

Спрос на страхование малого и среднего бизнеса последовательно растет, однако, в целом, уровень проникновения страховых продуктов на рынке МСП пока довольно мал. Наличие полиса является эффективным решением для функционирования любого бизнеса, поэтому страховая защита должна стать неотъемлемой частью риск-менеджмента российских компаний. Таким мнением поделился Роман Фролов, член совета директоров Страхового Дома ВСК в ходе своего выступления на сессии Петербургского Международного Экономического Форума «Большие деньги для малого бизнеса: лайфхаки привлечения кредитов и капитала».

По оценкам Романа Фролова, одним из барьеров для развития рынка страхования МСП является форма доставки страхования до таких компаний и в целом недостаточная технологизация процесса. Сегодня рядовой пользователь может оформить полис ОСАГО или страхования квартиры буквально в пару кликов. Аналогичный подход необходим и в корпоративном сегменте, включая МСП.

В ВСК активно внедряются сервисы и технологии для упрощения клиентского пути. В компании развивают персональные кабинеты для партнеров и корпоративных продавцов, внедряют инструменты для API-интеграции — все это позволяет реализовать экосистемный подход в части корпоративного бизнеса, повысить эффективность работы страховщика. Также компания цифровизирует продуктовую линейку для бизнеса, обеспечивая бесшовный и быстрый процесс запусков страховых программ.

Партнерская и агентская сеть ВСК обеспечивается автоматизированными ресурсами, позволяющими в кратчайшие сроки провести оценку риска и запустить процесс подготовки договора страхования. Партнеры компании могут самостоятельно, не выходя из офиса или дома, оформить полис страхования имущества, гражданской ответственности или различные программы ДМС на маркетплейсе ВСК.

Другой способ повысить востребованность продуктов для МСП — это масштабирование самих каналов продаж. Например, сотрудничество с маркетплейсами

и специализированными площадками для поддержки МСП позволит расширить клиентскую базу, повысить конкуренцию среди страховщиков корпоративных рисков. В конечном счете это будет способствовать постоянному совершенствованию продуктовой линейки.

Еще одно достижение ВСК в направлении развития бизнес-среды – это выход на рынок франчайзинга. Компания разработала гибкий продукт, обеспечивающий потенциальному франчайзи оптимальный старт для развития собственного дела. Партнер получает бизнес «под ключ» — от брендирования офиса до куратора ВСК для консультаций. Спустя полгода с момента запуска предложения – ВСК первой среди страховщиков вышла на рынок франчайзинга, — проект ВСК вошел в список лучших отечественных франшиз.

«Для того, чтобы улучшить бизнес-показатели, компаниям необходимо снижать финансовые риски, стараться быть «антихрупкими». Для этого игрокам сегмента МСП просто необходимо страхование. Мы планируем нарастить клиентскую базу именно за счет простоты и удобства оформления наших продуктов. Когда оформить страховой полис для бизнеса станет проще, чем сделать покупку на маркетплейсе. ВСК готов создавать гибкие продукты, учитывающие специфику и потребности каждой отрасли», — отметил Роман Фролов, член совета директоров Страхового Дома ВСК.

Википедия страхования