



*Рынок страхования квартир, загородных строений и прочего имущества физических лиц увеличился в 2015 году на 18–20%. «Группа Ренессанс страхование» росла вместе с рынком.*

Ключевой тенденцией прошлого года стало изменение структуры спроса. Если до 2012 года порядка 50% объема рынка приходилось на ипотечные сделки, то в 2014–2015-х их доля уменьшилась за счет роста спроса на коробочные продукты, а также продукты по защите мобильной, портативной техники, которые страховщики начали с успехом реализовать через банки и ретейл.

При этом общая доля проникновения данного вида страхования находится на крайне низком уровне порядка 6%. Для большинства россиян польза страхования как инструмента управления своими расходами остается довольно неочевидной.

Еще одной характерной тенденцией рынка стал переток портфелей от более мелких или отказавшихся от розничного бизнеса страховых компаний к более крупным. Этот процесс усилился в 2015 году, когда с рынка ушел ряд страховых компаний.

«В условиях нестабильной экономической ситуации также наблюдается снижение средней премии по договорам страхования имущества. Люди хотят сэкономить в кризис, но при этом те, кто привык передавать свои риски страховщикам и заботятся о сохранении своего жилища, продолжают делать это даже на фоне снижения своих доходов», — говорит Артем Искра, управляющий директор Департамента андеррайтинга и урегулирования убытков по продуктам массового страхования «Группы Ренессанс страхование».

Потребители очень чувствительны к стоимости страхования. Поэтому «Ренессанс Страхование» в кризис предложило дополнительные сервисы и риски без увеличения стоимости страхования, оплату в рассрочку, использование инструмента добровольной временной франшизы (дни, которые страхователь самостоятельно исключает из периода страхования) — все эти решения, позволяющие сэкономить, пользуются сейчас

активным спросом клиентов.

Интересно, что вопрос стоимости больше всего занимает женщин, они задают его одним из первых. Мужчины, напротив, более обстоятельно подходят к определению того имущества, которое передают на страхование, более детально его описывают. Требовательность проявляют VIP-страхователи, которые часто готовы переплатить, чтобы избежать осмотра квартир и дач. Вместе с тем, именно VIP-клиенты оказываются более требовательными к сервису и скидкам.

Лояльность и удовлетворенность существующих клиентов в кризис может стать важным источником прибыли для страховщиков. Поэтому в этом году основной акцент страховщики будут делать на предложение своим клиентам новых, нестандартных покрытий и условий, повышение качества обслуживания, а также сервисов, позволяющих сделать покупку и обслуживание полиса более удобным действием.

Источник: [Википедия страхования](#) , 12.02.16