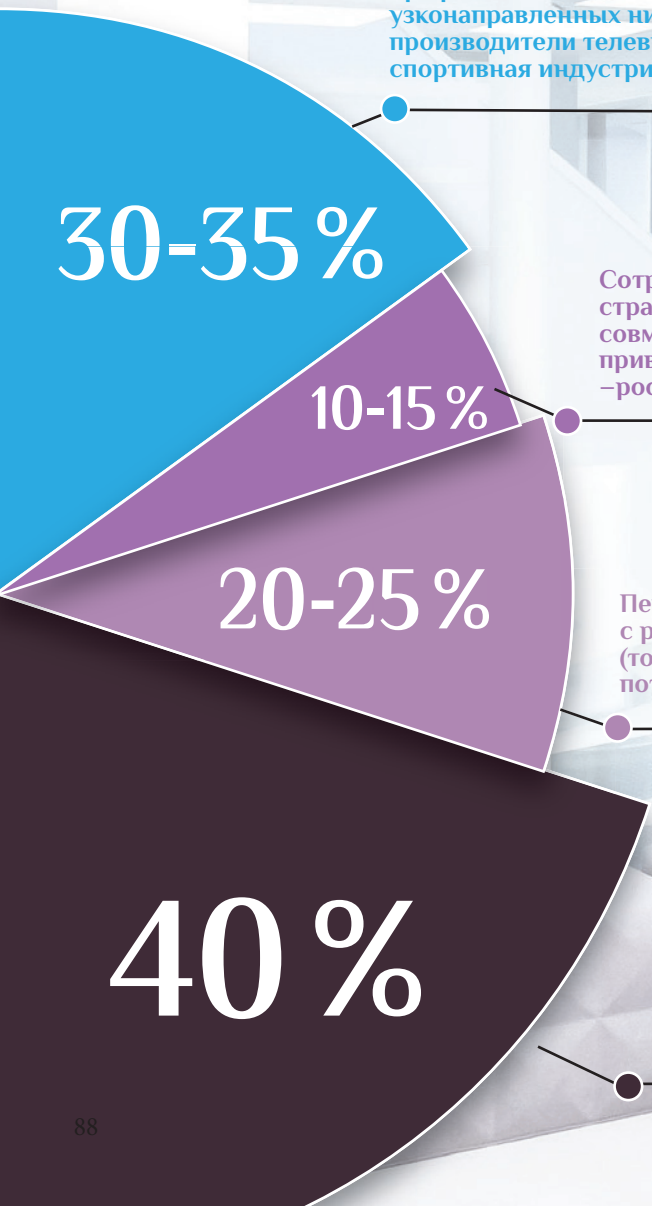
ПОЛИС ДЛЯ БИЗНЕСА: СЕГМЕНТИРУЙ ЭТО

СТРУКТУРА ПОРТФЕЛЯ СТРАХОВОГО БРОКЕРА — КОРПОРАТИВНОЕ СТРАХОВАНИЕ



Сотрудничество с отраслевыми ассоциациями, профессиональными сообществами. Предложение узконаправленных нишевых решений (например, производители телевизионной рекламы, спортивная индустрия и др.)

Сотрудничество со страховщиками РФ в совместном поиске и привлечении клиентов –российских предприятий

Персональные контакты с руководством (топ-менеджмент/акционеры) потенциальных клиентов

Бизнес-партнерство с международными брокерскими ассоциациями и сетями Страховое обслуживание подразделений зарубежного бизнеса в РФ

Сокращение издержек и надежда на «авось» — эти мотивы клиентов страховых компаний оказывают сегодня основное давление на страхование корпоративных рисков. Но в узкоотраслевых нишах есть потенциал для роста, доказывает практика компании «МАИ Страховые брокеры», которая предлагает читателям рассмотреть структуру портфеля корпоративного страхового брокера изнутри.

Александр Протоклитов
генеральный директор
ООО «МАИ Страховые брокеры»

Цель клиента – получить качественную страховую защиту от рисков, которые им понятны и с которыми они сталкиваются. Цена вопроса не является главной. Перспективный растущий сегмент.

Пример: страхование рисков производителей рекламы. Риски – повреждение дорогого оборудования, отмена съемки, ответственность перед 3-ми лицами за возможный ущерб при проведении съемок. Стоимость страхования включается в смету. Высокая заинтересованность представителей отрасли в страховании. Уникальность предложения для страхового рынка.

Цель клиента – сокращение расходов и подбор оптимальной программы. Существенный рост портфеля возможен только за счет привлечения новых клиентов без опыта в страховании.

«У новых клиентов мало опыта в страховании, как правило, они не знают, как правильно общаться со страховщиками. Мы же анализируем их риски и далее помогаем разработать программу, которая отвечает их потребностям. Только брокер может направить такого клиента к тем страховым компаниям, которые будут заинтересованы в работе с ним и при этом будут эффективны с точки зрения урегулирования возможных убытков» — генеральный директор «МАИ Страховые брокеры» Александр Протоклитов.

Цель клиента – следовать корпоративным решениям и политике в области риск-менеджмента.
Основной тренд в этом сегменте – понимание необходимости и непрерывности страховой защиты. Тем не менее, по локальным программам основная цель клиента – получение качественной и широкой страховой защиты при минимальной стоимости страхования.

«Так, у большинства HR-подразделений жесткая установка – рост премии по медстрахованию невозможен. Рост в 5-10 %, на уровне медицинской инфляции, воспринимается очень болезненно».