



*Компания «Либерти Страхование» разработала и внедрила новую автоматизированную систему ценообразования при расчете стоимости полисов каско. Программа предусматривает совершенствование методик прогнозирования и анализа финансового результата, расширение перечня факторов, принимаемых во внимание при оценке риска. В частности, учитываются стаж и возраст водителей, их семейное положение, кредитная история и данные мониторинга стиля вождения.*

Новая модель ценообразования позволит быстрее оценивать и точнее реагировать на изменение показателей страхового портфеля, развивать существующую продуктовую линейку и разрабатывать более эффективные предложения. Для клиентов новая прайсинговая модель – это, прежде всего, возможность получить наиболее справедливую цену полиса каско.

Разработка и внедрение модели проводилось при активном содействии сотрудников группы Liberty Mutual, имеющих опыт работы на зарубежных рынках автострахования. Новая система базовых тарифов и поправочных коэффициентов является результатом анализа опыта, накопленного компанией на российском рынке, и наработок, полученных и протестированных группой Liberty Mutual в других странах своего присутствия.

В настоящее время в «Либерти Страховании» есть ряд продуктов, которые позволяют клиентам оформить надежную страховую защиту, при этом не платить за ненужные им риски. В частности, миникаско для опытных водителей предоставляет защиту автомобиля только от крупных рисков (хищение, угон, пожар и т.д.), при этом цена полиса составляет от 30% стоимости полного каско. «Смарт каско» с использованием телематического устройства позволяет получить скидку на полис в зависимости от стиля вождения.

Антон Рюмин, директор департамента автотранспортного андеррайтинга «Либерти Страхования»: «Мы стремимся к максимально справедливому и прозрачному ценообразованию с тем, чтобы наши клиенты четко понимали, из чего складывается стоимость продукта, и могли выбрать наиболее подходящий вариант защиты. Компания

планирует и в дальнейшем концентрировать свои усилия на разработке качественных страховых продуктов по обоснованным ценам, и внедрение новой прайсинговой модели – один из шагов в реализации этой задачи».

Источник: [Википедия страхования](#) , 02.08.16