

На «Яндексе» может появиться сервис по продаже страховых полисов, сообщил Банки.ру источник на страховом рынке. В пресс-службе «Яндекс.Денег» подтвердили, что считают сегмент онлайн-страхования перспективным и в данный момент работают над «подобным сервисом». Однако детали проекта там раскрыть отказались. По информации источника, пилотный запуск по продаже полисов ОСАГО посетителям «Яндекса» из Москвы и Санкт-Петербурга может состояться уже в марте. На первом этапе партнерами «Яндекс.Денег» могут стать три страховщика: «АльфаСтрахование», «Либерти Страхование» и «Интач». Представители компаний отказались комментировать факт возможного сотрудничества, не подтвердив и не опровергнув его. По информации другого собеседника Банки.ру, сервис стартует не раньше июня. Будущее онлайн-страхования в перспективе нескольких лет — именно за партнерскими продажами, на этом рынке есть место и для поисковиков, считает директор дирекции розничного бизнеса «Ингосстраха» Виталий Княгиничев. Такой канал является перспективным в части привлечения новых страхователей из уже сформированных партнерами потоков, полагает замруководителя дирекции информационных технологий СК «МАКС» Наталья Баркова.

Успех сервиса зависит от того, какая стратегия развития будет выбрана, говорит главный страховой аналитик Банки.ру Дмитрий Жуков. «Единственный продукт, который сейчас хорошо продается онлайн — страхование выезжающих за рубеж, но рынок по нему уже практически сформирован. Основные продажи идут на сайтах, связанных с туризмом (билеты, бронирование гостиниц), и переключить пользователей на отдельный сервис будет непросто», — считает эксперт. «Страхование, тем более онлайн, не самый простой и рентабельный бизнес. Даже такой гигант, как Google, запустив подобный проект, закрыл его через непродолжительное время», — напоминает он.

Google Compare — сайт-агрегатор по продаже полисов автострахования, кредитных карт и ипотечных кредитов — закрылся в марте 2016-го спустя год после запуска в США. Хотя поисковых запросов по поиску финансовых инструментов было много, выручка сервиса оказалась минимальной, сообщал портал The Insurance Insider. По информации издания, финансовому регулятору Великобритании поступали жалобы от других агрегаторов на недобросовестную конкуренцию: якобы Google помещал свои собственные продукты в топе выдачи результатов поиска.

Сдерживать развитие подобного сервиса в России будет существующий запрет на посредничество при продаже электронных полисов, полагает Дмитрий Жуков. Напомним, посредникам (агентам и брокерам) по закону об организации страхового дела запрещено продавать на своих сайтах электронные полисы. «Такой запрет связан со случаями мошенничества в отношении страховых полисов, а кроме того, законодатель перестраховывается, требуя обмена электронными документами с использованием официального сайта страховщика», — объясняет юрист правового департамента HEADS Consulting Анастасия Худякова. Чтобы соблюсти требования закона, например, компания «МАКС» продает электронные полисы ВЗР и прочие добровольные виды на сайтах партнеров с помощью встроенных виджетов. «Для клиента это выглядит таким образом, что все действия он осуществляет на сайте партнера, при этом покупка полиса осуществляется на стороне страховой компании», — говорит Наталья Баркова.

По мнению Виталия Княгиничева, рынок онлайн-страхования еще не выработал стандарты и пока не готов к единому формату взаимодействия, необходимому для агрегации в более сложных страховых продуктах, чем ВЗР.

Источник: Банки.ру