

Инж. Петър Петров, директор „Имуществено застраховане“ в ЗАД „Армеец“



# „ЗАЩИТЕН ДОМ“ И „ЗАЩИТЕНА ФАМИЛИЯ“ СА ЕДНОВРЕМЕННО КЛАСИЧЕСКИ И НОВАТОРСКИ ПРОДУКТИ

**Н**а Международното финансово изложение „Банки Инвестиции Пари“, което се провежда през февруари 2006 г. в Пловдив, в конкурсната категория „Общо застраховане“ първа награда и приза „Финансов продукт на годината“ получи застраховката „Защитен дом“ на ЗАД „Армеец“. Продуктът осигурява пълно покритие на жилищата, вилите и стопанските сгради на гражданите, подобрения в тях и в прилежащите им помещения, както и на домашното имущество (общо обзавеждане, битови електроуреди, аудио визуална и електронна техника и други лични вещи). Дружеството изплаща обезщетение не само по стандартните рискове от загуба или увреждане на застрахованото имущество вследствие на пожар, мълния, експлозия, пагане и блъскане на летателно тяло, природни бедствия, аварии, късо съединение, вандализъм, кражба, грабеж и други, но и по ред допълнителни покрития. Прави впечатление луксозното изпълнение на полицата, разнообразното покритие и разумните нива на застрахователните премии за всеки отделен риск, което прави продукта високо конкурентен в сравнение с познатите досега при имуществено застраховане на граждани. Полученото в Пловдив отличие бе и поводът да се срещнем и разговаряме с инж. Петър Петров - директор „Имуществено застраховане“ в ЗАД „Армеец“ и един от авторите на наградения продукт.

- Г-н Петров, преди всичко честата награда. Защо подобно отличие стои продуктът, но зад него са хората, които са го създали. Кажете ни нещо за „кухнята“ на застраховката.

- По принцип това е стандартен застрахователен продукт, който се предлага от всяка застрахователна компания. Но тъй като познавам добре предлаганите на пазара имуществени застраховки, ще кажа, с риск да прозвучи нескромно, че наградата за „Защитен дом“ на изложението в Пловдив е напълно заслужена.

При разработването на един застрахователен продукт се изясняват концепцията, принципите, стилът, много компоненти. За мен едно от най-хубавите неща в застраховането е писането на условията на една застраховка. Нека започнем от самото наименование.

Още от създаването на „Армеец“ логото на компанията винаги е съдържало и изображението на щит. Защитата и сигурността са елементи на марката на компанията и затова избрахме то да фигурира в наименованието на продукта. Много е популярно наименованието „Домашно имущество“, но то визира вътрешността на дома; онова, което се намира в къщата, апартаментата, вилата. Същевременно има и много неща, които са извън сградата и изобщо не спадат към домашното имущество.

Със „Защитен дом“ може да се застрахова абсолютно вся-

какъв вид имущество срещу всички известни рискове. В полицата дори има по един свободен ред за вида имущество



дали ще бъде къса или дълга полицата, и т. н. „Защитен дом“ представлява класическа застраховка за физически лица и малки предприятия, естествено, след отразяване на развитието на пазара и на неговите продукти.

- Кога стартирахте продукта?

- През пролетта на 2005 г. започнахме преработка на цялата продуктова гама в областта на имущественото застраховане. „Защитен дом“ е, така да се каже, нашият пилотен продукт, който се продава от септември 2005 г. Освен това пуснахме и „Защитена фамилия“, която е също имуществена застраховка, предназначена за домакинствата. Особено внимание обърнахме на дизайна на самите документи. Важно е нещата не само добре да бъдат написани, но и добре да се представят. За удобство на клиентите документите са събрани в една папка - пълен текст на общите условия, предложението за застраховане, самата полица в три екземпляра, адресите на офисите в страната, списък на основните застраховки, които предлагаме. Същевременно сме се старали максимално да улесним и агентите, които предлагат полицата. Общоприета практика в имущественото застраховане е в предложението за застраховане да се повтори изцяло таблицата от полицата с групите имущества и покритите рискове. Избегнали сме това, като в предложението сме оставили само писмено зададени въпроси, имащи съществено значение за оценката на риска. Включили сме и един

къс опис на имущество, което се застрахова срещу кражба чрез взлом. Освен риска „Кражба чрез взлом“ продаваме и риска „Кражба чрез използване на техническо средство“, което не се предлага широко от застрахователите.

- Наградата в Пловдив ви е присъдена от професионалисти в бранша. Но, както се случва и на кинофестивалите, журитата не винаги дават награда на филми, които публиката е предпочела...

- Съвсем кратко ще ви отговоря - от момента на пускането на „Защитен дом“ премиеният ни приход по застраховката нарасна двойно. Ето каква е оценката на „публиката“, на пазара. Явно оценките и на професионалистите, и на клиентите съвпадат...

- Споменахте, че сте поместили пълния текст на общите условия. Понякога към застрахователите се отправят упреци, че умишлено поставят подводни камъни в общите условия, за да могат впоследствие, при настъпване на застрахователно събитие, да си оставят вратичка за отказ да платят обезщетение...

- Стремехът ни беше да изработим възможно най-добре представените условия на пазара. Те имат точни формулировки от професионална гледна точка, за да бъде избегната каквато и да е двусмислица; но сме търсили и най-подходящата дума, за да бъде всичко разбираемо и достъпно за обикновените потребители. Клиентът трябва да знае кои рискове са покрити и кои не, кога плащаме обезщетения и кога - не. И още нещо - какви са неговите задължения като застраховано лице към застрахованото имущество.

Друго характерно за продукта е, че сме оставили самото застраховано лице да избира размера на застрахователната сума. Право пък на застрахователя е, ако прецени, да определя действителната стойност към датата на застрахователното събитие. Бих добавил, че във връзка с влизането в сила на Кодекса за застраховането отново извър-

шихме преглед и актуализация на общите условия. Много от новите моменти в кодекса дават по-добри възможности за точно формулиране на текстовете с цел потребителите да бъдат наясно с последиците от едно или друго действие. Така е например по отношение на хипотезата на неплащане на по-

редната вноска при разсрочено плащане.

- А как стоят нещата с обезщетенията? Имате ли много застрахователни случаи, особено във връзка с наводненията?

- Застрахователните случаи при нас не са много. Продажбите ни са добре разпределени на територията на цялата страна и затова резултатите ни по тази застраховка не са обезпокояващи въпреки наводненията. Не трябва да забравяме, че имаме и много добра презастрахователна програма, която ни дава спокойствие и сигурност.

- Днес явно образцов дом е защитеният дом. Но вие споменахте в началото на нашия разговор и друг продукт - „Защитена фамилия“.

- „Защитена фамилия“ представлява типична къса полица. Това е полица, създадена, образно казано, за бързо сключване. При нея няма предложение за застраховане, рисковете и имуществата са групирани, тарифите не са в проценти, а в левове. Бързо и лесно се работи с тази застраховка, пести се време; примерно не се правят описи срещу кражба чрез взлом при цена до 3000 лева. Не се говори и за разликата между застрахователна сума и действителна стойност, а просто се избира лимит, покритие и цена - например за сграда с лимит 10 хил. лева, застрахована срещу пожар, бедствия и аварии, застрахователната премия е 10 лева. Не се издава и квитанция, защото полицата изпълнява и тази функция. Следвайки правилата на пазара, ние създадохме професионален и конкурентен продукт и му дадохме и хубаво име. Полицата се посреща много добре и от клиенти, и от агенти. Това е най-доброто мерило за един застрахователен продукт. Компанията ни като цяло се развива много динамично. Всяка година премиеният ни приход се увеличава значително и един от начините да продължим напред е, като предлагаме подходящи и добре обмислени продукти.

Разговора води  
СЛАВИМИР ГЕНЧЕВ



и за вида риск. Те са непопълнени и предлагат още някаква възможност - според предпочитанията на клиента. По този начин застраховката става много по-гъвкава.

- Вие сте стъпили, разбира се, върху предишни продукти.

- Да, имаме подобна застраховка. Винаги се тръгва от нещо съществуващо, което е предлагано до момента; не може без приемственост. Но следва и много творческа работа - проучване на пазара, на тенденциите, на това, което в момента се предлага от другите колеги, избор на хипотеза -