

*Вопрос о том, каково дальнейшее развитие финансовых услуг на автомобильном рынке, сейчас занимает почетное место в десятке самых интересных для дилеров.*

Действительно, традиционные продукты, такие как каско и ОСАГО, за последние 6–7 лет уже достигли убедительных результатов и наполнили рынок. В свою очередь это подтверждает и статистика дилерских холдингов, которые работают в столице и в регионах. Так, для группы компаний «Независимость» по результатам 9 месяцев 2013 года проникновение каско в Москве по новым автомобилям составляет 72%, ОСАГО – 81%. Результаты уральских филиалов группы в Екатеринбурге и Уфе – 67% и 81% соответственно. Согласно данным показателям, региональные центры практически не отстают от столицы, спрос на автострахование распределяется равномерно и одинаково высок везде. Рынок близок к насыщению традиционными программами автострахования. И возникает резонный вопрос: куда двигаться дальше? Какой курс выбрать?

Финансовые услуги сегодня демонстрируют хорошую динамику по валовой прибыли и зарекомендовали себя как стратегическое направление для автобизнеса. «Независимость-Infin», специально выделенное подразделение F&I, продолжает развитие дополнительных услуг по страхованию, помимо стандартных каско и ОСАГО. Это так называемые сателлитные виды автострахования, более дорогие страховые пакеты, спрос на которые начал формироваться у потребителя. Некоторые дилеры уже успешно работают с сателлитными видами автострахования. Для примера также воспользуюсь данными нашей компании: по итогам сентября 2013 года доля проникновения по дополнительным страховым продуктам достигла 60% по отношению к розничным продажам в Москве и 80% – на Урале. Показатели существенно увеличились за прошлый год, их рост продолжается и сегодня.

Сегодня автодилерам необходимо предложить комплексный подход к защите клиента. Первый продукт, который хорошо зарекомендовал себя на авторынке, это страхование жизни. Наибольшим спросом данный продукт пользуется у тех, кто приобретает автомобили в кредит. В кредитном сегменте проникновение по страхованию жизни доходит до 90%. Продукт можно продавать как в партнерстве с банком, так и самостоятельно. В последнем случае маржинальность выше, а банки охотно идут на включение страховки в тело кредита. Еще один интересный продукт – GAP (Guaranteed Asset Protection, или «Гарантия сохранения стоимости автомобиля») – прежде всего, востребован у покупателей автомобилей из сегментов высокого риска угона. Данный продукт покрывает разницу в первоначальной стоимости автомобиля и стоимости с учетом износа при наступлении угона или полной гибели. Уровень его проникновения находится в диапазоне 20–40% в зависимости от бренда.

Другие сателлитные к каско продукты также представляют интерес. Это страхование имущества в автомобиле, шин и дисков, юридическая помощь. Эти услуги недороги – обычно их стоимость укладывается в диапазон 4–12 тысяч рублей – и в некоторых случаях их можно преподнести клиенту в качестве подарка. Как правило, такие услуги есть в портфеле дилера, но они не являются приоритетными для проникновения на рынок. Страховые продукты, не связанные с автомобилем, такие как ДМС и страхование имущества, также присутствуют в портфеле, однако акцент на их активном продвижении пока не делается. Сателлитные виды страхования разнообразны, однако, чтобы оказаться в авангарде, необходимо сосредоточиться на тех продуктах, которые способны обеспечить максимальное проникновение.

Источник: [Профиль](#) , 23.10.13

**Автор: Наталья Жильцова, генеральный директор бизнес-направления «Независимость-Infin» группы компаний «Независимость»**