

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/70619>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Страхование

Оглавление

Этап 1 5

1. Дать характеристику состояния внешней среды объекта работы (страховой организации) в ретроспективе и в перспективе, выявляя наиболее значимые проблемы, для оценки актуальности темы ВКР. 5

2. Рассмотреть степень изученности выбранной темы ВКР на основании анализа теоретических источников информации. 5

3. Исходя из проведенного анализа, сформулировать цель работы и конкретизирующие ее задачи. 6

Этап 2 7

1. С учетом опыта и на основе компетенций, сформированных предыдущими практиками, определить объект исследования с учетом наличия информации для его полного анализа 7

2. Рассмотреть возможность реализации задач работы с учетом специфики объекта 7

3. Систематизировать представление о процессах и функциях страховой организации для правильного выбора предмета работы 7

Этап 3 10

1. Описать методы исследования в рамках данного предмета работы 10

2. Провести отбор методов для выбора наиболее подходящих для реализации задач работы 11

3. Охарактеризовать особенности применения данных методов исходя из поставленной цели 12

4. Рассмотреть возможность применения избранных методов и наличие необходимой информации и алгоритмов 13

Этап 4 13

1. Отобрать необходимые теоретические источники, в том числе по рекомендации руководителя ВКР: учебники, учебные пособия, статьи, электронные источники, интернет-сайты страховых компаний 13

2. Определить возможность доступа и получения информации, пользуясь электронной библиотекой университета, электронными библиотечными системами, в том числе ЭБС «IPRbooks» 21

3. Провести анализ информации на основе избранных источников по теме работы 21

Этап 5 22

1. Описать основные бизнес-процессы страховой организации 22

2. Предложить мероприятия по совершенствованию бизнес-процессов 24

3. Оценить динамику продаж и их эффективность в целом, по отдельным страховым продуктам, по отдельным каналам 26

4. Предложить общие направления развития продаж 27

Этап 6 28

1. Описать процедуры и их последовательность по оформлению и заключению договоров страхования в разрезе отдельных страховых продуктов. 28

2. Описать этапы взаимодействия сотрудников отдела продаж с потенциальными клиентами 28

3. Указать документы, которые подтверждают совершение сделки по страхованию 30

4. Описать виды страховых случаев, их документальное оформление, оценку ущерба, порядок страховых выплат 31

Этап 7 32

1. Охарактеризовать страховую организацию и ведение страховых операций 32

2. Описать процедуры по оформлению страховых случаев, возмещению ущерба 33

Этап 8 34

1. Привести виды мероприятий, направленных на повышение продаж страховых продуктов 34

2. Дать собственные рекомендации 35

Этап 9 36

1. Осуществить сбор, систематизацию и обобщение информации по текущим и исполненным договорам

страхования 36

2. Провести анализ статистики убытков и реализация превентивных мероприятий по их предотвращению 37

Этап 10 38

1. Подобрать необходимые для анализа формы бухгалтерской отчетности страховщика 38

2. Провести следующие виды анализа (в зависимости от цели и задач работы): – анализ имущественного положения; – анализ источников финансирования; – анализ финансовых результатов; – анализ доходов; – анализ продаж страховых продуктов в целом и по видам; – анализ расходов; – анализ эффективности каналов сбыта; – анализ рентабельности; – использования труда и заработной платы; – др. 40

3. Провести обобщение полученных результатов, сделать выводы о финансово-хозяйственной деятельности организации 43

Этап 11 Оценить эффективность страховых продуктов по видам страхования 44

1. Определить необходимые показатели, необходимые для проведения оценки эффективности страховых продуктов 44

2. Провести расчет показателей, применяемых для оценки эффективности страховых продуктов 45

Этап 12 46

1. Систематизировать собранную информацию по плану отчета 46

2. Обобщить полученные результаты, оформить выводы 46

3. Визуализировать (по возможности) результаты таблицами, графиками, схемами 49

4. Оформить материал отчета в соответствии с требованиями ГОСТ 49

5. Привести необходимые справочные материалы, формы финансовой отчетности в приложении к отчету 49

6. Подписать в страховой организации отзыв на отчет и титульный лист отчета, оформить совместный график прохождения практики 49

поездки, ВЗР, имущества, каско, ОСАГО, уникальных продуктов по медицинскому страхованию и страхованию ответственности. Более 30% клиентов компании имеют два и более онлайн-полиса.

4. Предложить общие направления развития продаж

К примеру, в 2017 продажи полисов страхования жизни клиентам Сбербанк через Интернет составили 37 299 полисов. Из них 95 % продаж пришлось на продукты кредитного страхования «Сбербанк страхование жизни» и 5 % - на рисковое страхование жизни. Сегодня клиенты имеют возможность оформить программы рискованного и кредитного страхования жизни как в web- и мобильной версии Сбербанк. Онлайн, так и на сайте дочерней компании «Сбербанк страхование жизни».

«Объем продаж страхования жизни онлайн пока несопоставим с другими видами страхования, например, полисами ОСАГО (лидер по онлайн-продажам), которых в 2017 году на всем рынке было продано более 7 млн.

Несмотря на круглосуточную доступность онлайн-канала большинство е-полисов продается в будние дни: пик приходится на понедельник и убывает к концу недели. В субботу примерно на 30%, а в воскресенье - примерно на 50% меньше, чем в будни. Самые активные продажи в будний день - с 9:30 до 16:00, пики - с 10:00 до 12:00 и с 14:00 до 15:00.

По данным Российского союза автостраховщиков (РСА), в первом квартале 2018 г. число договоров ОСАГО, заключенных в электронном виде, выросло всего в 4,5 раза - до 3,4 млн штук против 745 тыс. полисов за аналогичный период 2017 г. И если год назад электронное ОСАГО покупали 8,87% россиян, то год спустя е-ОСАГО выбирают уже четверо из десяти автовладельцев.

Этап 6

1. Описать процедуры и их последовательность по оформлению и заключению договоров страхования в разрезе отдельных страховых продуктов.

Алгоритм продаж е-ОСАГО для страхователя имеет следующую последовательность:

1. Регистрация на сайте компании, введение данных

2. Затем система рассчитывает стоимость полиса с учетом региональных коэффициентов и КБМ (коэффициент бонус малус).

3. Далее следует сравнение введенных данных с базами РСА именно тут могут возникнуть проблемы из-за

пока еще не совсем доработанной системы (нередки случаи отказов в выдаче полиса в связи с недоступностью баз данных РСА (технические работы, переустановка программного обеспечения и т.п.))

4. Если проверка прошла успешно, то клиент может оплатить страховой взнос, любыми платежными картами.

5. На почтовый ящик (e-mail) придет файл страхового полиса и подтверждение оплаты.

6. Готовый e-ОСАГО можно будет просто распечатать на черно-белом принтере.

2. Описать этапы взаимодействия сотрудников отдела продаж с потенциальными клиентами

С личного компьютера или мобильного устройства можно застраховать практически любой груз от всех рисков, включая хищение, ДТП и поломку рефрижераторной установки.

Современные онлайн-порталы обладают полным спектром функциональных решений для обеспечения удаленного обслуживания клиентов:

оформление на сайте страхового полиса включает онлайн-калькуляцию стоимости страхового полиса на основные виды страхования, заказ страхового полиса на сайте, его оплату, мониторинг статуса полиса;

осуществление операций и доступ к статистике сотрудничества со страховой компанией путем просмотра в личном кабинете пользователя архива статистики договоров и платежей, отчетов по страховым выплатам, подача заявления в случае наступления страхового случая, пролонгация, внесение изменений и расторжение договоров в режиме онлайн и др.;

подключение к веб-ресурсу страховой компании электронных платежных систем, услуг сервисов SMS-оповещений и др.;

организация эффективного интерактивного общения с клиентами страховой компании в форме интерактивного веб-чата с консультантом, прием заявки на обратный звонок, регистрация жалоб клиентов и др.

В процессе реализации онлайн продаж в АО «Либерти страхование» выделяют следующие стадии:

предпродажное обслуживание клиента;

продажа полиса;

постпродажное обслуживание клиента через сеть.

На первой стадии происходит размещение информации об общем и финансовом состоянии страховщика, предоставляется информация об услугах и продуктах страховой компании. Данная информация дает возможность детально ознакомиться с каждым из продуктов, произвести приблизительный расчет величины страховой премии, так же определить условия договора каждого вида страхования, а в случае, если условия договора не удовлетворяют клиента, то возможность рассмотреть иные виды услуг и информации, необходимых для заключения договора.

На второй стадии - продажа полиса посредством Интернета, различные страховые компании определяют разные процессы.

При широком подходе к определению онлайн продаж страховых услуг можно выделить три формы, существующие на данный момент на страховом рынке: интернет коммуникации, неполные или псевдопродажи через интернет, полные или истинные интернет-продажи.

Интернет-заявка (интернет коммуникации):

посредством интернет-заявки контактная информация предоставляется с помощью сайта страховой компании; также предоставляется выезд работника страховой компании, а также заполнение страховых документов с предварительным звонком клиенту с целью выяснения условий страхования или месте встречи;

производится оплата страхового полиса наличными, специалисту, который выезжал на сделку.

Заказ полиса в режиме online удобен тем, что он может быть доставлен при помощи курьерской службы, а также не нужно тратить время на ожидание очереди.

Интернет-платеж (неполные или псевдопродажи):

с помощью данной услуги предоставляется информация, которая необходима для расчета тарифа и заполнения полиса, через сайт страховой компании;

возможность оплаты полиса через Интернет;

готовый полис доставляется курьером либо почтой, так же предоставляется возможность самостоятельно забрать договор в офисе продаж.

3. Указать документы, которые подтверждают совершение сделки по страхованию

Онлайн продажа полиса в АО «Либерти страхование» (полные или истинные интернет-продажи):

- предоставляется информация, которая необходима для расчета тарифа и заполнения полиса, через сайт страховой компании;
- оплата полиса с помощью Интернета;
- пересылка полиса через Интернет с помощью электронной подписи, либо самостоятельная печать полиса (при условии, что это разрешено законодательством).

Третья стадия - постпродажное обслуживание через Интернет заключается в: доступности обмена информации между страхователем и страховщиком вовремя действия договора; большинство потребителей выбирают компанию не по тому, как она продает полисы, а по тому, как она урегулирует убытки.

4. Описать виды страховых случаев, их документальное оформление, оценку ущерба, порядок страховых выплат

Самые распространенные проблемы с получением электронного полиса ОСАГО, а также с его продлением, покупкой и использованием следующие:

1. Во время попытки покупки на сайте выбранной компании, появляются технические проблемы и при оформлении онлайн выдает ошибку;
2. Страховщик перенаправляет на сайт Российского Союза Автостраховщиков (РСА), а на нем передают право оформления совершенно другой компании;
3. Покупая полис автострахования, агенты могут без ведома страхователя включить дополнительные услуги по защите;
4. Попав в ДТП, страховщик отказывается выплатить компенсацию или отправить на ремонт поврежденное авто;
5. Компания согласилась выплачивать возмещение, но его недостаточно для устранения повреждений;
6. Страховщик, отказывается продавать полис объясняя это отсутствием бланков или невозможностью оформить страхование без дополнений.

Таким образом, в настоящее время существует немало проблем в оформлении самого распространенного страхового продукта.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/70619>