

Платформа для сотрудничества

Татьяна АКИМОВА

Вопрос о взаимодействии автосервиса со страховой компанией обсуждается почти на каждом техническом совете, которые проводит компания «Аудатэкс». Данная проблематика, увы, до сих пор не исчерпала себя и нуждается не только в решении через диалог между главными участниками процесса урегулирования убытков застрахованного авто, но и в выработке единого инструмента взаимодействия.



В регионах владельцы автосервисных станций порой не имеют возможности получить полную информацию о преимуществах программ для работы со страховыми компаниями.

Такой инструмент, программное решение, доступное как для страховщиков, так и для автосервисов и независимых экспертов предлагает «Аудатэкс». Компания считает необходимым взаимодействовать с каждой из этих сторон, проводить обучающую работу, давать им возможность встречаться в общем информационном пространстве. Для этого был создан и работает технический совет «Аудатэкс», сформирован и реализуется с 2011 года проект технических семинаров. О такой работе рассказывает Александр Казаченко, руководитель направления по развитию региональной сети компании «Аудатэкс».

– Мы начали проводить технические семинары с 2011 года, ориентируясь преимущественно на регионы. Владельцы СТО здесь порой не имеют возможности получить полную информацию о преимуществах программ для работы со страховыми компаниями. Зачастую я вижу такую картину: владелец станции, начиная использовать сложную CRM-систему, не применяет и

половину ее функционала и очень скоро его энтузиазм идет на убыль. И это вполне объяснимо, так как такие сложные программы не адаптированы под формат небольшой СТО. Об альтернативном решении мы и рассказываем на технических семинарах нашей целевой аудитории. А она состоит преимущественно из руководителей автосервисов, нацеленных на увеличение объемов работы и прибыльности, стремящихся сделать свою работу максимально прозрачной для клиентов, предложить им адекватное ценообразование и, тем самым, повысить их лояльность. Наши программные продукты полезны и для руководителей, заинтересованных в увеличении показателей KPI, в повышении пропускной способности своей СТО. Применяя нормативы, заложенные в программе, руководитель сервиса может реорганизовать режим сотрудников, достичь оптимальных интервалов работы и научить штат СТО правильному распределению времени.

Как это часто бывает, обучившись работе с программой, ее пользователь применяет в постоянной практике лишь часть функционала. На семинарах «Аудатэкс» проходит обучение как по полному курсу, так и по отдельным нюансам такого ПО. Программный продукт веб-формата, программа Audaweb, по своей конфигурации отличается от прежней оффлайн-программы, а потому новым пользователям рекомендуется пройти обучающий курс, вебинар или посетить тренинг. Возможен и формат самостоятельного обучения, а также закрепления знаний с помощью видеороликов и пошаговых инструкций, размещенных на сайте компании.



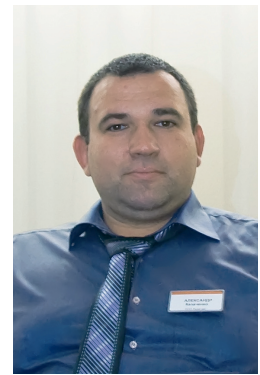
– В нашем проекте есть, в том числе, и выездные семинары, которые мы организуем совместно с партнерами, компаниями «Европроект», PPG, BASF и с другими. Мы предлагаем сейчас однодневные семинары, такой формат позволяет аудитории не отвлекаться надолго от основной работы, – объясняет Александр.

Говоря об области IT-решений для автосервисов, Александр отмечает проблему, которая остро стоит в других сферах, где используются те или иные компьютерные программы, – распространение нелегального ПО. И зачастую именно использование пиратских программ создает львиную долю проблем в работе со страховыми компаниями в процессе урегулирования вопросов стоимости страхового ремонта.

– Сужу по своему опыту и опыту наших партнеров: когда техсервис переходит с пиратской программы на лицензионную, положительный эффект возникает во всех направлениях: от эффективного планирования работы станции до правильного управления складом, а также отсутствия дополнительных согласований и конфликтов со страховой (разница в нормативах) – с уверенностью заявляет Александр. – На официальные программы переходит сейчас все большее число СТО, а мы вносим свой посильный вклад в профилактику пиратства, реализуем информационные проекты, организуем технические семинары, проводим технические

советы, привлекаем к такой работе страховщиков и органы надзора при расследовании случаев пиратства.

Программный продукт «Аудатэкс» – это не просто инструмент для расчета стоимости восстановительного ремонта. Это еще и описание заводских комплектаций автомобилей, база цен на запчасти. Программа адаптивна: владелец техстанции может выгрузить заказ-наряд из 1С в программу «Аудатэкс», прикрепить к делу любые документы, видео и фото, положить свою калькуляцию на платформу «Аудатэкс», загрузить туда свой прайс, управлять складом запчастей. В перспективе в программе будет иметься функционал, позволяющий проводить закупки и реализацию автозапчастей. Началось внедрение новых продуктов: версии программы для мобильных устройств, программы для продажи тотальных автомобилей, а также для страхуемого авто. К сентябрю нынешнего года 1С планирует вывести на рынок новую разработку, интеграционный модуль. Он позволяет выгружать данные из «Аудатэкс» в программу 1С и из 1С в «Аудатэкс». Появление новых продуктов – ответ на запросы целевой аудитории компании, которая, по словам Александра, интересуется также новыми возможностями программы при работе с б/у запчастями, а также с VIN-номерами (по этому продукту продажи компании выросли за последний год на 45%). Также популярностью пользуется и решение для работы страховой ком-



Александр Казаченко, руководитель направления по развитию региональной сети компании «Аудатэкс».



Расстановка сил на рынке автосервисных услуг поменялась уже давно. Независимые СТО, напрямую заинтересованные в постоянном поступлении ремонтных работ, приняли условия работы страховщиков.

По мере роста сетевых автостанций ситуация на рынке страхового ремонта будет меняться, уверен Александр. Сильные стороны сетевых СТО – единый стандарт работы, автономность, наличие внутренних ресурсов.



«Аудатэкс» внедряет новые продукты: версии программы для мобильных устройств, программы для продажи подержанных и застрахованных авто.

пани и автосервиса в онлайн-режиме, не выходя из системы Audatex, что позволяет в режиме реального времени проводить согласование ремонтных работ.

– Самый популярный вопрос от представителей автосервисов, который приходится разбирать почти на каждом семинаре, – вопрос выстраивания отношений со страховой компанией, – продолжает Александр. – И в этом признак не только того, что, несмотря на растущую правовую грамотность, многие владельцы автосервисов до сих не полностью знают свои права и не могут ими пользоваться. Расстановка сил на рынке поменялась уже давно: преимущественные позиции заняли страховые компании. Десять лет назад было иначе, рынком управляли автосервисы, которые и формировали стоимость ремонтных услуг. С развитием дилерских сетей ситуация начала меняться. Страховщики фактически стали делиться объемами работ с дилерами, установив при этом совместно стоимость работ по полисам ОСАГО на уровне, невыгодном для независимых сервисов. И в итоге «независимые», напрямую заинтересованные в постоянном поступлении объемов ремонтных работ, приняли условия страховщиков.

Александр не исключает, что в будущем расстановка сил на рынке снова изменится. И такие изменения станут возможными, если страховщики все же включают в сферу своих интересов автомобили возрастом от пяти лет

и старше. Сейчас этот сегмент рынка отличается небольшим проникновением страховых компаний, так как они считают его недостаточно емким с точки зрения получения прибыли. В случае если страховщики смогут сформировать интересные предложения для этой категории автовладельцев, объемы ремонтных работ возрастут. И тогда страховщикам придется «развернуться» в сторону независимых СТО.

– И здесь уместно упомянуть о другом игроке рынка сервисных услуг. Это сетевые независимые станции. Уверен, что по мере роста таких сетей ситуация в сфере страхового ремонта будет меняться. Сильные стороны такого объединения – единый стандарт работы, большая автономность, наличие внутренних ресурсов. Это и много другое позволяет сетевым автосервисам выступать в диалоге со страховыми компаниями на равных. И уже сейчас на рынке накопилась достаточно большая масса «необработанных» автомобилей. Я имею в виду машины возрастом от 3 лет и старше, владельцы которых по тем или иным причинам, а зачастую из-за соображения экономии предпочитают гаражный сервис. И именно такие автомобилисты – потенциально главная категория клиентов сетевых автосервисов. Такие СТО могут выйти к клиенту с выгодным предложением, сформированным за счет своих технических и финансовых ресурсов. Я говорю о гибкой схеме оплаты ремонтных услуг, скидках и бонусах, эксклюзивных страховых продуктах. ■