

Эволюция потребителя  
в глобальном мире:  
НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ДЛЯ  
страхования



Арташес Сивков  
Москва, Июнь 2012

РОСНО

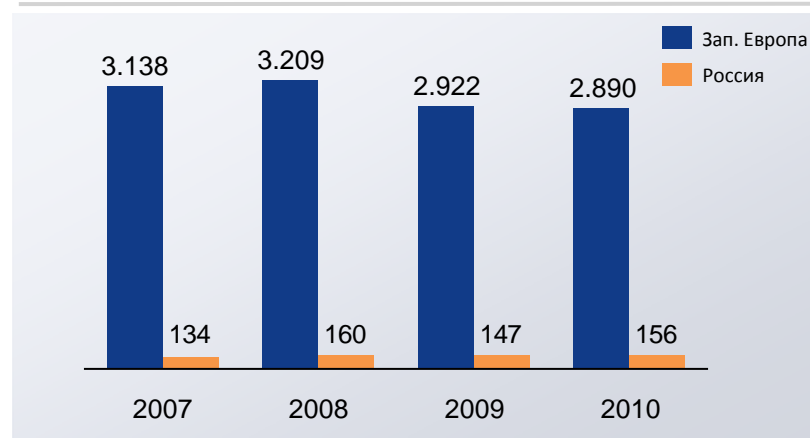
Allianz 

# Сравнение страховых рынков: Россия, Европа, США

## Страховые рынки Запада и России, 2010 г.



## Страховые премии на душу населения, долл.



## Номинальные темпы прироста рынков









## Выводы

При ежегодном приросте в 13,8% и неизменном объеме рынка Германии, **России** понадобится порядка **20 лет** чтобы достичь уровня Германии по объему рынка

# Уровень проникновения добровольных видов страхования

Пользование страховыми услугами среди населения,  
в % от общего числа респондентов, 2011 г.

Вид страхования	Германия 	Россия 
Автокаско* 	84%	10%
Страхование имущества 	75%	8%
Страхование от НС 	40%	3%
Страхование жизни 	34%	3%

**В среднем на одного жителя приходится договоров:**

- для жителей Германии – 6
- для жителей России - 1

\* % от общего автопарка страны

# Барьеры страхования в России vs. отношение в Европе

Страхуюсь часто по необходимости

... поэтому часто выбираю ЦЕНУ, а не СЕРВИС

Использую только самые простые финансовые инструменты (вклады) и простые страховые продукты (ОСАГО +)

Не люблю и, если честно, боюсь планировать свою жизнь (горизонт планирования – до 1 года)

Низкое доверие к СК (они не спешат выполнять свои обязательства)



Страхование - это привычная часть моей жизни, страхуюсь осознанно

... поэтому прежде всего выбираю СЕРВИС

Диверсифицирую свои финансы, минимизируя риски

Умею планировать свою жизнь (горизонт планирования – 10 лет)

Доверяю СК, которые обеспечивают финансовую защиту



# К чему должен стремиться российский страховщик: западный benchmark



## **БЫТЬ НАДЕЖНЫМ ПАРТНЕРОМ**

- гарантировать выполнение взятых обязательств (платить)
- история успешной работы на рынке
- репутация надежного/честного страховщика

## **БЫТЬ МОБИЛЬНЫМ И ГИБКИМ**

- предоставлять быстрые процессы на всех этапах (от продажи страховки и до получения выплаты/ремонта)
- быстро реагировать на потребности клиентов

## **БЫТЬ ВСЕГДА НА СВЯЗИ**

- возможность получить информацию через колл-центр, on-line, мобильные приложения и пр.

## **БЫТЬ ОТКРЫТЫМ**


- полно и открыто информировать потребителя обо всем, что для него важно (все нюансы страхования)
- открытость во взаимоотношениях с партнерами и государством
- открытая информация по устойчивости бизнеса, финансовом состоянии компании

## **ПОНИМАТЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ**

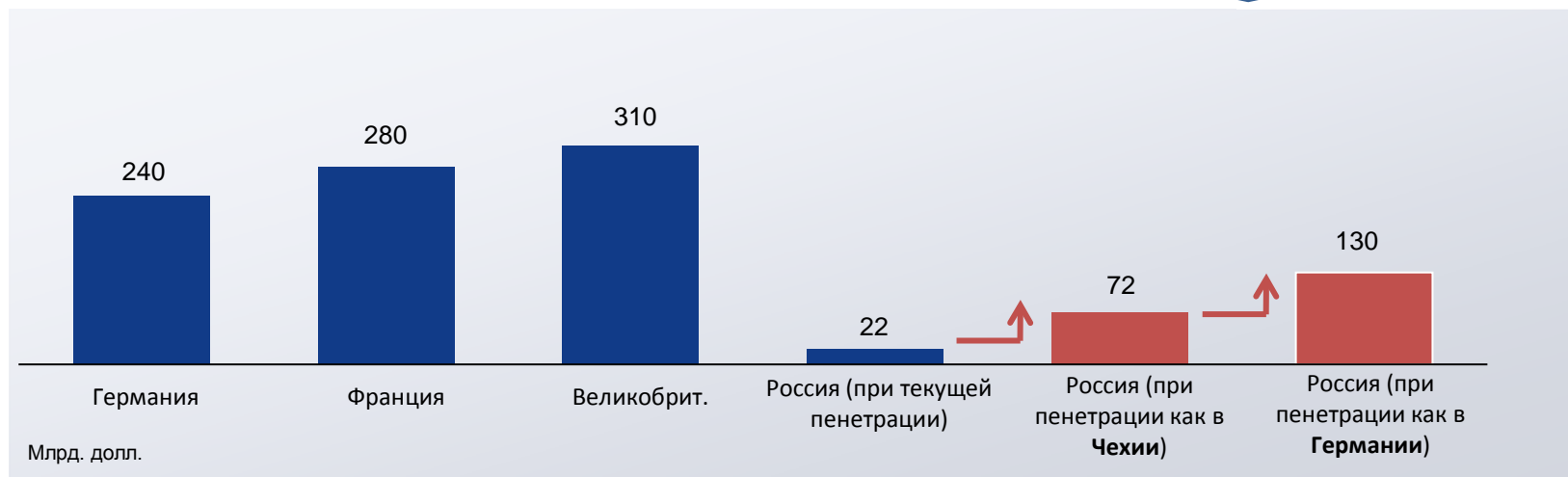
- предлагать то, что нужно потребителю, говорить с ним на одном языке
- модифицировать имеющиеся продукты /сервисы и разрабатывать новые на основе потребностей клиентов

# Эволюция рынка: где будет Россия при пенетрации страхования как в Чехии или Германии

Средняя премия на душу населения по видам, долл.

Вид страхования	Россия 	Чехия 	Германия 
Страхование жизни	8	345	805
Страхование не-жизни	137	398	535
Автострахование	60	172	198

Страховой рынок : Западная Европа vs Россия



Спасибо за внимание!

[www.allianz.ru](http://www.allianz.ru)