

Стефан Стефанов, изпълнителен директор

ЩЕ ИЗЛЕЗЕМ НА БЪЛГАРСКИЯ ПАЗАР С НОВИ ПРОДУКТИ И НОВА СИСТЕМА НА ПРОДАЖБИ

● Целта ни е през следващите 10 години да заемем между 8 до 10 на сто пазарен дял в животозастраховането



- Г-н Стефанов, бихте ли представили в началото на нашия разговор финансовата група, чийто член е и ръководено от вас дружество?

- KD Group е словенска компания, основана през 1994 г. Стартира дейността си като дружество за управление на активи и постепенно развива бизнеса си във всички аспекти на финансовите услуги. Тя е една от водещите компании за финансови услуги в Централна и Източна Европа, чиито активи са в размер на над 1,1 млрд. евро. Освен в Словения, към днешна дата групата има представителства в Сърбия, Хърватска, България, Румъния, Словакия, Босна и Херцеговина, Черна Гора, Люксембург и САЩ. В Словения дружествата от групата държат челните места на застрахователния пазар.

Животозастрахователната компания Slovenica Zivljenje притежава близо 13 на сто пазарен дял и се нарежда на трето място в страната. В общото застраховане Adriatic Slovenica е втора с пазарен дял от близо 17 на сто. За 2006 г. brutният премиен приход в животозастраховането е 55 млн. евро, в общото застраховане - 138 млн. евро, а в здравното осигуряване - 78 млн. евро. Очакванията за 2007 г. са за общ ръст от 12 на сто, при което в животозастраховането са планирани премии от 70 млн. евро, а в общото застраховане - 147 млн. евро.

Сред дъщерните фирми на групата са и българските „КД Инвестмънтс“ ЕАД и „КД Секюритис“ ЕАД. КД „Инвестмънтс“ е основано и лицензирано от Комисията за финансов надзор през 2003 г. Предметът му на дейност е управляване на дейностите по набиране на парични средства чрез публично предлагане и обратно изкупуване на акциите и дялове на едно инвестиционно дружество от отворен тип и два договорни фонда. „КД Секюритис“ ЕАД е инвестиционен посредник, който стартира дейността си в началото на 2006 г.

Застрахователно дружество „КД Живот“ получи лиценз от Комисията за финансов надзор на 20 декември 2006 г. То е третото дружество на КД след основаните по-рано животозастрахователни компании в Румъния и Словакия. Ще извършва-

ме дейност по 3 вида застраховки: застраховка „Живот“ и рента, застраховка „Живот“, свързана с инвестиционен фонд, и „Допълнителна застраховка“ („Злополука“).

Официално нашата дейност стартира през месец май 2007 г. Капиталът на компанията е 6 млн. лева, разпределен в 60 000 броя акции по 100 лева. Акционери са словенското дружество КД „Холдинг“ Любляна (KD Holding), което държи 95.1% от капитала на дружеството, а останалите 4.9% са на словенската животозастрахователна компания „Словеника Живление“ (Slovenica Zivljenje).

- Вие сте последното (засега) лицензирано от КФН животозастрахователно дружество. Всички твърдят, че българският пазар притежава голям потенциал, но развитието му на този етап не е особено задължително.

- Смятам, че стъпихме на българския пазар точно навреме. Както виждате, стартираме с българско дружество - не с клон или с лиценз от ЕС. Философията на нашата компания е да развием местно дружество с местен мениджмънт, защото много разчитаме на българ-



растващия интерес на клиентите към този пазарен сегмент, защото той има голям потенциал на съвременен застрахователен пазар, какъвто е българският. Продуктът на „КД Живот“ е наречен „Фондполица“ - името, под което се предлага и в Словения, където компанията също първа е лан-

сигуриелна компания „Родина“ като директор „Маркетинг и продажби“, в AIG Life (Bulgaria) като Sales Executive и Unit Project Leader и в HVB Bank Biochim като ръководител на отдел „Алтернативни канали за дистрибуция“.

От септември 2006 г. е изпълнителен директор и член на Съвета на директорите на ЗД „КД Живот“ АД.

Семеен е, има две деца.

Хоби: изкуство (кино) и спорт (футбол).

Любима фраза: „Казана дума - хвърлен камък“.



На 20 юни т. г. в столичния хотел „Шератон“ мениджмънтът на ЗД „КД Живот“ АД представи атрактивния нов продукт на дружеството ФОНДПОЛИЦА с инвестиционен пакет по избор на клиента.

Повече подробности за този продукт ще публикуваме в следващ брой на В. „Застраховател прес“.

гарския пазар и ще му отделим подобаващо внимание.

Според нашите виждания този пазар тепърва започва да се развива. На това се дължи и интересът на други западни компании. Неслучайно много от големите световни компании също присъстват тук. Повечето от тях обаче предлагат стандартни спестовни застраховки „Живот“.

Стратегията на „КД Живот“ на българския пазар ще бъде насочена главно към комбинираните застрахователни продукти - застраховки „Живот“, свързани с инвестиционен фонд. Ориентирането към такава стратегия се налага от бързо на-

сирала подобна застраховка.

„Фондполица“ дава възможност за обвързване на застрахователния договор с инвестициите във взаимни фондове. Фондовете, с които е свързана у нас тази застраховка, са нискорисковият КД „Облигации България“, балансираният КД „Пеликан“ и високодоходният КД „Акции България“.

Желанието ни е да развиеме такъв тип застраховки, защото сме експерти в тази област.

- Подобни продукти се предлагат на българския пазар и от други компании...

- Наистина и други дружества използват подобна терминология. Но, с

малки изключения, техните продукти нямат нищо общо със застраховките, свързани с инвестиционен фонд.

При нашия продукт клиентът има възможност да избере един от фондовете или комбинация от тях според предпочитанията си за степента на риска. Може да избере и каква част от премията да бъде отделена за застрахователна защита и каква - за инвестиции. Това е нещо, което липсва при останалите компа-

нии, предлагащи продукти с такова наименование. Същевременно в течение на самия застрахователен договор компанията дава възможност за смяна на фонда, като веднъж годишно това става безплатно. Скоро към трите фонда в България ще прибавим и други фондове, управлявани от групата, които към момента в Европа са 25 на брой.

Тъй като много дължим на прозрачността, нашите фондове дават ежедневно стойности, за да могат клиентите ни да се информират как се движат техните инвестиции. Ако не са доволни, съответно могат да сменят фонда, и обратно - ако сметнат, че нещата се развиват доб-

ре, могат да вложат допълнителни средства в него. Това важи и за първите ни клиенти, които инвестират на този етап само в трите български фонда.

При стандартната застраховка „Живот“ клиентът има гарантирана застрахователна сума, която е една и съща през целия период на застраховката. Да вземем такъв случай: 30-годишен мъж с 25-годишна застраховка при 100 лева на месец ще получи застрахователна су-

мента. И най-нискорисковият ни фонд - КД „Облигации България“, който носи риск колкото един банков депозит, достигна 12,5 на сто доходност през последните 12 месеца (считано към м. май 2007 г.) Балансираният „КД Пеликан“ достигна 30 на сто, а високодоходният „КД Акции“ - 49,45 на сто доходност.

- Вие имате амбицията бързо да изградите мрежа за продажби и вероятно вече я създавате.

- Новост, на която ще заложим, е въвеждането на т.нар. Salaried Sales Force (платени сили за продажба), т.е. консултанти на заплата и процент към нас. Те ще работят на трудов договор при пълен работен ден. Още не сме се спрели на точно наименование на български, но това ще бъде съвсем нова за българския пазар система за продажби. Тя дава много добри резултати.

В страните, където я използваме - Словения, Словакия, Румъния, тези платени консултанти, ако така ги наречем, осъществяват от шест до осем пъти повече продажби в сравнение с агентите, които работят на комисиона. До края на годината се очаква да бъдат назначени около 60-70 човека на подобна позиция.

Освен това ще развиваме и типично агентска мрежа - агенти, мениджъри на екипи, мениджъри на агенции... Ще използваме всички възможни канали за продажба, познати и непознати в България.

Освен в София вече имаме офис и в Пловдив. Смятаме в кратък срок да покрим цялата територия на страната чрез откриването на представителства в по-големите градове, но преди всичко там, където намерим хора, готови да работят за нас. Няма да разкриваме представителства на всяка цена, само и само за да „стъпим“ в един или друг град.

Вече имаме подписани договори със застрахователни брокери, други финансови и нефинансови институции, преговаряме и с няколко банки. Започнахме продажби чрез call-център, ще продаваме през интернет и т. н.

Що се отнася до дългосрочните ни планове, искам през следващите 10 години да заемем между 8 до 10 на сто пазарен дял. Освен застраховките, свързани с инвестиционен фонд, които предлагаме, смятаме да лансираме на българския пазар още няколко продукта, които са изцяло нови и непознати у нас.

Разговора водиха ПЕТЪР АНДАСАРОВ, СЛАВИМИР ГЕНЧЕВ