



*18 февраля в Москве состоялась международная конференция «Life Insurance Conference Russia 2016», в которой приняли участие руководители ведущих банков, страховых компаний и брокеров, представители экспертного сообщества. Ключевыми темами мероприятия были положение дел в отрасли и перспективы выхода на новые позиции, адаптация продуктов к запросам клиентов в условиях кризиса, сравнение рынков страхования жизни России и Запада, обмен международным опытом.*

Российский рынок страхования жизни продолжает демонстрировать уверенный рост – по итогам 2015 г. страховщики жизни собрали на 17,2% больше, чем годом ранее. В качестве драйвера рынка утвердились программы инвестиционного и накопительного страхования жизни. Однако появляются новые вызовы – перед отраслью стоит задача повышения диверсификации, усиления небанковских каналов продаж. Руководители американской и французской страховых компаний поделились опытом развития продаж продуктов по страхованию жизни в многоканальной цифровой среде. Это была актуальная и полезная информация для российских страховщиков жизни, которым в ближайшие годы также предстоит все сильнее интегрировать информационные технологии в процесс продвижения своих услуг.

Юрий Смышляев в своем выступлении рассказал о специфике продвижения продуктов страхования жизни в России, сделав акцент на каналах сбыта и целевой аудитории. У каждого канала свои особенности и преимущества: агентские сети предоставляют персональный высококачественный сервис клиентам, корпоративный канал обеспечивает продажи комплексных, пакетных продуктов надежным партнерам, банковский канал дает готовую инфраструктуру для доступа к целевой для финансовых услуг массовой аудитории. Соотношение каналов продаж по объемам бизнеса может меняться, но все они гармонично дополняют друг друга в продвижении услуг по страхованию жизни подобно тому, как различные инструменты (страхование, депозиты, ПИФы и т.д.) формируют сбалансированный финансовый портфель гражданина.

Источник: [Википедия страхования](#) , 20.02.16