СТРАХОВОЙ
БРОКЕР
СБЕРБАНКА

Страховой брокер Сбербанка завершил год с рекордными показателями и готовится к принятию новой стратегии развития. О том, какие планы строит компания, какие ожидания от введения саморегулирования, рассказал генеральный директор компании Александр Газизов в интервью порталу Коринс.ру.

— Как вы оцениваете итоги прошлого года и какие задачи стоят на ближайшую перспективу?

— Прошлый год был для нас успешным: выручка составила более 750 млн руб., что в 2,6 раза превышает показатель 2015 года. Если брать по валюте баланса – она составила 630 млн руб., это превышает показатель 2015 года в 4 раза.

Есть такой показатель, как соотношение операционных доходов и расходов – Cost/Income Ratio, у нас он определен, как целевой, на уровне 30% — это высокая планка. С учетом нашей направленности на гиперэффективность, цели также амбициозные.

Стоит отметить, что динамика текущего года также положительная – первый квартал мы закрыли с выручкой более 200 млн руб., что более чем вдвое превышает показатель аналогичного периода прошлого года. Это дает нам уверенность в том, что 2017 год будет закрыт с результатами явно лучше, чем прошлый.

Основными драйверами роста бизнеса для нас являются кросс-продажи и развитие новых направлений деятельности, в том числе запуск продаж новых продуктов. Мы стараемся чувствовать потребности клиента и понимаем, что сейчас личное страхование востребовано, что компании нуждаются в аудите страхового бюджета. Сейчас наша клиентская база состоит из более 50 тысяч компаний, и мы будем с ней активно работать. В наших планах рост базы.

— Есть ли у вас стратегия, какие ключевые задачи предстоит решать в ближайшие годы?

— Мы работаем по Стратегии, которая действует до 2018 года, в текущем году в третьем квартале мы планируем утвердить Стратегию сроком до 2020 года. За ближайшие три года рассчитываем на рост в 2,5-3 раза.

В новой Стратегии мы сделаем ставку на создание бизнеса полного цикла. Наша идея состоит в том, чтобы клиент мог получить полный набор услуг – от консультации на этапе заключения договора до урегулирования убытка. То есть, чтобы после оформления договора страхования, он мог уже больше ни о чем не думать. Поэтому начинаем развивать такие направления, как сюрвей и аджастинг. К работе в этом направлении мы приступили только в этом году, но в ближайшие два года намерены их развить до уровня, равнозначного текущему бизнесу.

Отдельным блоком в Стратегии описаны требования к команде, в которой каждый сотрудник должен быть высокоэффективным. Основной блок наших сотрудников, это продавцы, подходы в работе у них выстроены по европейским принципам. Например,

брокеры работают в связке с помощником брокера, который помогает снимать операционную нагрузку, позволяя продавцам организовывать больше встреч и больше сделок. Также у нас действует такой показатель, как прибыль на сотрудника.
Наша Стратегия предусматривает сохранение федерального присутствия. Сейчас мы представлены в 65 городах и это одно из значимых конкурентных преимуществ. Фактически мы единственный страховой брокер в стране, который расположен рядом с клиентом. Если наш клиент развивает свой бизнес: создает дочернюю компанию, привлекает иностранные инвестиции, строит новые заводы, мы узнаем об этом очень быстро.
Кроме того, мы нацелены на развитие перестрахования. Это направление мы открыли в 2016 году, но уже в ближайшее время хотим войти в пятерку крупнейших перестраховочных брокеров по стране.
— Раз зашла речь о перестраховании, не могу не спросить о вашем отношении к РНПК и об опыте взаимодействия с компанией.
— Мы стали первым брокером, который в прошлом году заключил с РНПК соглашение. С РНПК мы работаем, нам нравится прозрачность структуры, и та стратегия, которой они придерживаются. Я считаю, с помощью РНПК рынок перестрахования станет более прозрачным.
Российский перестраховщик сейчас в большинстве случаев не берется быть лидером в риске, но такой консервативный подход, с нашей точки зрения, позволяет ему формировать более качественный портфель.
— Есть ли какие-то KPI по объему бизнеса, который брокер должен передавать с «Сбербанк Страхование»?
— Такого вектора нет. У нас сейчас 31 партнер среди страховых компаний, с которыми мы работаем.
В прошлом году мы ставили перед собой задачу достичь в портфеле трети рыночных продаж, а по факту вышло существенно больше — 47%. На текущий год запланированная цель – это половина портфеля клиентов, которые пришли с рынка, а в следующем году мы будем рассчитывать уже на 70%-ную долю таких сделок в портфеле Брокера.
— Ранее вы провели ребрэндинг, чтобы отойти от ассоциирования с ПАО Сбербанк. Достигли ли вы такой профит, какой ожидали?
— Да мы хотели немного отойти от брэнда Сбербанка, поскольку наша цель — стать рыночным игроком. Мы преследуем цель – ассоциации не как с кэптивом, а как с рынком. Нам это удается.
По итогам первого квартала 2017 года констатируем 45% рыночных продаж.
Уже сейчас клиенты воспринимают нас на равных с другими брокерами – лидерами рынка, воспринимают, как компанию, которая предлагает весь расклад по рынку и дает рекомендации, на каком предложении остановиться.
Мы провели опрос, который показал, что порядка 98% наших клиентов лояльны компании. Часть из них в партнерских отношениях уже более двух лет, большинство клиентов работает с нами второй год.
У таких клиентов есть понимание, что мы предложим продукт, который им, действительно, нужен, не будем навязывать программы кэптивных компаний, клиент сам выберет их, если сочтет более выгодными для себя. Мы получаем рекомендации от своих клиентов, а также брокерские письма, которые дают нам право представлять

интересы клиента в страховых и перестраховочных компаниях по любым вопросам, связанным с заключением и исполнением договоров страхования (перестрахования), осуществлять полный комплекс по страхованию имущественных интересов клиента.
— Как сейчас сегментирована ваша основная клиентская база?
— Изначально, когда в 2014 году утверждали Стратегию, мы ориентировались на то, что наши основные клиенты — это предприятия среднего, крупного и крупнейшего бизнеса. Так оно и случилось – 90-95% нашего бизнеса — это крупные компании. Среди наших клиентов есть предприятия и малого бизнеса, но они, как правило, партнёры и подрядчики наших основных клиентов. Нам этот рынок интересен, но он не является фокусным.
В этом году мы сделали для себя ещё одну ставку – на клиентов сегмента регионального госсектора – государственники, у которых есть явная потребность в правильном ценообразовании на страховые услуги, на экономию бюджетных средств.
Мы начали развивать направление консалтинга: смотрим на то, что надо такому клиенту, оцениваем его портфель, изучаем сколько он тратит, какие виды страхования покупает и даем свои предложения. Есть также блок коммерческих предприятий, обсуживающих государственные учреждения, с которыми можно развивать сотрудничество. Таким образом, на входе мы даем качественную консультацию, на выходе – получаем сделки. Для нас это новое направление деятельности, которое планируем активно развивать.
— Вы уже объявили об открытии «дочки» в Казахстане, какие ожидания от ее создания, планируете ли дальнейшую экспансию?
— Если в России мы развиваемся поступательно, запуская направление за направлением, то в Казахстане мы запускаем компанию полного цикла – сразу развиваем прямое страхование, перестрахование, оценку и аджастинг.
В части перестрахования, учитывая высокие требования к рейтингам, которым сложно соответствовать из-за текущего странового рейтинга, мы планируем передавать риски не только в РФ, но и на международный рынок. Как в России мы работаем с основными европейскими и азиатскими перестраховщиками. В части брокерской деятельности рынки похожи, то есть это посредническая деятельность на рынке страховых услуг, там рынок более концентрированный, и клиенты очень интересны и понятны нам. Если говорить об экспансии, то присматриваемся, в частности, к Белоруссии. С одной стороны, по менталитету этот рынок нам близок, с другой стороны там существуют ряд ограничений. Пока решение не приняли.
В дальнейшем в качестве новых направлений рассматриваем движение и на постсоветском пространстве и далее.
Увеличивая точки присутствия, мы увеличиваем свой результат.
— Чем для брокерского сообщества обернется создание СРО, какие у вас ожидания, какая роль отводится компании в формировании организации?
— СРО брокеров АПСБ одобрено 9 февраля 2017 года, у нас 46 компаний по состоянию на конец марта. Основная функция, которая закреплена за СРО – это контроль прозрачности деятельности участников рынка и лоббирование законотворческих инициатив членов СРО, уже определены стандарты работы брокеров, сформирована ревизионная комиссия, которая будет проверять чистоту финансовых потоков компаний, утверждены процедуры принятия в состав СРО новых членов.
В этой структуре созданы комитеты по ключевым направлениям, за нами закреплен Комитет АПСБ по формированию общественного мнения о страховой брокерской

деятельности.
Если говорить о рынке брокеров в целом, то за последние три года он сократился почти вдвое – до 87 компаний. На мой взгляд, снижение числа игроков продолжится, как в силу экономических реалий, так и в связи с переходом на принципы саморегулирования, с появлением новых требований к участникам рынка. Одно из таких требований – переход вслед за страховщиками на Единый план счетов. Участники рынка, не готовые выполнить требование Банка России. возможно, будут лишены лицензии.
На данном этапе основная задача СРО – это формирование стандартов работы брокеров на рынке, лоббирование интересов на законодательном уровне.
Также можно констатировать, что на страховом брокерском рынке будет одно СРО
— Сейчас не вполне понятна перспектива агентов, а как вы видите их будущее?
— Рынок агентов не очень прозрачный, потому что они работают, как правило, сразу на 5-6 компаний и как идут финансовые потоки, как переходят базы от одного страховщика к другому – это история, требующая изучения. Есть инициатива создать списки неблагонадежных агентов или, наоборот, списки лояльных и качественно работающих агентов, то есть, единую базу, где можно будет контролировать, на сколько компаний агент работает. На данный момент пока баз нет, консенсуса тоже нет – кто-то хочет отдавать информацию о своих сотрудниках, кто-то не хочет. Есть мнение, что посредников – брокеров и агентов нужно сертифицировать, но пока этот вопрос находится в проработке.
Наша позиция заключается в том, что, необходимо формировать прозрачный рынок брокерских услуг. По аналогии с европейским. Брокеры работают по лицензии, наша деятельность абсолютно прозрачна. Мы имеем возможность контролировать своих сотрудников, четко зная, с кем они работают, как они работают, поскольку все данные отражаются в единой CRM-системе.
Мы, как брокеры, ежемесячно сдаем отчетность в Банк России и готовы раскрывать информацию вплоть до каждой сделки, то есть у нас все прозрачно, мы как брокеры высказываемся за развитие именно этого направления.
— Какие точки роста на рынке вы видите и какие новые направления готовитесь развивать?
— Совсем недавно мы анонсировали запуск программы по страхованию киберрисков. Это направление стало драйвером роста рынков США и Великобритании – там последние два года идет рост рынка в том числе за счет киберстрахования, но в России оно пока присутствует в развивающемся состоянии. Банк России уже начал интересоваться этой тематикой, теперь публикуется статистика по кибератакам на юридических лиц, проводится оценка убытков, которые они понесли.
Совместно с AIG и Allianz мы предлагаем программы, которые гарантируют погашение расходов на восстановление баз данных, которые были утеряны, либо частично украдены; покрытие расходов на PR-деятельность, связанную восстановлением имиджа; погашение судебных издержек, возникших вследствие подачи исков по потере информации; покрытие рисков ошибок программирования, когда неверный код приводит к сбою. Дополнительно к этим программам предлагается аудит IT-систем.
Еще одно направление, которое активно развивается, это корпоративные программы по страхованию жизни с дополнительными опциями, такими, например, как лечение онкологических заболеваний, возможность получения «второго независимого медицинского мнения» при постановке диагноза.

В целом, мы ставим перед собой амбициозные задачи по развитию бизнеса и готовы предлагать клиентам новые востребованные продукты и услуги.

korins.ru, 17.04.2017