

Игорь Лаппи
(«Совкомбанк Страхование»):

Страховая группа Совкомбанка ориентирована на партнерство

Генеральный директор компании «Совкомбанк Страхование», руководитель Страховой группы и НПФ Совкомбанка Игорь Лаппи рассказал Павлу Самиеву, генеральному директору АЦ «БизнесДром», в интервью для «Б.О» об особенностях работы в партнерском канале, перспективах его развития, а также о корпоративной «i-Лиге» для партнеров



фото: «Совкомбанк Страхование»

— Игорь, начнем разговор с партнерского канала. По каким критериям вы выбираете партнеров?

— Для нас важны надежность и профессионализм команды партнера. Мы работаем с компаниями разного масштаба, но ключевые сегменты — это агрегаторы и маркетплейсы. На рынке их немного, и, по сути, мы выбираем друг друга. В брокерском и технологическом сегментах подход более избирательный: мы оцениваем устойчивость партнера, ведь если сервис внезапно перестанет работать, это напрямую затронет и наши процессы, и клиентов. Большое значение имеет культурная совместимость: мы работаем с людьми, и общее понимание ценностей бизнеса помогает легче строить новые проекты.

— Какие результаты показал партнерский канал по итогам полугодия?

— Партнерский канал формирует более 60% бизнеса Страховой группы Совкомбанка. Мы — группа, во многом ориентированная на партнерства, хотя у нас есть и собственные продажи: корпоративные менеджеры, агентская сеть, синергия с компаниями Группы Совкомбанка. В этом году доля партнерских программ осталась на высоком уровне. Рост составил чуть более 10% к прошлому году.

— Какой прогноз по доле партнерских продаж на конец этого года и на следующий?

— Резких изменений не ждем, но постепенный рост будет. В том числе за счет банков-партнеров, через которые мы развиваем не только страховые, но и пенсионные продукты.

— Какие бизнес-модели в партнерских продажах вы считаете наиболее перспективными в ближайшие годы?

— Приоритетными направлениями для нас являются моторные виды страхования и накопительные продукты с регулярной премией, включая пенсионные.

Страховая группа Совкомбанка связывает будущее с возможностью агрегировать более сложные продукты, например каско — мы уже участвуем в таких проектах. Что касается пенсионных продуктов, то благодаря господдержке и налоговым льготам они имеют высокий потенциал.

— Перейдем к вашему проекту «i-Лига». Что это такое и зачем он нужен?

— Проект «i-Лига» был запущен три года назад как уникальный формат взаимодействия с партнерами на российском страховом рынке: мы собираем брокеров, дилеров, маркетплейсы, лизинговые компании в неформальной обстановке в Турции, создаем среду для обмена опытом и совместных идей. В программе есть конференция с актуальными прогнозами и аналитикой, секции по глобальным трендам — например, в этом году говорили о развитии искусственного интеллекта и о личных финансах. Сейчас приезжают около 300 партнеров, и их число растет каждый год.

— Планируется ли превратить «i-Лигу» в более регулярное сообщество с постоянными активностями?

— Именно так уже и происходит. Мы проводим бизнес-завтраки для клиентов и партнеров на 40–50 человек, чаще всего в Москве, Петербурге или онлайн. В 2025 году добавили новый блок для HR-сообщества: делимся опытом по социальным программам, метрикам, технологиям. Это востребованный формат, который помогает обогащать коллег практическими знаниями и расширять профессиональное сообщество.

Б.О