



# Стратегия РОСНО

Стратегия РОСНО заключается в формировании сбалансированного диверсифицированного портфеля, включающего те виды страхования и те линии бизнеса, которые являются наиболее прибыльными. При этом доля рынка в этих прибыльных сегментах наращивается за счет разработки инновационных страховых продуктов, востребованных клиентами, и предоставления услуг высочайшего качества.

РОСНО стремится предлагать клиентам и партнерам оптимальные для обеих сторон решения, выстраивая отношения таким образом, чтобы выбор в пользу РОСНО был для клиентов и партнеров естественным и очевидным.

Стратегия прибыльного роста предполагает, с одной стороны, учет интересов клиентов и партнеров, с другой стороны - основывается на осмотрительном подходе к ведению бизнеса. С целью реализации стратегии прибыльного роста РОСНО планирует:

- **Фокусироваться на страховании физических лиц, а также малого и среднего бизнеса, сохраняя свои позиции в страховании корпоративных клиентов.** Для достижения поставленной задачи планируется упростить и стандартизировать бизнес-процессы. Это будет способствовать установлению приемлемых тарифов на продукты, ускорит рост продаж и облегчит процесс урегулирования убытков. Также РОСНО продолжит работу в направлении улучшения качества обслуживания корпоративных клиентов, в том числе за счет введения индивидуального подхода к каждому корпоративному клиенту РОСНО. Стратегическое партнерство с Allianz AG позволяет РОСНО обращаться к ценному опыту Allianz AG по взаимодействию с корпоративными клиентами для дальнейшего развития бизнеса в этом сегменте.
- **Сосредоточить усилия на развитии каналов продаж.** Производительность существующей сети РОСНО планируется увеличить посредством автоматизации продаж и процесса управления продажами, интенсивного наставничества для начинающих продавцов и агентов, усовершенствования системы тренингов и мотивации продавцов, а также за счет разработки модульных продуктов и новых решений в сфере информационных технологий, которые позволят продавцам получить незамедлительную помощь в процессе продаж. РОСНО развивает каналы продаж, удобные для клиента (Интернет-продажи и Телестрахование), а также продолжает активно расширять агентскую сеть как в Москве, так и в регионах.

- **Усилить существующую региональную сеть продаж.** Развитие региональной сети предполагает внедрение строгих процедур и правил финансового контроля в каждом филиале, плана сокращения издержек и централизованного управления денежным потоком и резервами, четкой системы мотивации сотрудников всех уровней в региональных дирекциях и филиалах. Кроме того, в ближайшее время будут запущены специальные программы обучения для региональных агентов РОСНО.
- **Активно искать возможности для ускоренного роста посредством избирательных поглощений страховых компаний в России и странах СНГ.** В качестве потенциальных объектов для поглощения мы рассматриваем региональные страховые компании и более крупных конкурентов, действующих на всей территории России, а также компании с лидерским потенциалом в странах СНГ. Потенциальные объекты поглощения должны соответствовать определенным критериям, следование которым должно обеспечить эффективную интеграцию приобретенного портфеля в бизнес РОСНО. Мы также планируем использовать возможности, связанные с реформой системы здравоохранения России и возможными изменениями в сфере обязательного медицинского страхования.
- **Достичь лидерства на рынке страхования жизни.** Увеличить долю рынка планируется за счет развития сети продаж в Москве и регионах, за счет совершенствования системы мотивации и внедрения специализированных тренинговых программ для агентов и юнит-менеджеров, а также за счет разработки удобных и гибких ценовых предложений по продуктам для физических лиц. РОСНО ожидает, что рынок страхования жизни в ближайшие годы будет расти ускоренными темпами, благодаря росту рынка ипотечных и потребительских кредитов, а также крайне низкому уровню проникновения страхования жизни в России.
- **Продолжить работу по продвижению услуг управления активами.** РОСНО планирует дальнейшее развитие своего бизнеса по управлению активами за счет создания новых инновационных продуктов и повышения качества обслуживания клиентов, по-прежнему осуществляя эту деятельность через свою дочернюю компанию «Альянс РОСНО Управление Активами».

- **Использовать возможности кросс-продаж и ко-брендинга внутри группы компаний АФК «Система».** Поскольку АФК «Система» является лидером в предоставлении услуг частному сектору России и стран СНГ, для РОСНО открываются возможности по использованию базы, насчитывающей более 50 млн. клиентов, с целью проведения совместных проектов с другими бизнес-направлениями АФК «Система». РОСНО рассматривает это направление в качестве важного компонента достижения своих среднесрочных и долгосрочных стратегических целей.

## Случайность - это суть страхования



### Михаил Сафран

Окончил Иерусалимский Университет и Тель-авивский Университет. Имеет диплом MBA. Маркетингом занимается более 10 лет. Ранее работал в Тель-Авиве медиа-директором «NTV International» и Директором рекламного агентства «McCannErickson». Успешно реализовал более 40 различных рекламных кампаний. В настоящий момент является Директором по маркетингу Группы компаний ОАО «РОСНО».

**На отечественном рынке страхования бренд РОСНО появился в 1991 году. Об истории построения бренда и его перспективах рассказывает Директор по маркетингу Группы компаний ОАО «РОСНО» Михаил Сафран.**

- Как создавалось РОСНО?

- «Российское страховое народное общество «РОСНО» было образовано в 1991 году. У истоков компании стояли Евгений Кургин, Леонид Меламед и Владимир Гурдус. РОСНО уже тогда показало себя новатором на рынке, став первой компанией, оказывающей услуги добровольного медицинского страхования. До этого в России этим никто не занимался. Совместно еще с несколькими страховыми

компаниями в 1992 - 1993 годах РОСНО участвовало в создании системы обязательного медицинского страхования. В 1994 году мы создали собственную дочернюю структуру - компанию «РОСНО-МС», занимающуюся обязательным медицинским страхованием. На сегодняшний день она является второй в России по объему собранных премий. Тогда же был образован «РОСНО-Центр» - перестраховочная компания группы РОСНО. В прошлом году мы продолжили расширение группы, учредив две новые компании: «Альянс РОСНО Жизнь», которая специализируется на страховании жизни, и «Альянс РОСНО Управление Активами».

- А почему учредители решили развивать именно страховой бизнес?

- Такой выбор объясняется спецификой их предыдущей деятельности. Двое из них были врачами - они, как никто, понимали, что рынок медицинского страхования весьма перспективен. Спустя 14 лет с момента основания компании можно с уверенностью говорить, что они не ошиблись. Рынок страховых услуг до сих пор не заполнен и развивается семимильными шагами. А РОСНО стало одним из лидеров этого рынка. Сегодня мы работаем почти на всех рынках страхования как с юридическими, так и с физическими лицами. Мы оказываем услуги медицинского страхования, автострахования (ОСАГО и КАСКО), страхования имущества и недвижимости. На сегодняшний день у нас более 7 млн. клиентов.

- В 2001 году часть акций РОСНО у АФК «Система» выкупила крупнейшая в Европе страховая компания Allianz AG. Как эта сделка отразилась на компании?

- Это было весьма значимым событием для нашей компании. Акции «Системы» и Allianz AG торгуются на Лондонской фондовой бирже, обе компании пропагандируют открытый стиль работы и европейские стандарты управления. Естественно, такая политика акционеров не могла не отразиться на работе нашей компании, ее стиль также стал европейским. Наша цель - быть лидерами и новаторами в своем деле.

- Какова ваша рекламная стратегия?

- Рекламной стратегией РОСНО является последовательное построение бренда. Все начиналось в 90-х годах со слогана «Помощь придет», объяснявшего необходимость страхования как такового. Вспомните также нашу рекламную кампанию «РОСНО попало», с помощью которой мы начали переход к следующему этапу - этапу построения узнавания бренда. До сих пор почти по-

ловина россиян помнит этот слоган. Следующая кампания призывала отказаться от слова «страхование», в корне которого лежит слово «страх», и взять на вооружение его английский аналог insurance, основа которого - sure, то есть «уверенность».

Наша новая рекламная кампания, которая стартует осенью, является логическим продолжением предыдущих. Она должна отразить все те ценности, которые мы пропагандируем: лидерство, клиентоориентированность и доверие. Она, уже основываясь на понимании потребности страхования и на высокой узнаваемости бренда РОСНО, должна передать наши ценности. Слоганом этой кампании будет всего одно слово - «неслучайно». Поскольку неслучаен выбор более 7 млн. клиентов, неслучайно, что крупнейшие концерны являются нашими акционерами. Также мы хотим передать клиенту, что страховой случай будет единственной случайностью, которая может произойти с клиентом РОСНО, других случайностей с ним не произойдет. Случайность - это суть страхования, неслучайность - это суть работы РОСНО со своими клиентами.

- Какие способы рекламирования Вы будете использовать в новой кампании?

- На начальном этапе основной акцент мы решили сделать на наружной рекламе, где можно предпринять что-то действительно заметное. Флагманом нашей наружной рекламы является щит площадью 2000 кв. м в Москве на Земляном валу. Телевизионная реклама будет идти по большинству федеральных каналов. Также мы задействуем в качестве рекламной площадки журналы и газеты, Интернет и даже мониторы банкоматов. В дополнение к необычному и лидерскому, на наш взгляд, креативному языку мы стараемся также выделяться и в медийных каналах.