Владимир Экштайн («Ренессанс жизнь»): Страховщик помогает удержать клиентов банка внутри экосистемы

Страхование жизни два года подряд показывает рекордные сборы. О перспективах и работе в сегменте «Б.О» рассказал Владимир Экштайн, вице-президент по продажам компании «Ренессанс жизнь»



— Владимир, что будет востребовано на рынке страхования жизни и какой критерий выбора продукта — главный для клиента?

— Рынок страхования жизни продолжает демонстрировать двузначный рост. В 2025-м прирост премий нашей компании составил 35%, в первом квартале этого года — 29%, а по накопительному страхованию жизни (НСЖ — 33,5%). Объем активов увеличился по сравнению с началом года на 29%, до 239 млрд рублей, и это показатель доверия клиентов.

Спрос на продукты с гарантированной доходностью все еще доминирует, 95% всего объема премий приходится на НСЖ. Но уже в июле этого года рынок получит два новых вида страхования (для квалифицированных и неквалифицированных инвесторов). Это позволит наполнить линейку новыми решениями с негарантированным доходом. Для стимулирования заключения договоров страхования жизни в последние годы были расширены виды страхования, введена система гарантирования прав по долевому страхованию жизни (ДСЖ), запущена программа долгосрочных сбережений (ПДС). В конце 2025 года были приняты налоговые льготы, повышающие предельный размер суммы налогового вычета со страховых выплат до 30 млн рублей в год.

— Вы — независимый игрок. Какие плюсы и минусы это дает вам?

— Отсутствие собственного банка — это одновременно вызов и преимущество. С одной стороны, у нас нет гарантированного канала продаж, приходится ежедневно конкурировать за место на полке и доказывать свою эффективность партнерам. С другой стороны, это делает нас более гибкими и клиентоориентированными. Мы строим продукты и сервисы не под один канал, а под весь рынок. Это позволяет быстрее адаптировать продуктовую линейку и масштабировать лучшие практики среди партнеров.

Банки ожидают от страховщика уже не просто продукт и комиссию. Основные ожидания — большая скорость запуска новых решений, бесшовная интеграция через API, цифровой клиентский путь, высокая конверсия клиентской базы и качественная работа с удержанием клиентов после продажи. Страховщик — технологический партнер банка, увеличивающий доходность клиентского портфеля и удерживающий клиентов внутри экосистемы.

— Насколько актуальны открытые API? Какие технологии сейчас внедряют передовые страховые компании?

— Open API уже стали базовыми рыночными инструментами. Здесь важно не только умение интегрироваться, но и умение быстро превращать интеграцию в продажи и клиентский опыт. Передовые страховые компании сегодня инвестируют в три направления.

Первое — платформенные архитектуры и открытые интеграции, которые позволяют запускать новые продукты и партнерские сценарии за недели, а за не месяцы. Второе — использование данных и ИИ для персонализации предложений, автоматизации процессов и повышения конверсии. Третье — развитие клиентского пути от оформления до сопровождения и выплат полностью онлайн. Мы также движемся в сторону построения единой среды управления клиентом, где данные, продажи и обслуживание работают как единая система.

— Какие ключевые тренды изменят страхование жизни в ближайшие два-три года?

— Мы видим четыре ключевых тренда: дальнейшее развитие регулирования, рост доли инвестиционных решений в страховании жизни, усиление партнерских моделей и глубокую цифровизацию клиентского опыта. Главный фактор успеха — способность быстро создавать новые продукты и выводить их на рынок. Наша цель — закрывать любые долгосрочные финансовые и инвестиционные задачи клиента в одном месте. Б.О