**Тема 14. Порядок оцінювання потреб клієнта**

**1. Визначення потреб клієнта.**

**2. Інформування клієнта.**

## **3. Інформаційний документ про стандартний страховий продукт.**

## **4. Порядок надання консультацій.**

**1. Визначення потреб клієнта**

Кожен успішний продаж бере свій початок задовго до того, як будуть підписані офіційні документи. Етап "переддоговірні відносини", являє собою процес первинного знайомства з потенційним клієнтом та глибокого аналізу його індивідуальних потреб. Саме на цій стадії закладається основа для його обґрунтованого та усвідомленого рішення щодо вибору страхового захисту. Будь-які недоліки чи помилки, допущені на цьому етапі, можуть мати значні негативні наслідки, що вимірюються не лише фінансовими втратами, але й, що важливіше, репутаційними ризиками. Незмінним правилом тут має бути пріоритетність інтересів клієнта.

Визначення потреб та вимог клієнта є першим та ключовим етапом процесу продажу страхових продуктів.

Цей етап дозволяє:

* підібрати продукт, що відповідає реальним інтересам клієнта;
* мінімізувати заперечення на етапі укладання договору;
* підвищити рівень довіри до страховика або страхового посередника.

Згідно зі статтею 85 Закону України «Про страхування»:

* страховий продукт, що пропонується, повинен відповідати вимогам та потребам клієнта;
* до укладення договору страховик або страховий посередник зобов’язаний з’ясувати ці потреби на підставі інформації, отриманої від клієнта. Необхідно провести детальне опитування, уважно та емпатично вислухати його очікування та побоювання. Це може бути реалізовано через особисту бесіду, використання спеціалізованих анкет для виявлення потреб, або шляхом заповнення заяви на страхування, яка також містить важливі питання.

## 

## ***Специфіка страхових продуктів та клієнтів***

|  |  |
| --- | --- |
| **Категорія** | **Опис** |
| Стандартні (масові) продукти | ОСЦПВ, «Зелена картка», туристичне страхування. Пропонуються за типовими потребами. |
| Складні (індивідуальні) продукти | Корпоративне медичне страхування, страхування бізнес-ризиків. Потребують детального аналізу. |
| Фізичні особи | Акцент на простих і зрозумілих продуктах із чіткими умовами. |
| Юридичні особи | Врахування специфіки бізнесу, ризиків діяльності та обсягів страхових програм. |

## 

## ***Основні способи визначення потреб клієнта***

|  |  |
| --- | --- |
| **Метод** | **Суть** |
| Вивчення страхового досвіду | Аналіз попередніх договорів, наявність страхових випадків, виявлення прогалин у захисті. |
| Анкетування клієнта | Визначення фінансового стану, особливостей об’єкта страхування, цілей (захист майна, здоров’я, накопичення). |
| Інтерв’ю / особиста консультація | Уточнення запитів, аналіз ризиків, індивідуальний підбір покриття. |

## 

## ***Оцінка потреб фізичних осіб***

1) *Життєві події*: одруження, народження дітей, наявність утриманців (страхування життя та здоров’я).

2) *Хобі та стиль життя*: часті подорожі – медичне та туристичне страхування.

3) *Майбутні плани*: купівля житла, авто у кредит – потреба в іпотечному страхуванні, КАСКО.

4) *Пенсійне забезпечення*: накопичувальні програми.

5) *Професійні ризики*:

- відрядження, закордонні подорожі – медичне страхування;

- професії з підвищеною відповідальністю (лікарі, юристи, нотаріуси) – страхування професійної відповідальності.

## ***Оцінка потреб юридичних осіб***

### 1. **Специфіка діяльності компанії та галузі:**

* *виробництво* – страхування обладнання, сировини, готової продукції;
* *транспортна логістика* – страхування транспорту, вантажів;
* *сільське господарство* – страхування врожаїв, худоби;
* *будівництво* – страхування об’єктів і техніки;
* *фінансовий сектор* – страхування від шахрайства та фінансових ризиків.

2. **Людський ресурс:** страхування персоналу, медичне страхування, виробничі травми.

3. **Інфраструктура:** страхування майна, транспорту, обладнання, технологічних ліній.

Етап визначення потреб та вимог клієнта є основою якісного страхування.

Він гарантує:

* оптимальне страхове покриття;
* задоволення очікувань клієнта;
* довгострокові та взаємовигідні відносини між клієнтом і страховиком;
* підвищення прозорості, довіри та стабільності на ринку страхових послуг.

**2. Інформування клієнта**

Перед укладенням договору страхування страховик або страховий посередник зобов’язаний надати клієнту вичерпну інформацію:

* про страховий продукт, що пропонується;
* про самого страховика, який реалізує продукт;
* про страхового посередника, якщо договір укладається через нього.

Інформація може бути надана у паперовій або електронній формі, зокрема через:

* електронну пошту;
* вебсайт страховика або посередника;
* особистий кабінет клієнта чи програмний застосунок;
* інші способи за домовленістю.

## ***Інформація про страховий продукт***

Страховик/посередник до укладення договору повинен повідомити:

* порядок визначення та розмір страхової суми і страхових виплат;
* перелік страхових ризиків;
* порядок визначення можливих вигод, що перевищують страхову суму;
* строки та порядок сплати страхової премії;
* умови дострокового припинення договору і визначення викупної суми;
* порядок оподаткування виплат;
* строк дії договору;
* інші умови залежно від специфіки страхового продукту.

Нерідко страховий продукт може пропонуватися у комплексі з іншим, нестраховим товаром чи послугою (наприклад, картка технічної допомоги в дорозі разом із полісом туристичного страхування, або договір страхування разом із банківським кредитом). Що важливо знати та враховувати у таких ситуаціях (відповідно до статті 86 Закону України "Про страхування" та Положення Національного банку України № 173):

1) Обов'язково поінформуйте клієнта про те, чи існує можливість придбати власне страховий продукт окремо від супутнього товару чи послуги.

2) Надайте детальний опис та вартість кожної окремої складової такого "пакету" пропозицій.

3) Роз'ясніть, яким чином придбання страхового продукту у складі пакету впливає на умови страхування (наприклад, на обсяг страхового покриття, страхову суму чи інші параметри).

Якщо ж, навпаки, нестраховий товар чи послуга пропонується разом із додатковою страховою послугою (наприклад, програма розширеної гарантії на побутову техніку, яка за своєю суттю є формою страхування), клієнту також має бути надана можливість придбати ці товари чи послуги окремо.

## ***Інформація про страховика***

Страховик зобов’язаний повідомити клієнта про:

* найменування, місцезнаходження, ідентифікаційний код;
* наявність ліцензії на здійснення діяльності та спосіб перевірки її актуальності;
* перелік послуг, що можуть надаватися;
* умови консультування клієнтів;
* розмір та вид винагороди працівників, що беруть участь у реалізації продукту;
* інформацію про додаткові платежі, якщо вони є;
* механізми та способи захисту прав споживачів;
* порядок розгляду скарг і звернень клієнтів.

## ***Інформація про страхового посередника***

Страховий агент, субагент або брокер повинен розкрити клієнту:

* повне найменування, ПІБ (для фізичних осіб), код у ЄДРПОУ або паспортні дані;
* підтвердження, що він є страховим посередником, та свої повноваження;
* номер запису у Реєстрі посередників та посилання для перевірки;
* інформацію про страхові компанії, з якими укладені договори;
* чи має посередник істотну участь у страховій компанії, чи, навпаки, страховик є власником частки у посереднику;
* вид винагороди за укладення договору (оплата клієнтом, винагорода від страховика, інші вигоди);
* інформацію про будь-які додаткові платежі чи збори, які клієнт може бути зобов'язаний сплатити після укладення договору страхування (окрім основної страхової премії);
* вичерпну інформацію про існуючі механізми захисту прав клієнтів, можливість позасудового розгляду скарг та претензій, а також надання актуальних контактних даних для звернень та отримання консультацій.

Страховий брокер, у свою чергу, додатково надає інформацію про порядок супроводження та підтримки споживача на етапі врегулювання страхових випадків (якщо надання такої послуги входить до переліку його функцій та зобов'язань перед клієнтом).

Інформація як про страховика, так і про страхового посередника надається клієнту в паперовій формі або за допомогою електронних засобів комунікації. Це може включати надсилання на електронну пошту, надання посилання на відповідний розділ веб-сайту (за його наявності), забезпечення доступу через персональний онлайн-кабінет клієнта чи мобільний додаток, або ж іншим попередньо погодженим з клієнтом способом, який дозволяє достовірно зафіксувати та підтвердити факт надання зазначеної інформації.

## **3. Інформаційний документ про стандартний страховий продукт**

Для кожного стандартного продукту страховик розробляє та затверджує уніфікований документ – ***Інформаційний документ про стандартний страховий продукт***, або скорочено ***IPID*** (ай-під). Це, по суті, стандартизований, короткий та викладений зрозумілою мовою "паспорт" страхового продукту.

Розробка IPID є відповідальністю страхової компанії. Вона ж його затверджує та забезпечує розміщення на своєму офіційному веб-сайті. IPID повинен бути лаконічним, структурованим, написаним простою та зрозумілою для пересічного споживача мовою, і, що важливо, надаватися клієнтам безкоштовно.

Форму та вимоги до змісту IPID затверджує Національний банк України.

Він повинен містити:

* назву продукту, клас страхування;
* опис ризиків та обмежень;
* розмір страхової суми, ліміти відповідальності;
* порядок сплати премії;
* виключення з покриття;
* обов’язки сторін, порядок дій у разі настання страхового випадку;
* підстави припинення дії договору;
* іншу обов’язкову інформацію.

Документ має бути доступним на сайті страховика або посередника, а також у паперовій чи електронній формі.

## 

## **4. Порядок надання консультацій**

Страховик або посередник зобов’язаний надати клієнту безоплатну консультацію щодо умов продукту, що пропонується.

Консультація може бути:

* письмова,
* усна (особиста зустріч, телефон),
* онлайн (через сайт чи застосунок).

Рекомендації повинні відповідати індивідуальним потребам клієнта. У випадку страхування життя консультація є обов’язковою; для інших класів – за рішенням страховика або на запит клієнта.

Перед укладенням договору страхування страховик або страховий посередник повинен забезпечити можливість надання консультацій різними способами, враховуючи зручність для клієнта.

### ***1. Онлайн консультація***

Може включати відправку інформаційних матеріалів, презентацій і пропозицій з розрахунками на електронну пошту. Також можлива організація відеоконференцій для безпосереднього обговорення умов у режимі реального часу. Онлайн консультація є найбільш зручним способом для первинного ознайомлення клієнта з матеріалами.

### ***2. Консультація по телефону***

Дозволяє швидко обговорити деталі страхового продукту, отримати відповіді на запитання клієнта без необхідності особистої зустрічі. Зручний спосіб для оперативного реагування та уточнень. Може поєднуватися з методами онлайн консультації (наприклад, одночасна відправка матеріалів і паралельне обговорення телефоном).

### ***3. Особиста зустріч***

Зустріч відбувається в офісі страховика або у зручному для клієнта місці. Дозволяє детально з’ясувати потреби клієнта, надати індивідуальні рекомендації та відповісти на всі запитання. Є найбільш ефективною формою консультації, що враховує індивідуальні особливості клієнта.