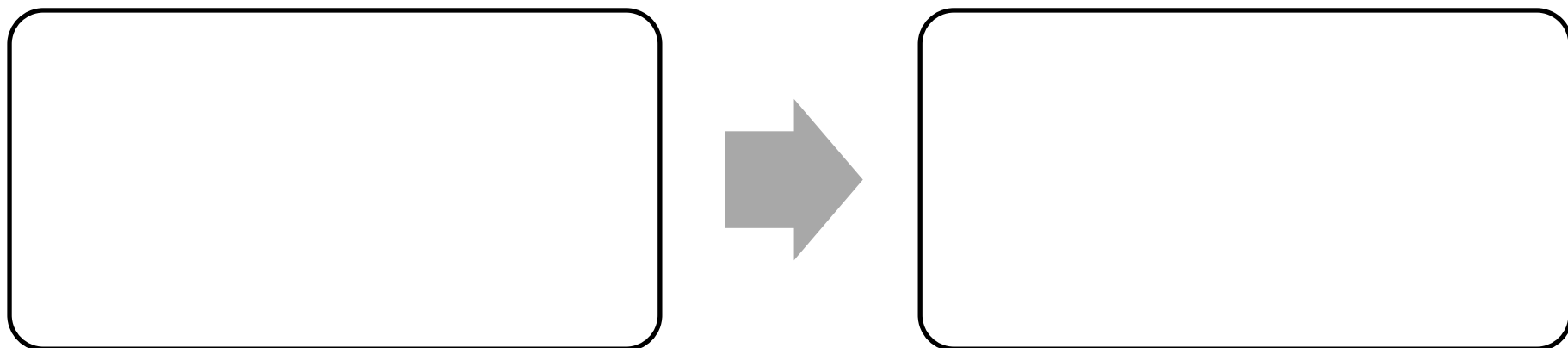




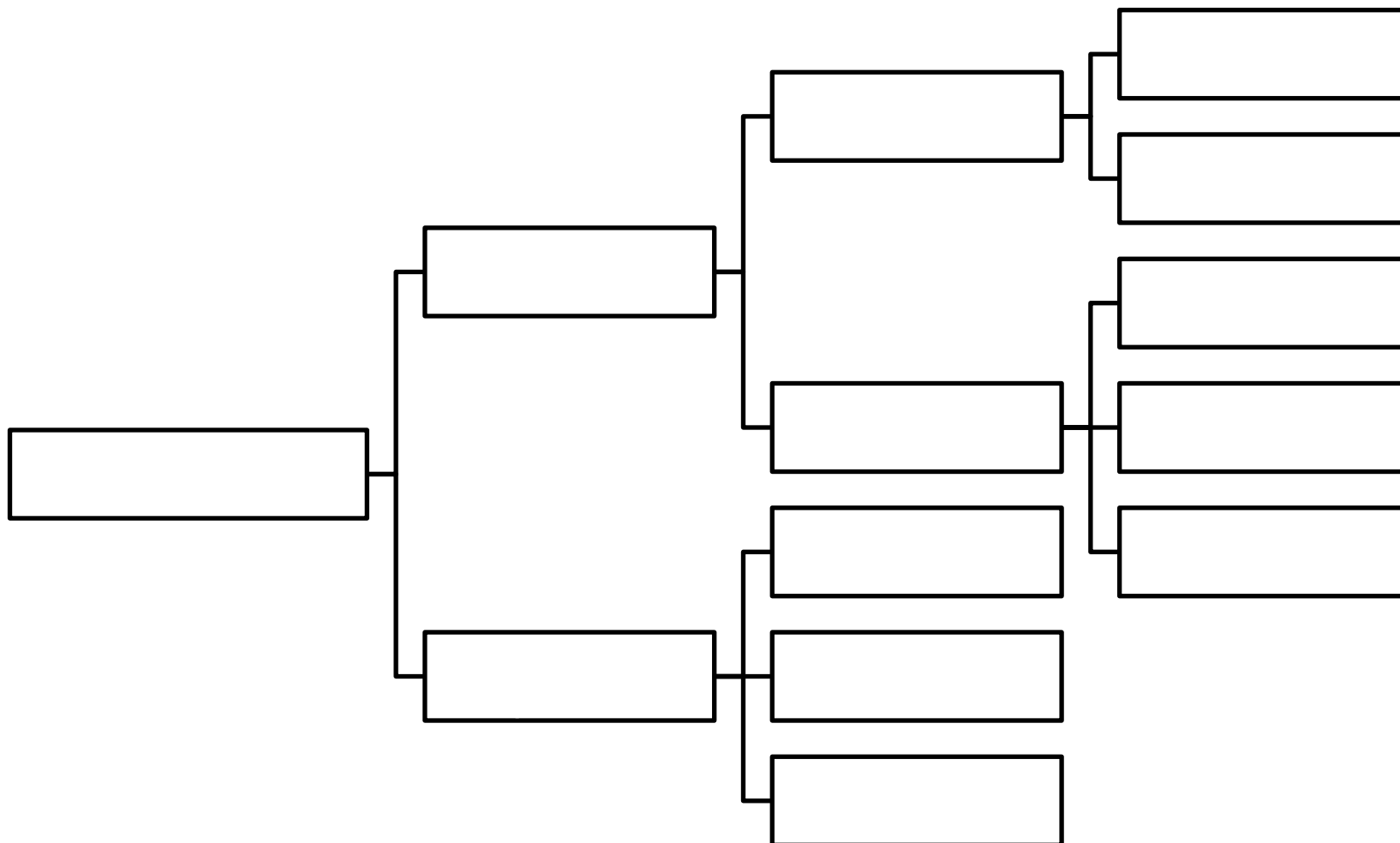
СТРАХОВАЯ ГРУППА

ДИРЕКТ-СТРАХОВАНИЕ

Взаимодействие страхователя со страховщиком



Каналы продаж страховых продуктов



Директ-страхование (direct-insurance) – дистанционная продажа и сопровождение страховых продуктов (консультации, выбор оптимального варианта, расчёт конечной стоимости, оформление договора, урегулирование убытков) через Интернет или колл-центр без участия страховых посредников.

+ автоматизация всех процессов внутри компании (от распечатки полиса до процедуры урегулирования).

История директ-страхования на Западе

1936 г. – **Government Employees Insurance Company (GEICO)**, США

Активное развитие – с середины 1980-х гг.

1985 г. – **Direct Line Insurance**, Великобритания –
продажа страховых полисов по телефону.

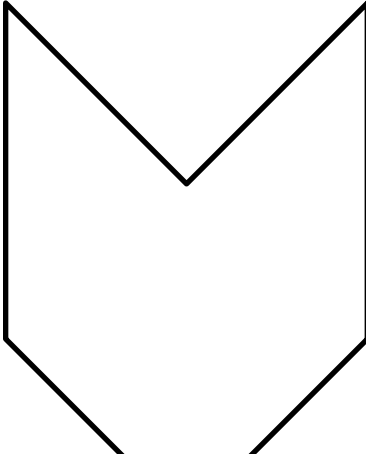
1997 г. – начало продаж через Интернет.

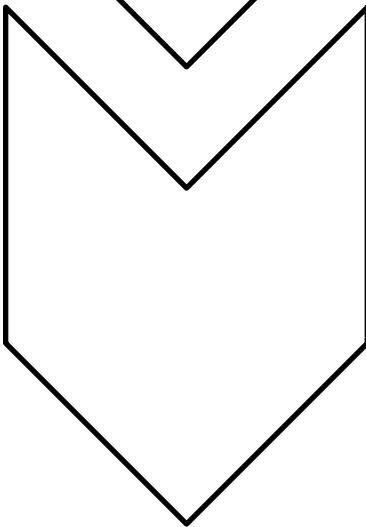
Единственный продукт – автострахование (самый
массовый сегмент).

Direct Insurance Financial Investments (DIFI),
Израиль

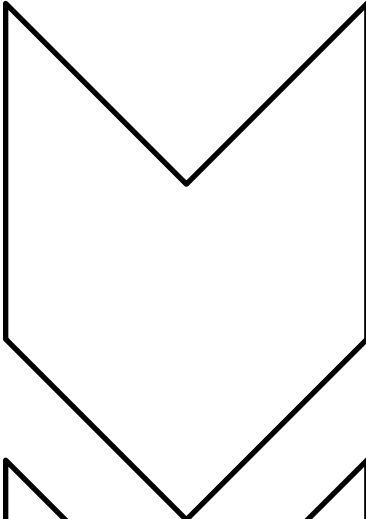
Canadian Direct Insurance

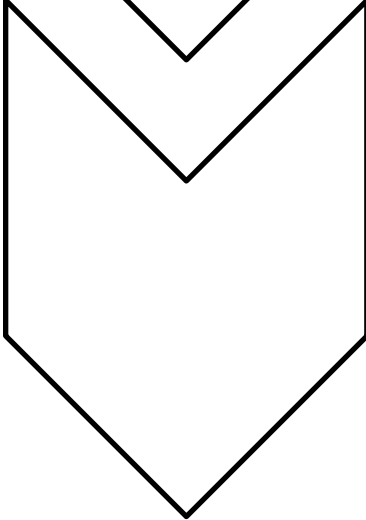
История директ-страхования в России

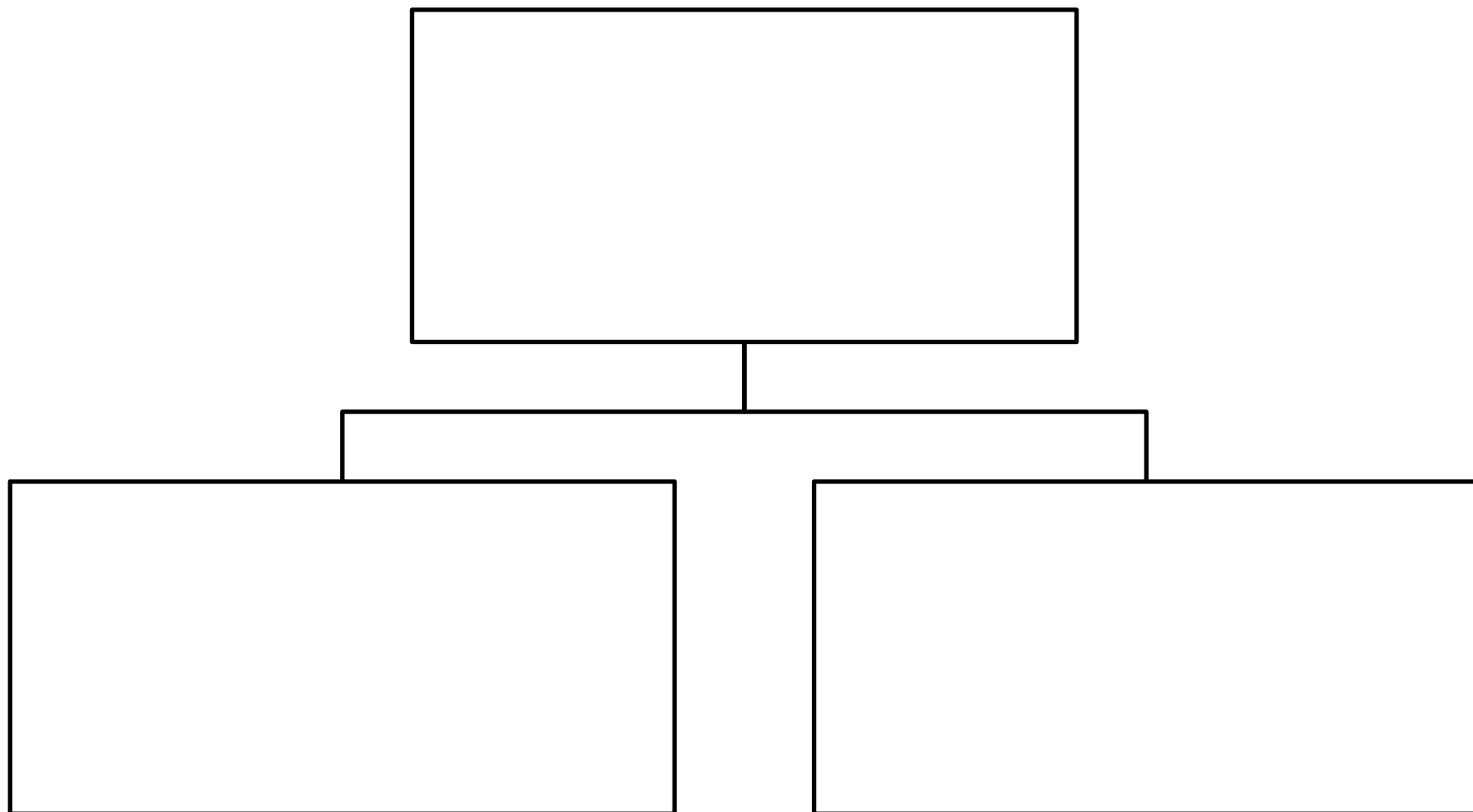
- 
- «Ренессанс Страхование» - первый в России Интернет-проект мирового уровня renins.com (ранее – интернет-площадки страховщиков выполняли только представительскую функцию)

- 
- «Ренессанс Страхование»
 - РОСНО
 - «Спасские ворота»
 - «Межбанковская региональная СК» (Ижевск)

История директ-страхования в России

- 
- «Прямое страхование» ЗАО (впоследствии вошла в Столичную страховую группу, переименована в «МСК-Директ», ликвидирована в 10.2012)

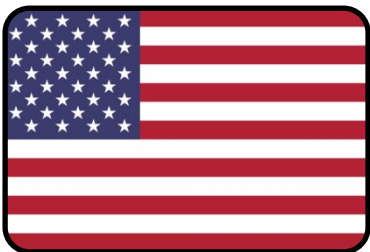
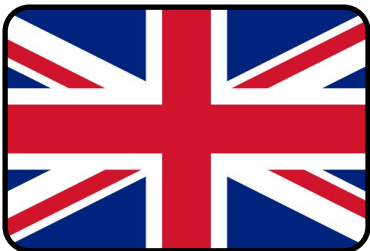
- 
- «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ» ОАО
 - «КИТ Финанс Страхование» ОАО («Либерти Страхование» ОАО)
 - «Контакт страхование» ЗАО (ликвидировано в 07.2012)
 - с 09.2008 – Группа Ренессанс Страхование (универсальный страховщик)



Опции, предоставляемые страхователям через интернет

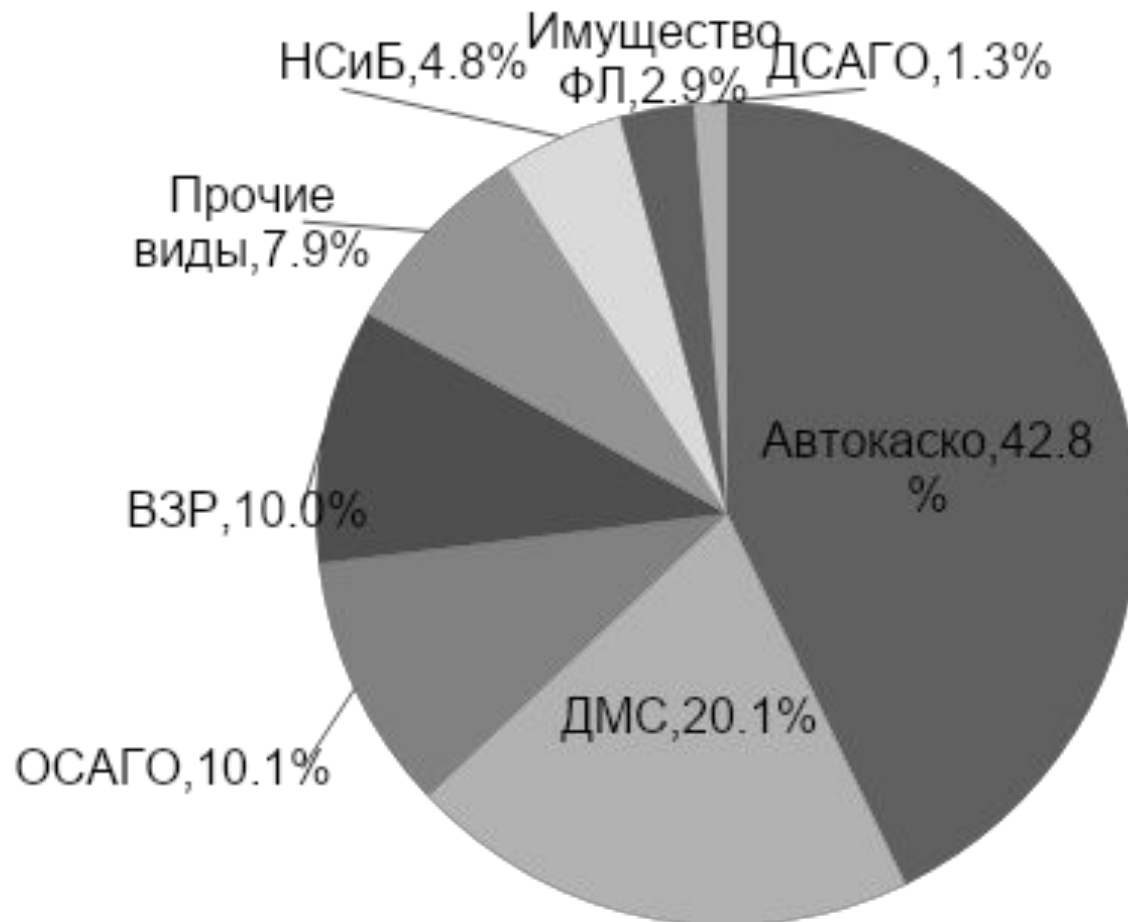
1. Страховой калькулятор.
2. Расчёт конечной стоимости полиса.
3. Оформление полиса.
4. Оплата полиса.
5. Изменение параметров полиса после покупки.

Доля директ-страхования на страховом рынке



Структура премий, полученных в рамках директ-страхования, 1/2 2014 г.

(по данным компаний – участников исследования)



«Первопроходцы» российского рынка директ-страхования

Компания	Взносы по прямому страхованию, всего, тысяч рублей		Доля прямого страхования во взносах компании, %		Темпы прироста взносов, %
	2014 год	2013 год	2014 год	2013 год	
<u>ОАО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»</u>	1 225 139	959 361	69,7	81,1	27,7
<u>Группа Ренессанс Страхование</u>	798 385	845 534	2,5	2,1	-5,6
<u>ОАО «Либерти Страхование»</u>	424 871	336 195	15,1	13,4	26,4

Лидеры российского рынка директ-страхования (по итогам 2014 г.)

Среди всех страховщиков	«МЕТЛАЙФ» ЗАО	1 376 114 тыс.руб.
Среди специализированных страховщиков директ-страхования	«ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ» ОАО	1 225 139 тыс.руб.
Среди универсальных компаний	Группа Ренессанс Страхование	798 385 тыс.руб.

Лидеры российского рынка директ-страхования (по итогам 2014 г.)

Место	Компания / группа компаний	Взносы, тыс.руб.
1	<u>АО «Страховая Компания Метлайф»</u>	1 376 114
2	<u>АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»</u>	1 225 139
3	<u>Группа Ренессанс Страхование</u>	798 385
4	<u>Группа «ИНГО»</u>	529 979
5	<u>Группа Альянс</u>	453 570
6	<u>ЗАО Страховая компания «Инвестиции и Финансы»</u>	430 918
7	<u>ОАО «Либерти Страхование»</u>	424 871
8	<u>Страховая группа «Альфастрхование»</u>	301 845
9	<u>ООО СК «ВТБ Страхование»</u>	203 570
10	<u>ООО «СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ «АРСЕНАЛЬ»</u>	135 547

ОСАГО-директ: почти половина членов РСА

1. ОАО «АльфаСтрахование»
2. САО «ВСК»
3. ООО «Группа Ренессанс Страхование»
4. АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»
5. ОАО «Либерти Страхование»
6. СПАО «РЕСО-Гарантия»
7. ООО «Росгосстрах»
8. ООО РСО «ЕВРОИНС»
9. ОАО «САК „ЭНЕРГОГАРАНТ“
10. АО „СГ МСК“
11. ПАО СГ „ХОСКА“
12. ООО СК „Паритет-СК“
13. АО „Страховая группа “УралСиб»
14. АО «Тинькофф Страхование»
15. САО ЭРГО

Преимущества директ-страхования для страхователя

Прозрачность:

- возможность самостоятельного контроля выбора продукта и процесса покупки;
- отсутствие навязанных дополнительных страховых продуктов.

Преимущества директ-страхования для страхователя

Экономия времени:

- быстрота оформления документов;
- отсутствие необходимости в посещении офиса страховщика: удалённое оформление полиса, внесение в него изменений, проведение части операций по урегулированию убытков;
- возможность круглосуточного обращения к страховщику.

Преимущества директ-страхования для страхователя

Снижение затрат (страховая премия часто ниже, чем при работе через посредников).

Недостатки директ-страхования для страхователя

Необходимость **высокой квалификации страхователя**, знания страховой терминологии.

Необходимость **самостоятельно разбираться** в продукте, выбирая оптимальный набор опций.

Ограниченный перечень страховых продуктов, доступных к приобретению (реализация стандартизованных страховых продуктов, рассчитанных на среднестатистического страхователя).

Преимущества директ-страхования для страховщика

Широкий охват потенциальных клиентов.

Точное представление о потребностях клиента
=> Разработка страховых продуктов с учётом необходимых опций.

Возможность оперативно **оценивать спрос** на различные страховые продукты, его эластичность, придерживаться более гибкой ценовой политики.

Преимущества директ-страхования для страховщика

Быстрое накопление **детальной статистики** по клиентам и договорам страхования.

Более эффективная **сегментация клиентов**, повышение качества андеррайтинга (возможность качественно анализировать взаимосвязи между характеристиками конкретных групп страхователей и их страховым поведением, убыточностью по портфелю, приверженностью к прямому каналу продаж).

Преимущества директ-страхования для страховщика

В отличие от агентов, операторы вносят **всю информацию о клиенте в электронную систему.**

Аналитики могут находить взаимосвязь между характеристиками человека и его манерой езды. Видно, какие клиенты выбирают некоторые марки машин. Определённые параметры влияют на убыточность. Возможность чёткого понимания целевой аудитории как со страховой, так и с маркетинговой точки зрения.

Преимущества директ-страхования для страховщика

Снижение операционных издержек
страховщика (аренда офиса, коммунальные
платежи, печать бланков и т.д.).

Возможность **сокращения штата** сотрудников за
счёт автоматизации.

Преимущества директ-страхования для страховщика

Отсутствие комиссионного вознаграждения посредникам. Традиционный страховщик ежегодно при перезаключении платит комиссию посредникам, прямой страховщик платит только за новых клиентов.

Снижение вероятности мошенничества (при участии посредника).

Большие возможности для **перекрёстных продаж** без нарушения интересов посредников.

Преимущества директ-страхования для страховщика

Ликвидация БСО – значительное снижение трудозатрат на сопровождение полисов, начиная от изготовителя и заканчивая органами полиции, проводящими мероприятия по похищенным и утерянным БСО.

Сокращение количества **ошибок при вводе** документов.

Преимущества директ-страхования для страховщика

Экономия на затратах в долгосрочном периоде.

Европа: РВД прямых страховщиков – 15-23%, РВД на рынке в целом – 18-30%.

Экономия от масштаба возможна после охвата 5% страхового рынка или 12-15% взносов по автострахованию.

Недостатки директ-страхования для страховщика

Высокие затраты на внедрение директ-страхования (IT-систему, call-центры).

Отсутствие гарантий быстрой окупаемости.

Средний срок окупаемости проекта – 5-7 лет.

Высокие затраты на рекламу и маркетинг, особенно в краткосрочном периоде.

Достоинство: рост узнаваемости бренда => рост продаж в других каналах.

Структура затрат на внедрение директ-страхования

- 1. Первичный запуск** директ-страхования (разработка площадки и процессов продажи, настройка аналитики).
- 2. Развитие** ИТ-инфраструктуры и процесса обслуживания.
- 3. Привлечение потребителя:** размещение рекламы, постоянный контроль стоимости покупки и привлечения, размера конверсии, постоянная оптимизация рекламных кампаний и интерфейсов.

Недостатки директ-страхования для страховщика

**Необходимость содержания расширенного штата
сопровождения IT-решений.**

Недостатки директ-страхования для страховщика

Более высокая, чем при традиционном страховании, **вероятность ухудшающего отбора.**

Принятие на страхование практически всех обратившихся, повышение вероятности мошенничества страхователя.

10% клиентов по автострахованию – мошенники.
Цена за тех, кто обманывает, распределяется по всему портфелю.

Барьеры для развития директ-страхования в России

- 1. Отсутствие единой клиентской базы =>**
Необходимость осмотра автомобиля клиента перед принятием на страхование.
- 2. Сложности применения ЭЦП.**
- 3. Медленная работа Почты России –**
необходимость затрат на курьерские службы.
- 4. Некоторые виды страхования** полностью не перенести в интернет в силу их **специфики**.
Страховой продукт должен отличаться относительной простотой (авто, ВЗР, НС, частично имущество).

Каналы продвижения директ-страхования

Директ-страхование – это не просто колл-центры и Интернет, это **новые технологии ведения бизнеса** (андеррайтинга и работы с клиентами).

Основная идея – не столько в экономии на агентских комиссиях (экономия есть и при посещении клиентами офисов страховщиков), сколько в новых технологиях и мощной IT-системе.

Пока прямые страховщики являются инвестиционными проектами, их расходы существенно превышают среднерыночные показатели. **В долгосрочной перспективе при пролонгациях и развитии кросс-продаж расходы прямых страховщиков ниже, чем у традиционных компаний.**

Статистика роста продаж электронных билетов:
население России готово пользоваться услугами
прямых страховщиков.

- 1. Изменение поведения страхователей – экономия, внимание к разбросу цен.**
- 2. Сужение платёжеспособного спроса.**
- 3. Рост стоимости заёмных денежных средств, риск сокращения финансирования проектов по прямому страхованию.**
- 4. Снижение части расходов прямых страховщиков, в т.ч. на рекламу и маркетинг.**

Факторы, влияющие на конкурентоспособность директ-страхования в России

- 1. Изменения в законодательстве** (отмена обязательной документарной формы полиса) и создание единой базы по автомобилистам (снижает расходы прямых страховщиков на курьерскую доставку и предстраховой осмотр).
- 2. Качество услуг** прямых страховщиков.
- 3. Надёжность** прямых страховщиков (уход с рынка, не выполнив обязательства).