



Долгое время развитию каско мешал замкнутый круг — страхователи недовольны тарифами и ожидают их снижения, а страховщики не могут снизить стоимость полисов, так как этот шаг приведет к высоким показателям убыточности, что критично для бизнеса. «Умное страхование» даст возможность сделать серьезный шаг к разрыву данного круга, считает генеральный директор «Важно. Новое страхование» Валерия Скороходова.

РАЗОМКНУТЫЙ КРУГ

Современные страховые технологии: «Умное страхование» в России и международный принцип Pay-as-you-drive — есть ли между ними разница?

Валерия Скороходова: «Умное страхование» — это российская реализация принципа Pay-as-you-drive (плати, как едешь), который уже давно популярен за рубежом. В Европе данный

принцип в страховании применяется больше 10 лет. Более 2 млн машин оборудовано телематическими устройствами, и прирост по этому виду страхования в Европе составляет порядка 10–15 тыс. автомобилей в месяц.

История реализации продуктов «Pay-as-you-drive» началась в Италии. И уже дальше ее примене-

ние распространилось на Великобританию, Западную Европу, Восточную Европу, США и Канаду.

ССТ: Какие есть «национальные» особенности у страховых продуктов с телематикой в России?

В. С.: Возникновение страховой телематики в Италии имело под собой определенные предпосыл-

ки. Во-первых, в Южной Европе уровень страхового мошенничества выше, чем в среднем по Европе. Во-вторых, итальянцы, как потребители страховых услуг, готовы активно поддерживать инициативы страховщиков по снижению стоимости страхования.

В этом наши рынки в какой-то степени похожи. В России развитие «автокаска» долгое время было неразрывно связано с кредитными программами приобретения новых авто. По сути, это был вмененный продукт. Дальнейшее развитие данного вида тормозилось высокими тарифами, обусловленными высоким уровнем страхового мошенничества, оцениваемого экспертами на уровне 20–25 % от объема выплат по данному виду. Для сравнения, этот показатель по Европе составляет 5–15 %. Также влияли на тариф высокая стоимость запчастей и нормо-часов станций технического обслуживания, да и расходы страховщиков на ведение дел были велики. В итоге получался замкнутый круг — страхователи недовольны тарифами и ожидают их снижения, а страховщики не могут снизить стоимость полисов, так как этот шаг приведет к высоким показателям убыточности, что критично для сохранения бизнеса в среднесрочной перспективе. «Умное страхование» дало возможность сделать серьезный шаг к разрыву данного круга.

Говорить об особенностях страховой телематики в России в настоящее время не совсем верно, по причине того, что данное направление развивается передовиками страховой телематики небольшой промежуток времени. «Важно. Новое страхование», являясь пионером данного направления, занимается реализацией каско с телематикой с лета 2014 года. И мы не одни в этой работе: на сегодняшний день страховой телематикой занимаются 5–6 страховых компаний, еще 4–5 прорабатывают возможность запуска данного направления.

Можно сказать, что сегодня еще не все подводные камни, которые могут быть у внедрения телематики, проявились. В первую очередь, это касается набора репрезентативной статистики по убыточности, уровню страхового мошенничества и т. д. В то же время мы верим в перспективу digital-страхования и будем последовательно заниматься его развитием и популяризацией.

ССТ: В Европе и Америке система Pay-as-you-drive применяется повсеместно. Есть ли у вас статистика, что водитель, как только за ним начинают «следить», становится намного аккуратнее и дисциплинированнее? И кто он — типичный потребитель «умного страхования»?

В. С.: Основываясь только на статистике нашей компании, можно отметить тот факт, что частота убытка

при использовании телематики ниже, чем при классическом каско.

Приложение для смартфона «Важно Телематика» направляет клиенту уведомления и подсказки о том, что нужно делать, чтобы находиться в так называемой «зеленой зоне» и набирать самые высокие баллы, что в дальнейшем скажется на стоимости полиса страхования при пролонгации. На сегодня среди наших клиентов, использующих телематику, порядка 18 % находятся в «зеленой зоне», что позволяет им рассчитывать на дополнительную скидку до 20 % при пролонгации.

К середине 2016 года накопленная статистика позволит нам представить развернутый портрет потребителя «умного страхования». Мы сейчас находимся на стадии его формирования. На данный момент можно отметить, что целевой аудиторией «умного страхования» являются мужчины-новаторы, возрастной группы от 25 до 45 лет. В то же время мы отмечаем еще одну целевую группу — дамы от 25 до 40 лет, являющиеся активными пользователями гаджетов.

ССТ: Каковы ваши прогнозы: сколько владельцев транспортных средств в России будут пользоваться услугами страховой телематики в России через пять лет и далее?

В. С.: На прошедшей в декабре 2015 года IV Международной конференции

«Умное страхование» эксперты сохранили позитивный настрой и сделали предположение, что уже к 2020 году услугами страховой телематики в России будут пользоваться порядка 5 млн владельцев транспортных средств.

При этом нужно учитывать, что 2014 году «умное страхование» только начало проникать на рынок как технологическая новация. Важно, что уже в этом году данным направлением заинтересовались крупнейшие страховщики. Их оперативная реакция на внедрение телематических процессов в страховании позволяет ожидать существенного роста проникновения данного направления. В настоящее время на рынке наблюдается завершение первого круга внедрения новой технологии. Уже в 2016–2017 годах мы ожидаем качественно новый виток развития рынка страховой телематики.

ССТ: Какая инфраструктура необходима для развития «умного страхования» в России? Единая база данных по водителям? Унификации параметров для скоринга? Изменения законодательства?

В. С.: Для запуска направления страховой телематики новому игроку, в первую очередь, необходимо наличие кадрового ресурса для развития digital-страхования: IT-системы, команда программистов, имеющая должный внедренческий

опыт, служба урегулирования, которая готова и умеет работать в рамках новых процессов, энергичная маркетинговая служба и технологичный, открытый к общению с клиентом контакт-центр. Что же касается вопросов создания единой базы водителей, унифицированного скоринга и поддерживающей проект законодательной базы, то данные вопросы, без сомнения, будут решаться страховщиками в 2017–2018 годах. По нашим оценкам, 2016 год станет годом закрепления страховой телематики как определенного передового стандарта в работе со страхователями, количество страховщиков, вовлеченных в «умное страхование», возрастет до 20–30. Именно это количество побудит участников рынка к объединению для совместного решения организационных вопросов.

ССТ: Насколько эта услуга действительно востребована среди владельцев транспорта у нас в стране?

В. С.: С момента запуска проекта «Важно. Новое страхование» до конца 2015 года реализовано уже более 13 тыс. полисов «Каско — страховая телематика». Летом прошлого года доля данного продукта в общем объеме реализуемого автокаска у нас превысила 50 % с тенденцией к дальнейшему росту. Мы ожидаем, что в течение 2016 года доля «умного страхования» по направлению каско составит

70–75 %, а количество реализованных полисов достигнет 20 тысяч.

Востребованность страховой телематики у наших клиентов обусловлена возможностью реального снижения стоимости страховой защиты за счет коэффициента «бонус-малус», использование которого базируется на проведении в течение года скоринга профиля вождения страхователя. «Система светофора», которая отображается в приложении для смартфона «Важно Телематика», позволяет нашим клиентам видеть, в какой зоне он находится, какой средний балл профиля его вождения. Если он системно находится в «зеленой зоне», то по итогам года его ждут дополнительные скидки при пролонгации договора страхования. Приложение дополнительно направляет страхователям подсказки о том, как можно увеличить свой страховой рейтинг. Средний процент скидки при пролонгации договоров по данной системе составляет 15–20 %, плюс возможно получение понижающего коэффициента «бонус-малус». Максимальный дисконт при пролонгации, который могут получить наши клиенты, составляет 35 %. Если же клиент пожелает разделить с нами риски за счет использования франшизы, то стоимость полиса может быть снижена до 50 % от первоначального тарифа.

