



*Осведомленность о каско растет – подавляющее большинство автовладельцев (87%) на сегодняшний день информированы о возможности застраховать свой автомобиль по программе каско. Однако уровень пользования данным видом страхования пока остается неизменным (37% автовладельцев – в 2012 г. и 38% – в 2013 г.). Об этом свидетельствуют результаты совместного всероссийского опроса Национального агентства финансовых исследований (НАФИ) и ОАО «СГ МСК», проведенного в августе 2013 г*

Наиболее активными пользователями каско традиционно являются мужчины в возрасте от 25 до 44 лет, а также жители двух столиц и городов-миллионников.

Информированность о каско среди тех, кто не имеет автомобиля, но потенциально может стать его владельцем, по сравнению с автомобилистами ниже в 2 раза.

Тройка факторов-лидеров, за которые россияне готовы приобрести более дорогой полис каско, осталась прежней. Однако значимость факторов за прошедший год ощутимо поменялась. Надежная репутация по-прежнему остается главным фактором, но при этом ее важность снизилась – в 2013 году этот фактор отметили 24% россиян (против 30% в 2012 году). Известность страховой компании и длительная история работы остались так же важны, как и год назад.

Высокий уровень сервиса при возмещении убытков (оперативность выплат и т.д.) замыкает тройку факторов, при которых российские автовладельцы готовы купить более дорогой полис каско. Выросла и важность хороших рекомендаций знакомых, родственников в отношении страховой компании – в 2013 году этот фактор отметили 11% опрошенных (против 7% в 2012 году). Ни при каких условиях не готовы купить более дорогой полис каско 14% автовладельцев, и доля тех, кто ориентируется на минимальную стоимость полиса, за прошедший год выросла почти в 3 раза.

– Качество сервиса при возмещении убытков уже в краткосрочной перспективе будет иметь определяющее значение при выборе страховой компании, – убежден Арман Гаспарян, исполнительный вице-президент ОАО «СГ МСК». – Скидки и демпинг не

обеспечат гарантии повторного обращения клиента в страховую компанию, настоящая лояльность формируется исключительно за счет надлежащего уровня сервиса во время сопровождения договора и в момент урегулирования убытка. Именно при таком подходе клиенты не только повторно прибегают к услугам компании, но и охотно рекомендуют ее своим знакомым.

Ключевым вектором развития страховой отрасли 2013–2014 гг. станет перевод взаимодействия коммуникаций с клиентами в режим реального времени, развитие дополнительных сервисов для клиентов, повышающих удобство и скорость взаимодействия со страховыми компаниями.

По словам Армана Гаспаряна, страховщики не стоят на месте. Например, СГ МСК уже в 2013 году внедрила комплекс услуг, нацеленных на повышение удобства общения клиента с компанией.

– Внедренные решения позволили повысить прозрачность процесса урегулирования, снизить среднюю стоимость урегулирования одного убытка, автоматизировать работу со СТОА, также сокращены сроки урегулирования убытков, клиентам предоставлена возможность контроля за ходом процесса на каждом его этапе, – рассказал Арман Гаспарян. – Ключевые процессы блока урегулирования убытков СГ МСК централизуются, причем в федеральном масштабе. Уже в скором времени СГ МСК станет одной из первых компаний на российском страховом рынке, которая централизовала все процессы в области урегулирования убытков.

*Инициативные всероссийские опросы НАФИ и СГ МСК в 2012 и 2013 гг. Ежегодно было опрошено 1600 человек в 140 населенных пунктах в 42 регионах России. Статистическая погрешность не превышает 3,4%.*

#### **Таблица 1. Доля автовладельцев в России, % от респондентов**

2012
------

2013

Есть автомобиль

47

49

Нет автомобиля

53

51

**Таблица 2. Уровень информированности и пользования каско, % от автовладельцев**

2012

2013

Есть автомобиль, и он застрахован по каско

37

38

Есть автомобиль, и он не застрахован по каско

46

49

Есть автомобиль, но я не знаю, что такое каско

17

13

**Таблица 3. Уровень информированности и пользования каско, % от не имеющих автомобиля**

У нас нет автомобиля, но я знаю, что такое каско

30

40

У нас нет автомобиля, и я не знаю, что такое каско

70

60

**Таблица 4. Факторы, при которых автовладельцы готовы приобрести более дорогой полис каско, % респондентов, информированных о каско**

2012

2013

Имеет репутацию надежной, ответственной компании

30

24

Компания давно на рынке, мне известна, имеет позитивный имидж

17

16

Предоставляет высокий уровень сервиса при возмещении убытков (оперативность выплат и т.д.)

19

15

Получила позитивные отзывы со стороны моих родственников, друзей

7

11

Предоставляет высокий уровень сервиса: профессиональные агенты, удобное расположение офиса

7

6

Предоставляет широкий спектр страховых услуг, условий страхования

3

4

Ни при каких факторах не куплю более дорогой полис, ориентируюсь на минимальную стоимость

5

14

Другое

2

1

Затрудняюсь ответить

10

9

*\* Сумма ответов превышает 100%, т.к. вопрос предусматривал возможность множественного выбора.*

Источник: [Википедия страхования](#) , 02.09.13