



Николай Логофетов,
изпълнителен директор

НАЛАГАМЕ САМАТА ИДЕЯ ЗА ЖИВОТОЗАСТРАХОВАНЕ СРЕД БЪЛГАРИТЕ

- Г-н Логофетов, какво по-мощно за трайното настаняване, за развитието и добрите резултати на ЗАД „Граве България“ през изминалите 6 години?

- За нас е важна подкрепата и уникалното ноухау от страна на компанията майка - австрийският концерн „Граве Груп“. Важни са ясната политика, философията и наложените стандарти в работата, които възприехме и приложихме в българските условия.

От изключително значение обаче за всеки успех е „човешкият фактор“. За трайното ни позитивно налагане на българския застрахователен пазар допринасят хората, които работят за ЗАД „Граве България“. Използвам случая да благодаря на служителите в администрацията на дружеството, както и на тези, които реализират продажбите на нашите продукти, защото без тях този успех би бил невъзможен.

- Кои бяха основните успехи, трудности, тенденции през цялото това време?

- Първата трудност беше самият старт на дружеството. В течение на годините сме имали и известни спънки, и проблеми, но сега от разстоянието на времето те ми изглеждат незначителни. За нас основната цел е налагането на определен стил на работа на българския пазар - налагане дори на самата идея за животозастраховане сред българите. Когато стъпихме на този пазар, две-три години след тежката криза, която преживя българската икономика, времето не бе така добро за развитие на дългосрочен бизнес. Затова бяхме компания, която предлагаше нещо напълно ново на пазара - дългосрочно животозастраховане. Нужно бе да върнем доверието у хората да инвестират в дългосрочни програми своите пари, и то във време, когато повечето хора се замисляха за ежедневното

си съществуване.

- Какви са предварителните финансови резултати на дружеството за 2005 г. - премии, пазарен дял, печалба?

- Ръстът в премиения ни приход спрямо 2004 г. е 35 на сто. За нас това е много добър резултат, защото става дума само за дългосрочно животозастраховане. Все още нямам информация за приходите на другите застрахователи, но предполагам, че пазарният ни дял ще е около 5 процента. Премиите ни приходи са от порядъка на 7 730 000 лв., което е ръст от над 2 млн. лв. спрямо предходната 2004 година.

- Какво предстои през тази година и как бихте обяснили разширяването на дейността на дружеството из

он ни подтикна да разширим присъствието и бизнеса си в Бургас, който е един от най-бързо развиващите се центрове, в т.ч. и с най-успешна туристическа индустрия по Черноморието. Това рефлектира върху икономиката и доходите на хората, бизнесът там се развива активно.

- Има ли някаква промяна в портфейла на дружеството и кои са новите продукти, които налагате на пазара най-успешно?

- Няма промяна в политиката ни по отношение на продуктите. Продължаваме да предлагаме предимно дългосрочни спестовни застраховки „Живот“. Акцентът в момента пада върху най-новия ни продукт, който размести пластовете в



ност - към корпоративни клиенти или към индивидуални граждани, като имам предвид, че става дума за дългосрочно животозастраховане?

- Структурата на портфейла ни определя насоката ни - към индивидуалните клиенти преобладаващо. Това обаче не изключва корпоративните клиенти. Те също могат да купуват нашите продукти, но малко по-унифицирани като покрития, продължителност, застрахователни суми. Подобен тип застраховки не могат да бъдат твърде гъвкави, но осигуряват много по-сериозна защита и покритие за самия работодател от масовите чисто риско-

животозастраховането, което говори за по-голям интерес от страна на клиентите към животозастраховането. Ръстът през тези години се движи около 30-40 на сто. Надявам се, че и през следващите години ще се запази тенденцията за разширяване на пазара.

Известно преструктуриране на компаниите, както и пренастройването на дейността им до една година ще има във връзка с влизането в действие на Кодекса за застраховането. Той налага нови изисквания по отношение на капитала, на обучението на застрахователните агенти, на представянето на информация в надзорната институция - КФН, за всички застрахователни посредници и агенти на компаниите, полагането от тях на квалификационни изпити и др. Целта е подобряването на контрола над застрахователния пазар.

Разбира се, всичко това няма да окаже съществено влияние върху дейността на ЗАД „Граве България“. Нашите политики и заявления, както и метод на работа и в момента са съобразени с изискванията, поставени в новия застрахователен кодекс. Това е така, защото сме се придържали към австрийската практика, визирана до голяма степен в новия нормативен документ.

- Има ли нещо в данъчната политика, което е тревожно за мениджърите на животозастрахователни компании?

- Желателно е да има повече преференции в данъчната политика на животозастраховането, особено когато става дума за дългосрочни застраховки. Това са продукти, които генерират по-сериозни инвестиции от страна на застрахователите в българската икономика, инвестирайки в държавни ценни книжа, облигации и други финансови инструменти. Би могло да се намери по-добра формула за стимулиране на тази дългосрочна дейност, нещо, което ще повиши интереса към продуктите, оборотите на компаниите и респективно постъпленията в държавата. Конкретното предложение е да отпадне данъкът при изтичане срока на тези дългосрочни животозастрахователни програми.



страната? Наскоро открихте такъв офис в град Бургас...

- Основен приоритет за нас през 2006 г. е разширяването на мрежата от клонове за продажба на продуктите ни из цялата страна. След офисите ни в София и Пловдив в началото на февруари т.г. открихме нашия трети офис в град Бургас. Идеята е до края на годината да имаме още 2-3 нови дирекции за продажби в страната, като първата ще стартира до месец.

В Бургас стартираме още в края на миналата година, когато бяха назначени и първите служители. Там работят съвсем малко хора, но реализираните резултати през тези два месеца са много добри. Вече имаме двама мениджъри на екипи, още двама потенциални мениджъри на екипи, както и консултанти, които преминаха курс на обучение и започват активна работа. Офисът се намира в центъра на Бургас до една от най-оживените търговски улици - ул. „Богориди“. Големият потенциал на този реги-

продукцията на дружеството - програмата „Граве Комфорт“. Тя се предлага успешно както от собствените ни дирекции за продажба, така и от основния ни партньор „Евролайф България“ под названието „Евро Комфорт“. Това е спестовна застраховка „Живот“ за срок между 10 и 25 години със застъпен здравен елемент. Политиката покрива риска от 9 тежки заболявания и е от типа на застраховките за критични болести. Като добавка се предлагат и допълнителни покрития срещу злополука, болничен престой, инвалидност, смърт от злополука.

- Може ли да се твърди, че до голяма степен резултатите на ЗАД „Граве България“ се дължат на успешната работа на застрахователните ви посредници и кои са основните ви партньори?

- Да, успехите ни се дължат както на собствените ни структури за продажби, така и на нашите партньори. Брокерската фирма „Евролайф България“ е нашият най-значим партньор и съответно реализира основна част от продажбите на полиците ни. Друг наш партньор е „Еврогарант България“, а също така работим и с още няколко брокерски фирми.

- Към кого е насочена вашата застрахователна дей-



ви едногодишни застраховки „Живот“. При тях няма индивидуална възраст на клиентите, индивидуални покрития и суми, а всичко е усреднено. Единствените критерии са рисковите класове за определените професии.

Радостно е, че към новия ни продукт „Граве Комфорт“ проявяват интерес и корпоративни клиенти, мениджъри, които познават добре името на австрийската „Граве Груп“. Радостно е, защото става дума за дългосрочна инвестиция, а има мениджъри, които са с по-модерно мислене и проявяват грижа към своите служители, като ги застраховат за своя сметка. Това е много добра форма за допълнителна мотивация и бонуси към служителите, защото ги защитава от евентуално настъпващи болести или злополуки.

- Какви са тенденциите в животозастраховането, според вас има ли известно повишаване на животозастрахователната култура на българите през последните една-две години?

- През последните две години се вижда трайна тенденция за увеличаване ръста на

Участвайте в нашите игри! Очакват ви подаръци!

Diana

САМО ЗА ЖЕНИ

2 ПОДАРЪКА

Ръцете най-големите издайници на възрастта

Джована Алтанели Жаги от „Клонинг“

Сезонът: Пролетният грим „С.В. Валентин“ Време за подаръци!

Възвешта: Хремата може да стане симпатична!

10 въпроса за изврата

Аспро Месечни хороскопи (вашият астрологичен партньор)

Специална гимнастика топи целулита!

Natur Produkt

Интервю на
ИЛЕАНА СТОЯНОВА