

ЗД „ВИТОША“ АД ЩЕ ПРЕДЛОЖИ СЕГМЕНТИРАН ПОДХОД ПРИ ЗАСТРАХОВКАТА „ГРАЖДАНСКА ОТГОВОРНОСТ“

● Клиенти на дружеството ще спечелят 20 мотопеда Piaggio от промоционалната кампания „Залепи и спечели“

На 7 ноември т. г. мениджърският екип на застрахователно дружество „Витоша“ АД, част от UNIQA Group, Австрия, на специална пресконференция даде официален старт на промоционалната кампания „Залепи и спечели“ на застраховка „Гражданска отговорност“ на автомобилистите. Събитието се състоя в атрактивния шоу-рум „Мазерати“ в София. Кампанията е резултат от успешното развитие на интеграционния процес между ЗД „Витоша“ АД и UNIQA GROUP. Популярният автомобилен състезател Крум Дончев демонстрира качествата на един от 20-те мотопеда Piaggio, които ще получат печелившите от играта в рамките на промоционалната кампания „Залепи и спечели“.

В пресконференцията участие взеха Йордан Генчев - председател на УС и главен изпълнителен директор на ЗД „Витоша“ АД, Николай Генчев - изпълнителен директор и главен финансов директор, Елена Караджинова - изпълнителен директор и главен търговски директор, Крум Дончев - състезател и рекламно лице на кампанията по застраховка „Гражданска отговорност“ на дружеството, и Лъчезар Буюклийски, търговски директор на AVTO-UNION, домакин на промоцията.

В своето експозе г-н Николай Генчев представи собствениците на дружеството - австрийската група UNIQA, която притежава над 25 дъщерни застрахователни дружества в 16 държави в цяла Европа. С персонал от над 12 500 служители тя осигурява обслужването на над 5 милиона клиенти. UNIQA има международен финансов рейтинг „А“ от Standard & Poor's, потвърден и през тази година.

UNIQA е най-предпочитаният застрахователен бранд в Австрия и една от водещите застрахователни групи в Централна и Източна Европа. Общата сума на премиения приход за 2005 г. на всички компании от UNIQA Group Austria е повече от 4,7 милиарда евро. А общата сума на печалбата преди данъци възлиза на 190,3 милиона евро, 28,4% от които са генерирани извън Австрия. Основен акционер в UNIQA е Raiffeisen Banking Group.

През 2007 г. UNIQA ще придобие контролен пакет от 51% от капитала на ЗД „Витоша“ АД, а до 2009 г. ще придобие 75% от капитала с тенденция за придобиване на 100% от акциите на дружеството до 2010 г.

Г-н Генчев съобщи, че на 9 октомври т. г. на проведените общи събрания на акционерите на ЗД „Витоша“ АД и на ЗК „Витоша Живот“ АД (и двете са част от UNIQA Group, Австрия) е било прието решение за увеличаване на капитала и на двете дружества. Увеличението при ЗД „Витоша“ АД е значително и нарежда дружеството сред застрахователните компании с най-голям капитал на българския пазар.

С иновативните си застрахователни продукти, пазарно ноу-хау и фирмени ценности UNIQA допринася за засилване на пазарните позиции на ЗД „Витоша“ АД и спомага за цялостното разгръщане на бизнес стратегията на дружеството за задоволяване на индивидуалните потребности на клиентите чрез предлагане на пълна гама от продукти, изключително качество, първокласно обслужване, гъвкавост и сигурност. Първостепенна цел на ЗД „Витоша“ АД винаги е била 100% удовлетворяване изискванията на



клиентите, така че бързото и коректно изплащане на застрахователните обезщетения продължава да бъде основно правило при взаимоотношенията с клиентите.

ЗД „Витоша“ АД предоставя висококачествено обслужване чрез разгърната мрежа от над 80 клонове и агенции в цялата страна. Служителите на дружеството са екип от професионалисти - застрахователи и презастрахователи с дългогодишен стаж в застраховането, с допълнителна квалификация във водещи застрахователни и

рия в ЕС. Тази новост е методологията на австрийската група UNIQA за **сегментиран подход** при застраховката „Гражданска отговорност“ на автомобилистите. Тя е разработена след много сериозни усилия и труд от специалисти по автомобилно застраховане на ЗД „Витоша“ АД и UNIQA. Направени са задълбочени анализи на пазара за 3 години назад. Вследствие на тези анализи са определени и критериите за сегментиране.

За да може дружеството да предложи конкурентни цени, тарифите по „Гражданска отговорност“ за леките автомобили ще бъдат сегментирани на базата на следните критерии:

- Обем на двигателя в куб. см;
- Възраст на собственика на МПС;
- Регион на собственика на МПС - големи/малки населени места.

Целта е да се намери най-добрата цена според възможностите на клиентите в различните сегменти.

презастрахователни компании в Европа.

След експозето на г-н Генчев г-жа Елена Караджинова запозна подробно присъстващите журналисти и гости с промоцирания продукт. Винаги има нещо, което се случва за първи път, подчерта г-жа Караджинова. ЗД „Витоша“ АД ще прилага нов подход в съвършено нова и различна ситуация - в условията на членството на Бълга-

Стремежът на дружеството е не само увеличаване дела на автомобилния бизнес, а предлагане на разнообразни застрахователни продукти, бързо и адекватно реагиране на потребностите на пазара, качествено обслужване на клиентите чрез гъвкава тарифна политика, адекватна застрахователна защита и бърз ликвидационен процес, разумно управление на риска и добре балансиран застрахователен порт-

пация „Залепи и спечели“ за застраховката ще започне на 15 ноември т. г. със специално заснет клип. Но стартият беше даден още на 7 ноември от популярния автомобилен състезател Крум Дончев, който е и рекламно лице на кампанията.

Г-н Дончев гоиде на срещата с медиите с атрактивен мотопед Piaggio. Двайсет от тези мотопеди ще получат клиенти на

Гражданска отговорност на автомобилистите

ПРОМОЦИОНАЛНА КАМПАНИЯ „ЗАЛЕПИ И СПЕЧЕЛИ“



Застраховането на едно ново поколение



фейл, презастрахован в UNIQA Re AG, което осигурява на дружеството независима и дългосрочна презастрахователна защита.

Дружеството особено много държи на индивидуалния подход и коректността към клиентите. С това то е познато на застрахователния пазар от 15 години, обобщил г-жа Караджинова.

Официално промоционалната кам-

пания „Залепи и спечели“ включили се в промоционалната кампания с игра „Залепи и спечели“. Съгласно условията на промоцията собственикът на всеки автомобил със сключена в периода 15 ноември 2006 - 19 януари 2007 г. и еднократно платена застраховка „Гражданска отговорност“ на автомобилистите получава UNIQA стикер, който да залепи върху автомобила.

И още: след отлепването на стикера остава талонът за участие в играта. Клиентът го попълва и го пуска в някоя от лотарийните кутии, поставени в офисите и при посредниците на ЗД „Витоша“ АД.

В края на януари 2007 г. Крум Дончев ще изтегли имената на 20 клиенти, които ще получат по един от 20-те мотопеда Piaggio.

Печелившите трябва да имат стикер, залепен върху автомобила.

Рекламното лице на кампанията Крум Дончев е един от най-добрите рали-пилоти и е първият българин вицешампион в европейския рали-шампионат за 2006 г. На промоцията той заяви, че е очарован от новата серия мотопеди на Piaggio, които вече се предлагат на българския пазар. Успешният пилот, свикнал с високите скорости, признава качеството на Piaggio, представяйки прекрасния градски скутер като удобен и елегантен и със страховтен дизайн. Мотопедът е полезен за хората и за изграждането на една нова градска култура. Предимствата са много - от съотношението цена-качество, което е отлично - до възможността този клас мотопеди да се управляват и от деца под 16 години само с лични карти след официалното ни приемане в ЕС.

СЛАВИМИР ГЕНЧЕВ
Снимки
ГЕОРГИ ДЕРМЕНДЖИЕВ