

*Как сократить расходы на каско и надежно защитить свой автомобиль? Что мешает страховщикам снизить тарифы? Как быстро урегулировать страховой случай? На эти и другие вопросы в интервью Алексею Киселеву ответила генеральный директор страховой компании «Согласие» Майя Тихонова в рамках программы «Слушание по делу».*

– Мы с вами встречались в этой же студии несколько лет назад, и наверняка сейчас будет интересно узнать про динамику страхового рынка. Как сейчас в текущих экономических условиях обстоят дела на страховом рынке?

– Безусловно, ситуация в экономике в целом не могла не сказаться на рынке страхования, это все-таки производная от других отраслей экономики. И бизнес, и потребители стали существенно экономить на страховании. Конечно, для нас это проблема. В 2015 году отрасль показала рост 3,3% против 9% в 2014 году. А на самом деле, это беспрецедентно низкие показатели. При этом надо понимать, что в начале 2015 года практически в два раза повысились тарифы по ОСАГО по сравнению с началом 2014 года, и весь этот небольшой рост – 3,3% – был обеспечен ростом тарифов по ОСАГО. Но в любом случае ситуация будет меняться, я думаю, если не в 2016 году, то в 2017 году в любом случае нас ждет хотя бы небольшой рост. Даже в этом году – я недавно слышала, что рынок кредитов вырос на 40% в первом квартале, то есть это какой-то знак. Мы пока еще не видим сильного роста в кредитном страховании. Но, в принципе, надеемся.

– Какое тихое восстановление начинает где-то появляться на горизонте. А вот те цифры, которые вы приводите – это рост с учетом инфляции или без учета?

– Без учета инфляции.

– А как конкретно вы пережили 2015 год как страховая компания «Согласие»?

– Наша компания завершила 2015-й с небольшой прибылью в 100 млн руб., мы собрали 31,5 млрд руб. страховых премий – это хороший показатель, занимаем восьмое место в

стране по размеру собранных страховых премий. Выплатили мы 24 млрд руб. В принципе, и в 2014-м, и в 2015 году мы очень работали над качеством своего портфеля. И поэтому думаем, что сейчас он у нас в очень хорошем состоянии, и в 2016 году планируем даже небольшой рост, потому что понимаем, что со всеми проблемами, которые могли у нас быть, мы справились и будем наращивать наши продажи.

– Хорошо, а за счет чего удалось так неплохо пережить такие непростые времена, как есть сейчас? Какие сегменты помогли выстоять, кроме ОСАГО?

– Как у нас получилось хорошо закончить год – это всегда вопрос, связанный с кадрами. То есть у нас очень хорошие андеррайтеры, продавцы, очень хорошие специалисты в урегулировании убытков. В 2015 году все старались: андеррайтеры хорошо оценили риски, продавцы старались предложить клиенту тот продукт, который им будет интересен, удержать, не потерять, приобрести новых клиентов, сотрудники регулирования убытков старались делать все возможное для того, чтобы этот не самый приятный процесс был как можно более безболезненным, быстрым и качественным. Безусловно, рынок упал во многих линиях бизнеса, но в каждой компании все по-разному. Все зависит от того, насколько качественно, грамотно настроена работа. Так, например, если весь рынок по страхованию грузов упал в прошлом году, то мы смогли показать рост. В целом по имущественному страхованию у нас произошел рост.

– Так а за счет чего?

– Вообще, на рынке страхования не так много крупных клиентов. Это не то, что мы смогли привлечь 2–3 крупных клиентов. Очень много среднего бизнеса с небольшими договорами, с небольшими страховыми премиями. Если наладить системную работу по андеррайтингу на работу среди продавцов, которые должны достучаться до каждого клиента, не потерять, из воронки продажи сделать все самое возможное, то есть возможность наращивать продажи в небольшом количестве, но вопрос в системной работе.

– А если говорить про частных лиц, сразу возникает вопрос, какой процент продаж идет напрямую от компании и какой идет через брокеров? Есть такая статистика или нет?

– Нет, конечно, у нас разный канал продаж. Это и посредники, агенты, это и банки, и лизинги, это и дилеры, у нас очень много прямых продаж, кооперативные продажи все прямые, это где-то 40% наших продаж. И в прямом канале, то есть это наши офисы, которые продают только наш продукт, мы делаем еще около 15% наших продаж.

– Вы говорите, что 40% – это корпоративные продажи. Получается, 60% – это все-таки частный рынок, правильно?

– Да, все правильно.

– То есть вы в большей степени ориентированы на частных клиентов?

– На самом деле, мы ориентированы на тех клиентов, которые хотят с нами сотрудничать и готовы для каждого найти тот продукт, тот подход, который его устроит и, соответственно, принесет нам прибыль.

– Давайте тогда разоведем тему этого замечательного подхода. Есть ли сегодня у страховых компаний еще какие-то инструменты для улучшения показателей, в чем вы видите точки роста?

– Про точки роста обычно говорят, когда хотят рассказать какие-то новые виды страхования, новые возможности по продажам. Я не совсем традиционно назвала бы точкой роста необходимость и те усилия, которые предпринимают страховые компании для того, чтобы улучшить сервис. Потому что сервис, на самом деле, – это та составляющая, которая держит клиента. Клиент даже готов во многих случаях немного переплатить, но понимать, что свое страховое возмещение он получит быстро, вовремя, без проблем, без проволочек. Мы, например, по каско, которое составляет около половины нашего портфеля, в марте ввели новый сервис, который называется «Быстрый сервис» – это означает, что если клиент попал в ДТП, он может сразу позвонить в call-центр, и в ходе разговора уже сотрудник call-центра направит его на станцию. На станции его осмотрят и, если будет возможность, сразу начнут чинить. То есть мы пытаемся избежать петли в процессе. То есть у любого клиента не будет необходимости заезжать в страховую компанию для дополнительного осмотра. Поэтому мы решили сосредоточиться, давно уже приняли такое решение, не столько на новых

разнообразных продуктах, которые у нас есть, сколько на уровне сервиса.

– Майя Александровна, давайте перейдем от общих вопросов к частным. Как сейчас обстоят дела в сфере автострахования? Это одна из самых интересных для потребителей сфер. В частности, поговорим про каско. Очень многие сегодня отказываются от добровольной страховки автомобиля просто из-за того, что в связи с экономической ситуацией приходится затягивать пояса.

– Действительно, потребительская платежеспособность существенно сократилась. Особенно мы видим эту ситуацию в регионах. Когда продажи каско начали сильно падать, мы, как и многие другие страховые компании, стали думать, что нам изменить в своей продуктовой линейке. Мы сейчас много продаем различных экономпродуктов, когда усеченное покрытие, например, только угон, «тоталь» и какой-то небольшой убыток, продаем продукты с франшизой. Надо сказать, что этот сегмент очень активно развивается, то есть если включить франшизу в размере 30 тыс. руб., то можно сэкономить до 50% по каско.

Это очень серьезная ситуация. Если взять какую-нибудь среднюю машину стоимостью 600 тыс. руб., без франшизы стоимость каско где-то около 60 тыс. руб., а с франшизой – около 35 тыс. руб., и берем среднего водителя с положительным опытом. Безусловно, кроме франшизы мы различные продукты придумываем. Новый продукт недавно придумали – «КАСКОномия», в названии которого и заключается весь смысл.

– Некая возможность дать дисконт, а в чем он состоит?

– Смысл состоит в том, что страхуется угон и «тоталь», либо машину угнали, либо она полностью разрушилась, и ущерб – это, в наших терминах, попадание в ДТП, только если ДТП с двумя участниками. И действительно экономия сильная на этом продукте.

Еще мы придумали продукт, который позволяет клиенту платить не сразу всю полную сумму, а платить ее ежемесячно. Такой продукт называется «Каско-рассрочка», и на ту же машину, о которой я рассказывала, стоимость страховки около 5 тыс. руб. в месяц, причем пролонгация автоматическая, с автоматическим списанием с кредитной карты, и даже еще есть дополнительный бонус: если клиент безубыточный, хорошо ездит, то

следующий месяц он может получить дополнительную скидку.

Еще какие продукты? У нас есть продукт «100 за 50», когда при начале страхования вы платите 58% от стоимости страхования, если все хорошо, вы не попадаете в ДТП, то вы, собственно, ничего не доплачиваете. Если ДТП происходит, то у вас есть опция доплатить эти оставшиеся 42% и получить урегулирование.

– В данном случае я буду платить каждый раз, попадая в ДТП, оставшуюся сумму, или нет?

– Нет.

– Только 1 раз? Получается, это значительно интереснее, чем франшиза, правильно?

– Смотря кто как ездит.

– Я два раза попал в ДТП, и каждый раз, если что, я доплачиваю по 30 тыс. руб., а тут, получается, я заплатил один раз дополнительные 30 тыс. руб., и получается, что это достаточно выгодно.

– Это, безусловно, зависит от того, сколько раз вы планируете попасть в ДТП.

– Я не планирую попадать в ДТП. А есть ли сегодня какие-то еще способы сэкономить на каско кроме франшизы и уже перечисленных вами моментов? Может быть, еще что-то есть для клиентов?

– Там, на самом деле, большое разнообразие вариантов, и каждый раз с каждым клиентом мы это решаем.

– Все индивидуально?

– Да.

– А как обстоят дела с выплатами на рынке каско в целом? И в Интернете, и даже среди знакомых часто встречаются истории, что страховая компания либо ищет какие-то предлоги отказаться от выплат, либо существенно их сократить, либо, используя вашу терминологию страхового рынка, «затоталить» автомобиль, который вполне себе мог бы передвигаться потенциально после некоторого ремонта. Вы видите такую тенденцию?

– «Тоталь» – это отдельная история, потому что сейчас стоимость ремонта сильно возросла, стоимость машин осталась той же, там действительно есть некая экономика, и тут иногда желание клиента и расчет страховой компании не совпадают. Тоже стараемся найти компромисс, понимаем, какая ситуация у людей. Что касается выплат, безусловно, в Интернете вы, прежде всего, видите недовольные отзывы, потому что довольные люди в Интернет не так часто пишут. А если они пишут, то сразу люди думают, что это сама страховая компания про себя пишет, поэтому какой-то такой фон, что люди недовольны, в общем-то, от этого создается.

Но, кроме того, цифры говорят сами за себя, средняя выплата – есть такой показатель в страховании – растет по каско. Она растет из-за множества показателей, но и из-за того, что страховые компании понимают, что сейчас невыгодно платить мало, потому что клиент может пойти в суд и там отсудить намного больше с учетом штрафов и пеней, и поэтому страховые компании стараются платить справедливо.

– Вы затронули очень интересную тему, потому что, как мне известно, недовольные выплатами страховщиков автомобилисты часто обращаются к автоюристам.

– Появилась целая такая плеяда юристов, которые называются «автоюристы». Зачастую люди даже не успевают дойти до страховой компании. Перед офисом регулирования убытков каждой крупной страховой компании дежурит целый ряд представителей, которые называют себя «автоюристами», часто это люди-«сэндвичи»,

часто у них происходят между собой драки, стычки, они не могут поделить территорию, находящуюся рядом с офисом урегулирования убытков. На самом деле, это действительно проблема страхового рынка, потому что автоюристы приезжают зачастую на ДТП даже до сотрудников ГИБДД, они получают информацию из различных источников, подходят к человеку, который, естественно, находится в стрессовой ситуации, рассказывают ему, как долго он будет мучиться в страховой компании, предлагают тут же выплатить ему определенную сумму. В результате человек получает около половины возмещения того, что он получил бы в страховой компании, но сразу. Естественно, у страховой компании такого ресурса нет. Мы не можем сразу выплачивать – мы должны оформлять, мы платим налоги, и у нас есть своя процедура.

– А автоюристы как посредники в данном случае получают права требования, если я правильно понимаю?

– Да-да, все правильно.

– Как интересно. Но это, получается, целый бизнес.

– Это огромный бизнес. По информации, которая есть сейчас в РСА, около 10 млрд руб. в прошлом, 2015 году получили автоюристы штрафов и пеней только по судебным случаям, по которым они судились. Это никак не связано со страховым возмещением, это дополнительные суммы, которые им выплатили страховщики.

– Получается, что если следовать по вашим словам, то клиенты в данном случае получили порядка 5 млрд руб., а посредники получили 10 млрд руб., получается, больше половины уходит в их маржу?

– Да, даже у них маржа значительно больше, потому что клиенты эти деньги потратили на ремонт машины, а автоюристы не тратят на ремонт машины, они просто забирают эти деньги себе. Это только по ОСАГО, кстати.

– Очень интересные данные. Спасибо большое.

Источник: [Коммерсантъ FM](#), 18.05.16

Автор: [Киселев А.](#)