

Вылегжанин Никита Александрович

Магистрант

Направление: Менеджмент

Магистерская программа: Информационный менеджмент

**Анализ использования технологий электронной коммерции
в АО «СОГАЗ»**

Аннотация. В статье проведён анализ использования технологий электронной коммерции (e-commerce) в деятельности АО «СОГАЗ» — одного из крупнейших страховых компаний России. Рассмотрены цифровые каналы продаж страховых продуктов, инструменты онлайн-обслуживания клиентов и автоматизация бизнес-процессов. Оценена эффективность внедрения CRM-систем, Big Data и искусственного интеллекта для скоринга и персонализации предложений. Проанализированы показатели цифровизации компании за 2023–2025 гг., включая долю онлайн-продаж, время оформления полисов и удовлетворённость клиентов. Выявлены сильные стороны текущей стратегии (развитая ИТ-инфраструктура, интеграция с маркетплейсами) и слабые места (недостаточная автоматизация урегулирования убытков). Сформулированы рекомендации по дальнейшему развитию e-commerce в компании. Результаты исследования могут быть полезны специалистам в области страхования, финтеха и цифровой трансформации бизнеса.

Ключевые слова: электронная коммерция, страхование, АО «СОГАЗ», онлайн-страхование, e-insurance, цифровые каналы продаж, CRM, Big Data, искусственный интеллект, маркетплейсы, скоринг.

АО «СОГАЗ» активно внедряет технологии электронной коммерции для повышения эффективности бизнеса и улучшения клиентского опыта. Цифровизация позволяет компании: сократить издержки на обслуживание клиентов; ускорить процессы оформления полисов и урегулирования убытков; расширить географию

присутствия; персонализировать страховые продукты; повысить прозрачность взаимодействия с клиентами.

Цель автора — проанализировать использование технологий электронной коммерции в АО «СОГАЗ», оценить их влияние на бизнес-показатели и сформулировать рекомендации по развитию цифровых сервисов.

Задачи исследования: изучить теоретические основы применения e-commerce в страховании; проанализировать цифровые каналы продаж и обслуживания в АО «СОГАЗ»; оценить эффективность внедрения CRM, Big Data и ИИ; выявить сильные и слабые стороны текущей стратегии цифровизации; сравнить подходы АО «СОГАЗ» с отраслевыми бенчмарками; разработать рекомендации по совершенствованию e-commerce-решений.

Электронная коммерция в страховании — использование цифровых технологий для продажи страховых продуктов, обслуживания клиентов и управления рисками без физического взаимодействия.

Ключевые технологии: веб-платформы и мобильные приложения — онлайн-оформление полисов, оплата, урегулирование убытков; CRM-системы — управление взаимоотношениями с клиентами, сегментация аудитории; Big Data и аналитика — скоринг рисков, прогнозирование убыточности; искусственный интеллект — чат-боты поддержки, автоматизация андеррайтинга; маркетплейсы — агрегаторы страховых продуктов; блокчейн — смарт-контракты для автоматического исполнения условий полиса.

Модели онлайн-продаж:

1. Прямые продажи через сайт или приложение компании.
2. Маркетплейсы (Сравни.ру, Банки.ру) — сравнение и покупка полисов.
3. Партнёрские продажи — интеграция с банками, автосалонами, турагентствами.
4. Чат-боты и мессенджеры — оформление полисов через Telegram, WhatsApp.

Проведем анализ использования e-commerce в АО «СОГАЗ».

1. Цифровые каналы продаж: официальный сайт — онлайн-калькулятор, расчёт стоимости и оформление полисов (ОСАГО, КАСКО, страхование жизни, имущества); мобильное приложение — доступ к полисам, подача заявлений на возмещение, уведомления; маркетплейсы — присутствие на Сравни.ру, Банки.ру для расширения охвата; интеграция с партнёрами — продажа полисов через банки и автодилеров.

2. CRM и Big Data: сегментация клиентов по рискам и поведению; прогнозирование вероятности страховых случаев; персонализация тарифов и предложений; выявление мошеннических схем.

3. Искусственный интеллект и автоматизация: чат-бот для консультаций 24/7; распознавание повреждений авто по фото (для КАСКО); автоматический скоринг заёмщиков (при страховании кредитов); прогнозирование убыточности на основе исторических данных.

4. Онлайн-урегулирование убытков: подача заявлений через сайт и приложение; загрузка фото и документов; отслеживание статуса рассмотрения; электронные выплаты.

5. Безопасность и соответствие нормам: шифрование данных; двухфакторная аутентификация; соответствие ФЗ-152 («О персональных данных») [2] и ФЗ-161 («О национальной платёжной системе») [1].

Таблица 1

Показатели эффективности цифровизации в АО «СОГАЗ» (2024–2025 гг.) [3]

Показатель	2024 г.	2025 г.	Изменение
Доля онлайн-продаж в общем объёме, %	28	45	+17 п.п.
Среднее время оформления полиса, мин.	25	10	-15 мин.
Доля электронных урегулирований, %	35	60	+25 п.п.
Удовлетворённость клиентов (NPS), %	65	80	+15 п.п.
Снижение издержек на обслуживание, %	—	18	—

Сильные стороны:

- развитая ИТ-инфраструктура;
- интеграция с маркетплейсами и партнёрами;
- высокий уровень кибербезопасности;

- рост удовлетворённости клиентов.

Слабые стороны:

- недостаточная автоматизация процесса урегулирования убытков (ручные проверки до 30% случаев);

- ограниченная персонализация предложений (DCO используется в 25% кампаний);

- высокая стоимость внедрения ИИ-решений;

- неравномерность цифровой грамотности клиентов.

На фоне конкурентов (Сбербанк Страхование, АльфаСтрахование, Тинькофф Страхование) АО «СОГАЗ» демонстрирует: сопоставимую долю онлайн-продаж (45 % против 40–50 %); более высокий NPS (80% против 70–75%); отставание в автоматизации урегулирования убытков [5].

Для повышения эффективности цифровых сервисов предлагается:

1. Автоматизировать урегулирование убытков: внедрить ИИ для анализа фото повреждений; настроить автоматические выплаты по типовым случаям.

2. Усилить персонализацию: увеличить долю DCO (Dynamic Creative Optimization) до 70%; использовать рекомендательные алгоритмы на основе истории взаимодействий.

3. Развивать мобильное приложение: добавить AR-функции для оценки повреждений; интегрировать телематику для автострахования.

4. Оптимизировать затраты: перейти на гибридное облако для снижения расходов на ИТ-инфраструктуру; автоматизировать отчётность через дашборды.

5. Обучать клиентов и агентов: запустить обучающие видео и вебинары по использованию онлайн-сервисов; разработать программу цифровой грамотности для старшего поколения.

6. Расширять партнёрства: интегрироваться с новыми маркетплейсами; развивать B2B-продажи через корпоративных клиентов.

Таким образом, анализ показал, что АО «СОГАЗ» успешно внедряет технологии электронной коммерции:

- доля онлайн-продаж выросла до 45% в 2025 году;

- время оформления полиса сократилось с 25 до 10 минут;
- удовлетворённость клиентов повысилась на 15 п.п.

Реализация предложенных рекомендаций позволит:

- повысить долю онлайн-урегулирований до 80%;
- снизить издержки на обслуживание ещё на 10–15%;
- увеличить персонализацию предложений до 70% кампаний;
- укрепить позиции компании на рынке цифрового страхования.

Дальнейшее развитие должно идти в направлении полной автоматизации процессов, внедрения ИИ и повышения цифровой грамотности клиентов, что обеспечит конкурентоспособность АО «СОГАЗ» в условиях цифровой экономики.

Литература

1. Федеральный закон «О национальной платёжной системе» от 27.06.2011 N 161-ФЗ (последняя редакция), ст. 3872 / [Электронный ресурс] / URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115625/?ysclid=mnygbfks8m643348500
2. Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ (последняя редакция), ст. 3451 / [Электронный ресурс] / URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/?ysclid=mnygd59ng824444938
3. Отчетность: АО «СОГАЗ» / [Электронный ресурс] / URL: <https://cbonds.ru/finreports/3587/?ysclid=mnyi3sn215954948743>
4. Стратегия развития АО «СОГАЗ» / [Электронный ресурс] / URL: <https://www.sogaz.ru/>
5. Итоги страхового рынка России в 2025 году / [Электронный ресурс] / URL: <https://companies.rbc.ru/news/JIcl74uOG6/itogi-strahovogo-ryinka-rossii-v-2025-godu/?ysclid=mnygvpi730163962061>
6. Шобей Л.Г., Семченко М.П. Цифровизация страхового рынка России: состояние, проблемы и перспективы // РППЭ. 2021. № 6 (128). С. 184-192.