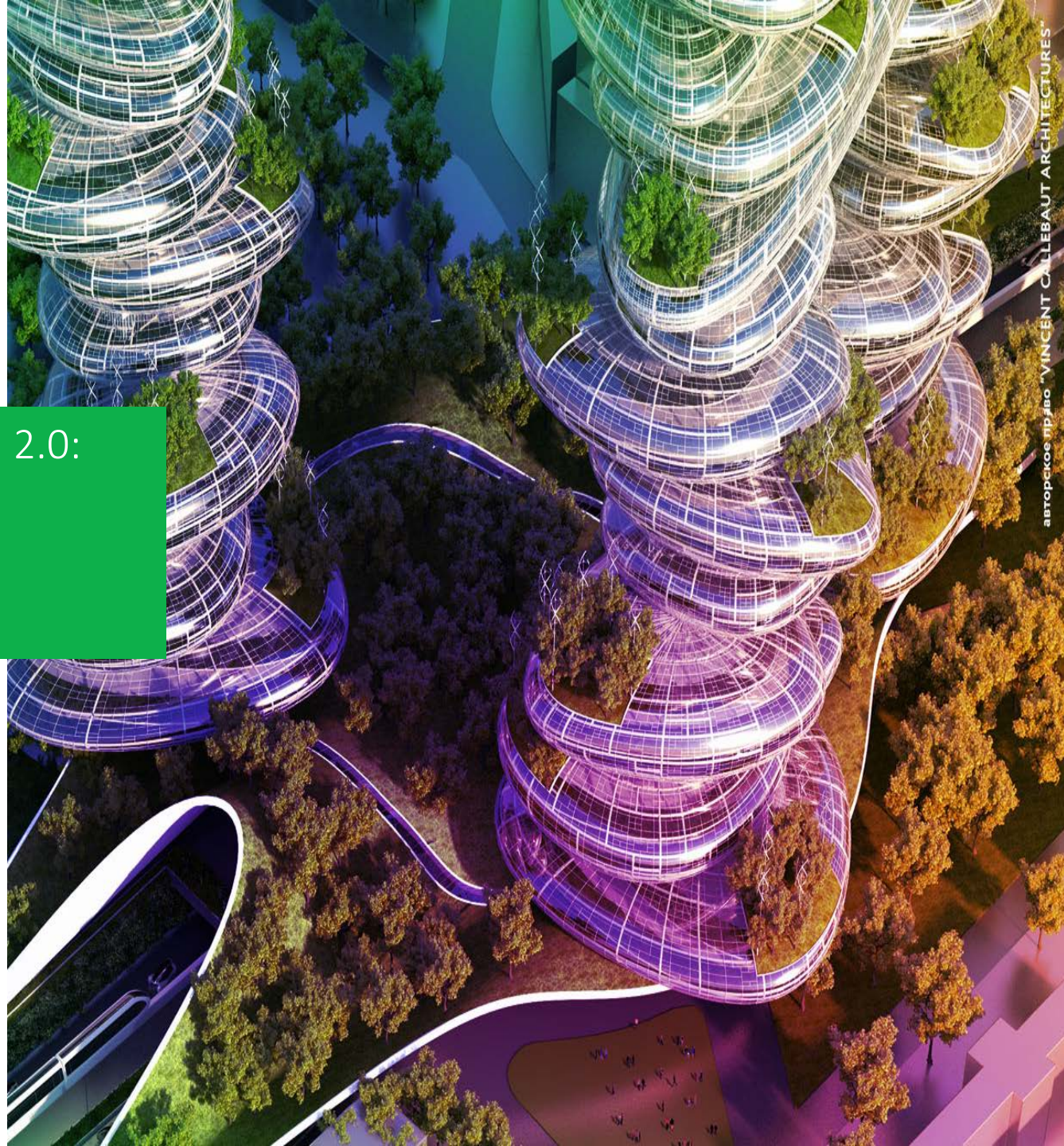


КРОК

СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ 2.0:
ЦИФРОВОЕ БУДУЩЕЕ
СТРАХОВОГО РЫНКА

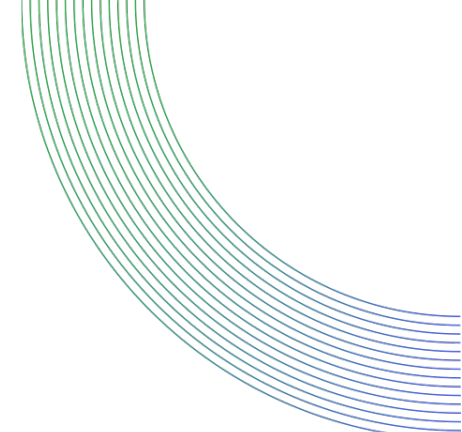


В СФЕРЕ МАТЕРИАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА НАСТУПАЕТ ЭПОХА ИНДУСТРИИ 4.0

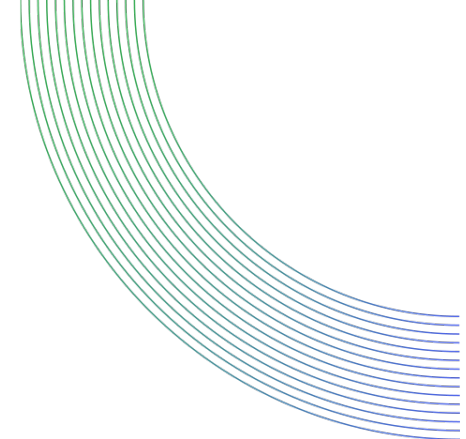


А ЧТО В
СТРАХОВАНИИ?

СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ 2.0

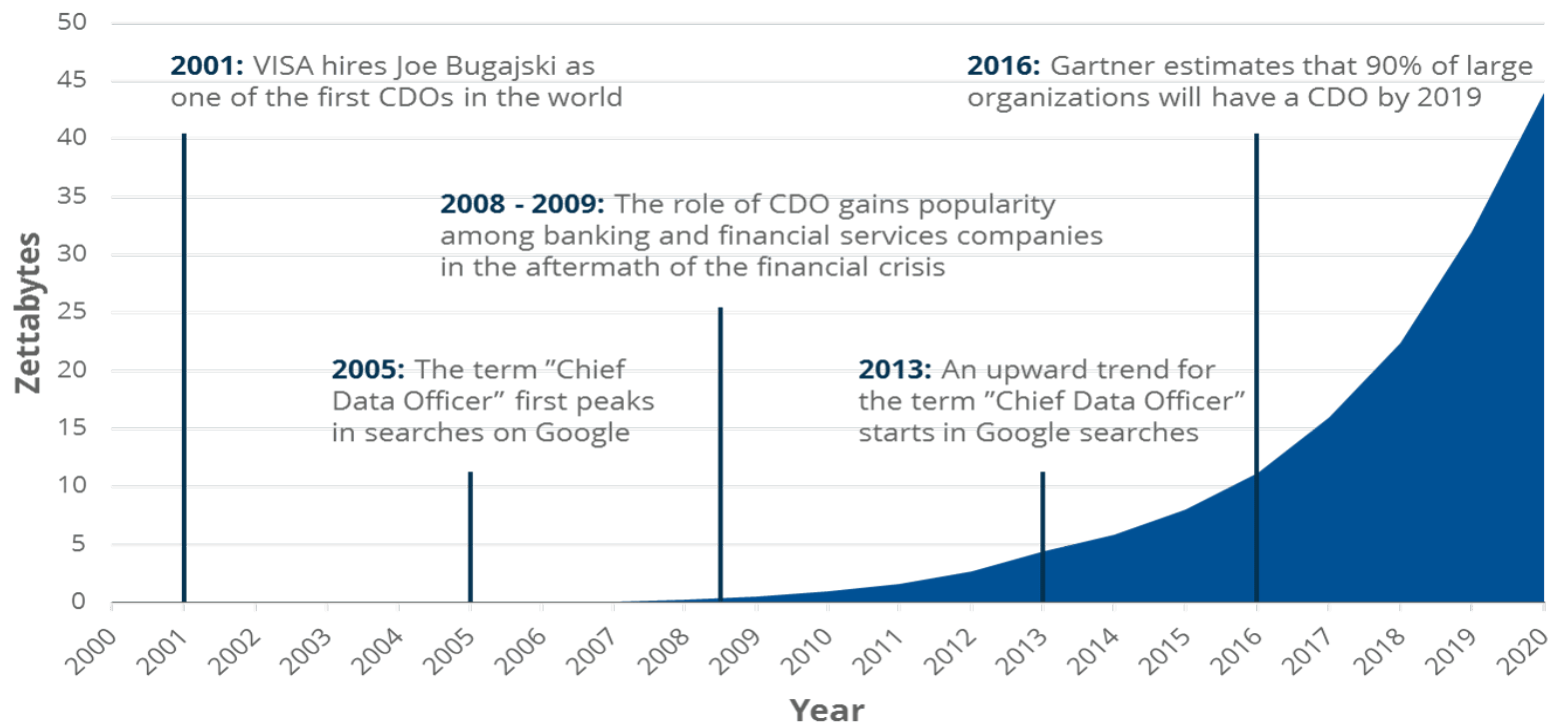


СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ 2.0



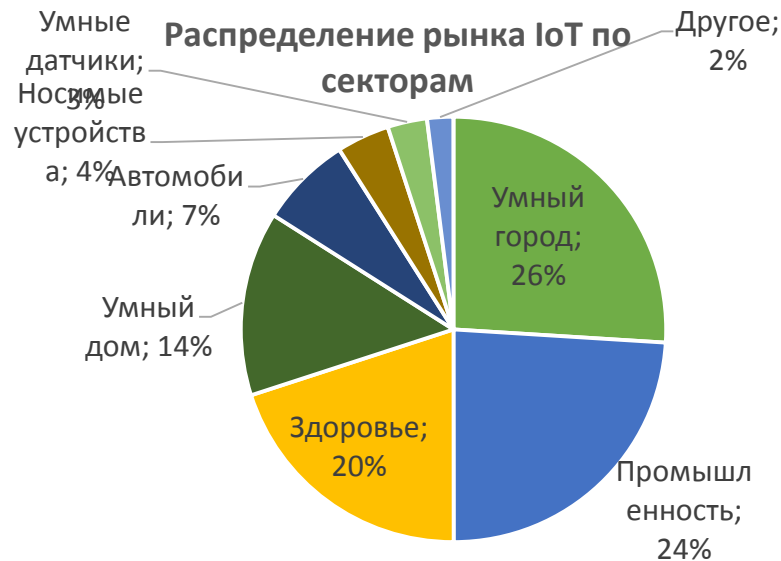
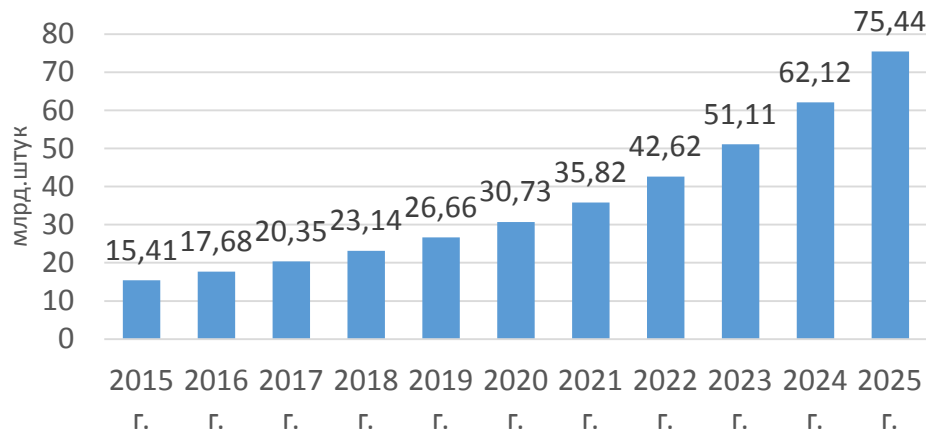
ОТ МАЛЕНЬКИХ ДАННЫХ –К БОЛЬШИМ ДАННЫМ

Amount of Data in the World



ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ

Количество подключённых устройств интернета вещей в мире по годам



КАЖДОМУ СТРАХОВАТЕЛЮ — ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ТАРИФ



Есть немного однотипной информации о большом количестве страхователей, на основе которой рассчитывается тариф



Количество информации, доступной о каждом страхователе, позволяет рассчитывать его риск индивидуально

НОВЫЕ КЛИЕНТЫ – НОВЫЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРИВЫЧКИ

**Сбор информации и
сравнение вариантов**
94% используют хотя бы 1
внешний источник информации

Выбор лучшей цены
87% ориентируются на цену при
выборе продукта

**Интерес к отзывам
других покупателей**
40% посещают сайты с отзывами
перед принятием решения

**Потребление ради
эмоций**
78% предпочтут потратить деньги
на впечатления и опыт



**Персонализация
потребления**
60% ценят персонализированные
предложения и склонны к покупке
кастомизированных продуктов

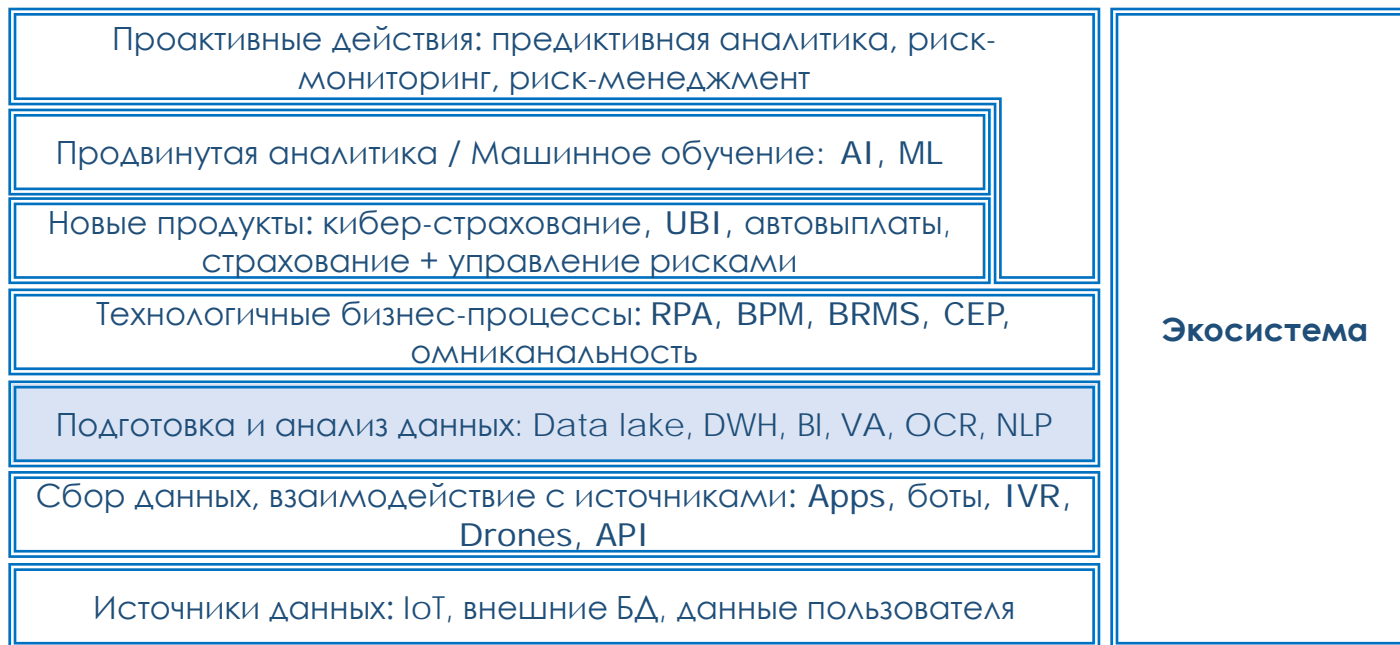
**Ориентация на ценности
бренда**
59% выбирают бренды, чьи
ценности они разделяют

**Самовыражение через
потребление**
40% предпочтут доплатить за бренд,
который отражает их видение самих
себя

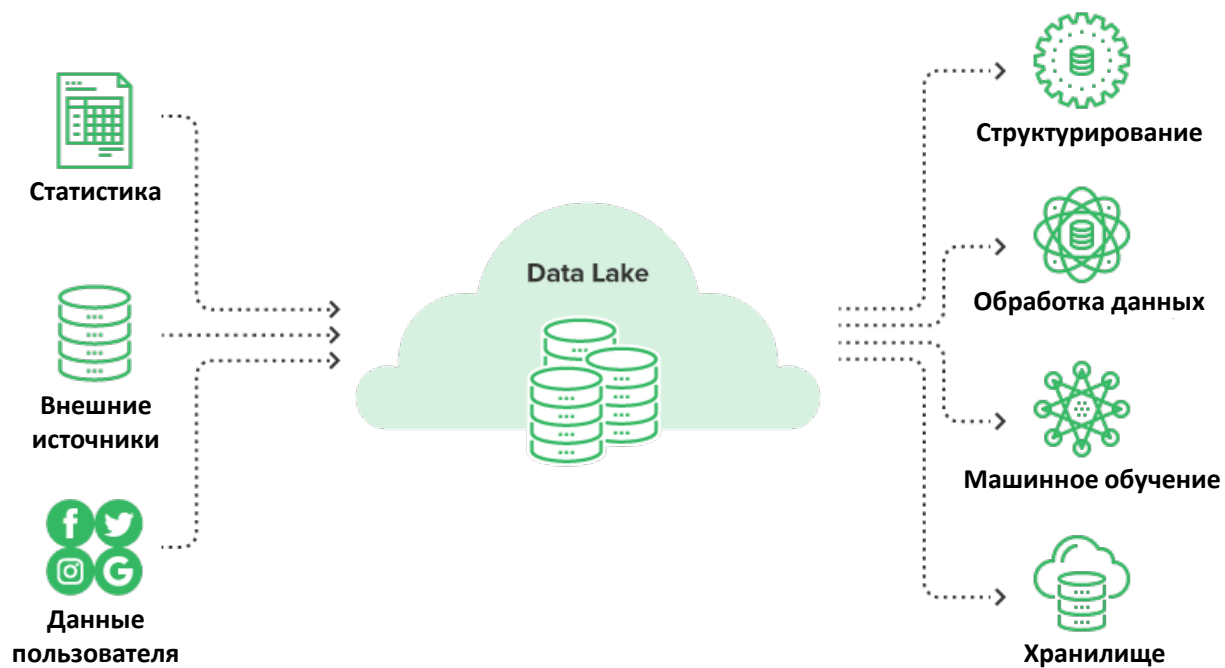
Важность рекомендаций
68% обсуждают крупные покупки с
людьми, которым они доверяют

**Минимизация времени на
совершение покупки**
50% используют мобильные устройства
при изучении информации перед
приобретением продуктов

СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ 2.0



НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ НОВЫХ ДАННЫХ



СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ 2.0



НОВЫЕ ВРЕМЕНА – НОВЫЕ РИСКИ

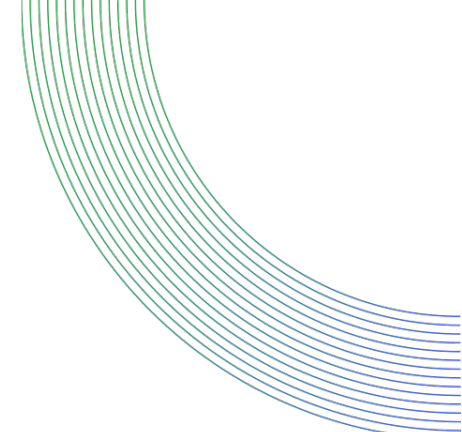


- Высокая волатильность
- Короткие сроки
- Важность предупредительных мероприятий

СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ 2.0



ТЕМПЫ ИЗМЕНЕНИЙ РАСТУТ И ТРЕБУЮТ ИЗМЕНЕНИЯ ПОДХОДА К ПРИНЯТИЮ РЕШЕНИЙ

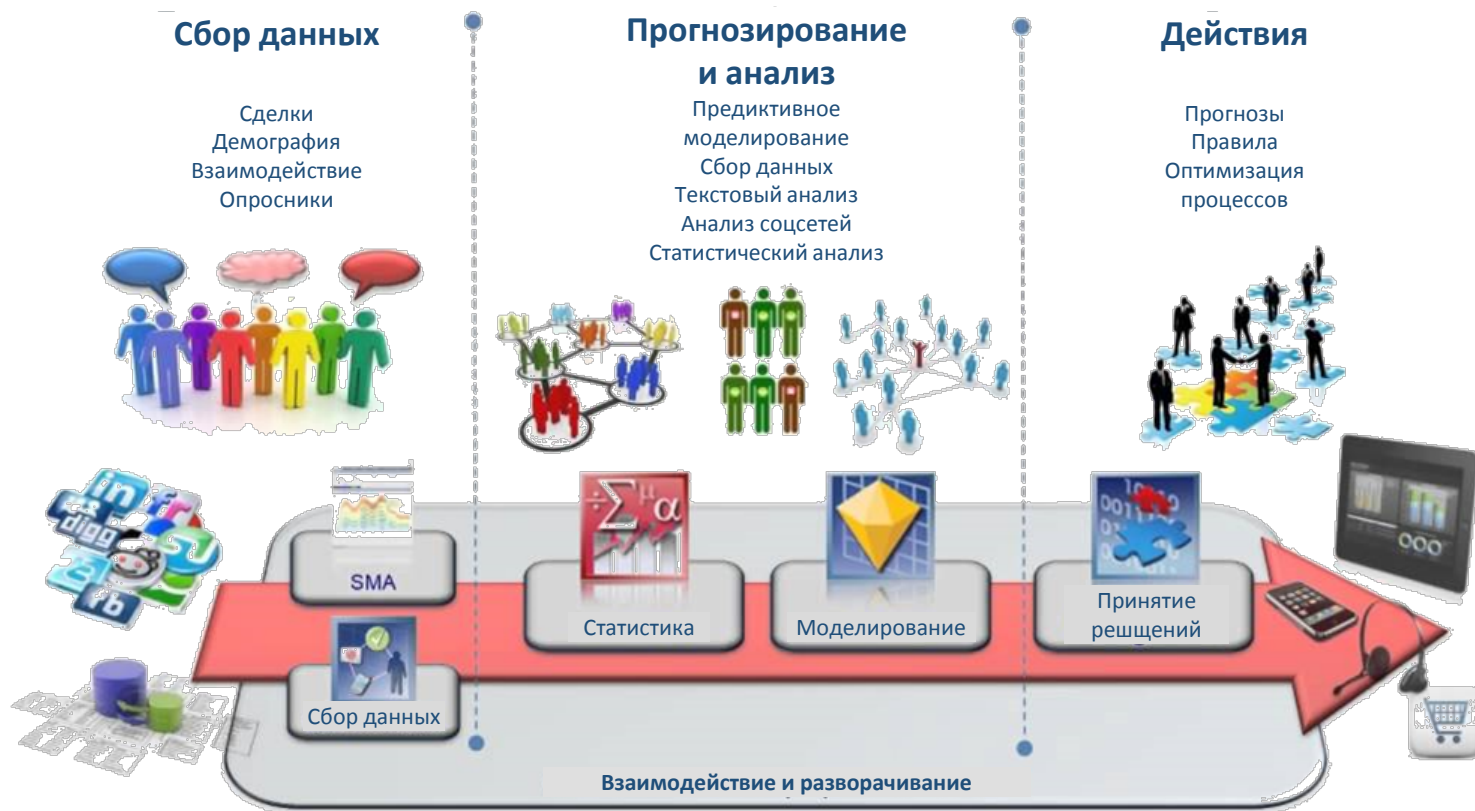


То, что было в
прошлом...

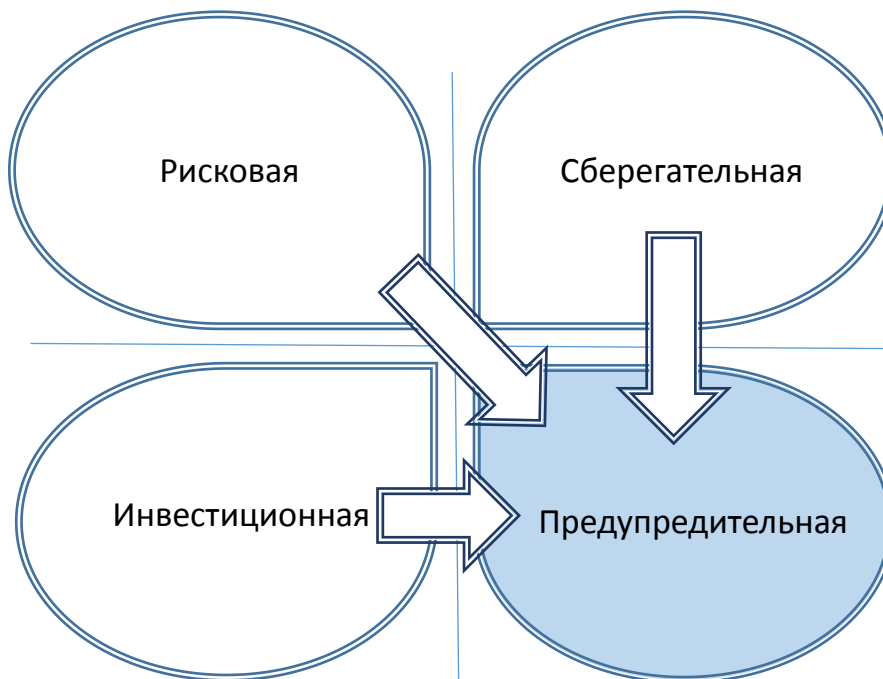


...необязательно
повторится в будущем

ПРЕДУПРЕДИТЬ, ЧТОБЫ НЕ ПЛАТИТЬ



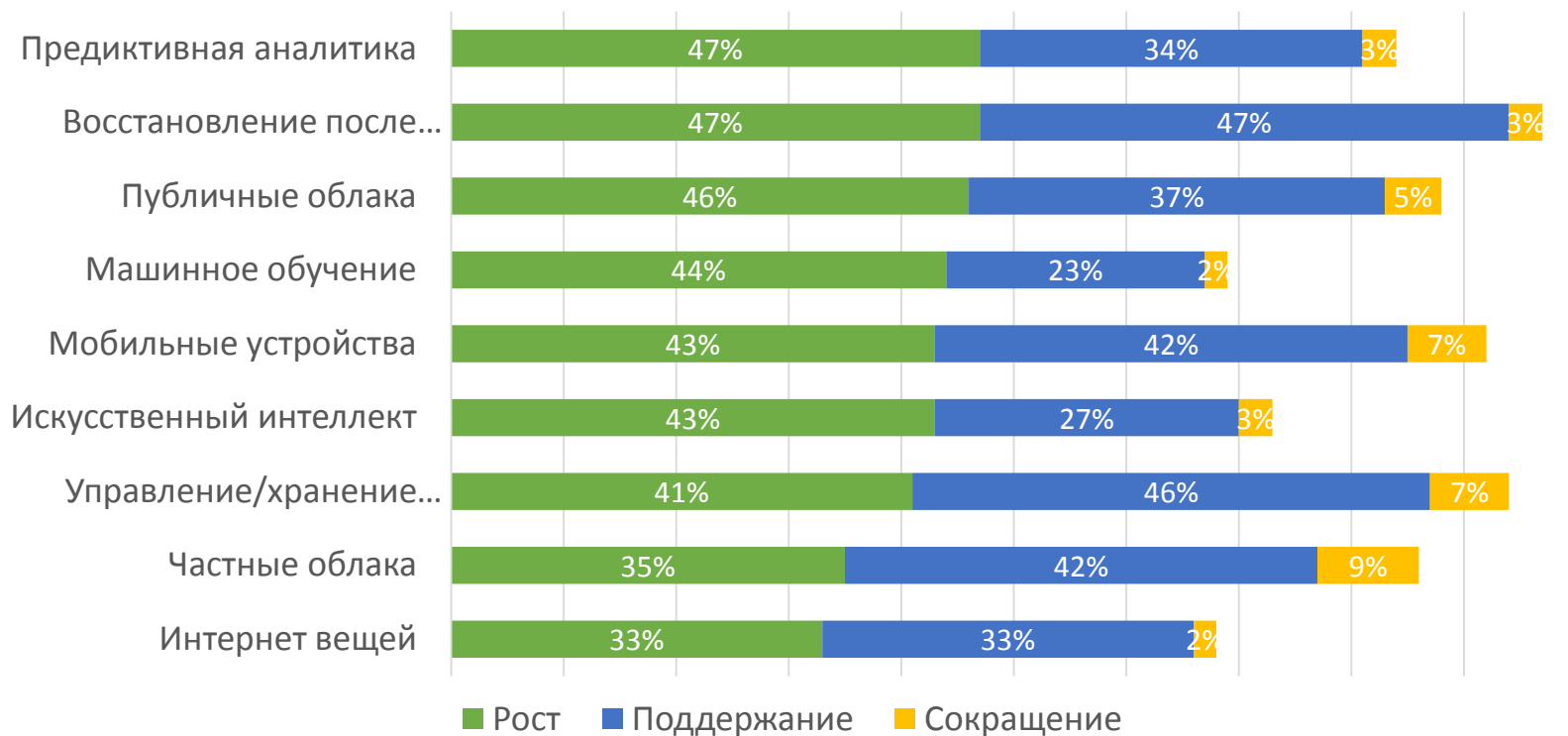
ОТ РИСКОВОЙ – К ПРЕДУПРЕДИТЕЛЬНОЙ ФУНКЦИИ



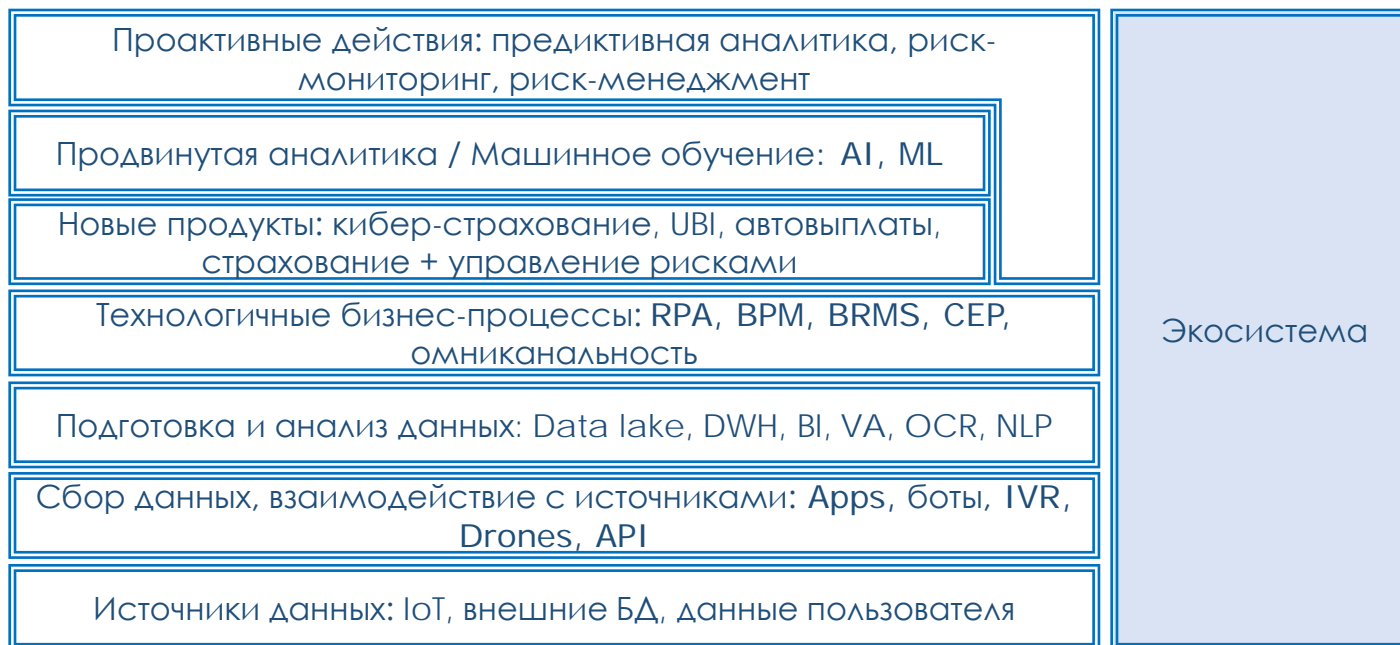
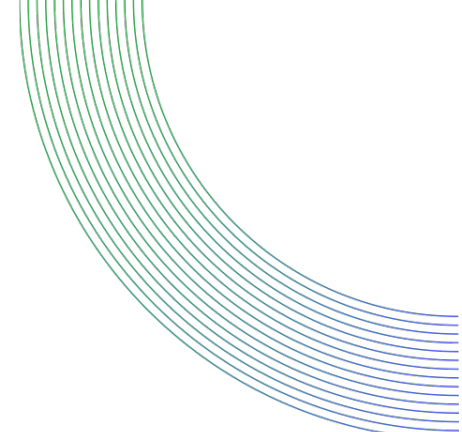
Предоставление услуги управления рисками клиента с целью снижения вероятности наступления / размера ущерба от страхового случая становится основным функционалом страховой компании.

РАСХОДЫ НА ПОСТРОЕНИЕ НОВОЙ МОДЕЛИ БИЗНЕСА – В ПРИОРИТЕТЕ

Планируемые изменения затрат компаний по данным опроса CIO

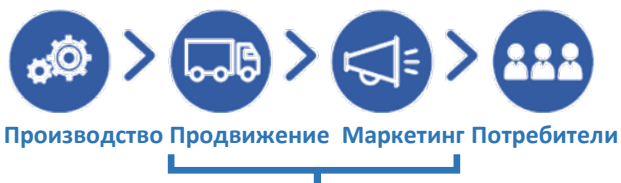


СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ 2.0

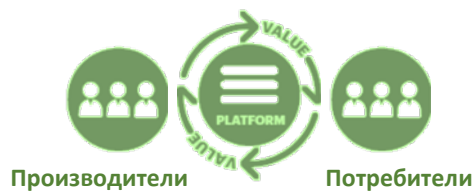


СТРАХОВАНИЕ НЕ МОЖЕТ РАЗВИВАТЬСЯ В ОДИНОЧКУ

От продукто-ориентированной модели




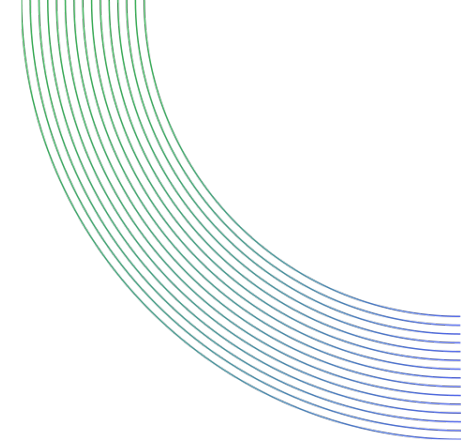
К платформенной экосистеме



Производители и потребители взаимодействуют, дают друг другу обратную связь

ЭКОСИСТЕМЫ В СТРАХОВАНИИ ИЛИ СТРАХОВАНИЕ В ЭКОСИСТЕМЕ?

Название, Инициатор	Область применения	Участники	Описание/Технологии
 <p>众安保险 ZhongAn Insurance</p> <p>Grab</p>	Автострахование для водителей агрегаторов перевозок, страхование домашнего имущества и др.	Пользователи мобильного приложения Grab	Страховой функционал вшит в мобильное приложение Grab, имеющее 130 млн. загрузок в 336 городах Юго-восточной Азии и предоставляющее услуги доставки еды, посылок, финансовые сервисы и пр.



СПАСИБО!