

Страховщики, опрошенные газетой «Деловой Петербург», прокомментировали результаты исследования 37 салонов петербургских дилеров, торгующих автомобилями 14 ведущих марок. «Таинственный покупатель» обращался к менеджерам по страхованию с целью выяснить их рекомендации в отношении тех или иных компаний, предлагающих страхование каско.

По [данным исследования](#), результаты которого оказались в распоряжении [«ДП»](#), всего специалистами по страхованию в дилерских центрах было предложено 22 компании. Лидерские позиции по количеству рекомендаций получила «РЕСО-Гарантия» – ее советуют в 56,7% автосалонов. Далее с существенным отрывом следуют МСК (35,1% автосалонов), «Ренессанс Страхование» (24,3%), «Ингосстрах» (24,3%), ВСК (24,3%), «Прогресс-Гарант» (21,6%), «АльфаСтрахование» (18,9%), «Югория» (16,2%), «КИТ Финанс» (13,5%) и «Альянс» (13,5%). Оставшиеся 12 страховщиков рекомендуют в 8% салонов и менее.

Так, компанию «Росгосстрах» в Санкт-Петербурге, [по нашим данным](#), рекомендуют всего в 8% автосалонов. Таким образом, основные сборы по каско компании «Росгосстрах» приходятся на автосалоны, расположенные в других регионах. В I полугодии 2011 года темпы роста премий компании «Росгосстрах» через автосалоны превысили установленные планы, что позволяет прогнозировать долю компании по каналу «автосалоны» по каско на уровне 12% с тенденцией к повышению.

Middle и premium

В автосалонах, которые продают бюджетные иномарки, первое место также принадлежит компании «РЕСО-Гарантия» с 58,3% рекомендаций. Второе место занимают МСК и ВСК, которых рекомендуют в 37,5% случаев. На третьем месте СК «Ингосстрах», рекомендуемая в 33,3% автосалонов.

В салонах по продаже машин премиум-класса диспозиция несколько иная: также

лидирует «РЕСО-Гарантия» (54% автосалонов), за которой следуют «АльфаСтрахование» (46%) и «Альянс» (38%). Причем для «Альянса» приоритетным является сегмент автомобилей немецкого производства: Audi, BMW, Mercedes.

В результатах исследования подчеркивается, что лидирующая стратегия «РЕСО-Гарантии» связана с максимальной загрузкой сервисных зон автосалонов, это позволяет компании диктовать собственные условия сотрудничества с дилерами. Тарифы у «РЕСО-Гарантии» при этом находятся выше рынка. [Исследователи отмечают](#), что стратегия низких цен «Ренессанс Страхования» и МСК также позволяет этим компаниям получать высокий процент рекомендаций.

Оценка исследования

[«Деловой Петербург»](#) попросил страховщиков прокомментировать результаты исследования.

Владислав Анисимов, заместитель директора по партнерским продажам Северо-Западной дирекции ОАО «СК «Альянс», согласен с данными исследования: «Оно еще раз подтвердило, что на первый план в стратегии продвижения продуктов по каско через дилерские центры выходит загрузка ремонт. Помимо обеспечения СТО «ремонтным» бизнесом обязательно придерживаться следующих принципов работы с автосалонами: оперативное урегулирование убытков и качественная поддержка продаж. Успешного сотрудничества с дилерами не достичь, ограничиваясь только низкими ценами».

Впрочем, эксперты отмечают и странности в исследовании. Так, «РЕСО-Гарантию» в автосалонах не могут активно рекомендовать, так как компания основные продажи каско делает через агентов, а не партнеров. Рекомендую РЕСО, салоны не получают комиссионные (обычно 15–25% от цены полиса). Отсутствие «Росгосстраха» (который занимает по сборам каско в Петербурге второе место) в тройке лидеров можно объяснить только тем, что срез исследования (2011 год) пришелся на момент, когда компания повысила цены на каско.

«Управлять продажами полисов только рекомендациями невозможно, так как клиенты

зачастую требуют определенного страховщика, и автосалоны вынуждены с этим считаться, – заключает Александр Остроумов, заместитель генерального директора «КИТ Финанс Страхования». – Прошли те времена, когда дилеров было мало и они диктовали покупателям свои условия».

Источник: www.wiki-ins.ru, 27.04.12