



Татяна Болашкова, директор на ЗПК „Лев инс“ АД - Агенция София - Паметника „Левски“

„ВРЕМЕТО Е В НАС И НИЕ СМЕ ВЪВ ВРЕМЕТО“

Чувството ми е доста противоречиво - странно, но и вълнуващо, защото съм имала честта да бъда в родилния екип на в. „Застраховател“. Бяхме страшно ентузиастични. Искеше ни се да се получи вестник, който да бъде полезен не само на колегите в застраховането, но и на потребителите на застрахователни услуги. Вестникът е жив, това е факт. На екипа пожелавам да го прави все по-жив, по-интересен и по-търсен.

Колкото до моето място сега на страниците на вестника, питам се защо точно аз и съм абсолютно убедена, че поне още петдесет колеги от компанията биха споделили интересни идеи, мнения и опит, защото знаят много и могат много. Предполагам, че те не биха ми се разсърдили, ако и от тяхно име изразя нещо от това, което сме обсъждали, което ни е тревожило, което сме искали да се промени в името на нашите клиенти, на по-доброто позициониране на фирмата на българския пазар, на нейния имидж.

Мисля, че всички ние, които толкова дълго време сме в застраховането, можем да се наречем щастливи. Нима не е малка частица от щастието изпитването на удовлетворение, че вършиш нещо, което е за доброто на хората. Не е и пресилено да се каже, че сме се посветили на един изключително благороден бизнес, който в същото време е иновационен, нестандартен и страшно интересен.

Днес икономиката, в т.ч. застраховането, и благосъстоянието на населението до голяма степен зависят от новостите в знанието, от тяхната трансформация в нови методи, техники, технологии, продукти и услуги. Знанието е съществено елемент от европейския начин на живот. Като европейци и ние сме се устремили към по-висок стандарт и по-високо качество на живот. Изправени сме пред решаването на проблеми от съществена важност - опазване на околната среда и здравето на хората. Идеята за превенция, профилактика, за възпитаване на навици за здравословен начин на живот, за грижа към природата и заобикалящата ни среда е немислимо да бъде реализирана без сериозна работа, без прогреса на знанието и приложението му. Разбира се - и без подготвени кадри.

Затова, съвсем не случайно, днес се говори за преход към икономика на знанието като един от главните приоритети на регионалните политики на Европейския съюз. В България нормалните връзки между отделните подсистеми - наука, здравеопазване, бизнес, култура, политика, образование, са разкъсани. Всяка една от тях съществува в своеобразен вакуум, а не във взаимодействие с останалите. В резултат на това се създава илюзията за ненужност на една или друга подсистема. Ужасяващо е да се помисли дори, че на съвременното общество не му е нужна култура, не му е нужно образование, наука и пр. Като основни със-

тавни части на едно нормално общество, въпреки всичко тях ги има, те съществуват, но за съжаление в доста деформиран вид. И за съжаление много малко приличат на своите аналози в развитите общества по света.

Ако като цяло съвременният български бизнес е все още доста откъснат от образователната система, от научните постижения, то за застраховането може да се твърди, че дистанцията все повече се скъсява. Това е така, защото по своята същност застрахователният бизнес е иновационен, защото се базира на множество науки, които му предоставят не само знания и идеи, но и работна сила. През последните 10-15 години се наблюдава този интересен процес - на преливане на жива сила от науката в застраховането, на трансформирането на учени в бизнесмени. Безспорно е, че с ангажирането на бивши научни работници, специалисти, преподаватели и др. по различните етажи в йерархията на застрахователния бизнес той се интелектуализира, облагородява. Става дума за математици, психолози, икономисти, социолози, инженери, дори филолози и фило-



Седем години е посветила на маркетинг, реклама и вестниците „Застрахователни вестни“ и „Застраховател“. Има специализация по маркетинг и мениджмънт в Института по маркетинг - София, със съдействието на Австрийската стопанска камара. Работила е в структурите на редица застрахователни компании. Тази е четвъртата ѝ година в системата на ЗПК „ЛЕВ ИНС“ АД като директор на Агенция София - Паметника „Левски“, с почти същия екип, с който не се разделя вече десета година.

намичните и мислещите хора. При нас не само се говори за ново фирмено поведение и култура, но това поведение по деликатен начин се усеща и в публичното пространство. Не само се лансира, но е и в ход идеята за конструиране на мобилни звена в структурата на компанията, на консултантски екипи.

Като цялостна конфигурация ЗПК „ЛЕВ ИНС“ АД не е крепост, а е жив, пулсиращ организъм, система, приспособима към изискванията и превратностите на макроикономическата среда. Съобразно диктата на времето, на пазара и за постигане на икономическа и социална ефективност максимално се използва наличният кадрови потенциал - сформират се временни пулсиращи звена от специалисти по предварително формулирани ситуационни задачи и проблемни направления. Делегират се права и отговорности на повече специалисти от даден ресурс, провеждат се разисквания, разглеждат се предложения за въвеждане на едни или други нови продукти, „Общи условия“ и пр. преди пускане им на пазара. Благодарение на тези изпитани и чувствителни антени се чува предварително професионалното мнение, улавят се и най-слабите сигнали както от външния свят, така и от самата компания. Ето това е да бъдеш в крак с времето.

Какво ни обединява? Обединяват ни общите цели и мисията - нашата декларация пред обществото. „Това сме ние и по предпочитания от вас начин сме готови да ви бъдем полезни, да ви служим, като ви предлагаме нашата застрахователна защита.“ Визията на фирмата се гради от всички нас, които сме съпричастни към нейното настояще и бъдеще - служителите и застрахователните посредници. Нашата философия е философията на

Завършила е Московски технологичен институт с квалификация инженер-икономист. Шестнадесет години работи в научноизследователски институт като научен сътрудник.

активната сигурност. Не без гордост казвам винаги, че сме единствените на пазара с тезата ни за „Активното застраховане“. Това е една изключително важна и перспективна форма на превантивната функция на застрахователната дейност с активното участие на всички страни в застрахователния процес - и агенти, и служители, и клиенти. Много важна е формулировката на понятията „активна сигурност“, „активно застраховане“ и „активно партньорство“, разясняване ролята и значимостта на системата „застраховане-устойчиво развитие-сигурност“. Стремим се да се предотврати настъпването на евентуални рискове или да се ограничат причинените от тях вреди. Превенцията спомага за намаляване на загубите в рамките на обществото от случайни събития. Ние даваме препоръки, указания, провеждаме обучение на различни нива, така че във всеки конкретен случай всеки да знае и може как да си помогне.

Активната сигурност е един от фундаментите, върху които се гради философията на фирмата. Издигнати в култ и утвърдени са три изключително важни приоритета - на клиентите; на потребителските качества на застрахователните продукти /унифицирани, оригинални/; на качеството на обслужването. Фирменият часовник компанията непрекъснато сверява с пазара, т.е. разработват се и се предлагат продукти не защото на някого от висшия мениджмънт са се

харесали, а защото именно пазарът се нуждае от тях. Предлаганите продукти не са самоцелни, а подчинени на аргументирани цели. Основополагащ е принципът за посъветеност на икономическа ефективност на звената по веригата - клонова мрежа, външни сътрудници, ЦУ.

Познаването на настоящето и прогнозирането на бъдещето - това са жалоните на прагматизма и на добрия бизнес нюх в застрахователната ни дейност. Основните цели сега са насочени към увеличаване на пазарния дял, към реструктуриране на застрахователния портфейл, към подобряване на икономическа ефективност на звената по веригата - клонова мрежа, външни сътрудници, ЦУ. Познаването на настоящето и прогнозирането на бъдещето - това са жалоните на прагматизма и на добрия бизнес нюх в застрахователната ни дейност. Основните цели сега са насочени към увеличаване на пазарния дял, към реструктуриране на застрахователния портфейл, към подобряване на икономическа ефективност на звената по веригата - клонова мрежа, външни сътрудници, ЦУ. Познаването на настоящето и прогнозирането на бъдещето - това са жалоните на прагматизма и на добрия бизнес нюх в застрахователната ни дейност. Основните цели сега са насочени към увеличаване на пазарния дял, към реструктуриране на застрахователния портфейл, към подобряване на икономическа ефективност на звената по веригата - клонова мрежа, външни сътрудници, ЦУ.

При нас чрез прилаганите PR-техники и методи се елиминират негативните последици, породени от манипулации и дезинформация по адрес на компанията. Провежданата политика в името на клиента и неговата активна сигурност печели все повече съмишленици и приятели. Ние залагаме на доброте, на приятелските взаимоотношения с нашите агенти. Убедени сме, че и най-съвършените застрахователни продукти биха били безкръвни без живата емоционална сплав, която е изключителна и между нашите агенти и клиенти. Това е една от брънките, които правят продуктите ни уникални. Абстрактната застрахователна защита става разбираема, респективно - продаваема, благодарение на умелия подход да се поднася адаптирана информация точно за това, от което се интересува и има нужда конкретният клиент. Нашите агенти се идентифицират с компанията и все повече тяхното място се определя от ролята и мястото им на лични и доверени консултанти.

За да се стимулират продажбите, непрекъснато се търсят нови нестандартни подходи, алтернативни мрежи за предлагане на продуктите, сформират се нови асистирани звена в помощ на застрахованите, актуализират се рекламни-информационните политики, респективно- рекламни-информационните послания.

Сигурна съм, че има още толкова много неща, за които заслужава да говорим, да търсим решения. Нека да остане отворена страницата и за бъдещи дискусии. Защото има толкова много проблеми, които всички ние, работещите на застрахователния пазар, трябва да решаваме. Нека да търсим заедно тези решения и да бъдем коректни помежду си - без дъмпинг и удари под пояса. Нали все пак сме европейци!

Нека времето да бъде в нас и ние да бъдем преди всичко добронамерени в това отредено ни наше време.



софи, които са наши колеги. Те са ценност за компаниите, в които работят, заради изключителния професионализъм, школовка и заряд от знания. Несъмнено те изпитват известна носталгия по онези времена, но за своите идеи търсят подходящи ниши в бизнеса. Факт е, че интелектът им се комерсиализира.

Всеки етап от развитието на застрахователния пазар е с дух, настроение и особености, различни от предшестващите. А това е определяща предпоставка за преосмисляне и препроектиране на целите и задачите, на програмите, дори на набелязаните концепции и стратегии. В нашата компания се счита, че евентуалните заплахи за бизнеса се задават не от страна на конкуренцията, на самия пазар, а от опасността да се мисли и действа клиширано, стандартно, по стари схеми. В ЗПК „ЛЕВ ИНС“ АД мениджърският екип залага на професионализма и компетентността, на комуникативните, ди-

UBV AIG Life

“ОББ- Ей Ай Джи Лайф
Застрахователно дружество” АД
Двойно по-спокойни

Централен офис: София 1404, бул. „България“ 75,
тел. +359 2 818 6191, факс + 359 2 818 6201