

Георги Георгиев, председател на УС и изпълнителен директор на ЗК „Уника Живот“ АД

## НАЙ-ЦЕННОТО НИ ПОСТИЖЕНИЕ Е БАЛАНСИРАНОТО РАЗВИТИЕ НА ПОРТФЕЙЛА

● Премийният ни приход за 2007 г. е 30,685 милиона лева, а ръстът спрямо миналата година е 93,99%

● 2007 г. е и най-ефективната година в историята на компанията с печалба от 1,397 милиона лева

- Г-н Георгиев, ЗК „Уника Живот“ АД се нареди сред първите три най-големи животозастрахователни компании в България. Как се постига такъв респектиращ резултат?

- Постигнатите резултати през 2007 г. в животозастраховането са огромен успех за колектива на „Уника България“. Общият премиен приход, реализиран за годината, е 30,685 млн. лв., с което постигнахме ръст от 93,99%. Това е поредната година, през която ЗК „Уника Живот“ АД постигна темп на растеж значително над средния за пазара и се нареди

в челната тройка на животозастрахователите в България. Както и друг път съм отбелязвал, успехите са резултат на многогодишния ни упорит труд. ЗК „Уника Живот“ АД заедно със ЗК „Уника“ АД разполага с една от най-развитите регионални мрежи в страната. Ние имаме офиси в над 100 населени места. Постигнахме определени успехи в изграждането на собствените агентски мрежи. Засилихме сътрудничеството със застрахователните брокери, като за нас работят вече близо 100 от тях. Започнаха да дават резултат новата стратегия на „Уника“ за развитие на продажбите, както и проведените маркетингови и рекламни кампании. В резултат на това шест от регионалните агенции реализираха премиен приход над 1 млн. лева.

- Кое от постигнатото през 2007 г. отчитате за себе си като най-голямо постижение?

- За мен най-ценното е, че постигнахме балансирано развитие на портфейла. При всички видове застраховки са постигнати значителни ръстове в приходите от продажби спрямо предходната година.

Общият брой на новосключените застрахователни полици през годината е 117 544 броя, с които сме застраховали над 380 000 лица - с над 100 000 в повече спрямо 2006 година.

През годината са извършени общо 6 339 броя плащания по застраховки и са изплатени застрахователни суми и обезщетения за 12,955 млн. лв.

Освен с добрите резултати в продажбите 2007 година е и най-ефективната година в историята на компанията с печалба от 1,397 млн. лв. Освен интересите на акционерите ние успешно защитихме и спестяванията на нашите клиенти с дългосрочни застраховки, като разпределихме по техните партии доход от 11,5%.



- Кои застрахователни продукти са приоритет на ЗК „Уника Живот“ АД и защо?

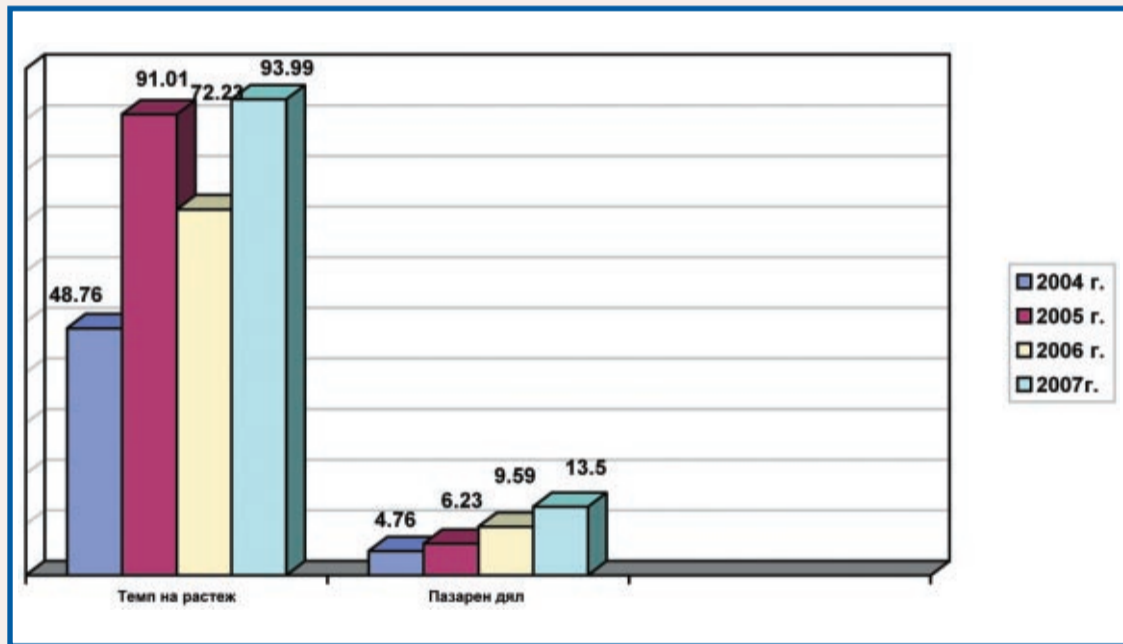
- ЗК „Уника Живот“ АД е универсална животозастрахователна компания и като такава нашата цел е да развиваме максимално всички видове застраховки. Разбира се, в отделни моменти се дава приоритет на един или друг вид застраховане или конкретен продукт. Така например през 2006 година усилията ни бяха насочени към банковото застраховане на кредитополучатели, в резултат на което създадохме един от най-добрите продукти на нашия пазар. През 2007 г. постигнахме много добри резултати в продажбите на този продукт заедно с нашия партньор „Райфайзен банк“. За миналата

ЗК „Уника Живот“ АД заедно със ЗК „Уника“ АД разполага с една от най-развитите регионални мрежи в страната. Ние имаме офиси в над 100 населени места. Постигнахме определени успехи в изграждането на собствените агентски мрежи. Засилихме сътрудничеството със застрахователните брокери, като за нас работят вече близо 100 от тях. Започнаха да дават резултат новата стратегия на „Уника“, за развитие на продажбите, както и проведените маркетингови и рекламни кампании. В резултат на това шест от регионалните агенции реализираха премиен приход над 1 млн. лева.

2007 година приоритет беше застраховката „Живот“, свързана с инвестиционен фонд, която започнахме да продаваме от 1 ноември и постигнахме значително по-добри резултати от очакваните.

- Ще пускате ли скоро нови застраховки и какви?

- „Уника“ е иновативна компания и като такава и през тази година ще предложи на своите клиенти нови продук-



специфичното при него?

- Във философията на концерната „Уника“ е залегнало убеждението, че всеки пазар има своите специфични особености. По тази причина ние не предлагаме директно същите продукти, които се продават и в Австрия, а се извършва адаптация на тези продукти към нашите условия. Може да се каже, че ползваме ноу-хау от австрийската „Уника“ като идеи и основни конструкции на продуктите.

- Какви са целите на ЗК „Уника Живот“ АД за 2008 г.?

- През настоящата 2008

Асоциацията на българските застрахователи (АБЗ) обсъди проблем с вноските, които животозастрахователните компании са длъжни да правят в новосъздадения Обезпечителен фонд. Моля, обяснете точно в какво се изразява този проблем. Има ли вече намерено решение за него и какво е то?

- Темата за Обезпечителния фонд е много сериозна. От една страна, създаването на фонда е една гаранция за потребителите на застрахователни услуги. Наред с това обаче потребителите на животозастрахователни продукти са поставени в изключително неравностойно поло-

г. ни очакват нови предизвикателства. Приет е амбициозен план за премиен приход. В началото на годината приключи обучението на новата категория служители - мениджъри продажби, и стартира новата агентска мрежа „Карьера“. Целта е да се увеличи продажбите в ритейл бизнеса чрез развиване на новата форма на „кръстосани продажби“. Надявам се няма да звучи нескромно, но минималната цел е да запазим пазарните си позиции.

- Какви са мотивите един клиент да избере ЗК „Уника Живот“ АД, а не някоя друга животозастрахователна компания?

- Корпоративната философия на „Уника“ се основава на устойчиви във времето ценности, които задават стандартите за бизнес развитието на компанията. Тези ценности са: качество, уважение, почтеност, единство и гъвкавост. ЗК „Уника Живот“ АД споделя тези ценности и ги прилага в своята практика. Това се харесва от нашите клиенти и те ни оказват доверие.

- Преди време животозастрахователната комисия на

жение спрямо потребителите на задължителните застраховки „Гражданска отговорност“ на автомобилите и задължителна застраховка „Злополука“ на пътниците. Докато на вторите се гарантират вземанията в пълен размер до размера на минималната задължителна застрахователна сума, то за нашите застраховани се гарантират едва вземания в размер до осем хиляди лева. Още тревожно е, че фондът е общ и много вероятно е вноските от животозастраховането да бъдат използвани за обезщетяване на потребители по общо застраховане.

- Кои са най-големите трудности пред българските животозастрахователни компании в момента и какво развитие на пазара очаквате?

- Животозастрахователният пазар през последните години се развива успешно със сравнително равномерни темпове на растеж. Тревожна е растящата инфлация, която неминуемо ще даде негативно отражение върху дейността ни.

Въпросите зададе  
ЙОАННА СТЕФАНОВА