

Агентский и брокерский каналы продаж необходимы для дальнейшего развития рынка страхования жизни.

Во-первых, наличие сети финансовых консультантов в структуре компании позволяет повысить ее устойчивость за счет диверсификации портфеля и нивелирования рисков потери генерального клиента или партнера. Во-вторых, на рынках с невысоким уровнем проникновения страхования прямая коммуникация с клиентами играет решающую роль в построении эффективного бизнеса. Лично общаясь с потребителями, разъясняя тонкости страховых программ, финансовые консультанты фактически формируют спрос, управляют им.

Агентский и брокерский каналы продаж могут стать драйверами развития рынка страхования жизни. По оценкам экспертов, по окончании 2014 г. объем премий через агентскую сеть удвоится. Для этого необходимо продолжить работу в 4 основных направлениях: повышение прозрачности рынка, повышение уровня профессионализма финансовых консультантов, усовершенствование IT-системы, налогообложение. Отрасль уже предприняла ряд практических шагов: в числе ключевых проектов рынка – участие в пилотном проекте по тестированию работы спецдепозитария и проекте по сертификации агентов.

Если обратиться к зарубежному опыту, то можно найти примеры различных моделей рынка. Так, среди европейских страховых рынков присутствуют как те, где продажи осуществляются преимущественно через финансовых консультантов – Словения, Великобритания, Нидерланды, так и те, где основным каналом продаж для частных клиентов является банк – Португалия, Италия.

В России, с учетом невысокого уровня проникновения страхования, перспективны практически все продукты. Если говорить об агентской и брокерской сетях, то можно отметить наличие спроса на программы страхования жизни, которые включают риск «диагностирование смертельно опасных заболеваний» (онкология, инфаркт, инсульт и другое). Детское страхование, которое предполагает страхование родителей и ребенка в рамках одного полиса и включает функцию накопления и защиты по широкому спектру рисков. По нашим оценкам, темп роста этого сегмента может быть на уровне 15–20% в год.

В банковском канале, в части некредитного страхования, наиболее востребованы инвестиционно-страховые продукты, накопительные программы по страхованию жизни, кобрендинговые продукты банков и страховщиков, например «страховой депозит».

Отдельно можно отметить инвестиционно-страховые программы, где нам только еще предстоит нарастить объем премий. Для сравнения: доля unit-linked в Венгрии по итогам 2012 г. составляла 64%, в Польше – 38%, в России – около 8% (речь идет о модификации классического unit-linked, разрешенной в России).

Источник: [Профиль](#) , 30.09.13

Автор: Сергей Перелыгин, генеральный директор СК «PPF Страхование жизни»