

A black and white portrait of a man with short dark hair, wearing a dark polo shirt. The shirt has a logo on the chest that says "РФ" and "ДЕПАРТАМЕНТ" and a patch on the left sleeve that says "ДЕПАРТ" and "23".

ОФИС НА КОЛЕСАХ

Александр Казаченко

Р

окончил Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет по специальности «Автомобили и автомобильное хозяйство» в 1997 году. С 1997 по 2004 гг. работал руководителем автосалона (СТО). В 2008-м окончил курсы управления при бизнес-университете МВД по программе «Управление персоналом». Затем прошел курс повышения квалификации по специальности «Транспортная трассология» в Московском университете МВД России. В 2004 году начал работать в страховой компании «ПАРИ». В период с 2004 по 2010 гг. занимал должность заместителя руководителя управления урегулирования убытков штаб-квартиры «Альфастрахование». С 2010 года является руководителем регионального развития компании «Аудатэкс».

Фото: «Аудатэкс»

В декабре 2013 года на российских дорогах появился первый Аудамобиль, который дал старт развитию программы своеобразных мобильных офисов продаж и технической поддержки компании «Аудатэкс». Аудамобиль помогает компании продавать свою продукцию – программы для расчета стоимости восстановительного ремонта автотранспорта в регионах – и обеспечивать пользователей дополнительной технической поддержкой. С просьбой рассказать о проекте мы обратились к руководителю регионального развития компании «Аудатэкс» Александру Казаченко.

«Современные страховые технологии»: Что такое Аудамобиль?

Александр Казаченко: Это автомобиль, технически оснащенный всем, что требуется для полноценной работы мини-офиса, начиная от Интернета и цветного принтера и заканчивая самыми современными девайсами. Аудамобиль является автономной технической единицей, способной успешно работать практически в любых условиях. Кроме того, наш Аудамобиль брендирован, а значит, является дополнительным рекламным инструментом, причем инструментом активным и мобильным.

«ССТ»: Как родилась идея Аудомобиля? Это ваше ноу-хау или калька западного опыта?

А.К.: Нет, идея целиком наша, все придумали и воплотили сами. Мы, как IT-компания, всегда работали удаленно и не задумывались о своих региональных представительствах. Сегодня мы достигли такого уровня развития компании, когда недостаток очного общения стал сказываться на качестве работы и нам потребовались люди на местах. Так родилась идея создать Аудамобиль – техническо-консультационно-продажный центр, находящийся постоянно в движении.

«АУДАТЭКС»

Компания «Аудатэкс» – мировой лидер в области разработки программного обеспечения для расчета стоимости восстановительного ремонта автотранспортных средств. Основана в начале 1960-х годов в Германии, в 70-е годы становится транснациональной компанией. В 1997 году стала частью корпорации Claims Solution Group of AutomaticData Processing (ADP) в Нью-Джерси. В 2006 г. компания «Аудатэкс» вошла в состав корпорации Solera Inc. К 2013 году Solera и «Аудатэкс» достигли уровня распространения своих услуг на 60 стран мира, включая большинство стран Европы, Азии, Северной и Южной Америки и Австралии.

За рулем Аудамобиля – наш сотрудник, универсальный специалист, который для текущих и новых клиентов проводит презентации,

занимается обучением, осуществляет техническую поддержку.

У наших западных коллег в основном реализуются либо идея стационарного регионального офиса, либо идея «человека с чемоданом», когда некий коммивояжер ездит по городу и от лица фирмы продает товары или услуги. «Человек с чемоданом» – это специалист узкой квалификации (обычно продавец или сотрудник технической поддержки), он передвигается на обычном автомобиле, не имеющем ни брендовой идентификации, ни технической оснащённости. К счастью, от подобных форм работы мы успешно отбились и доказали плюсы идеи Аудамобилей. Если мы хотим получать от работника максимум, он должен быть мобильным, иметь соответствующее тех-

ническое оборудование и обладать разносторонними профессиональными навыками, начиная от умения хорошо общаться с клиентом и заканчивая технической подкованностью.

«ССТ»: Сколько времени потребовалось на разработку программы – от идеи до внедрения?

А.К.: Идея возникла год назад, но из-за загруженности текущими проектами приступить к ее реализации мы смогли только через полгода. Еще около шести месяцев потребовалось на разработку и подготовку к реализации.

«ССТ»: Какие регионы охватывает программа? Сколько Аудамобилей сегодня ездит по российским дорогам?

А.К.: Сейчас у нас работают шесть машин. В декабре 2013 года



первый Аудамобиль отправился в Екатеринбург; сразу после Нового года еще три уехали в Самару, Ростов и Краснодар; в конце января к программе подключатся еще два – в Москве и Новосибирске. Наряду с региональным центром каждый Аудамобиль дополнительно охватывает пять-семь ближайших городов, расположенных на расстоянии 300–400 км от центра, что позволяет нам практически полностью охватить обслуживанием регион. Например, Самара–Ижевск–Уфа–Казань. Таким образом, мы обеспечили достаточно обширный территориальный охват уже на стадии запуска программы, распространив ее на шесть крупнейших региональных финансовых центров из восьми. Расширять автопарк пока не планируем, поскольку в двух оставшихся регионах не требуется нашего очного присутствия, – в Санкт-Петербурге и на Дальнем Востоке мы успешно работаем в удаленном режиме.

«ССТ»: По какому принципу подбирались города?

А.К.: Во-первых, их выбор был обусловлен самими страховщиками: это города, где пока не достигнуто взаимопонимание между страховщиками и сервисами, что требует скорейшего урегулирования. Во-вторых, мы ориентировались на экономические показатели и географическое расположение, выбирая населенные пункты, наиболее развитые с точки зрения бизнеса, расположенные в центре региона. Это позволило выстроить грамотную маршрутизацию и сравнительно небольшим авто-

парком «закрыть» практически всю территорию России.

Маршрутизатор основных направлений мы готовим в центральном офисе на месяц вперед, все маршруты оговариваем и согласовываем. По системе баллов оцениваем очередность текущих проблем и на основании этого решаем, куда нужно поехать в первую очередь, куда во вторую и т.д. Однако не следует забывать, что одним из главных преимуществ Аудамобилей является именно мобильность, поэтому помимо запланированных он решает оперативные задачи на местах. Клиенты могут сами «отловить» Аудамобиль, связавшись с нашим сотрудником, находящимся в нем, напрямую, или позвонить в наш московский офис, откуда мы тут же переведем звонок.

«ССТ»: С какими проблемами вы столкнулись на стадии разработки программы, какие проблемы беспокоят вас сейчас, после запуска?

А.К.: Самая острая проблема, с которой мы до сих пор продолжаем сталкиваться, – кадровая. Нам требуется найти не просто высококлассного специалиста, подкованного с технической точки зрения (что в условиях кадрового голода само по себе уже проблема), но и беспристрастного человека, способного честно и открыто оценить ситуацию, не лоббируя чужих интересов. Здесь следует учесть еще и тот факт, что у нас очень узкая специализация – автомобильно-транспортная, то есть к нам на работу чаще всего приходят бывшие сотрудники либо страховых

компаний, либо автосервисов. Значит, велик риск, что, работая у нас, каждый из них будет по старой привычке болеть «за своих». А излишняя лояльность по отношению к бывшим коллегам влечет необъективность, что для нас неприемлемо.

«ССТ»: И как вы решаете кадровую проблему? Как подбираете, готовите новых сотрудников и, главное, как их контролируете потом в «полевых» условиях регионов?

А.К.: Первичный отбор проходит по стандартной схеме. Потом успешных соискателей мы тестируем по специальной программе, разработанной внутри компании. Тест включает более сотни вопросов технического характера, среди которых мы удачно спрятали хитрые психологические вопросы, позволяющие оценить человеческие качества соискателя и составить представление о его характере. Затем для новых сотрудников проводим ознакомительные и адаптационные тренинги. Особого контроля за новичками в «полевых» условиях не требуется, тут работа говорит сама за себя – в рамках единого информационного пространства все прозрачно. Выстраиваются взаимоотношения между страховщиками и сервисами, минимизируются сроки согласований, значит, кадры на местах работают правильно. Кроме того, мы регулярно проводим семинары и масштабные встречи с клиентами, поддерживаем обратную связь, что также помогает оценить качество работы удаленных сотрудников.

«ССТ»: Вы можете назвать Аудамобиль удачным проектом?

А.К.: Да, безусловно. Аудамобиль работает совсем недавно, но первые достижения уже есть. Так, в Екатеринбурге нам потребовалось всего две недели, чтобы растопить лед, возникший между страховщиками и ремонтниками. Наш сотрудник решил вопрос на месте четко и оперативно – коммуникация была налажена, недопонимания устранены, все встало на свои рельсы. Практика показала, что местные между собой договариваются лучше и быстрее, чем с представителем, командированным из Москвы.

«ССТ»: А какие слабые места выявила практика в вашей программе региональных мобильных офисов?

А.К.: Наше слабое место – это наш российский менталитет, порождающий недоумения вроде: «Зачем платить за лицензионный софт, если можно договориться, посчитать на пальцах, согласовать, решить вопросы?». А то, что из-за этого комплектация определяется неверно, в заказах на детали вкрадывается масса ошибок, теряется время, а в итоге и деньги, мы во внимание не принимаем. Для наглядности приведу два примера. Первый: если в Европе, работающей в едином информационном пространстве, коэффициент дополнительных осмотров и согласований составляет 0,3–0,4 к одному убытку, то в России, отдающей предпочтение системе «устных договоренностей», этот коэффициент равен 2,4–2,07. Второй: практика показывает, что когда все участники работают в едином пространстве, то сервис получает деньги не через четырнадцать банковских дней, а через пять,

а страховая компания избавляется от необходимости содержать штат из сорока инженеров, занимающихся мифическим – я подчеркиваю, мифическим! – «отжатием» денег.

К сожалению, также традиционно слабым местом является законодательство, не способное отрегулировать рынок и ввести фактическое наказание за пиратство, что не позволяет нам развернуться в полной мере.

«ССТ»: Что планируете в перспективе?

А.К.: План у нас один – максимально применять на российском рынке качественный европейский опыт. Конечно, нельзя просто взять опыт Германии, срисовать под копирку и внедрить в России, требуется соответствующая адаптация под наши реалии, но в качестве крепкого, надежного, проверенного базиса европейский опыт не только можно, но необходимо использовать в России.

Главной нашей целью мы видим формирование единого информационного пространства и постепенный ввод туда всех компаний, участвующих в процессе урегулирования убытков, – страховщиков, станций технического обслуживания, аварийных комиссаров, независимых экспертов.

Мы считаем своим большим достижением, что две крупные региональные сервисные компании «ТрансТехСервис» (г. Казань) и Группа компаний «Возрождение» (г. Орел) самостоятельно вошли в это пространство, то есть они понимают, что им самим проще выстраивать взаимоотношения со страховыми компаниями в рамках единого информационного пространства, видят за этим будущее. Значит, наш продукт востребован российским рынком и у него есть серьезная перспектива.

*Интервью взяла
Елена Сербренникова*

