

Страховщики все чаще запускают продукты с новым форматом оплаты, сообщает ВСС

Страховые компании переживают бум запуска продуктов по подписке, следует из опроса “Ъ” крупных игроков рынка. Об этом рассказали в СОГАЗе, «СберСтраховании», ВСК, «Росгосстрахе» и «Абсолют Страховании».

Договор страхования по подписке заключается, как правило, на год, как и обычный полис, однако вместо одноразового платежа клиент платит каждый месяц — в моменте полис дешевле, однако в пересчете на год становится дороже.

По оценкам директора департамента «Страхование» компании «Рексофт» Никиты Евсеенко, переплата может составить 10–20%. При этом программы по подписке обычно имеют ограниченное покрытие по набору рисков, отмечает вице-президент «РЕСО-Гарантии» Игорь Иванов.

По словам заместителя гендиректора по розничным продажам «Абсолют Страхования» Андрея Бурлака, ранее такие продукты можно было назвать довольно редкими, с 2024 года эта практика начала набирать популярность, а в 2025 году количество запусков значительно возросло. Если в 2022–2024 годах таких продуктов было немного, с единичными запусками среди крупных игроков, то в 2025 году можно говорить о десятках новых предложений.

По оценкам гендиректора агентства «Бизнесдром» Павла Самиева, доля страхования по подписке в страховании имущества выросла с 1–2% на старте до примерно 10%.

Развитие тренда подкрепили подписочные сервисы на стороне банков и онлайн-кинотеатров, поскольку благодаря им потребители привыкают к иному формату взаимодействия с разными поставщиками услуг, считает руководитель центра развития продуктов «Страхового дома ВСК» Варвара Колесникова.

По словам страховщиков, новый формат выгоден для бизнеса. В отличие от

традиционных разовых продуктов подписка позволяет поддерживать постоянный контакт с клиентом, предлагая ему дополнительные услуги и обновления на протяжении всего периода действия контракта, что способствует улучшению лояльности и повышению кросс-продаж, говорит господин Бурлак. По его оценкам, маржинальность подписочных продуктов может быть на 10–15% выше по сравнению с традиционными одноразовыми полисами.

Однако не все страховщики идут вслед за трендом. «Ресо-Гарантия» не использует эту модель.

«Такие договоры сложнее администрировать. Вместо одного длинного будет много коротких полисов, нужно правильно выстроить процесс их продления, если вдруг клиент сначала не смог оплатить (не было денег), а потом вдруг решил продлить действие страховой защиты (например, в каско нужно проводить осмотр),— поясняет господин Иванов.— Больше рисков недополучения премий, так как оплата берется только за один месяц, а полноценный убыток может наступить сразу».

Википедия страхования, 22.12.2025 г.