

*Компании, которые страхуют автомобили, задают клиентам не слишком много вопросов. В Европе с некоторых пор нельзя даже фиксировать пол владельца. Его возраст, почтовый индекс места, где транспортное средство стоит на ночной парковке, и еще немного данных об истории инцидентов – вот все, на чем страховая компания должна выстроить свою аналитику. Когда-то на размер страховых взносов и выплат могло повлиять, кто именно находится за рулем – мужчина или женщина, – но прошлогоднее постановление Европейского суда изменило и это. Осталось ориентироваться на скудные и малоинформативные показатели, что и делает большинство страховых компаний.*

Оценивать риски согласно возрасту водителя – идея, имеющая обоснование, но не совсем корректная. С одной стороны, подростки, как бы интеллектуальны они ни были, действительно часто принимают непродуманные решения – это доказано неврологическими исследованиями. Их поведение в компании взрослых и сверстников зачастую не совпадает. В результате новые водители, еще не наработавшие стаж безопасного вождения, оцениваются страховщиками наравне с лихачами. Это не всегда справедливо.

Альтернативную возможность предлагает insurethebox – британская компания, основанная в 2010 году и специализирующаяся на оценке риска при помощи анализа «больших данных».

Каждому застрахованному в insurethebox водителю в автомобиль устанавливают незаметную коробочку, которая собирают всю возможную информацию о его манере вождения и перемещениях. Затем эта информация передается на сервера компании, где обрабатывается и сохраняется в общей базе данных. Это дает возможность индивидуально оценить стиль вождения каждого конкретного водителя и принять обоснованное решение при расчете размера его страховки.

Выяснилось, что поведение водителя, его умение справляться с поворотами или выбрать оптимальную скорость не сильно зависят от характеристик, на которые полагаются другие страховые компании. На них почти не влияет пол, возраст или место жительства. В распоряжении insurethebox имеются куда более ценные сведения – насколько быстро человек трогается с места, резко ли тормозит и совершает ли он внезапные повороты. Понимание того, как именно ведет себя за рулем данный водитель, позволяет гораздо точнее предсказать риски и определить страховую сумму. Растущие

объемы данных и все более глубокий анализ со временем дают все большую и большую определенность. Схема простая – если клиент создает большие риски, он должен платить больше. Но верно и обратное.

У insurethebox нет штрафов – только система вознаграждения за хорошее поведение. В месяц можно получить до ста так называемых «бонусных миль» – при условии, что вождение будет аккуратным. Следить за собственными успехами можно на сайте компании. Осторожные водители могут сэкономить при обновлении страховки, что стимулирует более аккуратное вождение. Средний клиент, по оценке компании, зарабатывает 58 бонусных миль в месяц. Согласно опросам, клиент в среднем сберегает 620 фунтов, а начинающие водители – еще больше, до 4% своего дохода до уплаты налогов. Поощрение действительно оказалось результативным не только в экономических вопросах: стремясь сэкономить, клиенты insurethebox стараются вести себя за рулем лучше других.

Еще одним плюсом установки в машине «черного ящика» insurethebox является оперативное реагирование страховщиков в том случае, если с автомобилем что-то произойдет. Так, например, если «коробочка» зафиксировала удар и определила, что машина после этого остается неподвижной, страховая компания попытается связаться с владельцем по мобильному телефону. Также, в случае необходимости, операторы insurethebox сами свяжутся с аварийными службами, сообщив им координаты аварии и данные автомобиля. Если машина продолжает движение, условно считается, что все в порядке. Кроме того, компания помогает определить местонахождение автомобиля, если он был украден.

Бизнес-модель insurethebox действительно работает. Как утверждают психологи, система вознаграждения достаточно привлекательна и интересна для клиентов – «игровой» элемент вкупе с возможностью сэкономить оказался привлекательным и уникальным торговым предложением. «Большие данные» еще раз подтвердили, что способны обеспечить персонализированный подход к любому человеку.

**Источник:** [Компьютерра](#) , 25.12.13

**Автор:** [Парошина И.](#)