

МДК 02.01 Планирование и организация продаж в страховании

Тема занятия:

«Структура российского
страхового рынка по каналам
продаж»

Понятие и виды каналов продаж в страховании

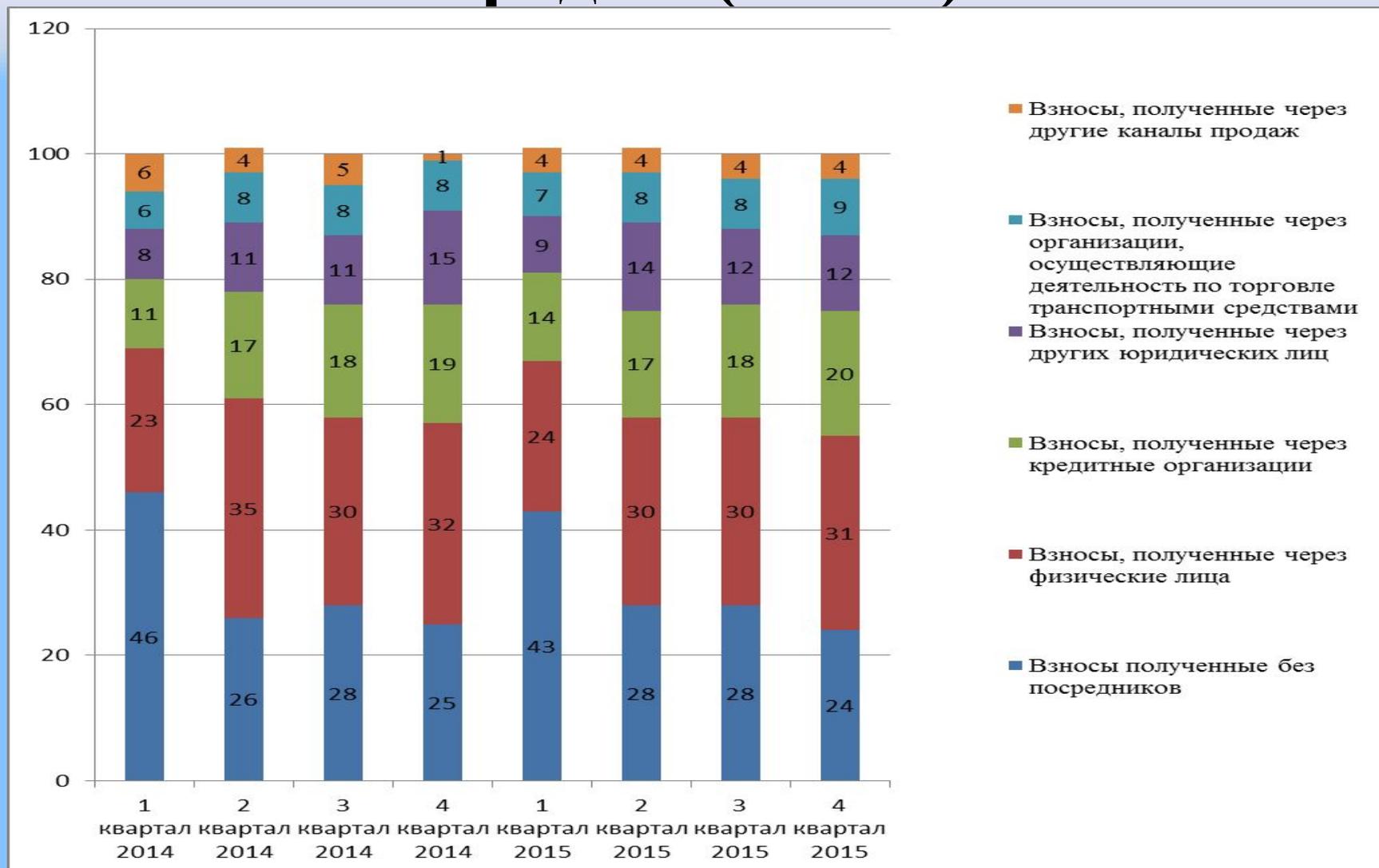
Канал продаж – один из способов коммуникации страховой компании с клиентом при помощи которого осуществляется продажа страховой услуги.



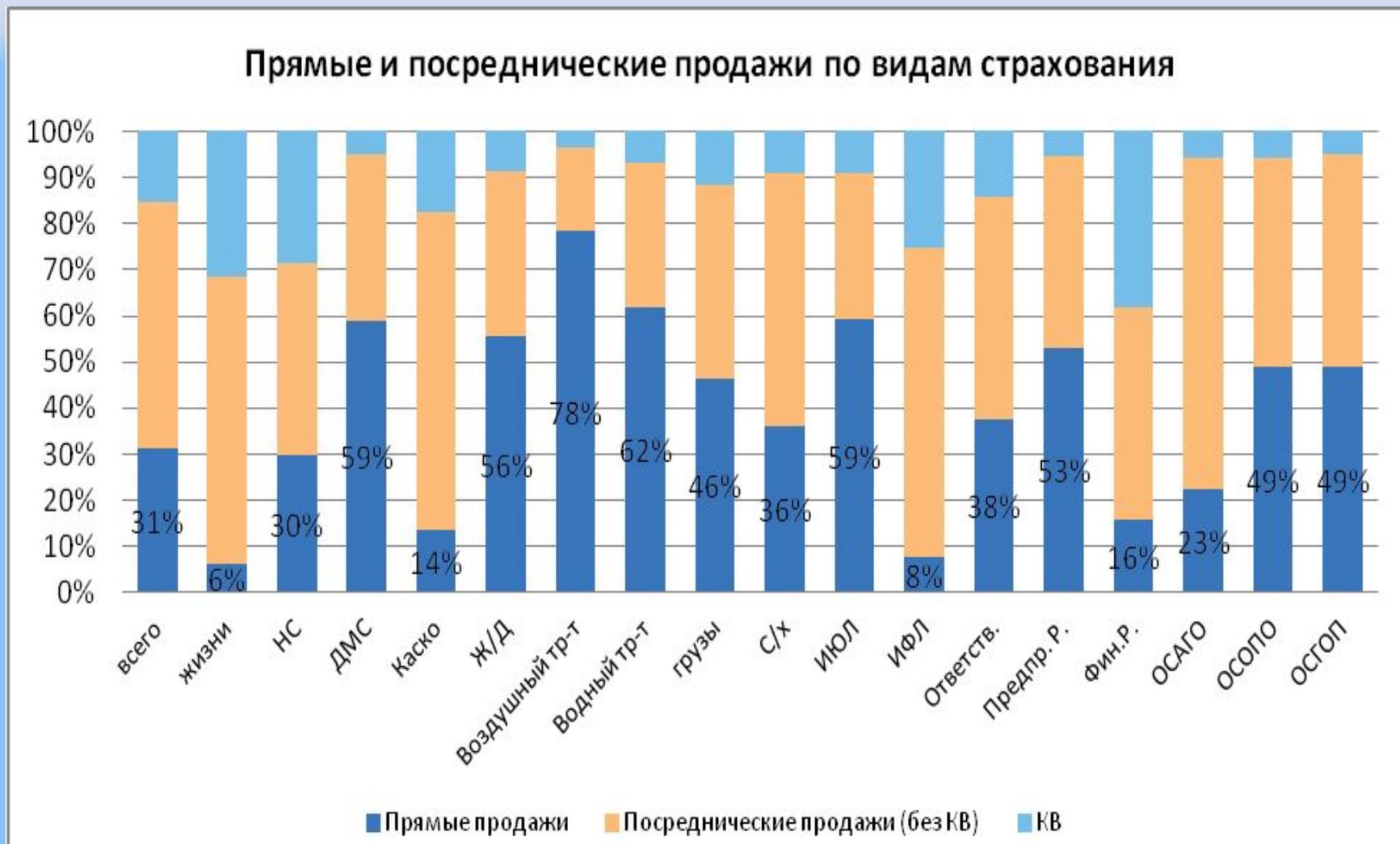
Основные формы каналов продаж на российском страховом рынке



Квартальная динамика страховых премий по отдельным каналам продаж (2015г.)



Прямые и посреднические продажи по видам страхования (2015г.)



Динамика рынка банкострахования



Источник: РАЕХ («Эксперт РА»)

В 2015 году продолжил активно развиваться банковский канал продаж, обеспечив 20% всех собранных взносов 4 квартала и повторив результат аналогичного периода 2014 года.

Концентрация рынка банкострахования усиливается среди страховых компаний, входящих в топ-3, что связано с резким ростом доли ООО СК «Сбербанк страхование жизни» с 17% за 2014 год до 25% за 2015 год. В результате доля компаний топ-3 увеличилась с 29% за 2014 год до 37%. В то же время доля страховых компаний, занимающих места с 4 по 10, наоборот размывается.



банками, – ООО СК "Сбербанк страхование жизни", ООО СК "ВТБ Страхование" и Страховая группа "АльфаСтрахование".

При этом ООО СК "Сбербанк страхование жизни" заняло 1-ое место за 2014 и 2015 года, переместившись с 8-го за 2013 год. Прирост его страховых взносов в абсолютном выражении за 2014-15 год составил 27,4 млрд рублей. Таким образом, сильный прирост взносов ООО СК "Сбербанк страхование жизни" заместил часть падения рынка, связанного со снижением кредитования, и обеспечил прирост всего рынка банкострахования. Без учета взносов ООО СК "Сбербанк страхование жизни" рынок банкострахования сократился бы на 10% за 2015 год.

Структура страхования жизни в банковском секторе (2015г.)

Прошлый драйвер рынка страхования жизни – сегмент страхования заемщиков – в 1 полугодии 2015 года начал сокращаться. За 6 месяцев 2015 года страховщики жизни собрали 16,6 млрд рублей по страхованию заемщиков, что было на 20,2% ниже, чем годом ранее. Несмотря на падение одного из крупнейших сегментов, совокупный объем рынка страхования жизни вырос за счет быстрого роста сегментов накопительного и инвестиционного страхования жизни. Объем смешанного страхования жизни в 1 полугодии 2015 года достиг 17 млрд рублей (+23,2% к значению 1 полугодия 2014 года), объем инвестиционного страхования жизни вырос до 18,6 млрд рублей (+57,6%).

Сегмент страхования жизни	Взносы за 6 мес. 2015 года, млрд. рублей	Темпы прироста взносов 1ПГ2015/ 1ПГ2014, %
Страхование заемщиков	16.6	-20.2
Смешанное страхование жизни (дожитие + нетрудоспособность или смерть в период действия полиса)	17.0	+23.2
Страхование ренты / аннуитетное страхование / пенсионное страхование	1.2	+20.0
Инвестиционные страховые продукты страхования жизни	18.6	+57.6

Директ-маркетинговое страхование

(2015г.)

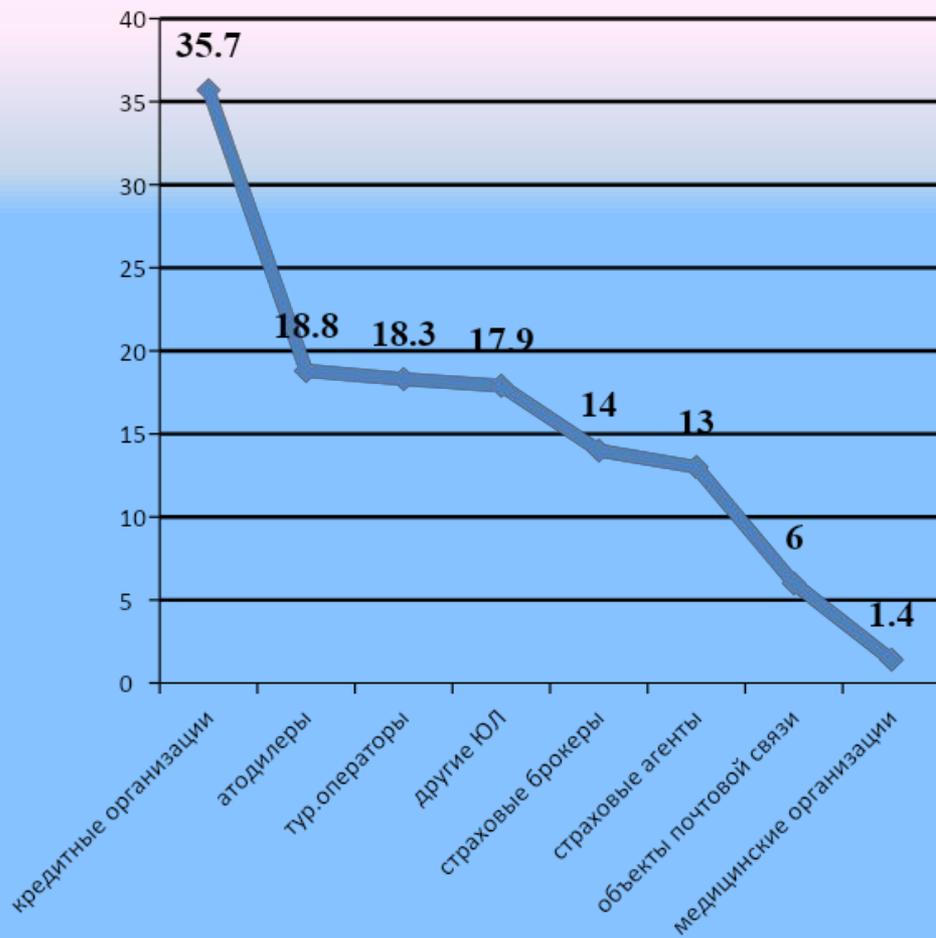
В поисках новых точек прогресса страховщики активно развивают директ-страхование. Под директ-страхованием понимается дистанционная продажа полисов страхования (оформление и расчет конечной стоимости) через Интернет или колл-центр без участия посредников – страховых агентов. В настоящее время количество компаний на рынке, занимающихся директ-страхованием, приближается к 40.

Активнее всего росли страхование от несчастных случаев и болезней (60%), страхование выезжающих за рубеж (57%) и страхование имущества физических лиц (46%). В номинальном выражении объем директ-страхования вырос на 1,1 млрд. рублей. Наибольший вклад в прирост внесли страхование выезжающих за рубеж (+270 млн. рублей), страхование автокаско (+220 млн. рублей) и ДМС (+220 млн. рублей). Объем взносов по директ-страхованию в 2015 году составил 5,6 млрд. рублей (0,7% от общего объема страхового рынка).

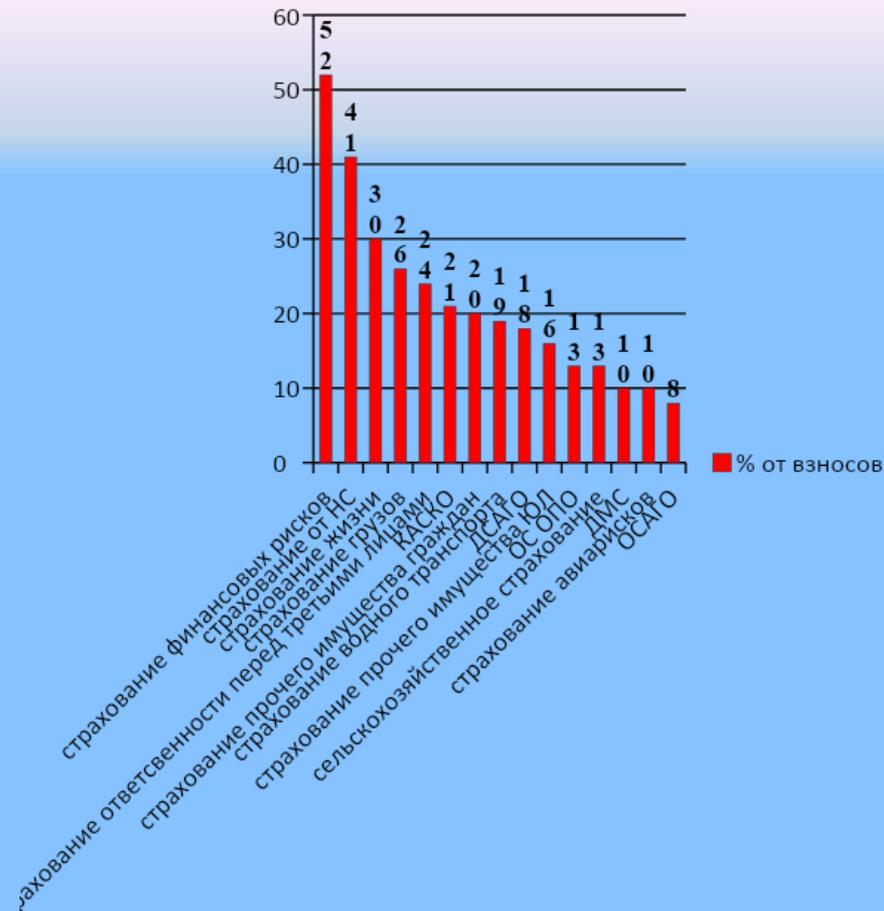
Место	Компания / группа компаний	Взносы, тыс. руб.		Доля электронных полисов во взносах, %	Темпы прироста взносов по отношению к 2014г., %
		Всего	в т.ч. взносы по электронным полисам		
1	АО «СК Метлайф»	1 376 114	0	0,0	+7,9
2	АО «ИНТАЧ СТРАХОВАНИЕ»	1 225 139	19 559	1,6	+27,7
3	Группа Ренессанс Страхование	798 385	0	0,0	-5,6
4	Группа «ИНГО»	529 979	0	0,0	+6,7
5	Группа Альянс	453 570	16 675	3,7	-2,1
6	ЗАО СК «Инвестиции и Финансы»	430 918	0	0,0	+15,0
7	ОАО «Либерти Страхование»	424 871	75 385	17,7	+26,4
8	СГ «АльфаСтрахование»	301 845	299 161	99,1	+170,0
9	ООО СК «ВТБ Страхование»	203 570	49 284	24,2	+67,9
10	ООО «СК «АРСЕНАЛЬ»	135 547	0	0,0	+36,3

Комиссионное вознаграждение

Ставка комиссионного вознаграждения



Ставка комиссионного вознаграждения в зависимости от вида страхования



По данным ЦБ, в 2015 году посредники заработали на страховщиках 151,3 млрд руб. Самые дорогостоящие для рынка продавцы — банки, но в условиях сокращения кредитования их комиссия снижается.

Прогноз развития каналов продаж



Домашнее задание

Изучение конспекта лекций на тему
«Структура российского страхового рынка по
каналам продаж»