

31 октября 2024

Тренды страховой отрасли в России: цифровизация и новые вызовы

Как фитнес-браслет может снизить стоимость страховки и зачем страховым компаниям ИИ-технологии и почему ИТ в страховании перестает выполнять только роль «техподдержки»?

Современная страховая отрасль России переживает период трансформации, вызванный как изменением потребительских ожиданий и санкционным давлением. По данным Банка России объем страхового рынка в 2023 году достиг 2,3 трлн рублей, увеличившись на 25,8% по сравнению с предыдущим периодом. Подобный рост обусловлен также стремительным развитием технологий в этой отрасли. Компании начинают активнее работать с большими данными, персонализацией продуктов и использовать искусственный интеллект.

ЧТО ВЛИЯЕТ НА СТРАХОВОЙ БИЗНЕС

Одним из ключевых трендов, который активно обсуждается в отрасли, является переход от страхования как базового финансового инструмента к страхованию как ценному продукту для потребителя. Сегодня большинство страховых полисов приобретается в рамках обязательных программ, таких



как ОСАГО или ипотечное страхование. В то же время на рынке страховых услуг растет спрос на добровольное страхование жизни. Поэтому стоит ожидать, что в будущем страховка станет продуктом, который клиенты будут приобретать исходя из собственных потребностей и образа жизни, а не потому, что обязательная страховка предусмотрена, например, при покупке квартиры в ипотеку или автомобиля.

Многие игроки страхового рынка заметили этот тренд и начали внимательнее анализировать потребности клиентов. Например, уже существуют кейсы, когда страховые компании используют данные фитнес-браслетов, позволяющих отслеживать уровень физической активности. Эти данные могут использоваться для снижения стоимости страховки при условии поддержания здорового образа жизни. Подобные инициативы уже частично реализованы в B2B-сегменте, например, при страховании имущества: установка пожарной сигнализации на складе может значительно снизить страховую премию. Еще один пример — внедрение телематических систем в автостраховании. Так российские страховые компании, такие как «Ингосстрах», начали предлагать клиентам специальные устройства для автомобилей, которые отслеживают стиль вождения. На основе этих данных рассчитывается размер страховой премии, что мотивирует водителей быть более внимательными на дороге.

ИНТЕГРАЦИЯ ИТ И БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ



Важный тренд, который лежит в основе трансформации страхового рынка — это изменение роли ИТ в компании. Если раньше ИТ-инструменты рассматривались как вспомогательные, то сегодня цифровые технологии становятся ключевыми элементами бизнес-стратегии. Ведущие страховые компании активно перестраивают свои процессы, интегрируя ИТ с фронт- и бэк-офисами. Теперь ИТ является не просто технической поддержкой, а важным инструментом, обеспечивающим конкурентное преимущество за счет повышения скорости и качества обслуживания клиентов.

Например, «СОГАЗ» не только активно внедряет цифровые решения для оптимизации внутренних процессов, но и разработал собственную ИТ-платформу, которая интегрирует данные из различных источников и позволяет сотрудникам быстрее принимать решения по страховым случаям за счет наличия всей информации в едином информационном пространстве.

В международной практике можно вспомнить AXA, которая создала цифровую экосистему для управления страховыми продуктами, объединяющую все сервисы компании в единую платформу. Это позволяет не только упростить работу сотрудников, но и улучшить взаимодействие с клиентами.

ЗАЧЕМ СТРАХОВЫМ КОМПАНИЯМ НУЖЕН ИИ?



Одним из ярких трендов последнего года стало внедрение искусственного интеллекта (ИИ) в деятельность страховых организаций. Пока ИИ в основном используется для обработки внутренних данных и поддержки консультантов. Он помогает анализировать огромные объемы информации, выявлять скрытые закономерности и предоставлять рекомендации, что существенно улучшает качество обслуживания клиентов.

Международный страховой концерн Allianz успешно использует ИИ для автоматизации рассмотрения страховых случаев, что позволяет сократить время от подачи заявки до выплаты компенсации до нескольких часов. А китайская страховая компания Ping An использует ИИ и биометрические данные для удаленной идентификации клиентов и обработки страховых случаев. Это было особенно актуально в условиях пандемии, когда минимизация личных контактов стала приоритетом.

В России успешным кейсом можно считать инициативу «Росгосстраха», который недавно запустил чат-бота на базе AI, способного обрабатывать простые запросы клиентов и автоматизировать процесс подачи заявок на страхование. Это значительно ускоряет обработку запросов и снижает нагрузку на операторов контакт-центра.

Параллельно Сбербанк Страхование разработал мобильное приложение, позволяющее клиентам в режиме реального времени отслеживать статус своих заявок, получать консультации и оформлять новые полисы. В этом приложении ИИ используется для автоматической оценки риска и

формирования предложения оптимальных условий страхования.

«АльфаСтрахование» также внедряет цифровые технологии, основанные на машинном обучении. Компания разработала сервис «Моя страховка», который позволяет не только оформить полис онлайн, но и получать персонализированные предложения на основе анализа данных о поведении клиента.

Американские страховщики из Lemonade используют AI и машинное обучение для оценки страховых заявок и принятия решений. Все процессы, от подачи заявки до выплаты компенсации, происходят онлайн, что значительно ускоряет и упрощает взаимодействие с клиентами. В Японии компания Sompo Japan Nipponkoa разработала систему на основе ИИ, которая анализирует данные о погодных условиях, дорожной обстановке и здоровье водителя для более точного расчета страховых премий и прогнозирования риска.

ЧТО ЖДЕТ СТРАХОВОЙ РЫНОК В БУДУЩЕМ

Несмотря на активное внедрение технологий, страховой сектор сталкивается с рядом вызовов. Один из них — необходимость более тесной интеграции ИТ в бизнес-процессы. В настоящее время ИТ-подразделения часто вступают лишь в качестве техподдержки, игнорируя новые полезные инструменты,



способные влиять на прибыль компании, что не позволяет полноценно реализовать потенциал цифровых технологий.

В будущем страховой бизнес будет все чаще использовать данные из внешних источников, например, государственные базы данных и данные персональных цифровых устройств. Это позволит точнее оценивать риски и предлагать людям индивидуализированные условия страхования, что будет способствовать повышению лояльности и удовлетворенности клиентов.

Таким образом, цифровизация, использование данных и внедрение технологий, которые на этих данных основаны, открывают новые возможности для страховой отрасли России, позволяя компаниям создавать более ценные и персонализированные продукты для своих клиентов.