Представители РЕСО-Гарантия выступили на XII Всероссийском Форуме лидеров банковской розницы. Темой обсуждения в этом году стала «Стратегия розничного бизнеса — 2027. Будущее розничного банкинга: как преуспеть в эпоху перемен?».

Участники встречи подробно обсудили трансформацию бизнес-моделей, сохранение и усиление позиций классических банков в борьбе за клиентов, а также развитие кредитования в новых рыночных условиях.

РЕСО-Гарантия на форуме представили вице-президент, директор Департамента личного страхования и страхования выезжающих за рубеж Элина Мелик-Пашаева и директор Департамента развития цифровых каналов продаж Виктория Маланина.

В фокусе их выступления — роль страхования в банковской экосистеме и возможности, которые оно открывает кредитным организациям для роста доходов и лояльности клиентов. Сотрудничество РЕСО-Гарантия с банками не ограничивается готовой продуктовой линейкой. Компания разрабатывает индивидуальные страховые программы под задачи конкретного партнера — с учетом его бизнес-модели, клиентской базы и реальных потребностей клиентов.

«Банковский канал огромен по масштабу — через банки проходит значительная часть сборов премии по страхованию, но концентрируется канал на накопительно-инвестиционном страховании жизни и продуктах, связанных с кредитованием. Следующий этап его развития — расширение за счет других продуктов добровольного страхования. Небанковский страховщик, такой как РЕСО-Гарантия, с высокой продуктовой экспертизой, качественными сервисами и урегулированием, сильным брендом и доверием клиентов становится для банка не просто поставщиком страховых продуктов, а полноценным партнером в развитии клиентских отношений», — отметила на форуме Элина Мелик-Пашаева.

Одна из ключевых идей выступления коллег — страхование может и должно сопровождать клиента на протяжении всей его жизни. Покупка автомобиля, ипотека, путешествие, рождение ребенка, забота о здоровье, ремонт или приобретение квартиры — каждое значимое событие формирует новую потребность в финансовой защите, а значит — и новую возможность для предложения потребителю необходимой ему страховой услуги. А для банка это — дополнительный источник дохода, увеличение

глубины отношений и удержание клиента за счет действительно полезных сервисов.

«РЕСО-Гарантия — это прежде всего агентская компания, но мы развиваем и другие линии продаж: сайт, цифровые и корпоративные партнерские каналы, а также сотрудничество с банками. Все эти каналы у нас не конкурируют, а дополняют друг друга. Страхование действительно лечит «боли» клиента. Если полис не навязали, а показали человеку потребительскую ценность страховой защиты именно в его ситуации, то такой клиент надолго остается лояльным банку, где о нем искренне позаботились», — рассказала Виктория Маланина.

Википедия страхования, 24.09.2026 г.