



МЕЖДУНАРОДНО ФИНАНСОВО ИЗЛОЖЕНИЕ  
**Банки Инвестиции Пари**

# ЗД „КД ЖИВОТ“ АД С ПРИЗА „ФИНАНСОВ ПРОДУКТ НА ГОДИНАТА“ В КАТЕГОРИЯТА „ЖИВОТОЗАСТРАХОВАНЕ И ОСИГУРЯВАНЕ“

Както съобщихме в миналия брой, на Международното финансово изложение „Банки Инвестиции Пари“, проведено в Пловдив от 27 до 29 февруари т. г., за финансов продукт на 2007 г. в категорията „Животозастраховане и осигуряване“ първа награда получи продуктът на ЗД „КД Живот“ АД (част от словенската финансова група KD Group) „Фондополица с инвестиционен пакет“.

Застраховката „Фондополица с инвестиционен пакет“ бе избран за най-успешен животозастрахователен продукт по критериите финансови и качествени ползи за клиента, достъпност, иновативност и уникалност. ЗД „КД Живот“ АД е първата животозастрахователна компания, която получава тази престижна награда, преди да е изминала и година от старта на нейната дейност.

Над 99% от продажбите на дружеството са от продукта „Фондополица“, комбиниращ в себе си застрахователна защита и доходност от избрани български и международни инвестиционни фондове. Още при откриването на форума в Пловдив г-н **Стефан Стефанов** получи от министъра на финансите Пламен Орешарски номинацията за участие в конкурса, а вечерта на специална церемония членът на журито и един от доайените на застраховането в България **Лука Доков** връчи приза „Финансов продукт на годината“ на **Гълъбин Гълъбов**, член на Борда на директорите на дружеството.

Г-н Стефанов взе участие и в дискусиите на тема „Потенциалът за развитие на застрахователния и осигурителния пазар в България в условията на засилена конкуренция“, която се провежда в дните на изложението.

Стефан Стефанов - главен директор „Маркетинг и продажби“ на ЗД „КД Живот“ АД

## БЪЛГАРИНЪТ СЕ ОКАЗА НЕ ТОЛКОВА КОНСЕРВАТИВЕН, КОЛКОТО МИСЛЕХМЕ



Г-н Стефанов, как приехте наградата?

- От „КД Живот“ се гордеем с факта, че още през първата година успяхме да получим такава награда и че нашият продукт се оценява толкова високо.

- Във в. „Застраховател прес“ сме представяли продукта обстойно още при старта на дейността ви. Тогава той беше съвсем нов и тепърва започвахте да го лансирате, но вие изразихте увереност, че ще се приеме добре - преди всичко от клиентите. Оправдаха ли се вашите очаквания в това отношение?

- Фондополицата се продава много успешно. Това може да се види и от данните, които Комисията за финансов надзор изнася всеки месец - 99,03 на сто от нашите продажби се падат на фондополицата. Резултатите са още едно доказателство, че продуктът е много атрактивен и интересен, щом и самите клиенти го оценяват високо. Това бяха и очаквани резултати, тъй като KD Group е експерт в областта на подобни продукти и пренася успешното си know-how и на местния пазар.

- Кога точно започнахте реализацията?

- През май месец миналата година.

- По това време още нямате достатъчно развита мрежа и толкова канали за продажба... Как го постигнахте?

- С работа. Работим усилено и вече разполагаме с десет офиса в цялата страна. Продължаваме експанзивното развитие на компанията. Имаме повече от 150 агенти, което за такъв кратък срок от време е доста сериозно постижение. От тази гледна точка продуктът, който предлагаме и който наистина е много качествен, ни помага много за доброто и бързо развитие.

- Фондополицата се характеризира с три профила, казано на по-публицистичен език - нискорисков, балансиран и високодоходен. Какви са по възраст признак вашите клиенти? Младите хора ли са по-склонни да рискуват?

- Предпочитанията не са свързани толкова с възрастта. Всеки човек си има някакво виждане какво иска да постигне, доколко е склонен да поеме риск, за какъв период от време може да отдели парите си. За разлика от пенсионните фондове, при които в някои държави има възрастови ограничения в какви типове фондове може да се инвестира, нашите продукти, тъй като са от десет години нагоре като период, предполагат намаляване на флукуациите и рисковете. В световен мащаб е доказано, че при продукти с дългосрочност повече от десет години и въобще за инвестиции над десет години опасността от загуби е нищожна. Затова ние предлагаме възможността всички клиенти сами да преценяват какъв вид инвестиция искат: дали да бъде по-нискорискова, или по-високодоходна. Това е тяхно решение. Понеже сме наясно, че българинът е малко по-консервативен, очаквахме да има по-голяма група хора, които ще предпочетат консервативните стратегии. Фактите обаче сочат друго: повече от 60 на сто от клиентите ни са избрали по-високодоходните схеми на инвестиране.



пазона 20%-25% годишно.

Г-н Стефанов се възползва от възможността да представи финансовия продукт на годината в съответната категория, като наблегна и на основните предимства на застра-



В презентацията си „Животозастрахователният пазар в България - анализ и перспективи за развитие“ г-н Стефанов направи анализ на пазара за изминалата година. Основните акценти бяха върху продължаващия висок ръст на пазара на животозастрахователни продукти в България (25,7% за 2007 г.) и нарастващия интерес към застраховките, свързани с инвестиционен фонд (с ръст 55% за 2007 г.). Все повече компании се ориентират към предлагането на подобни продукти

(както показват данните за периода 2 март 2007 г. - 8 март 2008 г.) и очакванията в следващите няколко години са тези иновативни продукти да станат водещи на пазара и да изместят класическата застраховка „Живот“ и рента.

Изразено бе и мнение, че очакванията за развитието и ръстът като цяло на българския животозастрахователен пазар ще се запазят през следващите няколко години в диа-

ховките „Живот“ с инвестиционен фонд.

След церемонията по награждаването представител на редакцията разговаря с главния директор „Маркетинг и продажби“ на дружеството Стефан Стефанов.

