



*В сентябре 2010 года на конференции Всемирной ассоциации LIMRA Роберт Лэнг, CEO Bankassurance HSBC Asia, озвучил любопытные данные: 42% доходов HSBC получает от продаж страховых услуг. Для сравнения: доля доходов от кредитной деятельности составляет всего 8%.*

Динамика, привычная для многих мировых экономик, в России только начинает набирать обороты. Во многом подобная картина обусловлена отсутствием качественных предложений со стороны страховых компаний. В этой связи международный опыт, которым обладает страховая компания Chartis, безусловно, зачастую играет исключительно положительную роль: своим партнерам мы предлагаем только проверенные программы, успешно реализованные в других регионах присутствия.

Chartis осуществляет продажи через несколько каналов дистрибуции. Кроме привычных прямых продаж, международных брокеров и кэптивное агентство, прямой маркетинг (Direct Marketing) и банкострахование сегодня занимают более 19% от общего потока. Если принять во внимание, что 4 года назад термин «прямой маркетинг» в AIG Россия существовал исключительно в глоссарии терминов, позитивная динамика налицо.

Говоря о каналах продаж, важно упомянуть о моделях дистрибуции Chartis: это спонсорские (партнерские продажи) и Broad Market. Последние представляют собой продажи широкому рынку, через прямую рекламу, электронные средства, телевизионное продвижение и продажи по непартнерским базам. Безусловно, более привлекательными и прибыльными являются партнерские продажи – прямые продажи клиентской базе партнера (банки, ретейлеры, мобильные операторы, коммунальные компании и др.). Обе модели предполагают использование различных каналов коммуникации для формирования предложения и удачного закрытия сделки.

# Модели дистрибуции Chartis



## Спонсорские (партнёрские) продажи

— модель дистрибуции, предполагающая прямые продажи клиентской базе спонсора (владельца базы), брокера или другого партнёра

**Как правило спонсорами выступают** банки, компании, выпускающие кредитные карты, ритейлеры, мобильные операторы и коммунальные компании.

**Broad Market** (продажи широкого рынка) — модель дистрибуции, в которой структура продаж формируется от спонсоров, брокеров или иных посредников. Принятие решения по корзине продаж осуществляется на основе параметров кампаний, кросс-продаж, комиссионному вознаграждению.

**Broad Market включает в себя** прямую рекламу, электронные продажи, телепродажи, продвижение и продажи по непартнёрской базе.

Вспомогательные каналы продаж: прямые продажи клиентской базе спонсора (владельца базы), брокера или другого партнёра. Вспомогательные каналы продаж: прямые продажи клиентской базе спонсора (владельца базы), брокера или другого партнёра. Вспомогательные каналы продаж: прямые продажи клиентской базе спонсора (владельца базы), брокера или другого партнёра.