

*В условиях продолжающегося падения спроса на добровольное автострахование компании стараются сделать покупку каско менее чувствительной для кошелька клиента. Три основных направления в этой работе – ограничение спектра принимаемых рисков, предложение франшизы и популяризация телематики.*

Так, с 1 марта этого года «Группа Ренессанс страхование» предлагает своим клиентам единственный в своем роде на всем российском страховом рынке функционал «Назначь свою цену на каско». Клиент сам выбирает цену, которую он готов заплатить, а компания предлагает оптимальный вариант страхования. Страховая услуга абсолютно прозрачна. Клиент видит, как та или иная опция влияет на стоимость, и может решить, что для него является приоритетным, а от чего он готов отказаться в пользу экономии. К началу июня новым функционалом на сайте страховщика воспользовалось более 63000 человек. При этом проникновение полисов с франшизой за первые три месяца работы функционала выросло на 13% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Средняя цена, которую сегодня клиент готов платить за каско, составляет 45000 рублей.

В СГ «УралСиб» доля таких полисов с франшизой по сравнению с I кварталом 2015 года выросла с 16% до 46%. При этом средний размер франшизы увеличился с 15800 до 20000 рублей. В «Ингосстрахе» 60% новых договоров заключается с франшизой от 10000 до 30000 рублей. В СК «Либерти Страхование» до 50% новых продаж по автокаска приходится на полисы с франшизой. Чем больше размер франшизы, тем существеннее экономия для страхователя. Так, скидка на полис с франшизой 90000 рублей может достигать 80% от стоимости полиса без франшизы.

Не так однозначно обстоит дело с телематикой. Страховщики все еще присматриваются к новой технологии, страхователи тоже опасаются «большого брата». По данным компании Meta System, количество автовладельцев, использующих телематическое оборудование, в 2015 году не превышало 25000. Эта цифра выглядит очень скромной на фоне 41 млн зарегистрированных в РФ автомобилей, 39 млн действовавших в тот же период полисов ОСАГО и 4 млн договоров автокаска.

Тем не менее, в скором времени все может измениться: на рынок телематики выходит «дочка» Сбербанка. В новом продукте, который будет запущен в октябре, «Сбербанк страхование» планирует использовать big data, у компании будут договоренности с автостанциями по урегулированию убытков и автокомиссарами, полис можно будет

купить онлайн, также будет доступно мобильное приложение.

Подробнее читайте в свежем выпуске журнала « [Новые продукты в страховании](#) ».

Источник: [Википедия страхования](#) , 11.07.16