

Новые возможности для дилеров и автопроизводителей в сфере страхования

**Елена Бутарова, Вице- президент
ЗАО «АЛИКО»**

РОСАВТОДИЛЕР-2010

Август, 2010

Ключевые аспекты

- Текущая ситуация на рынке, тенденции развития
- Новые возможности в сфере страхования
- Примеры успешных проектов
- Как это работает
- Факты (статистика) и выводы
- ЗАО «АЛИКО»



Уроки кризисных лет

2009

- Сжатие бизнеса в условиях финансового кризиса
- Замораживание или резкое удорожание автокредитов
- Тревожные потребительские ожидания
- Низкая лояльность клиентов

- **Кризис - это повод расстаться с иллюзиями, что бизнес ведется эффективно**



Основная задача - выжить

Снижение расходов до минимума

- Сокращение издержек
- Оптимизация затрат на персонал (сокращение численности, повышение эффективности)
- Отказ от некоторых направлений бизнеса
- Сокращение запасов, замораживание и полное свертывание инвестиционных проектов



Все для роста дохода

- Стимулирование спроса (скидки, подарки, льготный обменный курс)
- Реальный фокус на высокодоходных сегментах

Краткосрочные антикризисные меры способствуют быстрому перераспределению и высвобождению денежных средств, но нельзя забывать о необходимости структурных преобразований

2010 – снова подъем?

- Программы поддержки бизнеса (субсидирование ставок, утилизация автомобилей)
- Банки снова активно кредитуют покупателей авто
- Снова очереди на новые машины

Снова все в порядке? Ничего не надо менять?

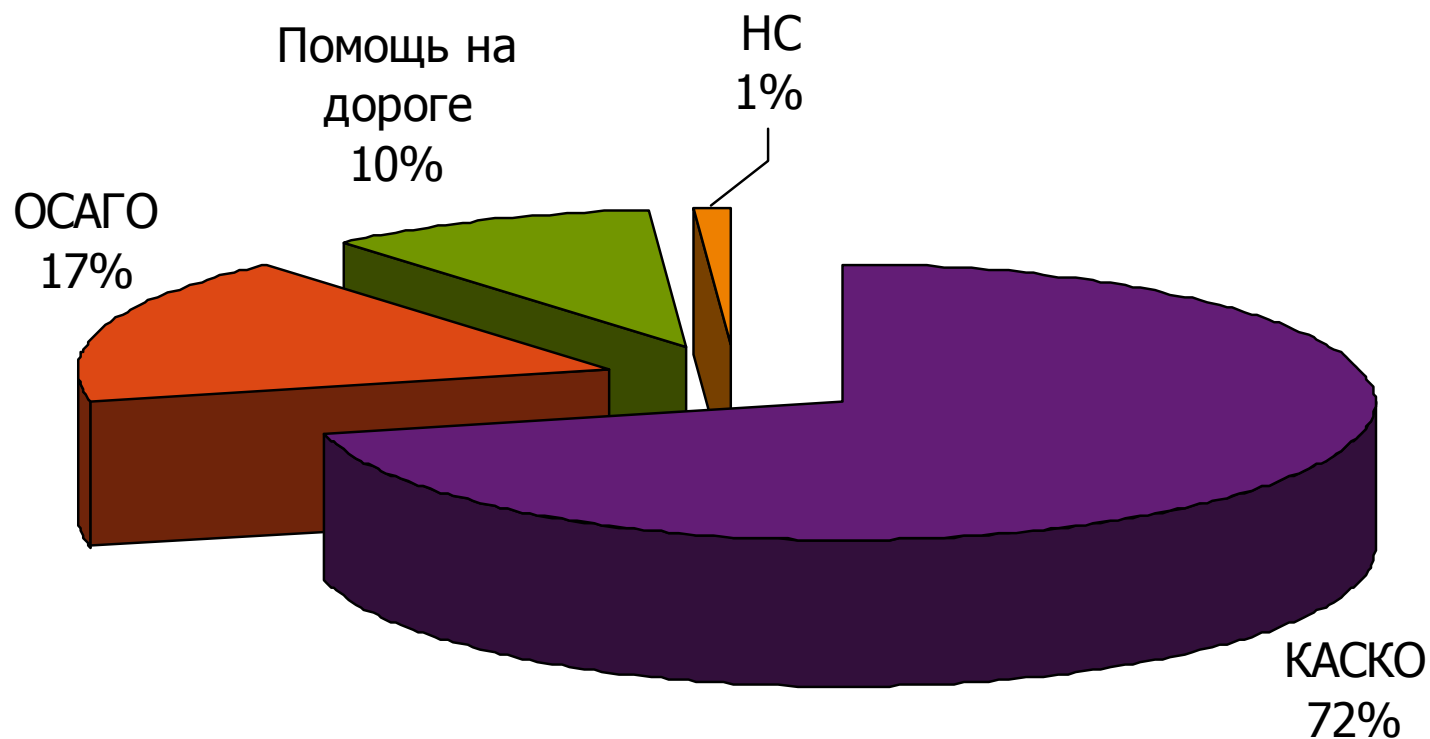


Какие финансовые продукты предлагаются в Дилерских центрах?

1. **Кредиты** активно предлагаются – чтобы продать авто или продать более дорогой авто.
Иногда к кредиту прилагается страхование заемщиков от банка.
2. **Автострахование**
 - Автокаско для кредитных авто – обязательно
 - ОСАГО – обязательно для всех автомашин
 - Новая машина – жалко и дорого даже поцарапать
3. **Пролонгация** ранее проданных полисов каско пока не стала эффективной (в среднем всего 20-30%).
4. Предложение других программ (помощь на дороге и пр.) ведется на факультативной основе.
5. Получается, что ДЦ формирует клиентов для других.



Программы страхования для клиентов дилерских центров:



Новые возможности в сфере страхования

Что самое главное в автомобиле?



ВАШ
АВТОМОБИЛЬ
ЗАСТРАХОВАН



Ваша семья
защищена

В фокусе внимания должны быть:

- Клиент, а не только его автомобиль
- Долгосрочные отношения с клиентами

Преимущества страхования клиентов, а не только автомобилей

- Существенный доход без дополнительных сверхусилий
- Диверсификация бизнеса
- Возможность повторного использования существующей клиентской базы
- У одного клиента может быть несколько программ страхования
- Клиенту важно и удобно в одном месте решить все свои вопросы
- И это может быть **Ваш Дилерский центр!**



Основные преимущества: бизнес и клиенты

- Долгосрочный доход без доп. инвестиций
- Потенциал повышения прибыльности дилерских центров
- Максимальное использование ресурсов ДЦ
- Дополнительный доход и рост профессионализма сотрудников
- Развитие навыков продаж у сотрудников и внедрение новых технологий (с помощью и за счет партнера)
- Удержание клиентов и повышение лояльности
- Увеличение стоимости компании для акционеров



Разработка и внедрение совместных проектов



ПОЗАБОТЬТЕСЬ
О СЕБЕ!

 ВЫ
И ВАША СЕМЬЯ
ПОД ЗАЩИТОЙ
УЖЕ ЗАВТРА!

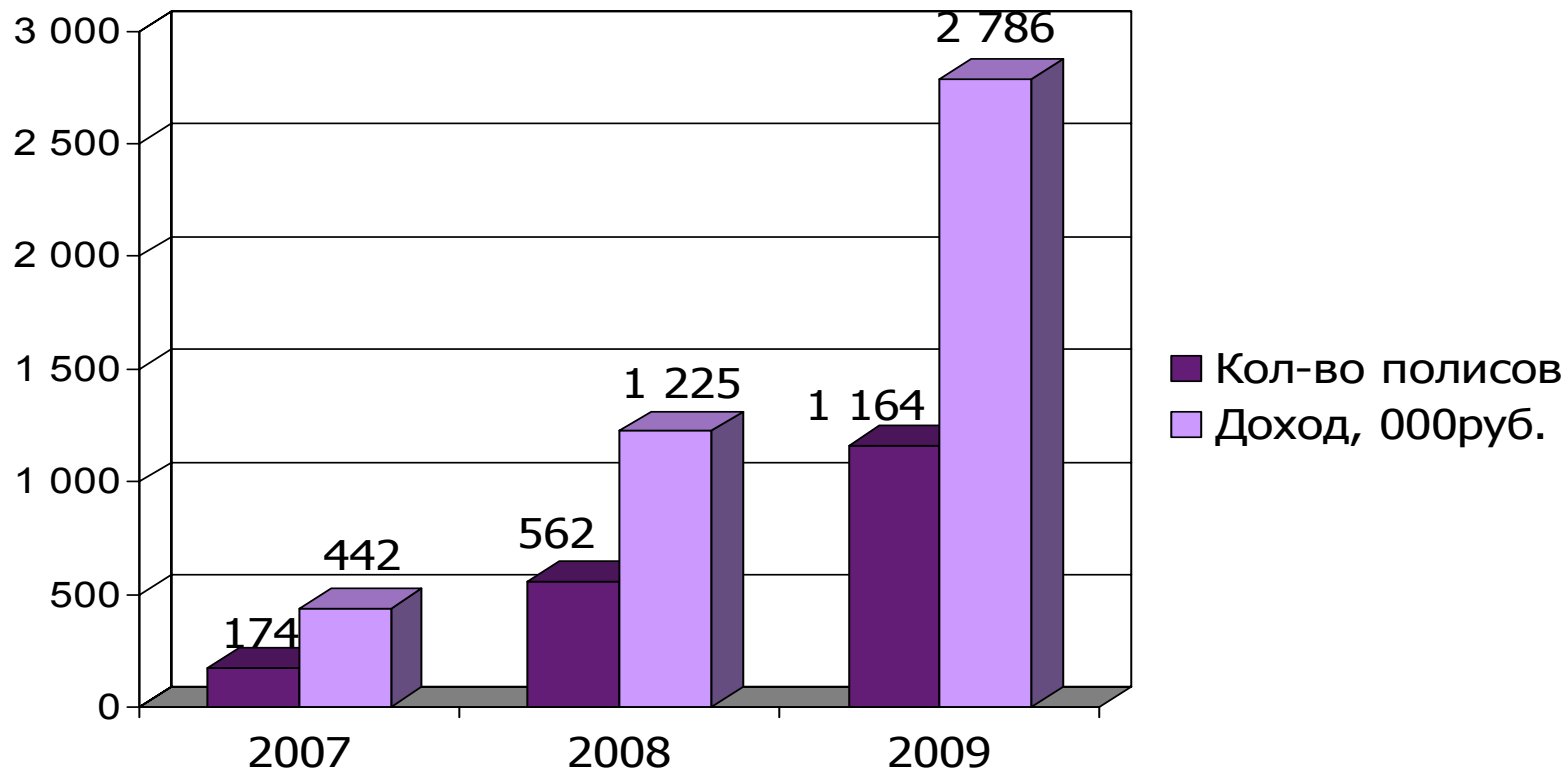
ПО ВСЕМ ВОПРОСАМ ВАС ПРОКОНСУЛЬТИРУЕТ
СОТРУДНИК ДИЛЕРСКОГО ЦЕНТРА

Примеры из жизни

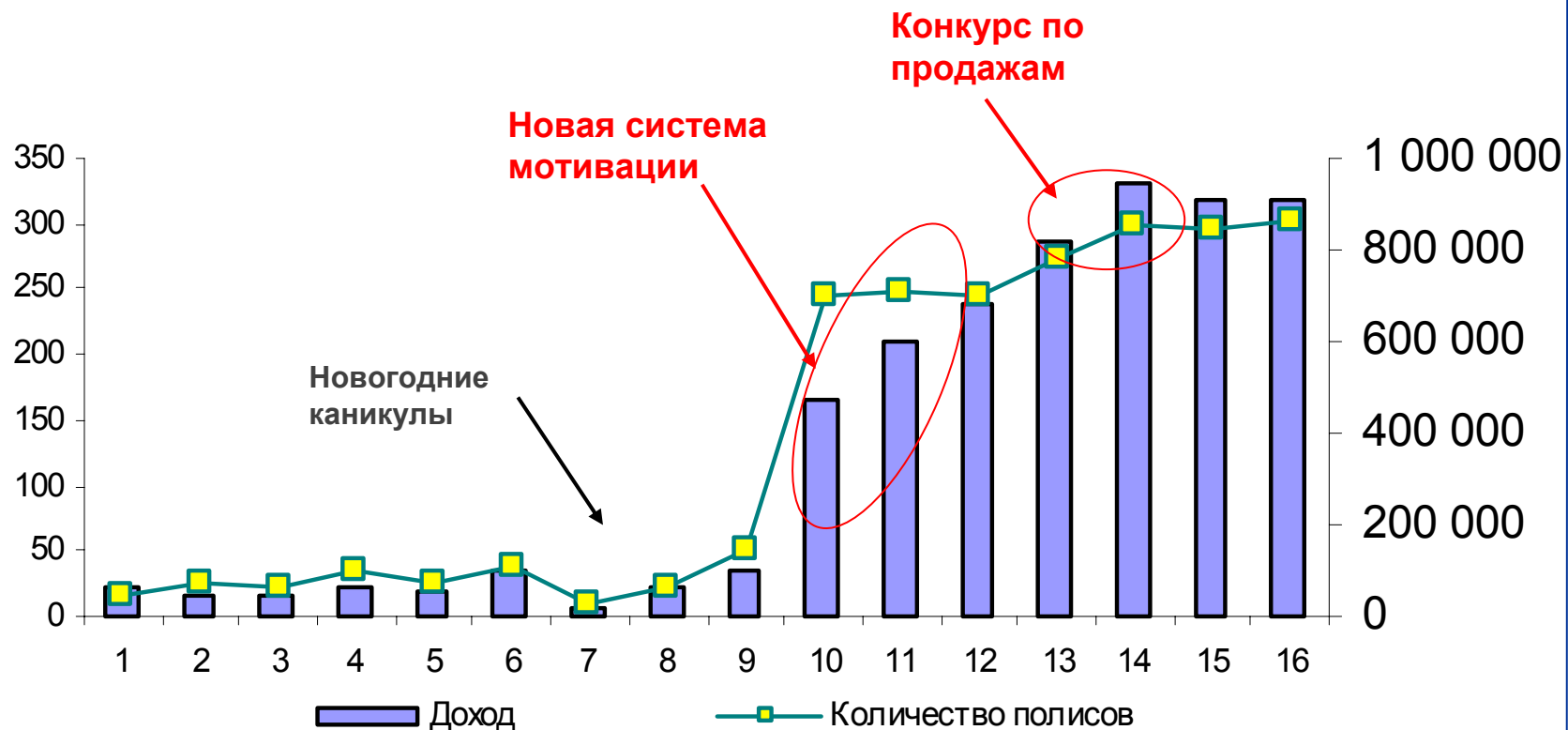


Пример успешного Проекта 1

Статистика продаж за сентябрь 2007, 2008 и 2009 гг.



Пример успешного Проекта 2



Что важно сделать, чтобы процесс пошел эффективно?

- 1. Единый взгляд на стратегические цели и задачи долгосрочного сотрудничества**
- 2. Реальная заинтересованность владельцев, менеджмента, сотрудников в успехе проекта и нацеленность на результат**
- 3. Общий фокус на продажи, а не на пассивное обслуживание клиента**
- 4. Жизненно необходима подстройка автодилера и страховой компании к новым совместным процессам**



Подстройка партнеров к совместным проектам и процессам

Готовность к изменениям в дилерском центре

- В системе управления (цели, мониторинг)
- В системе мотивации, обучения и контроля персонала

Серьезная поддержка со стороны страховщика:

- Готовность инвестировать и вкладывать дополнительные ресурсы в построение и развитие совместного бизнеса
- Правильный продукт и простое администрирование
- Активное участие в обучении сотрудников, поддержка (маркетинг, мотивация)

Формирование партнерских долгосрочных отношений

- Понимание, что сотрудничество должно быть взаимовыгодным и для дилера и для страховщика
- Выбор правильного партнера
 - Минимизация рисков
 - Поддержание совместного портфеля клиентов в активном статусе
 - Своевременное предложение новых совместных проектов и продуктов



Информация о компании

ЗАО «Страховая компания АЛИКО»

- 1-е место на рынке страхования жизни России
- Опыт работы в России более 15 лет
- 420 000 индивидуальных клиентов,
1 000 корпоративных клиентов
- Специализация на страховании жизни и здоровья
- Наивысший по российской шкале рейтинг надежности ruAAA от Standard & Poor's.

Alico (American Life Insurance Company)

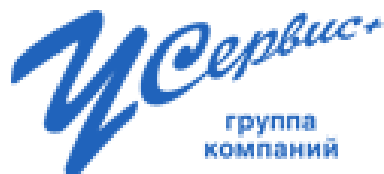
- **Alico** - основана в 1921 г., работает в 54 странах мира, входит Топ 5 компаний по всему миру.
- 20 миллионов клиентов по всему миру



Партнеры ЗАО «АЛИКО»



Оптимальные решения для оптимальных людей



MUSA MOTORS®
МЕЖДУНАРОДНАЯ АВТОМОБИЛЬНАЯ АССОЦИАЦИЯ



Авто АЛЕА
Официальный дилер Volkswagen



Интер Авто Тим, Лтд



ХОНДА Отрадное

Международное присутствие Alico

