

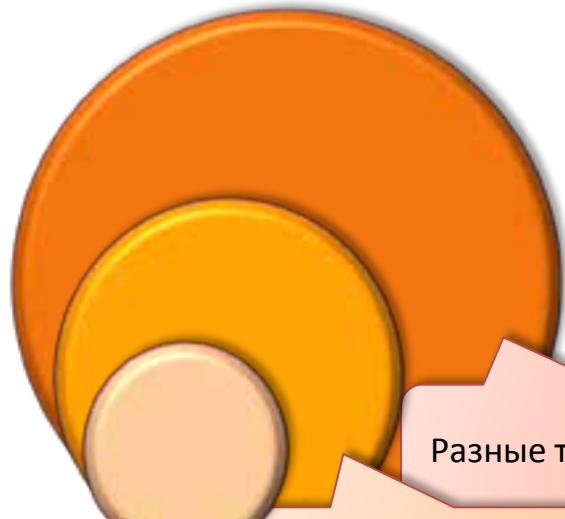
# Стратегия мультиканальных продаж

Антон Чернявский



# Возможности и Риски

## Доля вклада в Успех

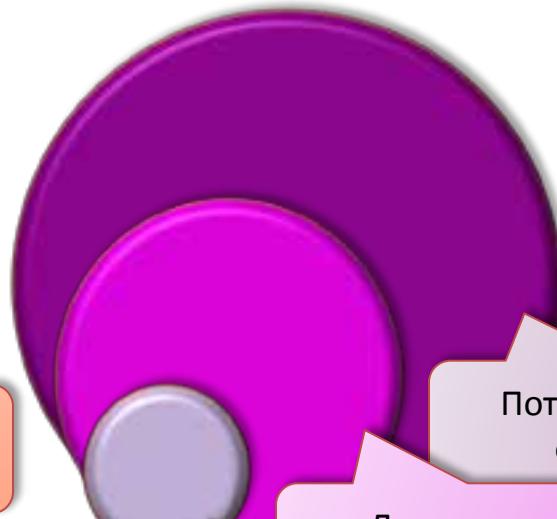


Разные продукты

Разные рынки/клиенты

Разные технологии продаж

## Доля вклада в Риск

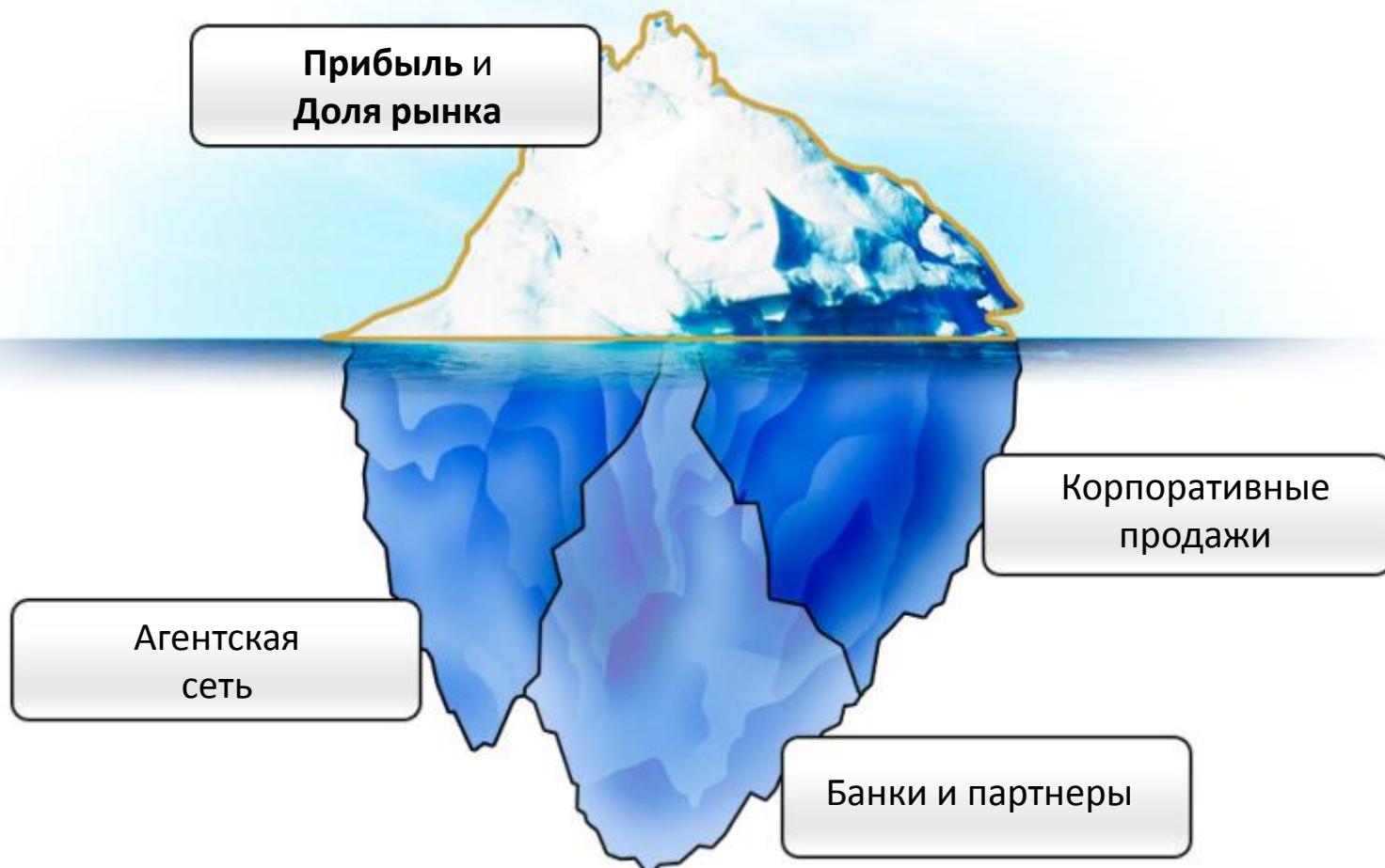


Потеря управления,  
фокусировки

Дополнительные  
инвестиции

Конкуренция за ресурсы  
бэк-офиса

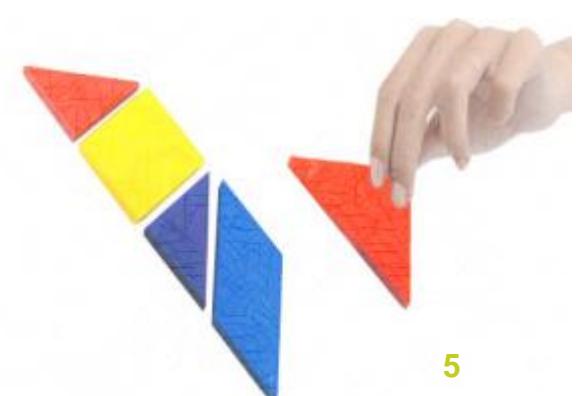
# Мультиканальная структура «Ренессанс Жизнь»



# Агентская сеть



# Корпоративные прямые продажи



# Банковский канал

Доступ к профильным клиентам для фин. услуг

Готовая инфраструктура для встречи с клиентом

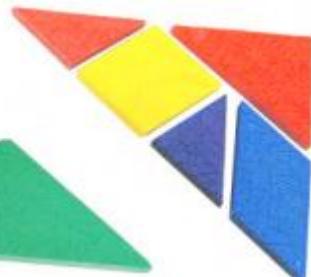
Относительно короткие страховые продукты

Возможность внедрения стандартов страхования, B2B

Низкая лояльность со стороны клиентов к бренду страховой компании

Потребность в размещении активов

Риск одностороннего отказа от партнерства



# Перспективы развития

## Собственная сеть

- Использование наработанных продуктов и методик при сотрудничестве с МЛМ сетями.  
Сокращение расходов на содержание своей сети.
- Выделение самостоятельных брокеров из сети.

## Групповые продажи

- Внедрение продуктов группового бизнеса в другие каналы продаж. Охват нового сегмента потенциальных клиентов – средний и малый бизнес.

## Банковские продажи

- Развитие продаж новых страховых продуктов, таких как Инвестиционные страховые продукты.



# Приоритеты стратегии

## 4 шага к успеху мультиканальной стратегии

1. Построение бренда
2. Привлечение активов
3. Репутация
4. Доступ к массовому профильному клиенту

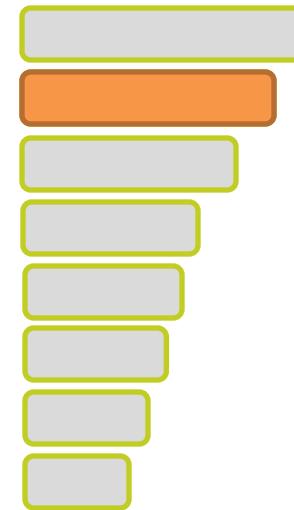
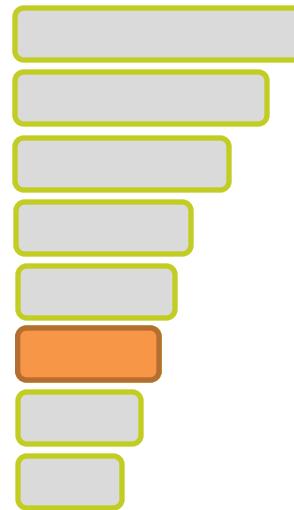
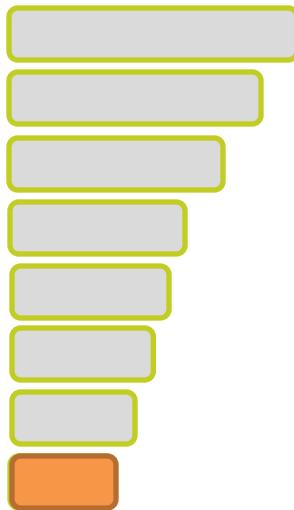


# Фактическая реализация

2006

2009

2012



- Создание агентской сети
- Узнавание бренда Ренессанс
- Накопление Активов

- Успешное участие в страховых тендерах крупных международных холдингов

- Партнерство с Банками
- Доступ к массовому сегменту клиенту

35%  
20%  
45%

Структура продаж

# Уроки опыта

---

- Один канал продаж хорошо, а три лучше.  
Если доля одного канала стала 80% и больше от результата – существенно вырос риск потерь.
- Портфельный подход в управлении – использование мультиканальности позволяет быть эффективным в случае роста рынка или кризиса  
Поиск оптимального баланса между Управляемостью и Партнерством.
- Устранять ценовую конкуренцию между каналами в борьбе за внешнего клиента.  
Цена одинаковой услуги равна для каждого клиента любого канала.

---

# Спасибо за внимание

