

В ОЖИДАНИИ РОСТА

«... в России, кроме Крымского, строится еще много мостов и их тоже нужно страховать...»

Генеральный директор ООО «СМП-Страхование» Сергей Куцеба убежден, что секрет успеха — не столько в том, чтобы придумать что-то принципиально новое, сколько в том, чтобы грамотно реализовать все лучшие практики, зарекомендовавшие себя в страховании. Впрочем, это не мешает страховщику внедрять принципиально новые подходы к комплексному управлению страховым портфелем клиентов. «СМП-Страхование» умеет страховать и «акул» бизнеса и настоящих акул в океанариумах. И уже сегодня готовится к будущему росту экономики.

ССТ: Почему именно сейчас, в такой тяжелый для российского страхования период, «СМП-Страхование» решило выйти на открытый рынок?

Сергей Куцеба: Чтобы эффективно развиваться, бизнес должен не только учитывать трудное сегодня, но уметь прогнозировать перспективное завтра. По прогнозам экспертов, в конце 2017 — в 2018 годах ожидается улучшение макроэкономических показателей. Экономика из стагнации перейдет в положение низкого старта и далее — к росту. У стратегических инвесторов вернется вкус, в том числе и к страховому рынку, страховым компаниям как объектам инвестиции. В Россию начнут возвращаться крупные зарубежные фонды, придут иностранные инвестиции. Конечно, это вопрос не самого близкого будущего, но готовиться нужно уже сегодня — чтобы было что

показать потенциальному инвестору. А инвестору интересна хорошо капитализированная, рыночная компания, которая имеет соответствующий потенциал развития и, самое главное, чтобы этот потенциал мог быть реализован на существующих, уже построенных инструментах. Об этом говорят все «гуру» в области развития экономики: надо готовить интеллектуальную базу, человеческую базу, базу компетенций.

ССТ: И как будет готовиться к будущему росту экономики ваша компания — что вы придумали? В каком направлении вы пойдете?

С. К.: Как говорится, все придумано до нас. Я считаю, что основной вопрос нашей действительности — это вопрос реализации. Очень много умных книг написано и много всего хорошего придумано, но, когда мы сталкиваемся с практикой, к сожалению, от этих придумок



Сергей Куцеба *Генеральный директор ООО «СМП-Страхование»*

до конечной реализации не доходит. Поэтому я вижу нашу задачу в том, чтобы максимально реализовать все лучшие практики, зарекомендовавшие себя в страховании. Для нас главный сектор — корпоративный. Это связано со спецификой нашей группы, нашим опытом и квалификацией наших специалистов.

ССТ: Многие страховые компании видят своей целевой аудиторией крупный бизнес. Конкуренция очень высока. За счет чего вы будете выигрывать?

С. К.: На нашей стороне — все классические преимущества: клиентоориентированность, комфортность, быстрота принятия решения, знание специфики клиента. Мы можем подстроить под его потребности технологический процесс, саму страховую программу. Для большой страховой компании оперативно согласовать изменения в правилах страхования почти немыслимая задача, которая займет месяцы и потребует взаимодействия различных департаментов. А для нас внести изменения в правила, если они позволят предоставить клиенту адекватную страховую защиту, не составляет проблем. Мы быстрее реагируем на потребности клиента и тем самым выигрываем. Другое наше возможное конкурентное преимущество — направление развития — это технологичность, современная ІТ-платформа, развитие онлайн-продаж.

ССТ: В чем здесь особенное удобство для клиентов?

С. К.: Мы предоставим клиентам возможность работать через личный кабинет, в котором создадим перспективный протокол по обеспечению его страховой защиты во времени. Этот сервис очень важен, если у клиента есть

Акционеры увеличили уставной капитал компании со 158 млн до 2,1 млрд рублей. Это позволило полностью соответствовать всем требованиям регулятора по марже платежеспособности и других финансовых показателей.

потребность в комплексной страховой защите. Комплекс разбивается на ряд договоров страхования, которые заключаются в разное время, в интересах разных подразделений клиента (персонал, основные средства, грузы, транспорт и т. д.). Самому предприятию уследить за всем этим хозяйством сложно, а наш сервис фактически поможет клиенту экономить на риск-менеджменте. Мы сами будем следить за страховым портфелем клиента, приведем его в соответствие с возможностями бюджета. Этот план-график будет наполняться своевременными предложениями, страховыми продуктами и техническими инструментами взаимодействия по обеспечению комплексной страховой защиты.

ССТ: Крупные компании обычно проводят тендер по выбору страховщика. Часто о надежности компании судят по ее размеру. Вы готовы к серьезным тендерам?

С. К.: «СМП-Страхование» готово участвовать в тендерах на рыночных условиях, мы можем соответствовать всем тендерным и конкурсным требованиям. Мы будем подавать документы на повышение рейтинга, будем наращивать свои квалификацион-

ные показатели. Акционеры увеличили уставной капитал компании со 158 млн до 2,1 млрд рублей. Это позволило полностью соответствовать всем требованиям регулятора по марже платежеспособности и других финансовых показателей. С таким капиталом мы можем получать все возможные виды лицензий, разрешительных документов на участие в крупнейших страховых программах и конкурсах.

ССТ: У крупных предприятий есть потребности в профессиональной оценке рисков. У вас есть собственный инженерный центр?

С. К.: Наша концепция наращивать компетенции не за счет роста численности персонала, а за счет привлечения высококвалифицированных партнеров в различных областях. Внутри компании мы хотим сосредоточится на ключевых компетенциях страховщика, главные из которых, безусловно — это оценка риска и расчет себестоимости страхового продукта. По другим же процессам мы планируем активно работать с компаниями, специализирующимися на отдельных участках бизнес-процесса страхования: брокерами и агентами

Мы планируем активно работать с компаниями, специализирующимися на отдельных участках бизнес-процесса страхования: брокерами и агентами в продажах, оценщиками в осмотрах принимаемых в страхование объектов, сюрвейерами и аджастерами при урегулировании убытков.

в продажах, оценщиками в осмотрах принимаемых в страхование объектов, сюрвейерами и аджастерами при урегулировании убытков. Сейчас на рынке таких организаций уже много. Уже можно среди них организовывать тендеры, выбирать лучших и по качеству, и по цене. Так как они держат на своей себестоимости содержание своих аппаратов и разработку своих инструментов, то, соответственно, для нас эта услуга становится дешевле — при том, что мы всегда сможем привлекать самых лучших специалистов и использовать самые современные технологии.

ССТ: Еще один важный вопрос — перестрахование...

С. К.: Мы развиваем отношения с Национальной перестраховочной компанией, и нами достигнуто принципиальное соглашение о сотрудничестве. Это один из наших ориентиров по емкости и по партнерству. Мы также работаем со многими крупными страховщиками и специ-

ализированными перестраховочными компаниями. Через наших партнеров мы смотрим на азиатский рынок. Там есть своя специфика, но за три последних года проделана большая работа, привлечены специалисты, которые могут обеспечивать построение там перестраховочной защиты. Мы можем быть уверены во всем объеме принятых на себя страховых обязательств.

ССТ: Вы планируете достичь масштабов СОГАЗа?

С. К.: Амбиции должны быть соизмеримы с ресурсами. Со временем, может быть, это станет реальностью. Но сейчас задача компании — на следующий год войти в ТОП-50 российских страховщиков. Следующая задача — войти в ТОП-10. Такие планы у нас на ближайшие три года.

ССТ: Планирует ли «СМП-Страхование» развиваться в регионах?

С. К.: Тема развития страхования в регионах — всегда дискуссионная. Какие-то

Мы видим наше присутствие в регионах следующим образом: должны быть центры принятия решений на уровне федеральных округов, в которых сосредоточены сотрудники компании. По стране будет не более 20 таких центров.

компании считают, что в регионы нужно выдвигать продающие подразделения, какие-то в этом вопросе полагаются на современные ІТ-решения. Мы видим наше присутствие в регионах следующим образом: должны быть центры принятия решений на уровне федеральных округов, в которых сосредоточены сотрудники компании. По стране будет не более 20 таких центров. На остальной территории будут удаленные точки продаж с агентами, хорошо технологически оснащенными. Кроме того, мы планируем активно использовать для организации продаж и коммуникации с клиентами банковские сети. Также мы готовы рассматривать небанковские сети продаж федерального масштаба.

CCT: Как вы считаете, имя акционеров будет способствовать развитию бизнеса?

С. К.: В определенном смысле имена наших акционеров говорят о надежности, профессионализме и опыте взаимодействия с государственными организациями. Но и мы должны соответствовать определенным компетенциям должного уровня. У нас реальные активы. Мы в этом году прошли комплексную проверку Банка России. В нашей работе мы не допускаем ни одного нарушения. Мы совершенно прозрачны, как этого требует Законодательство, мы платим — это как раз то, что значимо для клиентов.