ЦИВИЛИЗОВАННОЕ КАСКО

Несмотря на то, что многие актуальные в прошлом тренды не привели к росту рынка каско, этот вид страхования развивается — прежде всего, качественно. Все чаще клиенты принимают осознанные решения относительно страховых продуктов. И страховщики научились привлекать страхователей не только ценой, но и сервисом. Об этих изменениях на рынке автострахования мы беседовали с заместителем генерального директора, начальником управления розничного страхования «РЕСО-Гарантия» Еленой Злыгоревой.

Современные страховые технологии: В последние годы в развитии каско ставку делали то на франшизные продукты, то на телематику. Что себя оправдало?

Елена Злыгорева: Франшиза — это инструмент по снижению цены. Когда в 2014 году полисы каско у всех компаний резко подорожали, популярность страховок с франшизой выросла. На тот момент доля франшизных продуктов у нас доходила до 70 %. Сейчас каско дешевеет, так что люди выбирают полное стандартное покрытие. Доля франшизных продуктов сейчас в нашем портфеле находится на уровне 40 %.

Телематика, к сожалению, осталась красивой игрушкой. Страховые компании внедряют телематические продукты, но ни один из них не показал больших объемов. Клиентам они не очень интересны.

ССТ: Это же современные технологии, возможность расчета персонального тарифа. Что пошло не так?

Е. З.: Чтобы дать хороший адекватный тариф, нужна статистика. Чтобы стати-

стика была достоверной, нужно, чтобы много клиентов телематикой воспользовались, а для этого установили у себя в машинах определенное устройство. Особого желания это делать не было. Возможно, клиенты не хотели, чтобы страховщики за ними следили.

С другой стороны, страховой компании выгодно продавать дорогие продукты. Количество потенциальных клиентов ограничено. Снижая цену полисов, мы потеряем в сборах, а клиенты с плохими показателями, которые должны будут компенсировать общий недобор премии, вряд ли согласятся покупать полисы за ту цену, которую им предложат. Кроме того, для массового развития каско с телематикой необходимо, чтобы данные телематики принимались судами в спорных случаях, что сейчас не делается. В общем, в ближайшие пять лет я перспективы для массового развития каско с телематикой не вижу.

Елена Злыгорева
Заместитель генерального директора, начальник управления розничного страхования «РЕСО-Гарантия»

ССТ: Что определило снижение тарифов на каско, о котором вы упомянули?

Е. З.: Снижается частота страховых событий: водители лучше соблюдают скоростной режим, установлены камеры на дорогах, меньше ДТП. Общая ситуация с аварийностью на дорогах становится существенно лучше. Причем такое улучшение наблюдается не только в столицах, но и в целом по России. Так что можно говорить о снижении тарифа в среднем на 25 %. Франшизные продукты подешевели так же, как и классические.

ССТ: Некоторое время назад было очень много жалоб от страховых компаний, что клиенты по полису каско стараются заявить каждую царапину, каждый скол. Сейчас эта тенденция сохраняется?

Е. З.: Большинство страховых компаний научились проверять клиента, изучают его историю владения автомобилем, видят, как часто человек ремонтировал свою машину. Эта информация учитывается при расчете тарифа. Если у человека много ремонтов в предыдущие несколько лет, его страховка будет стоить дороже.

Вообще можно сказать, что мелкие повреждения клиенты сейчас не заявляют. В основном, автовладельцы обращаются к страховщику, когда действительно требуется серьезный ремонт. Кстати, сколы лакокрасочного покрытия исклю-

Чтобы статистика была достоверной, нужно, чтобы много клиентов телематикой воспользовались, а для этого установили у себя в машинах определенное устройство. Особого желания это делать не было.

чили из покрытия по полису практически все страховые компании, приравняв их к дефектам эксплуатации.

ССТ: Получается, что благодаря наличию информационных баз, по косвенным данным, страховщики могут и без телематики устанавливать клиенту индивидуальный тариф?

Е. З.: Да, именно так. Цель каждого страховщика — наиболее точно оценивать потенциальный убыток каждого конкретного клиента. Немаловажную роль играет выявление на этапе заключения полиса потенциальных недобросовестных страхователей. Это не значит, что мы на 100 % уверены, что данный клиент инсценирует страховой случай, но знаем, что вероятность негативного сценария у клиента с плохими характеристиками в десять раз выше. Такая информация позволит нам дать более низкую цену тем клиентам, по которым результаты внутреннего скоринга хорошие.

ССТ: То есть можно сказать, что и страховщики научились работать в моторном страховании, и клиенты стали вдумчиво относиться к полису.

Е. З.: Да, клиенты понимают, что и зачем они покупают. Но здесь важен и такой момент: добросовестным клиентам нужно не просто заключить договор — им нужно качественное обслуживание.

В первую очередь качество каско зависит от подбора партнеров, которые осуществляют ремонт. Мы стараемся всем клиентам, независимо от возраста машины, предлагать ремонт у официального дилера, который гарантирует качество.

ССТ: Но кто-то хочет сэкономить. На сколько полис каско с ремонтом на независимой СТО будет дешевле?

Е. З.: В среднем можно говорить, что на 15 % дешевле. Но у нас, например, большой поток клиентов, мы обеспечиваем СТО хорошую загрузку и за это получаем хорошие цены на ремонт. Сейчас цены на ремонт по направлению страховой компании у дилера совершенно конкурентны с ценами независимых СТО. До 70 % в стоимости ремонта — это стоимость запчастей. А оригинальные запчасти недилерская СТОА вряд ли сможет закупить дешевле, чем крупный дилер.

> Сейчас цены на ремонт по направлению страховой компании у дилера совершенно конкурентны с ценами независимых СТО. До 70 % в стоимости ремонта — это стоимость запчастей.

Мы стремимся к тому, чтобы максимально упростить процедуру урегулирования для клиентов по каско, экономить их время. Прежде чем дилер или независимая СТОА возьмет клиента в ремонт, необходим предварительный осмотр повреждений. Это нужно для того, чтобы определить, какие запчасти потребуются для ремонта и, в случае их отсутствия на складе, заказать. Сейчас мы скорректировали процедуру в Москве таким образом, чтобы исключить предварительный осмотр на станции. Это решается путем выезда эксперта к клиенту в удобное для него место — домой или на работу, после чего все документы автоматически обрабатываются, и мы направляем клиента к дилеру сразу для постановки машины на ремонт.

ССТ: Вы проводите аудит ремонта? Во всех ли регионах получается обеспечить одинаковый уровень качества?

Е. З.: Мы не осматриваем автомобили после ремонта, но у нас есть служба качества, которая отслеживает все обращения клиентов. Больше претензий мы получаем по независимым СТО. Но нужно понимать: в Москве, в других крупных городах есть выбор СТО, а в небольших населенных пунктах может быть один дилер по данной марке — направить машину в

другое место у нас возможности нет. Мы проводим работу с партнерами, предпринимаем усилия по достижению требуемого качества ремонта. А вот сменить партнера в таких условиях мы не можем.

Но по нашим договорам ответственность за качество ремонта несет сторона, проводившая этот ремонт. То есть не страховая компания, а СТО. Никто не хочет судебных исков по качеству ремонта, поэтому стараются. Сейчас масса автоюристов, поэтому если сервис не следит за качеством ремонта, то он очень рискует.

ССТ: Каско чаще всего покупают для новых машин, а основной автопарк России старше 8 лет. Есть ли какие-то интересные тренды в предложении страховых продуктов для подержанных машин?

Е. З.: К сожалению, в этой области ничего не поменялось. Основной портфель каско — машины до трех лет. Для страховщика интересно страховать подержанные машины. Мы боремся за тех клиентов, которые покупают каско и понимают смысл этого страхования.

Сейчас все дилеры стараются развивать трейд-ин, а мы хотим страховать такие машины. Доля автокредитов там небольшая, поскольку банки неохотно выдают кредиты на подержанные автомобили, предлагая в этом случае ставки такие же, как по потребительским кредитам. Если доля страхования новых машин в дилерском центре порядка 70 %, то в трейд-ин — 10 %.

ССТ: Почему клиенты с подержанными автомобилями не хотят покупать каско?

Е. З.: Часто клиенты считают, что сами хорошо ездят, а для прочих случаев есть ОСАГО. Учитывая это обстоятельство, страховщики разрабатывают специальные продукты для уверенных в себе водителей. У нас есть продукт, который предусматривает ремонт по ОСАГО для пострадавшей стороны на дилерской станции. Более того, наш продукт покрывает ситуации, когда у виновника ДТП нет полиса ОСАГО. К огромному сожалению, такие случаи нередки: до 15 % водителей ездят без полисов ОСАГО.

Такой продукт намного дешевле, чем классическое каско. Наша программа «Каско-Профи» сейчас набрала такие обороты, что по ней оформляется 20 % всех заключенных договоров каско. Но если говорить про рынок в целом, то проникновение каско или его более дешевых версий для машин старше трех лет не превышает 1,5 %.

ССТ: Что может улучшить ситуацию?

Е. З.: Конечно, популяризация этого вида страхования. Очень многие автовладельцы не знают про новые продукты, не интересуются страхованием. Они рассматривают ОСАГО как налог и не стремятся к расширению своих познаний в области страхования. Нужно повышение финансовой грамотности, информирование населения о возможностях страховых компаний. Страховщики сами и на уровне ВСС должны в этом направлении работать.

ССТ: Как вы оцениваете уровень мошенничества в каско?

Е. З.: Благодаря тому, что все страховщики сейчас пользуются внешними информационными базами, они научились проводить оценку риска, оценку конкретного клиента — количество случаев мошенничества снижается. Да и ОСАГО оттягивает на себя очень большую часть нечестных людей. Там ведь страховая компания не может отказать в заключении договора!

ССТ: Какие регионы наиболее подвержены риску мошенничества по каско?

Е. З.: Это те же регионы, что и в ОСАГО: если уж в регионе процветает страховое мошенничество, то оно сказывается на всех видах страхования. Там чаще горят дома при странных обстоятельствах, там чаще машины тонут в болотах, чаще заявляется ущерб по верхней границе лимита ответственности страховщика по ОСАГО. Это Иваново, Ростов-на-Дону, Татарстан, Нижний Новгород и ряд других регионов.