

Osiguranje je NEOPHODNO

MIHORAD BOSNIĆ Predsednik Izvršnog odbora Sava neživotnog osiguranja



Iako premija osiguranja po glavi stanovnika u Srbiji i dalje niska, tržište se stalno razvija. Sava Osiguranje beleži dobre poslovne rezultate i priprema proizvode koju su prijalodeni rizicima koji donosi savremeni život



I naredne godine, osiguravajuće kompanije nastaviće da investiraju u digitalizaciju online osiguranja prodaje i razvijaju nove proizvode koji povećavaju potražnju na srpskom tržištu. Mi razgovaramo sa predsednikom izvršnog odbora Sava Neživotnog osiguranja Miloradom Bosnićem o trendovima u osiguranju i planovima kompanije.

Kakva kretanja na tržištu osiguranja očekujete u 2019 godini??

— Prema zvaničnim informacijama, Srbija će tokom 2018. ostvariti oko 4 odsto rasta BDP-a, što predstavlja dobru polaznu osnovu za nove poslovne aranžmane u 2019. godini. Uz ovaj iznos stope rasta sa unapređenjem poslovnog i investicionog ambijenta, krećemo se u pravcu ubrzanog oporavka privrednih aktivnosti, čime

se omogućava pozitivan uticaj na tržište osiguranja.

Podsetimo se, u Srbiji je u prethodnoj godini potpisano više od šest miliona ugovora o osiguranju, a premija po glavi stanovnika iznosila je 112 evra (102 evra u 2016). Iako je ovaj iznos i dalje nizak u odnosu na evropske zemlje, pozitivno je da je tržište osiguranja u stalnom usponu.

Kada govorimo o tržištu osiguranja, za narednu 2019. godinu započeti proces digitalizacije će zauzeti značajniju poziciju u procesima osiguravajućih društava. Većina proizvoda i paketa osiguranja namenjenih građanima biće unapređena i kreirana prema zahtevima brže i jednostavnije usluge za klijente. Sajber osiguranje kao nova vrsta osiguranja, naći će se u ponudi društava za osiguranje, jer broj i učestalost, tzv. sajber rizika koji konstantno raste, či-

njenica na koju moramo gledati sa posebnom pažnjom.

Takođe, podaci o rastu broja obolelih od bolesti koje oduzimaju ljudske živote, nameću potrebu da se u narednom periodu orijentisemo u većoj meri na dobrovoljno zdravstveno osiguranje, sa posebnim akcentom na preventivne preglede.

Kako ste zadovoljni poslovanjem u 2018. godini?

— Prema poslednjim zvaničnim podacima NBS za 9 meseci 2018. godine ukupna premija osiguranja u Srbiji iznosila je skoro 75 milijardi RSD. U ovom periodu, Sava neživotno osiguranje povećalo je premiju osiguranja za 18,3% u odnosu na isti period prethodne godine.

Na osnovu naših dosadašnjih rezultata u ovoj godini i obzirom na dogovorene poslovne aranžmane, 2018. godinu ćemo završiti sa premašenim planskim kategorijama i zadržati stabilnu tržišnu poziciju.

Takođe želim da istaknem, da smo u 2018. godini, što je bilo u skladu sa našim planovima unapređenja poslovanja, realizovali projekte u nekoliko različitih segmenata. Pre svega, u delu IT, započeli smo implementiranje novog softvera za sistemsko praćenje planova i realizacije prodaje osiguranja, čiji će proces implementacije biti završen do kraja godine.

Zatim, uveli smo novi kanal prodaje – prodaja osiguranja putem webshop-a za Putno zdravstveno osiguranje i za Paket putnih osiguranja.

U skladu sa politikom uvođenja međunarodnih standarda sprovedena je sertifikacija za sistem menadžmenta bezbednošću informacija prema standardu SRPS ISO/IEC 27001:2014, kao i za sistem menadžmenta kvalitetom prema standardu SRPS ISO 9001:2015.

Do kraja godine završićemo postupak pripajanja Energoprojekt Garant-a a.d.o. Beograd koji je započet krajem prošle godine.

Kakvi su vaši planovi za narednu godinu i koje nove proizvode nameravate da ponudite tržištu?

— Na početku Nove godine očekujemo potpisivanje značajnijih poslovnih aranžmana, o kojima pregovaramo poslednjih nekoliko meseci.

Naš cilj je da Društvo i dalje raste na profitabilnoj osnovi. Ostvarenju ovog cilja će svakako doprineti naše usmerenje ka

otvaranju novih i osnažavanjem postojećih distributivnih kanala prodaje. Intezivnom razvijanju brokerskog kanala i kanala prodaje putem poslovnih banaka i agencija, kao unapređenje rada interne prodajne mreže su naši prioriteti u putevima dolaznja do klijenta.

U segmentu usluga i paketa osiguranja, zahvaljujući odličnoj saradnji sa posrednicima u osiguranju, dobili smo kvalitetne informacije i smernice koje su nam neophodne za dalji razvoj proizvoda osiguranja za potrebe bankarskog i brokerskog kanala. Takođe, u skladu sa trendovima i zahtevima osiguranika nastavljamo sa uvođenjem web prodaje za nove proizvode i pakete osiguranja.

Šta bi ste poručili građanima koji još oklevaju da kupuju putno osiguranje?

— Bliže se praznici i školski raspusti. Mnogi turistički aranžmani u inostranstvo su već

rezervisani, a značajan broj je i prodat. Sastavni deo dokumentacije za putovanje, godinama unazad, postala je i polisa putnog zdravstvenog osiguranja.

Za putovanje u određene zemlje turističke agencije jasno ističu da je ova polisa neophodan dokument.

U našem portfelju konstatan je rast ove vrste osiguranja. Prošle godine smo prodali oko 110.000 polisa putnog osiguranja.

Poznato je da većina putnika kupuje ovu polisu, ali i dalje određeni broj ljudi, posebno kada odlazi u susedne zemlje, u regionu, ne kupuje polisu.

Ova činjenica pokazuje da je potrebno još dosta ulaganja u informisanje i edukaciju građana o potrebi ove vrste osiguranja, sa posebnom akcentom na sve moguće posledice u situaciji – šta sve mogu da očekuju ukoliko im se dogodi nezgoda ili se razbole u inostranstvu, u slučaju da nemaju polisu putnog zdravstvenog osiguranja.

Živimo u periodu u kome se povećava broj iznenadnih bolesti i nezgoda, zdravstvene usluge u inostranstvu su nam finansijski nedostupne, i zbog toga svakom putniku preporučujemo da, za veoma povoljan iznos premije osiguranja, kupi polisu putnog zdravstvenog osiguranja.

U FOKUSU

Jačanje eksternih kanala prodaje kao i proširenje online prodaje osiguranja

