

16 апреля 2019 года страховая компания «Абсолют Страхование» пригласила журналистов на завтрак в ресторан «Большой». Компания подвела финансовые итоги трехлетней стратегии и поделилась планами на будущее. В пресс-завтраке также приняли участие партнёр McKinsey & Company Саймон Кеслер, эксперт в области цифровизации бизнеса и Insurtech, и директор аналитического агентства «Бизнес Дром» Павел Самиев.

Страховые сборы за период реализации трехлетней стратегии составили 10,5 млрд руб., что выше планов на 1,5 млрд руб. Прибыль компании за три года составила 478 млн рублей, на 20% выше плановой. Фактические результаты выполнения стратегии по прибыли позволили инвестировать в 2018 году в цифровые проекты и новые сервисы для клиентов. Активы компании за три года увеличились до 6,7 млрд рублей, прирост 128%. Собственный капитал вырос на 47 % и достиг показателя более 1,5 млрд рублей. Стабильный рост наблюдается в ключевых направлениях, таких как: страхование имущества и ответственности, грузов и водного транспорта, НС и медицины, ипотеки и авто.

«Подводя итоги работы компании, с уверенностью можно сказать, что задачи 3-х летней стратегии нами успешно выполнены. Компания демонстрирует ежегодный рост по выручке и прибыли, масштабно инвестирует в инновационные проекты», - отметил генеральный директор «Абсолют Страхование» Дмитрий Руденко. -

В настоящее время «Абсолют Страхование» работает над новой стратегией, которая будет ориентирована на построение современной технологичной компании с автоматизированными бизнес-процессами и предоставление каждому клиенту персонализированного предложения. Что обеспечит дальнейший рост сборов быстрее рынка с сохранением прибыльности».

По словам генерального директора Аналитического агентства «БизнесДром» П. Самиева, скорость изменений на страховом рынке все выше, и те компании, которые оперативно внедряют новые цифровые продукты и меняют формат коммуникаций с клиентами получают конкурентные преимущества. Стратегия развития «Абсолют Страхование» направлена на быстрое внедрение инноваций и цифровизацию страхования, и это уже дает эффект более быстрого роста, чем в среднем на рынке (компания за три года показала втрое лучшую динамику, чем рынок в целом), большей лояльности клиентов и повышает возможности работы в партнерских каналах. Отдельно мы отметили успешное внедрение цифровой линейки продуктов для МФО, наградив Компанию дипломом за диджитал инновации.

«Глобально в страховой индустрии развитие полноценных клиентских путей вместо решения точечных задач и углубленная аналитика данных с использованием методов предиктивной аналитики, имеют огромный потенциал. С 2012 года в мире в страховые

стартапы было инвестировано более \$10 млрд. При этом по оценке McKinsey 63% стартапов собираются взаимодействовать с существующими игроками, а не создавать кардинально новые бизнес модели. Развитие страховых стартапов в настоящее время можно наблюдать и на страховом рынке России,» - рассказал в своём докладе партнёр McKinsey & Company Саймон Кеслер.

Источник: Википедия страхования, 17.04.2019