



Общими трендами прошлого года в разработке новых страховых продуктов стали попытки удешевления полисов, поиск ранее не задействованных партнеров и внедрение электронных продаж.

Тренды

Кризисная ситуация в экономике, с одной стороны, привела к сокращению доходов населения, а с другой – повысила себестоимость традиционных страховых продуктов. Соответственно, для борьбы с падающим платежеспособным спросом страховщики в 2015 году пересматривали свои продуктовые линейки, изыскивая способы удешевления полисов. Наиболее распространенным приемом стало ограничение покрытия в том или ином виде, в том числе франшиза. На сегодняшний день в каско франшиза является де-факто стандартным условием, хотя ранее ни банки-кредиторы, ни страхователи не хотели о ней слышать. Также сегодня часто встречается исключение различных рисков – от невыплат в случае виновности клиента при ДТП до ограничения услуг по ДМС рамками ОМС-программы.

Банки по-прежнему остаются основными нестраховыми партнерами страховщиков, однако в минувшем году круг партнеров расширился. Так, многие страховые компании начали реализацию своих программ через операторов связи («ВТБ Страхование» и «Билайн», «АльфаСтрахование» и «МегаФон», СОГАЗ и «Ростелеком» и проч.), тревел-агентства и сопутствующие сервисы (Intouch и OneTwoTrip, «Ренессанс Страхование» и Anywayanyday, «АльфаСтрахование» и «Связной Трэвел», Sputnik8 и т.п.) и даже... обувные магазины («ВТБ Страхование» и группа компаний «Обувь России»).

Наконец, за год страховщики значительно расширили ассортимент своих интернет-магазинов и функциональность мобильных приложений. Так, в январе компания «МАКС» начала продажи полисов ДМС в своем интернет-магазине

(программы «МАКС-Поликлиника», «Для будущих мам», «МАКС-диагностика»). В апреле «ИСК Евро-Полис» расширила линейку страховых онлайн-продуктов, запустив онлайн-страхование мобильных устройств (программы «Мобильное каско» и «Продленная гарантия»). Компания «БИН Страхование» в июле объявила о начале продаж полисов от несчастного случая в режиме онлайн и т.д.

Автокаска

Данный сегмент в 2015 году оказался одним из самых проблемных для страховщиков. Вынужденное повышение тарифов в начале года привело к оттоку клиентов, не готовых платить больше. Помимо упомянутой франшизы одним из направлений работы маркетологов в автокаска стала разработка телематических программ. Так, страховая компания «Росинкор Резерв» начала реализацию программы IQ Casco, разработанную совместно с компанией Raxel Telematics. По ее условиям, оплатив первые три месяца страхования, клиент получает индивидуальную скидку размером до 50% на все последующие платежи. Размер скидки зависит от пробега, времени вождения, скоростного режима и ряда других показателей, собираемых с помощью телематического устройства.

В январе 2015 года компания «Р-Телематика» объявила о старте розничных продаж телематического продукта Drivejournal. Для аккуратных водителей скидка может достигать 50%. Однако Drivejournal позиционируется не только и не столько как страховая телематика. Это «умный» фитнес-трекер для автомобиля, позволяющий оптимизировать его использование при помощи смартфона.

Компания «Либерти Страхование» в феврале предложила клиентам продукт «Смарт каско». Благодаря технологии телематических устройств и приложению для смартфонов, которые легли в основу проекта, клиенты зарабатывают «рейтинг безопасности» и при аккуратном и ответственном вождении получают скидки на автокаска до 28%. Приобретая полис, клиент сразу получает скидку в 10% в качестве бонуса. Через 4 месяца компания пересчитывает стоимость каско на основании полученных телеметрических данных и в случае аккуратного вождения предоставит дополнительную скидку до 20%. При средней цене полиса каско 45 000 рублей экономия составит 4500 рублей в дополнение к первоначальной скидке участника программы.

В октябре компания Intouch запустила продукт «Молодой водитель», который дает

возможность ответственным молодым водителям (до 26 лет) вернуть до 15% за полис каско. В рамках программы в автомобиль устанавливается бесплатное мониторинговое устройство, которое фиксирует данные о качестве и стиле вождения. На основе полученных данных формируется оценка, от которой зависит размер скидки. В программе предусмотрена масса условий, влияющих на количество начисляемых баллов.

Другим вариантом удешевления полисов каско стало ограничение покрываемых рисков. Например, ГСК «Югория» выпустила на рынок продукт «Дилер+», предназначенный для автовладельцев, которые хотят отремонтировать автомобиль на СТО дилера, а также иметь на дороге дополнительную защиту на случай аварии по вине другого водителя. Полис действует, только когда клиент не виноват в ДТП. В этом случае водитель обращается в ГСК «Югория» вне зависимости от того, какая страховая компания выдала ему полис ОСАГО, и получает направление на ремонт у официального дилера. Урегулирование убытка осуществляется без учета износа автомобиля, с заменой деталей по принципу «новое за старое». Стоимость полиса – от 2500 рублей.

В начале марта «РЕСО-Гарантия» начала продажи продукта «Каско-Профи», который предлагается во всех регионах страны клиентам, застрахованным в компании по ОСАГО. По полису «Каско-Профи» покрываются убытки, полученные в результате ДТП с двумя или более участниками, если клиент не виноват. Стоимость полиса начинается от 5000 рублей. Например, 28-летнему владельцу популярного автомобиля Ford Focus 2011 года выпуска и со стажем вождения 10 лет такая защита обойдется примерно в 9500 рублей. В случае столкновения с другими транспортными средствами обладатель «Каско-Профи» получит ремонт на профильной станции техобслуживания в пределах максимально возможной страховой суммы – 400 000 рублей. Ущерб будет урегулирован даже в ситуации, когда у виновника ДТП не было полиса ОСАГО.

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

Источник: [Википедия страхования](#) , 11.01.16