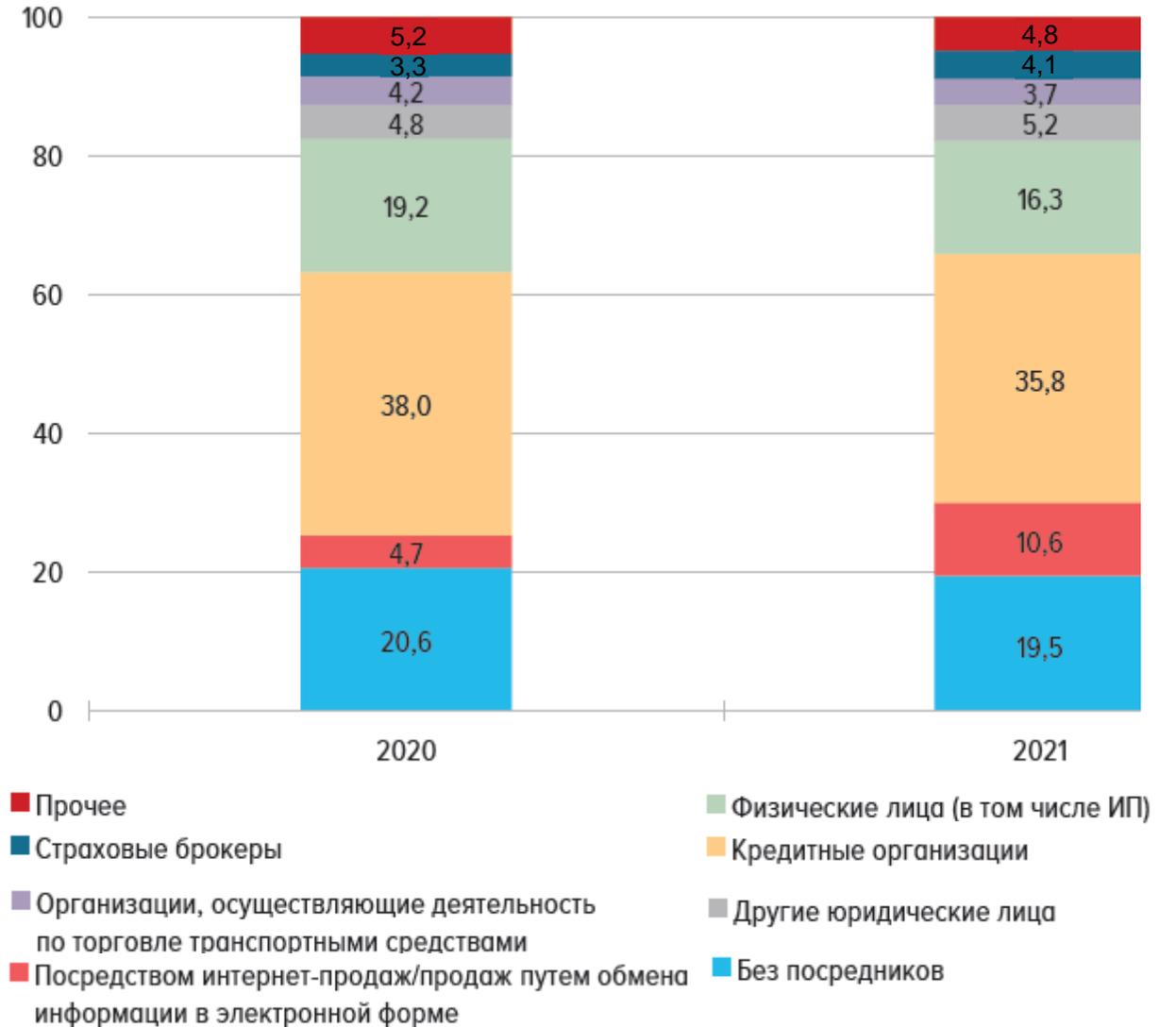




Объем, млрд руб.



Структура каналов продаж, %





35,8% страховой премии приходится на банковские каналы продаж

42% составляет комиссия банков

62,7% вознаграждения приходится на банки

136,1 млрд руб. приходится на объем взносов по кредитному страхованию

261,9 млрд руб. приходится на страхование от НС (большая часть которого приходится на страхование жизни и здоровья заемщиков).



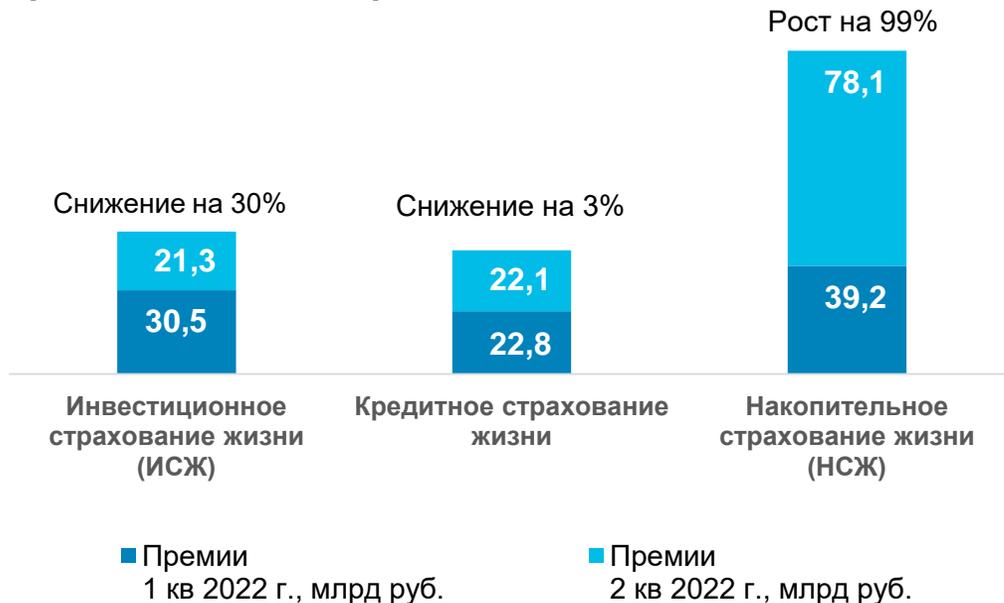
В 2021 году сохранилась высокая зависимость страховщиков от кредитных организаций, доля вознаграждения которых максимальна среди всех основных посредников



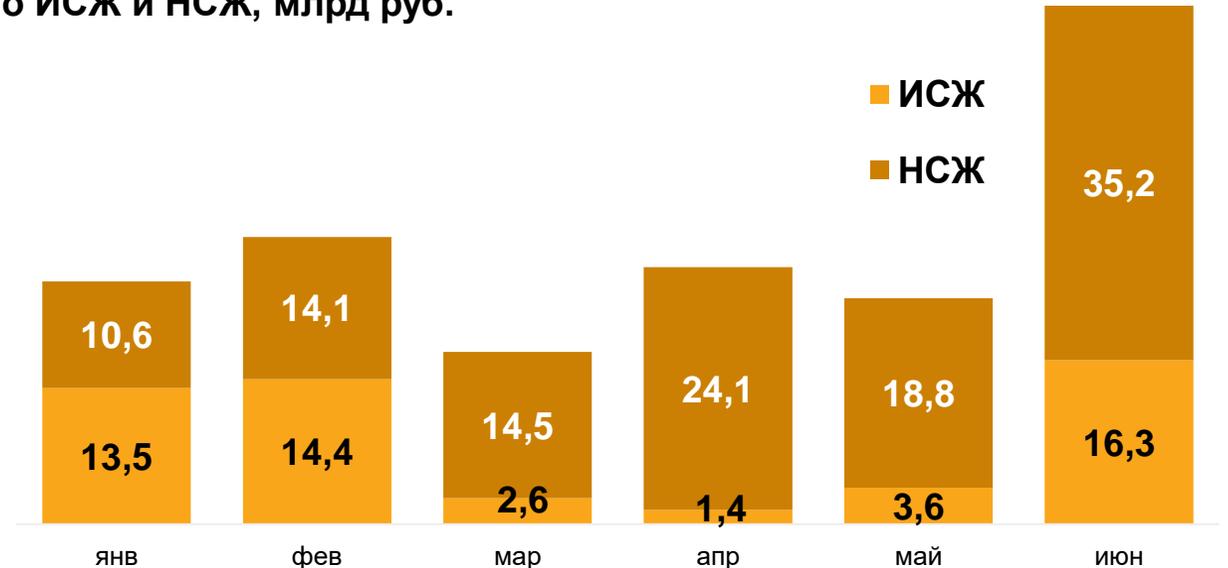
432,6 млрд руб. собрано страховыми организациями за 2021 год по инвестиционному / накопительному / кредитному страхованию жизни, что составляет 24% от всех собранных премий по всем страховым продуктам

51,5 млрд руб. составил в июне 2022 года объем сборов в сегменте ИСЖ и НСЖ, что впервые с марта 2022 года демонстрирует значительный рост (52% от сборов по ИСЖ и НСЖ за II кв. 2022 года)

Сравнение 1 и 2 кварталов 2022 года



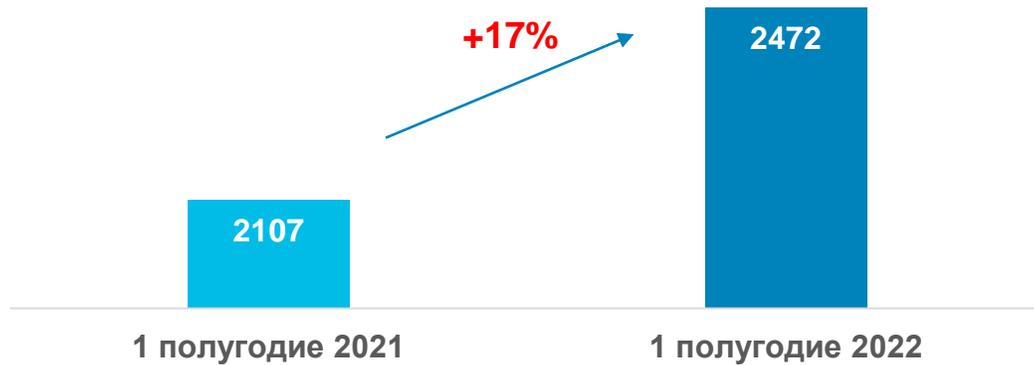
Ежемесячная динамика премий в 1 полугодии 2022 года по ИСЖ и НСЖ, млрд руб.



2 472 жалобы на мисселинг:

66,5% на КО

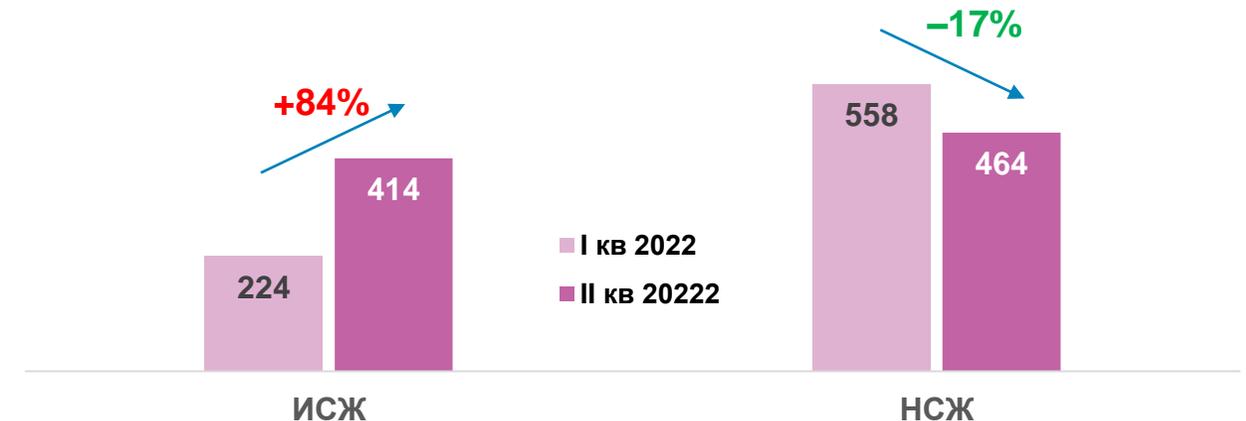
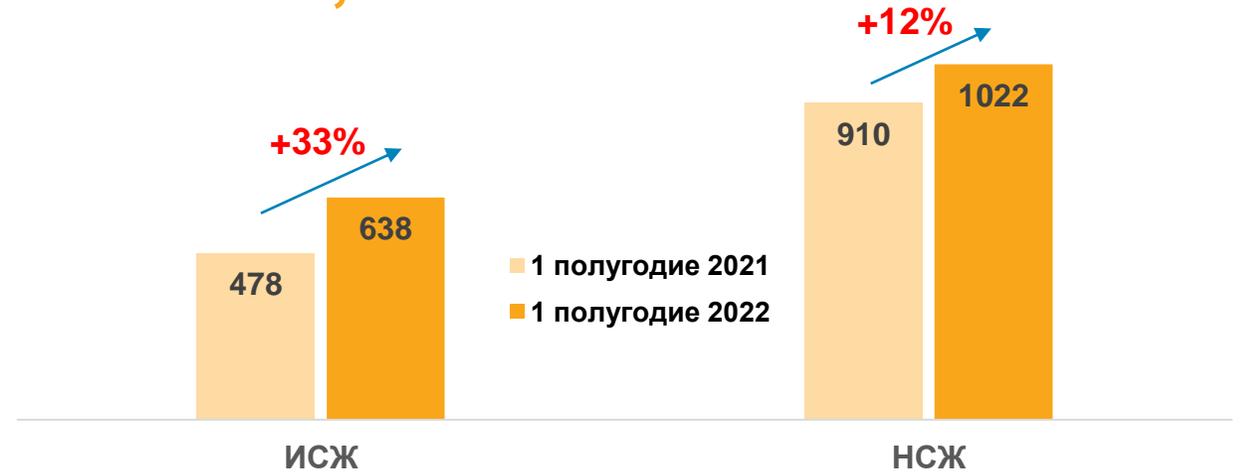
33,5% на ССД



1 660 жалоб на ССД по вопросам ИСЖ и НСЖ:

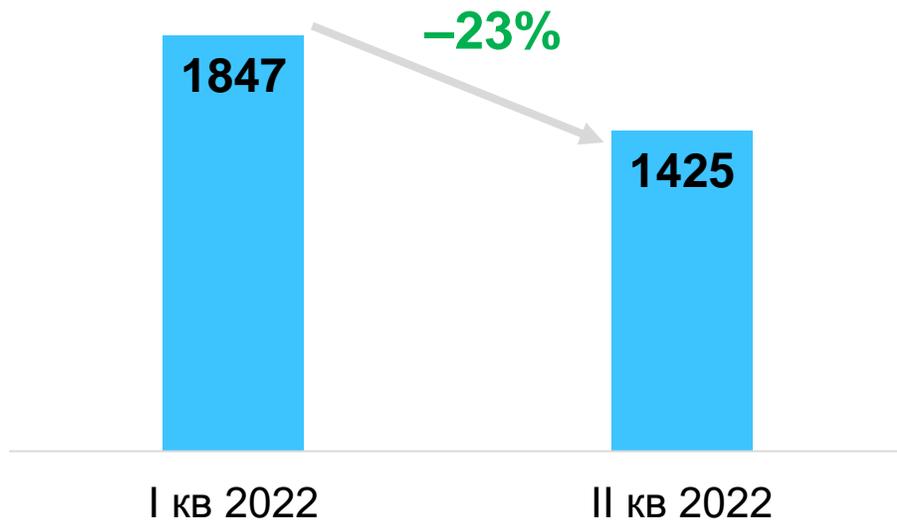
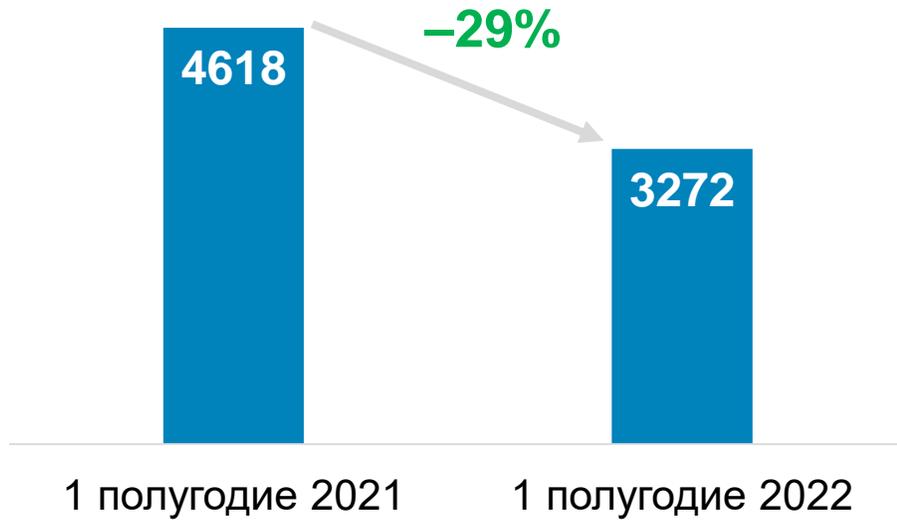
61,6% по НСЖ

38,4% по ИСЖ



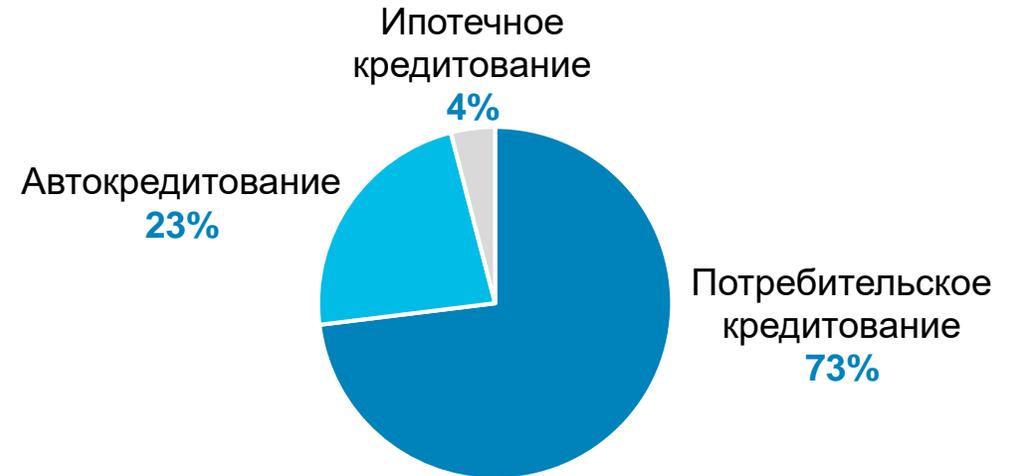


Статистика жалоб на навязывание дополнительных услуг при кредитовании физических лиц

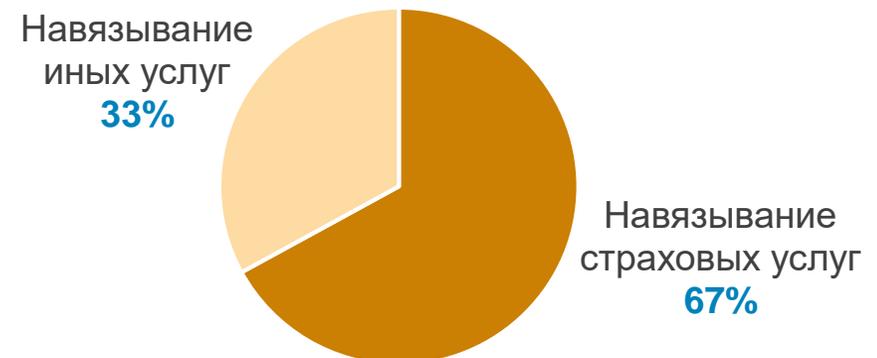


Распределение жалоб в 1 полугодии 2022 года

По видам кредитов



По продуктам





Отсутствие у заемщиков информации о договоре страхования



«**Двойные страховки**»



Необоснованные **отказы** в возврате премии при досрочном погашении кредита



Мисселинг



Реализация страхового продукта без раскрытия ключевой информации клиенту



Результаты анализа страховых продуктов, обладающих низкой потребительской ценностью (1 полугодие 2021 года):

- низкий уровень выплат (от 7 до 15,9%) и высокий уровень комиссионного вознаграждения посредников (от 45 до 68%) в продуктах:
 - страхование жизни заемщика,
 - страхование от НС и болезней,
 - страхование имущества граждан,
 - страхование предпринимательских и финансовых рисков;
- банки продают: 86% страхования жизни заемщика, 78% — от НС и болезней;
- комиссия банков — 47%, при необеспеченном потребительском кредите — 71% (НС и болезни) и 87% (страхование жизни);
- в сегменте страхования жизни заемщика есть случаи, когда комиссия составляет 91 и 94,4% при выплатах в 0,8 и 2,2% соответственно

Результаты анализа клиентской ценности страховых продуктов при потребительском кредитовании (1 полугодие 2022 года):

- низкий уровень выплат (менее 10%) и высокий уровень комиссионного вознаграждения посредников (до 90%);
- низкое количество обращений страхователей за страховым возмещением (до 0,01% от числа заключенных договоров), что может свидетельствовать о непонимании потребителями условий страхования (плохое раскрытие информации) или навязывании агентами страховых услуг, в которых граждане не нуждаются;
- значительных отличий в правилах страхования по продуктам, реализуемым через агентов-банков, от иных правил страхования не выявлено;
- доля расторжения договоров в период охлаждения достигает 40% по отдельным продуктам



Проведен анализ более **130** страховых продуктов



Клиентоориентированность



Разъяснение всех ключевых условий договоров страхования



Продажа только заинтересованным **клиентам, понимающим продукт**



Обучение сотрудников подразделений продаж банков



Качественное взаимодействие между страховщиками и банками-агентами



Внутренний контроль (тайный покупатель)



Онлайн продажи. Реализация продуктов онлайн



Мобильные приложения. Доступность и мобильность 24/7



Каналы взаимодействия с клиентами. Использование различных дистанционных каналов связи для взаимодействия с потребителями



Оптимизация и автоматизация бизнес-процессов. Размещение продуктов и сервисов на финансовых маркетплейсах



- **Предустановка согласия**

Услуга 1 Услуга 2 Услуга 3

- **«Обратное» согласие**

К договору подключена Услуга, если не согласны — проставьте отметку

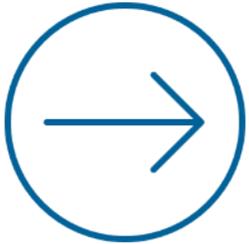
- **Некорректное информирование об условиях**

«Услуга» — Отличная услуга, которая поможет вам в случае тяжелой ситуации погасить кредит!

- > Нет информации о стоимости услуги
- > Нет информации о поставщике
- > Нет подробного описания условий услуги (ссылок на документы)

- **Отсутствие возможности выбора страховой компании**

Для уменьшения ставки на 2%, оформите страхование в [ООО «Страхования компания»](#)



- Обеспечение возможности свободного волеизъявления на приобретение дополнительных услуг
- Отражение стоимости приобретаемой дополнительной услуги (в т.ч. не в процентном соотношении)
- Получение согласия на каждый документ/условие, который порождает для заемщика существенные правовые последствия
- Обеспечение возможности ознакомиться с документом перед подтверждением ознакомления с ним
- Обеспечение возможности отказа от любых дополнительных услуг в «период охлаждения»



- **Проведено более 300 осмотров сайтов страховых организаций:** проверка реестров агентов, раскрытие информации о страховых продуктах, удобство пользования
- **Контроль работоспособности сайтов** при заключении договоров Е-ОСАГО
- **Заблокировано более 20 различных информационных ресурсов в Интернете** в связи с выявлением признаков мошеннических действий в страховании (сайты, объявления Авито, страницы социальных сетей ВКонтакте и др.)
- **Проверено 15 финансовых платформ** (Banki.ru, Sravni.ru, МТС Банк, ВТБ Банк, Озон, Газпром Банк, Inguru Страхование, Innsmart, PamPadu) по реализации договоров Е-ОСАГО, направлены рекомендации
- **Осуществлен анализ 21 мобильного приложения страховых организаций:** рост диджитализации мобильных приложений и их возможностей по взаимодействию с потребителями, удобство для потребителей



Развитие функционала мобильных приложений в сравнении 2020–2022 гг.*

	2020	2022
Единый личный кабинет на сайте и в мобильном приложении	8	15
Защита персональных данных в мобильном приложении	13	19
Возможность заявить о страховом случае онлайн	13	18
Возможность приобретения продуктов онлайн	13	16
Предоставление документов (фото) по страховому случаю онлайн	2	13
Возможность указать координаты страхового события	2	7
Возможность выбора станции технического осмотра	1	4



Развитие мобильных приложений — удобство пользователей

* По итогам анализа 21 мобильного приложения в I квартале 2022 года



Количество зарегистрированных пользователей

(Топ 3 СК)

1. 2 829 019
2. 2 460 913
3. 1 231 665

Количество активных пользователей

(Топ 3 СК)

1. 1 249 013
2. 178 233
3. 63 422

Посещаемость мобильных приложений

- 74% — максимальная
- 21% — средняя
- 0,17% — минимальная

Обратная связь через мобильные приложения в 2021 г.

- 927 576 — ответов в чате
- 18 595 — телефонных звонков
- 1 938 — почтовых отправлений
- 222 — СМС

2017 г.

является началом запуска реализации большинства страховых продуктов через мобильные приложения

2021 г.

принес наибольший прирост пользователей в проанализированных мобильных приложениях

4 мобильных приложения

являются лидерами по возможностям функционала и клиентоориентированности

6 популярных сервисов

(по добавлению в мобильные приложения)

- единый личный кабинет на сайте и в мобильном приложении
- защита персональных данных в мобильном приложении
- возможность заявить о страховом случае онлайн
- возможность приобретения продуктов онлайн
- предоставление документов (фото) по страховому случаю онлайн
- возможность указать координаты события по страховому случаю





Банк России

Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг

Контактный центр: 8 800 300-30-00, +7 499 300-30-00

Пункт приёма корреспонденции: Москва, Сандуновский пер., д.3, стр.1

Факс: +7 495 621-64-65, +7 495 621-62-88 (проверка прохождения факса + 7 495 771-48-30)

Почтовый адрес: 107016, Москва, ул. Неглинная, д.12

Сайт: www.cbr.ru

Электронная почта: fps@cbr.ru