НАЦИОНАЛЬНОЕ РЕЙТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО
109028, г. Москва, Хохловская ул., д.28
ТЕЛ./ФАКС +7 (495) 122-22-55,
EMAIL: INFO@RA-NATIONAL.RU

НА ПУТИ СТРАХОВОЙ КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТИ

Дата опубликования: 30.07.2025

Резюме

- Рынок существенно вырос. На 31.03.2025 активы отрасли составили 5,8 трлн руб. (-0,6 трлн руб. или -8,8% от показателя на начало года, исключив влияние перехода на МСФО 17, НРА прогнозирует прирост минимум на 4-5%), страховые премии достигли 0,8 трлн руб. (+0,3 трлн руб. или +46,2% г./г.), страховые выплаты составили 0,6 трлн руб. (+0,3 трлн руб. или +121,5% г./г.), чистая прибыль — 153 млрд руб. (+54 млрд руб. или +54,5%).
- Все больше и больше страховщиков становятся на путь клиентоцентричности. В условиях повсеместной цифровизации результат налицо – создание персонализированных страховых решений, омниканальные контакты с доступностью 24/7, встройка продуктов в цифровую экосистему, кратное сокращение клиентского пути и пр.
- НРА решило по собственным метрикам оценить клиентоориентированность страховщиков отрасли по 6 показателям: соотношение выплат по договорам страхования к страховым премиям, доля отказов в страховой выплате по урегулированным страховым случаям, сумма возврата страховых премий в случае отказа страхователя от договора в «период охлаждения», неустойка за несоблюдение сроков осуществления страховой выплаты, сумма страховых выплат на основании решения суда, сокращение объема покрытия.
- По результатам анализа указанных показателей НРА сделало вывод об удовлетворительности оценок, все-таки некоторые недобросовестные практики сохраняются на высоких уровнях при их снижении в абсолютных значениях. Между тем, положительные тренды изменения негативных показателей Агентство оценивает позитивно, совместная работа по их снижению к нулевым значениям окажет существенное влияние на рост доверия населения к отрасли и удовлетворенности страховыми услугами.

Генерация прибыли и эффективность деятельности, сформированные на пике высоких ставок и страховых тарифов, а не преимущественно за счет большего проникновения продуктов защиты, дают эффект непостоянный. Поэтому инновации в продуктовой линейке страховых компаний – компонент неизбежный, тем более в условиях глобальной трансформации экономики и появления все новых сервисов и услуг. Стратегическое позиционирование стремящихся к развитию игроков на конкурентном страховом рынке – реализация клиентоориентированной бизнес-модели, создание персонализированных предложений под запросы потребителей любого уровня и кастомизированные решения под новые классы объектов/субъектов страхования. Многие страховщики в стратегических лозунгах развития декларируют клиентоцентричность как ключевую концепцию в борьбе за страхователей, имплементируют оценку клиентского взаимодействия через оценку удовлетворенности. Попробуем разобраться, а что же на деле?

Число застрахованных по договорам страхования, действовавшим на 31.03.2025, составило более 135 млн чел. Все эти граждане взаимодействовали со страховщиками и их дистрибьютерами (агентами) в отчетном периоде на этапе покупки. Количество заявленных страховых случаев в 1 квартале 2025 года увеличилось практически на треть за год и составило 17,5 млн ед. против 13,6 млн ед. годом ранее. А это число людей, которые взаимодействовали со страховщиками в отчетном периоде на этапе урегулирования убытков. Все ли довольны и как можно теоретически оценить клиентоцентричность на практике?

Подробнее читайте в обзоре НРА «На пути страховой клиентоцентричности» и публикации

«Известий».

НАЦИОНАЛЬНОЕ РЕЙТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО
107078, г. Москва, Садовая-Спасская ул., д.28
ТЕЛ./ФАКС +7 (495) 122-22-55,
EMAIL: INFO@RA-NATIONAL.RU



Page: 2