



В Санкт-Петербурге окончательно завершена интеграция российских страховых компаний «РОСНО» и «Прогресс-Гарант», принадлежащих международному финансовому холдингу Allianz SE. Финансовые итоги 2012 года – первого года работы объединенной компании под международным брендом Allianz – подтверждают успех проекта по интеграции.

2012 год был сложным и напряженным для всей компании. В рамках проекта по интеграции в филиале СК «Альянс» в Санкт-Петербурге произошел ряд важных изменений. Были объединены офисы СК «РОСНО» и «Прогресс-Гаранта», создана новая организационная структура, сформирована единая команда менеджеров, произведена оптимизация объединенного портфеля, сформировано новое управление урегулирования убытков, усовершенствована работа клиентского сервиса. На данный момент закончено оформление практически всех офисов Allianz в Санкт-Петербурге.

Несмотря на интеграционные изменения, филиал компании в Северной столице показал хорошие финансовые результаты по итогам года. Сборы СК «Альянс» в Санкт-Петербурге за 2012 г. выросли на 40% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года и составили 2,01 млрд рублей. Выплаты составили 1,3 млрд рублей. В структуре объединенного портфеля увеличилась доля сборов по каско – на 8% (составляет 32%) и доля сборов по страхованию водного транспорта – на 3% (составляет 5%). Более существенных изменений в структуре портфеля не произошло – сохранен принцип диверсифицированности бизнеса, а основную долю по-прежнему составляют автострахование (каско и ОСАГО) – 41%, ДМС – 32% и «Зеленая карта» – 9%. Кроме этого, филиал в Санкт-Петербурге традиционно стал лидером по объему поступивших страховых премий из 8 регионов, входящих в Северо-Западную дирекцию СК «Альянс». В 2012 году на его долю пришлось 75% от общей суммы сборов.

Одним из важных этапов интеграции стал ребрендинг. По сути, компания вывела новый для российского страхового рынка бренд, т.к. его знание обычными потребителями было минимальным. После двух рекламных кампаний 2012 года (слоган: «Allianz – новое имя

РОСНО»), компания значительно увеличила знание бренда среди своих целевых аудиторий. Согласно опубликованному в декабре 2012 года исследованию НАФИ, по показателю узнаваемости с подсказкой «Альянс» входит в тройку лидирующих страховых брендов России, а по узнаваемости без подсказки находится на втором месте.

«Я очень доволен результатами нашей компании по интеграции и ребрендингу, – комментирует Хокан Даниелссон, генеральный директор ОАО «СК «Альянс». – Согласно исследованиям, сегодня бренд Allianz знают 7 из 10 потребителей России, если предложить им выбрать знакомые названия компаний по списку брендов, и, что важнее, каждый пятый (21%) называет нас спонтанно. Эти цифры превосходят наши собственные ожидания по части быстроты достижения поставленных целей. Кстати, с 1 января 2013 года мы полностью прекратили использование наименования «РОСНО», и начался новый этап в наших коммуникациях с потребителем, который открывает уникальные возможности перед компанией благодаря использованию международного бренда Allianz».

В 2013 году филиал СК «Альянс» в Санкт-Петербурге ставит себе амбициозную задачу – по итогам года увеличить сборы на 20%, обеспечив при этом прибыльный рост. «Добиться этих показателей мы планируем благодаря успешной реализации ключевых бизнес-проектов, – рассказывает Евгений Дубенский, заместитель генерального директора – директор Северо-Западной дирекции СК «Альянс». – В частности, мы ориентированы на увеличение сборов в сегментах ДМС, автострахования, банкострахования; расширение агентской сети до 20 точек продаж; рост продаж полисов через канал прямых продаж (через официальный сайт, интернет-магазины, call-центры); реализацию всех новых обязательных видов страхования и активное развитие федеральных программ по каско при поддержке автопроизводителей – BMW, Audi, Mercedes, Volkswagen».

Источник: [Википедия страхования](#) , 25.02.13