



Идеи для бизнеса

# «МЫ ПОСТОЯННО ДЕЛИМСЯ ИДЕЯМИ»

Генеральный директор ООО «Аудатэкс» Игорь Никифоров о ключевых моментах и приоритетных направлениях в развитии компании, о внедрении новых и оптимизации действующих продуктов, о динамике мировых изменений и секрете успеха компании — в эксклюзивном интервью нашему журналу.



**Современные страховые технологии:** Ваша компания решает очень важную социальную задачу — обеспечение прозрачности процесса урегулирования убытков. Это означает, что ваши продукты важны и выгодны всем. Но означает ли это, что их легко внедрять?

**Игорь Никифоров:** Мы делим наши продукты на так называемые Commodity и что-то новое. Commodity — это продукты, про которые весь рынок знает, а мы являемся лидерами в их продаже, например, калькуляция или идентификация автомобиля по VIN.

Прочие наши решения далеко не всем известны. Наверное, основной из них — это «Документооборот». Но мне больше нравится английский вариант, который более верно отражает суть продукта — Workflow, то есть поток работ, операций, а не перекладывание бумажек.

Для нас оптимальный процесс — это ключевое понятие. Поэтому к нашим топовым клиентам мы приходим с предложением оптимизировать их внутренние процессы и после этого их автоматизировать. А это влечет за собой очень серьезные изменения действующих в компании процедур, организационной структуры, регламентов. Это — самое болезненное, и компании, даже когда они понимают, что нужно заниматься оптимизацией бизнес-процессов, внедряют современные технологии, снижать издерж-

ки и повышать эффективность, зачастую противятся реальному внедрению этих изменений.

**ССТ:** Почему это происходит? Противодействие оказывают руководители среднего звена, рядовые сотрудники?

**И.Н.:** Инертность! К сожалению, мы сталкиваемся с сопротивлением и тех, и других категорий. Противиться внедрению могут как непосредственные исполнители проекта со стороны компании, так и руководители, как минимум, среднего звена.

Когда речь идет о снижении издержек, то руководители многих компаний смотрят на решение проблемы очень просто — сокращение персонала. Самое простое решение! При этом никто не задумывается, что будут нарушены какие-то устоявшиеся процессы и процедуры, которые после ухода людей, их обеспечивающих, могут перестать работать в компании вообще. Мы же предлагаем посмотреть, можно ли существующий процесс изменить, сделать его более дешевым, а те ресурсы, которые будут высвобождены, переадресовать на другие задачи.

Кроме того, если компания уже приняла решение о снижении фонда оплаты труда, мы можем дать компании выбор, как лучше это сделать: понизить ФОТ путем сокращения персонала или путем снижения финансовых компенсаций, но без

уменьшения численности работников.

Мы часто видим, что в отдельных компаниях штаты действительно раздуты. Сопротивление оптимизации и автоматизации процессов, конечно, связано с тем, что работники интуитивно чувствуют угрозу потерять свое место работы — в этом одна из ключевых причин противодействия внедрению наших продуктов. Но тренд на внедрение новых технологий необратим.

**ССТ:** То есть основная проблема — непонимание глобальных процессов и человеческая инертность?

**И.Н.:** Есть и другие трудности, например, проблема IT. Для того, чтобы наше решение правильно заработало, требуется интеграция. А если говорить про страховой рынок, то мы видим, что у страховых компаний существуют зачастую уникальные внутренние корпоративные решения для информационной системы. Они достаточно быстро меняются, следуя за изменениями на рынке. В результате процесс интеграции может занять длительный период времени.

Бывают ситуации, когда решения, которые внедряем мы, требуют участия партнеров страховщика. А они, в свою очередь, против внедрения проекта или не готовы к нему. Например, когда решения по урегулированию убытков по КАСКО и ОСАГО требуют вовлечения СТО, с которыми работает



страховщик, а у них нет желания участвовать в проекте.

Чаще всего мы сталкиваемся не с одной, а с набором проблем.

**ССТ:** Российский локальный рынок сильно отличается от европейского или американского? Что у нас «не так»?

**И.Н.:** У нас 90 % «не так». Это не хорошо и не плохо, просто факт.

У нас есть закон об ОСАГО, который вступил в силу в 2004 году. Этот закон имеет яркую социальную направленность. Именно этот факт сказывается на решениях о повышении стоимости ОСАГО, например. Многие западные страны уже прошли через этот этап. У них произошло органичное слияние КАСКО и ОСАГО. У нас этот вектор, эта динамика тоже очевидна, но мы их еще не догнали.

Если же говорить про технологические решения, то Россия передовая страна. Те решения, которые внедряем мы, содержат много новшеств. За те 10–12 лет, которые прошли с момента ввода закона об ОСАГО, мы прошли больший путь, чем зарубежные компании за 20–30 лет.

Есть иллюзия, что на Западе все отлажено — это не так. В России уровень внедрения IT-технологий существенно выше, чем на западе. Есть препятствия к внедрению, но есть и открытость, готовность воспринимать новое. По сравнению с Германией,

например, мы здесь, в России, в рамках работы нашей компании более технологичны по спектру предлагаемых услуг.

У них другое законодательство, влияние профсоюзов и т. д. В прошлом году наше германское подразделение приглашало нас к себе обсудить новые решения, предложенные в России. Они увидели наши идеи и на базе того, что сделали мы, стали создавать свою концепцию, применимую для немецкого рынка. Она будет отличаться от продуктов России, потому что у них другое законодательство, другие страховые компании и пр.

Преимущество Аудатэк в том, что мы постоянно делимся идеями. Видим опыт и США, и Великобритании, и стран Восточной Европы, и Китая — обмен опытом и информацией идет постоянно.

**ССТ:** У вас на сайте в разделе миссия написано: «Мы стремимся к повышению удовлетворенности клиентов и эффективности процесса урегулирования убытков путем адаптации и применения лучшего мирового опыта к локальным рынкам». Значит ли это, что уникальных, именно здесь и для России сделанных решений нет — достаточно адаптировать иностранные, хорошо себя зарекомендовавшие технологии?

**И.Н.:** Последние годы динамика изменений в мире очень высока. Это касается и политики, и экономики, и

IT-технологий. В России мы это также ощущаем. Сейчас мы используем такие термины, как Big data, автономный автомобиль, Connected car, которых раньше просто не знали. Мы считали, что это сказка, а это уже реальность.

Вот пример — Тесла. Это автомобиль, созданный не автомобильным концерном, а IT-компанией. Он сам себя контролирует, производит диагностику поломок, заказывает сервис — это компьютер на колесах. Большинство крупных концернов уже заявили о старте промышленного производства автономных автомобилей, то есть автомобилей, где водитель может не держаться за руль, а заниматься чем угодно. Существуют уже не только концепты, а серийные автомобили.

Мы следуем за этой динамикой. За последние семь лет AUDATEX в мире купила десятки компаний, которые смогут обеспечить высокотехнологичными решениями все грядущие изменения в автомобильной сфере.

Если говорить о решениях для России, то сейчас мы запускаем два новых проекта. Один из них нацелен на оптимизацию использования различных видов запчастей. Оно применимо, например, в ремонте по ОСАГО. Когда возникает необходимость провести ремонт, есть утвержденная РСА база данных запчастей и есть понимание ограничения их стоимости, то наше решение позволяет станции быстро



найти подходящую запчасть с максимальной маржинальностью для этого ремонта.

**ССТ:** Это решение может быть распространено на всю территорию РФ или оно предназначено только для Москвы?

**И.Н.:** Все, что мы делаем в России, будет распространяться по всей России. В перспективе наши продукты будут распространяться и на страны ЕАЭС. Пока идет пилотная стадия проекта. Сейчас мы работаем с несколькими станциями, в начале 2016 года сможем предложить проект рынку для коммерческого использования. Станции смогут обращаться к нам в компанию как в рамках действующих договоров, так и с заключением новых договоров.

**ССТ:** А в чем заключается второй проект?

**И.Н.:** Второй проект совершенно уникален. Мы назвали его «Автомобили с пробегом» или «UsedCars». Это решение мы предоставляем исключительно дилерам автомобилей. Первый этап позволяет дилеру выполнить задачи Trade in. Используя наш продукт, дилер сможет быстро определить комплектацию автомобиля, посмотреть его повреждения, определить стоимость данного авто на рынке, посмотреть историю повреждений, проверить юридические ограничения действий с этим автомобилем, в перспективе сможет посмотреть, нахо-

дится ли этот автомобиль в залоге или другие финансовые ограничения. Все это поможет дилеру определить адекватную выкупную стоимость автомобиля у собственника. Кроме того, наше решение гарантирует для него заданную маржинальность, сокращает стоки, которые забивают склад.

Объективная оценка является крайне важной как для дилера, так и для собственника автомобиля. Наша программа исключает некорректное предложение с обеих сторон. Собственник получает документ, подтверждающий, как был оценен его автомобиль. С этим документом он может обращаться в другие салоны на рынке. Мы сокращаем время выкупа, сближаем интересы покупателя и продавца, исключаем влияние человеческого фактора. Предложение особенно интересно сейчас, потому что рынок подержанных автомобилей провалился не так сильно, как рынок новых.

**ССТ:** Обозревая прошедший 2015 год — какие разработки были самыми востребованными, чем вы гордитесь?

**И.Н.:** Основное наше достижение, если говорить про страховщиков — это решение для ОСАГО. Обычно цикл разработки таких решений занимает в среднем от 12 до 18 месяцев. В данном случае базовое решение ОСАГО было разработано и выведено на рынок за три месяца, притом, что все усло-

вия и процессы нужно было обсуждать с РСА. То, что мы смогли с 1 декабря 2014 года запустить этот продукт, для нас было очень важно.

Мы не остановились на достигнутом и начали осуществлять различные доработки к этому продукту, например, решение, которое позволяет производить расчет суброгационных убытков. Мы определили серьезный потенциал для экономии страховых компаний при использовании идентификации автомобиля по VIN. Ряд страховых компаний решили в рамках договора об ОСАГО определять стоимость автомобилей, используя аукцион AUTOonline. В общем, весь 2015 год проходил под девизом ОСАГО!

**ССТ:** Ваши правила бизнеса — в чем они?

**И.Н.:** Основное — честность. Честность во всем. В отношении с клиентами, партнерами, сотрудниками. Второе и третье — профессионализм и ориентированность на результат. Мы создаем нашим клиентам и партнерам ярко выраженный экономический эффект. Это не пустые слова — это принцип работы.

**Audatex**  
a Solera company

Аудатэкс Россия  
8 800 250 5634  
rus@audatex.ru  
www.audatex.ru