

# Face to Face Digest

A large, light blue birthday cake sits on a white pedestal. The cake is decorated with colorful sprinkles around the base and has several lit candles in various colors (blue, pink, yellow, orange, red, green) on top. In the background, there are orange and blue balloons with yellow streamers. The scene is festive and celebratory.

**ПОДОРОЖУЮЧИ  
ЖИТТЯМ  
РАЗОМ**

**150  
РОКІВ**

**ПЕНСИОННОЕ  
СТРАХОВАНИЕ:**  
5 стадий принятия  
неизбежного

**КОНКУРС**  
15 лет  
МетЛайф.

**AWARDS NIGHT  
2017**  
и лучшие  
за 2017 год.

# Опираясь на историю, смотрим в будущее

Только **12** компаний из списка **FORTUNE100**  
дожили до **150-летия**:

∴ MassMutual

Bank of America

P&G

BERKSHIRE  
HATHAWAY



MetLife

citi



MCKESSON



TRAVELERS

ИСТОРИЯ УСПЕХА  
ИЛИ...

150  
РОКІВ

ПОЧЕМУ МЫ КОМПАНИЯ №1

MetLife - XIX ВЕК

1868

24 марта компания Metropolitan Life Insurance  
открывает двери в своем первом домашнем офисе  
на 243 Бродвей, Нью-Йорк.



## 1877

Компания нанимает первого в своей истории страхового агента – женщину.

Покупает свою первую пишущую машинку.

## 1879

Metropolitan Life начинает продавать промышленное страхование – полисы выпускались на небольшие суммы, с еженедельной оплатой страховых премий на дому страхователя. **С 1880 года – более 700 полисов в день.**

## 1893

После депрессии, когда многие клиенты потеряли свои рабочие места, компания предлагает восстанавливать полисы на льготных условиях.

## MetLife - XX ВЕК

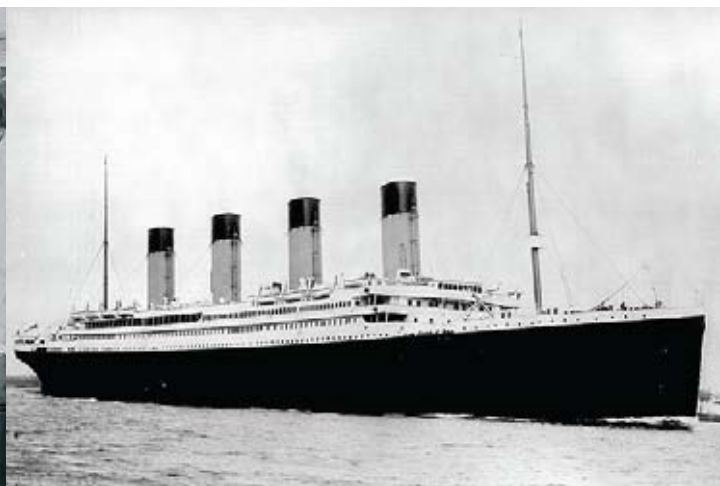
## 1906

**Землетрясение и пожар в Сан-Франциско.**

Metropolitan Life отправляет специальный экипаж сотрудников, чтобы помочь в страховых выплатах на месте бедствия.

## 1912

**Гибель Титаника.** Несколько комнат в здании Metropolitan Life были предоставлены Американскому Красному Кресту для оказания помощи и поддержки семей жертв погибших и для оставшихся в живых после трагедии .



## 1917

**Корпоративное страхование.** Компания создает отдел корпоративного страхования жизни и здоровья для страхования сотрудников организаций (за первый год 54 корпоративных проекта, более 16 тыс. клиентов )

## 1934

**Журнал Fortune** сообщает, что Metropolitan Life является крупнейшей компанией в мире по сумме активов, за исключением правительственных организаций.

## 1941

**II Мировая Война.** Metropolitan Life размещает более \$ 5 млрд. активов в военные облигации.  
7000 сотрудников отправились на фронт.  
После войны выплаты клиентам превысили \$ 43 млн.

## 1968

**100-летие Metropolitan Life.** Рекорд среди всех на тот момент существовавших компаний в сфере страхования жизни - общая сумма страхового покрытия по всем полисам \$13,5 млрд .

## 1976

**Благотворительный фонд Metropolitan Life Fondation.** Продолжение многолетней традиции благотворительной деятельности и участие в общественной деятельности.

## 1976

**Metropolitan Life становится MetLife.**



# MetLife - XXI ВЕК

**2000**

**НЙ Фондовая Биржа.** MetLife дебютирует на Нью-Йоркской фондовой бирже - первичное публичное размещение из 202 000 000 простых акций было оценено в \$ 14,25 за 1 акцию.

**2001**

**Близнецы.** MetLife и MetLife Foundation быстро реагируют на события, связанные с терактом 9.11.2001, немедленно выплачивая по страховым событиям, присуждая гранты и инвестируя более \$ 1 млрд. в акции, торгуемые публично.

**2008**

MetLife становится спонсором **стадиона Meadowlands.**

**2010**

**ALICO.** MetLife становится глобальной компанией, приобретает American Life Insurance Company (ALICO). Сегодня мы работаем более чем в 40 странах.

**2018**

**150-летие MetLife**

- 58 тыс. сотрудников
- 110 млн. клиентов, из них 90% компаний первой сотни FORTUNE
- Более 40 стран – операционная деятельность
- Лидер в более чем 20 странах
- 75% населения земного шара



# ЧИТАЙТЕ В ЭТОМ НОМЕРЕ

MetLife FACE TO FACE DIGEST №11, 92 стр., Июль, 2018

- 01** История успеха или...  
почему мы компания №1

## РЫНОК СТРАХОВАНИЯ ЖИЗНИ 1

- 05** MetLife Украина - лучшая компания в сфере страхования жизни в 2017 году.
- 06** Украинцы хотят быть уверенны в будущем  
*Интервью Мирека Кисыка*
- 10** Пенсионное страхование: 5 стадий принятия неизбежного
- 14** Зажиточная старость в Украине возможна  
*Интервью Мирека Кисыка*

## НОВОЕ И ИНТЕРЕСНОЕ В MetLife 2

- 18** Хорошие новости
- 23** Копилка добрых дел
- 24** Информационный бюллетень за 2017г.

## АГЕНТСКАЯ СЕТЬ 4

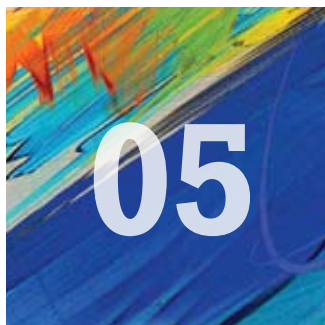
- 72** Awards night 2017
- 78** Вся Украина на ладони
- 82** Международный опыт для лучших

## МАСТЕР КЛАСС 5

- 86** Поиск клиентов:  
извечная проблема консультанта

## МОТИВАЦИЯ ПАРТНЕРОВ 3

- 26** Через тернии в звезды! Конгресс-2017  
*Starlife*
- 29** Однажды в Америке...  
*Starlife*
- 32** Сердце Колумба и «мама-хуана»  
*Starlife*
- 36** Евролайф. Конгресс-2017  
*Eurolife Ukraine*
- 40** От Эллады до Греции  
*Eurolife Ukraine*
- 44** Путь к успеху начинается с первого шага  
*Broker Service Group*
- 48** СУВА  
*Broker Service Group*
- 51** Жить хорошо! А хорошо жить – еще лучше!  
*Finanzpartner*
- 55** FKT 2017  
*OVB*
- 58** Конкурс «15-лет MetЛайф»
- 59** Вручение чеков Starlife  
*Starlife*
- 61** Вручение чеков Eurolife  
*Eurolife*
- 62** Командой не рождаются. Командой становятся!  
*Eurolife*
- 64** Три орешка знаний  
*Broker Service Group*
- 67** Огонь, вода и медные трубы  
*Broker Service Group*
- 69** Сила команды – каждый ее участник  
*НАШ КАПИТАЛ*



# ХОРОШИЙ ФОН ДЛЯ НОВЫХ ПОБЕД



Согласно рейтингу Insurance Top за 2017 год, ЧАО "МетЛайф" является лидером рынка по накопительному страхованию жизни, а также по корпоративному страхованию жизни и занимает следующие места:

- №1 - по размеру уставного капитала,
- №1 - по сумме собранных первых страховых премий по договорам накопительного страхования жизни,
- №1 - по количеству договоров, заключённых в 2017 году,
- №1 - по количеству застрахованных лиц на конец 2017 года,
- №2 - по размеру инвестиционного дохода,
- №2 - по сумме страховых выплат,
- №3 - по размеру страховых резервов.

**15** ЛЕТ  
НАДЕЖНЫХ  
ГАРАНТИЙ  
В УКРАИНЕ



**УКРАИНЦЫ ХОТЯТ  
БЫТЬ УВЕРЕННЫ  
В БУДУЩЕМ**



## Мирослав Кисык

# О 15 ГОДАХ УСПЕХА СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ УКРАИНЫ

Рынок страхования жизни в Украине после нескольких непростых лет демонстрирует рост. Кризисные явления вынудили некоторых игроков покинуть индустрию, но лидеры только укрепили свои позиции. "Золото" в развивающемся отечественном секторе life-страхования сохраняет компания MetLife. В 2017-м она отметила 15 лет работы в Украине.

За этим брендом – 150 лет истории, которая началась еще в США, где и находится главный офис корпорации. Украинская «дочка» глобального холдинга признает вклад материнской компании в свои достижения, но при этом акцентирует: успех на отечественном рынке достигается не столько за счет силы глобального бренда, сколько благодаря особому подходу к клиентам и ревностному отношению к репутации.

О том, как процветать на рынке страхования жизни в Украине, мы поговорили с Мирославом Кисыком.

## ЧТО ИМЕЕМ И КУДА РАСТЕМ



**Мирослав, совсем недавно MetLife в Украине отметил 15-летний юбилей. Чего компании удалось достичь за это время? Чем гордитесь?**

Прежде всего, удалось построить финансово надежную компанию, которая не живет одним днем, а имеет четкую стратегию развития в 15-20 летней перспективе.

Мы смогли стать тем самым страховщиком, которому доверяют свои сбережения и свои жизненные планы почти 500 000 украинцев - этим результатом стоит гордиться. Согласитесь, в турбулентном мире планировать свое будущее, а тем более доверять его кому-то очень непросто. Нам доверяют – и это главный результат.



**Вы руководите украинским офисом MetLife уже третий год. За это время компания стала № 1 в Украине по многим показателям - числу клиентов, суммам собранных платежей, активам. Чем вы объясняете такие результаты?**

Рейтинги являются для нас второстепенным достижением, следствием качественной работы, а не самоцелью. Наш конечный результат – счастливый клиент, который остается с нами много лет, продолжает приобретать наши услуги и рекомендует нас своим близким, друзьям и родственникам. Все это достигается благодаря слаженной работе команды MetLife – и тех сотрудников, кто непосредственно взаимодействует

с клиентами, и тех, кто помогает им внутри компании. Здесь важна роль каждого из нас.



**Есть ли нерешенные задачи? Что можно и нужно делать лучше?**

Каким бы высоким ни был достигнутый результат, он не дает повода расслабиться. Мир слишком быстро меняется, чтобы мы могли себе это позволить. Конечно, прежде всего нам бы хотелось, чтобы как можно больше украинцев узнали о тех возможностях, которые дает им пользование услугами страхования жизни и решили воспользоваться этой услугой. Хотя каждый 7-й полис страхования жизни в Украине – это полис MetLife, пользование услугами life-страхования здесь пока еще не так распространено, как в других странах Восточной Европы. Накопительными программами и программами страховой защиты здоровья от критических заболеваний пользуются порядка 2% населения, поэтому у нас еще очень много работы.



**Почему услуги life-страхования не так широко используются украинцами? Возможно, психология потребителя страховых услуг в Украине отличается от Европы, например, от ближайшей к нам Польши?**

Я могу утверждать, что психология не отличается. Все мы, независимо от того места, где

## УКРАИНЦЫ ХОТЯТ БЫТЬ УВЕРЕНЫ В БУДУЩЕМ

родились и живем, стремимся быть счастливыми и уверенными в своем будущем. Все хотят дать хорошее образование своим детям. Всем хочется сберечь здоровье и иметь доступ к эффективному лечению на протяжении всей жизни. И, конечно, каждому из нас хотелось бы сохранить финансовую независимость в преклонном возрасте. В этих желаниях жители Украины ничем не отличаются от поляков или других европейцев.

Я бы сказал, что отличаются не желания, а возможности. Ведь по данным различных социологических опросов, около трети украинцев не имеют достаточных средств даже на покупку качественных продуктов питания и повседневных товаров, поэтому им просто не хватает денег, чтобы приобретать услуги страховой защиты или накапливать.

## СРЕДНИЙ КЛАСС И РОЛЬ ГОСУДАРСТВА

Что нужно сделать в Украине, чтобы наши граждане могли позволить себе активнее формировать сбережения? Что может стать «драйвером» накоплений для населения?

Необходимо, чтобы в Украине стало больше людей среднего достатка, представителей среднего класса, которым есть, о чем заботиться, и что защищать. Средний класс – это та часть общества, которая привыкла к достойному уровню

жизни и желает сохранить его для себя в будущем. Именно такие люди являются ключевыми клиентами компаний по страхованию жизни, и чем больше их будет, тем активнее будет развиваться наша индустрия.

По последним оценкам, менее 20% взрослого, экономически активного населения Украины относят себя к среднему классу. Один из рычагов для его формирования – это стимулирование малого бизнеса, предпринимательской среды в Украине. Практика стран Европы показывает, что развитие малого бизнеса помогает экономии активно расти, рынкам – оставаться конкурентными, а населению – увеличивать свои доходы. Хотя, конечно, могут быть и другие стимулы роста.



**Какую роль стоит отвести государству? Может ли оно напрямую помочь развитию рынка накопительного страхования жизни?**

Конечно. Для этого необходимо признать, что страхование жизни может играть очень важную роль в общей системе социального обеспечения страны. Государственные пенсионные системы и системы здравоохранения недостаточно эффективны, и не только в Украине. Как правило, они обеспечивают незначительный уровень поддержки социальных гарантий для населения, и здесь на помощь как раз приходит страхование жизни. Государство должно стимулировать и граждан, и работодателей реализовывать эту инициативу, пользоваться услугами



**НАМ ДОВЕРЯЮТ  
СВОИ СБЕРЕЖЕНИЯ  
И СВОИ ЖИЗНЕННЫЕ ПЛАНЫ  
ПОЧТИ 500 000 УКРАИНЦЕВ.  
ЭТИМ РЕЗУЛЬТАТОМ СТОИТ ГОРДИТЬСЯ!**

life-страхования. В конечном итоге, это также снижает давление на государственный бюджет. Ведь если у меня будет достаточно сбережений для финансирования своего выхода на пенсию или частной медицинской помощи, мое потребление услуг, предоставляемых государством, снизится.

Могу привести личный пример: я не помню, когда последний раз пользовался услугами государственного здравоохранения, и при выходе на пенсию я также не буду полагаться исключительно на государство, ведь у меня есть персональные пенсионные накопления. Это стало возможным благодаря тому, что в Польше существуют налоговые стимулы, которые мой работодатель использует для формирования моего персонального пенсионного капитала – конечно, с моим непосредственным участием.



#### **Насколько сложно работать на украинском рынке страхования жизни? Что мешает больше - нестабильность экономики или дефицит доверия?**

Я думаю, в эпоху серьезных изменений вся бизнес-среда и все общественные институты испытывают определенный дефицит доверия. Но когда вы представляете на рынке международный бренд со 150-летней историей работы во всем мире, то ваша компания в меньшей степени подвержена этому риску. MetLife в Украине не может жаловаться на недостаток доверия и лояльности, хотя в масштабах всего рынка финуслуг эта проблема наверняка существует.

## **СЛОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФИНАНСОВОГО РЫНКА**



#### **Повлияет ли анонсированная медицинская реформа на ваши планы?**

Еще в 2015-2017 мы уделили много внимания программам защиты здоровья на случай серьезных заболеваний, особенно для аудитории женщин и детей, а также программам страхования от травм и последствий несчастных случаев. В свете возможной медицинской реформы эти услуги окажутся просто незаменимы для финансовой защиты здоровья: выплаты по таким программам могут достигать миллиона гривен. Этих сумм в большинстве ситуаций хватит для оплаты современной и качественной медицинской помощи как раз в тех сложных ситуациях, когда она наиболее необходима.



#### **Как изменилось отношение потребителей к страховщикам после масштабной «чистки» банковского сектора в 2014-2017?**

Лично я не считаю, что очистка банковского сектора серьезно повлияла на отрасль страхования жизни. В конце концов, это две

разные индустрии, которые заботятся о разных потребностях клиентов – одна из них ориентирована на большее число транзакций и на решение краткосрочных задач потребителей, а другая – определенно на достижение их долгосрочных целей и продолжительное взаимодействие с клиентом.



#### **Что планирует делать MetLife для сохранения лидерства на украинском рынке страхования жизни? На какие потребности людей обратить внимание?**

Прежде всего, мы развиваем дистрибуцию страховых услуг: для того, чтобы каждый потенциальный клиент мог получить доступ к программам MetLife, в любом регионе и любом населенном пункте, в самых разных точках и каналах взаимодействия с финансовыми сервисами. Так, мы активно помогаем нашим партнерам, независимым финансовым посредникам и консультантам, развивать их сети продаж. Мы сотрудничаем и с ведущими представителями банковского сектора, предлагая простые и недорогие страховые решения для их клиентов.

Кроме того, мы предлагаем ведущим работодателям страны включить программы страховой защиты и накоплений в соцпакет для их коллективов – практика показывает, что это эффективный инструмент развития и удержания персонала.

Еще одно, не менее важное направление – это новые, актуальные для украинских потребителей страховые программы.



#### **Если бы вы могли внедрить изменения в масштабах всего рынка, то какие три первых шага для развития life-страхования Вы бы реализовали?**

Убежден, что для роста рынка страхования жизни важнее всего сильная экономика. Когда экономика растет, люди становятся богаче и начинают думать о том, как защитить свои жизненные стандарты. И, конечно, у людей появляется доход, который позволяет накапливать и покупать страховые продукты.

И как мы все знаем, для того, чтобы экономика начала расти, необходимо изменить восприятие Украины международными инвесторами. Сегодня они видят очень бюрократизированную страну с высоким уровнем коррупции практически во всех сферах; страну с нечетким исполнением законов. Это сдерживающие факторы, которые влияют на уровень доверия к стране. Изменение такого восприятия, и как следствие, изменение бизнес-климата имеет решающее значение. Без этого, боюсь, любые идеи развития рынка страхования жизни не приведут к существенным изменениям. Когда бизнес-среда поменяется, рынок сможет полноценно расти и развиваться.

**НАМ ДОВЕРЯЮТ – И ЭТО ГЛАВНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ.**



Инна Белянская,  
Директор Департамента  
индивидуальных продаж, Член  
Правления, в.и.о. Председателя  
Правления ЧАО «МетЛайф»

# ПЕНСИОННОЕ СТРАХОВАНИЕ: 5 стадий принятия неизбежного

**ВСЬ ПРОШЛЫЙ ГОД В УКРАИНЕ АКТИВНО ОБСУЖДАЛАСЬ ПЕНСИОННАЯ РЕФОРМА. ИМЕННО ИЗМЕНЕНИЯ В ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО СЧИТАЕТ ОДНИМ ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ДОСТИЖЕНИЙ В РЕФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНОГО СЕКТОРА НАШЕЙ СТРАНЫ.**



Конечно, можно по-разному относиться и к жарким дискуссиям вокруг пенсионной тематики, и к предпринятым шагам по росту выплат нашим пенсионерам. Но, на мой взгляд, ключевая реформа в пенсионном обеспечении еще не произошла, хотя мы с коллегами из украинского «МетЛайф» уже видим первые симптомы правильных изменений. Государственные инициативы? Обязательный накопительный уровень в 2019-м? Нет, речь совсем не об этом.

Я уверена, что главные изменения для реформирования пенсионной системы должны произойти не в правительстве, не в Пенсионном фонде, и даже не на страховом рынке. Они должны состояться в нашем сознании.

Старение как таковое – малоприятный факт. Поэтому все мы стараемся не особенно помнить о нем: так уж устроена человеческая психика. Но приход старости не зависит от нашего желания. Мы понимаем, что она неизбежна, и ее нужно принять. Конечно, если речь идет о взрослых, самостоятельных и сознательных людях. Принять и подумать – как мы проведем эту часть нашей жизни?

Ответ прост. Вероятнее всего, мы проведем свою старость на пенсии.

А здесь начинается самое интересное.

Очень часто наши граждане боятся не столько своего старения, сколько перспектив своей жизни на пенсии. Мы не хотим об этом думать, потому что перед глазами – нищета сегодняшних стариков. Потому что на самом деле мы понимаем: особо рассчитывать не на кого – государство, дети, внуки, собственное здоровье – все это не так надежно, как хотелось бы. Нам просто страшно.

## Стадия 1 ОТРИЦАНИЕ



## Стадия 2 ГНЕВ



## Стадия 3 ТОРГ



## Стадия 4 ДЕПРЕССИЯ



## Стадия 5 ПРИНЯТИЕ



**ПЕНСИОННОЕ СТРАХОВАНИЕ: 5 СТАДИЙ ПРИНЯТИЯ НЕИЗБЕЖНОГО**

Понимая все это, что мы делаем? Начинаем больше работать и зарабатывать? Пытаемся увеличить сбережения? Думаем о накопительном пенсионном страховании?

Увы, все не так просто и быстро. Прежде, чем прийти к этим логичным и правильным шагам, мы проходим сложный путь – 5 психологических стадий «принятия неизбежного». Это хорошо известная поведенческая модель, и, кроме всего прочего, она отлично описывает текущее отношение украинцев к своим пенсионным перспективам. Причем отношение не только конкретных людей, но и нашего общества в целом. Что это за стадии?



### Стадия 1 ОТРИЦАНИЕ

Вначале мы цинично шутим, что с нынешним уровнем украинской медицины, условий жизни и труда до старости не доживают.

Но статистика показывает: ожидаемая продолжительность жизни растет, и Украина – не исключение. Например, для рожденных в 1980-м она составляет 68,8 лет, в 1990-м – 70,5 лет, а для малышей, родившихся в 2013-2015-м – 71,2 года. «Средние 70» – это абсолютно реальные 75, 80, 90 лет жизни, как минимум, для 1/3 нынешних взрослых и активных украинцев. Вывод прост: отрицание не поможет Вам достойно провести 10, 15 или 20 пенсионных лет.



### Стадия 2 ГНЕВ

Мы ругаем правительство, которому нет дела до уровня жизни своих граждан. Клянем работодателей, которые платят зарплату «в конвертах» и уменьшают наши даже мизерные государственные выплаты. Нас шокируют высокие цены на продукты, лекарства и повседневные товары, из-за которых не получается копить и откладывать. Как и в любой другой ситуации, гнев помогает нам «выпустить пар», но не решить проблему. В лучшем случае, на этом этапе мы осознаем ее глубину: оказывается, дефицит Пенсионного фонда Украины – больше 140 миллиардов грн. А из 26 миллионов украинцев 18-60 лет отчисления в этот фонд платят только 12 млн. – и как раз столько же пенсионеров получают пенсии. В будущем это соотношение будет только ухудшаться: население стареет, а трудовая миграция из Украины растет.

Иногда после гнева мы готовы переходить к конструктивным решениям. Но чаще – нам предстоит пройти еще пару сложных стадий.

Иногда после гнева мы готовы переходить к конструктивным решениям. Но чаще – нам предстоит пройти еще пару сложных стадий.



### Стадия 3 ТОРГ

Мы начинаем торговаться с собой и объективной реальностью вокруг, искать «удобное» решение.

Например, говорим себе: и на пенсии

можно работать. Конечно, это возможно, а если пенсия будет мизерной – просто необходимо! Вот только вопрос: почему сегодня в Украине работает только 500 тыс. пенсионеров? Ведь это лишь 5,5% от всех, кто ушел на заслуженный отдых по возрасту! Возможно, пожилые украинцы попросту не хотят работать? Или им хватает тех средств, которые платит государство? Вряд ли.

Как показывает статистика, все намного проще и жестче: работодателям не нужны сотрудники преклонного возраста. Они болеют, хуже учатся новому и просто «не нравятся». Через 15-25 лет с занятостью для пенсионеров станет еще сложнее – простые, рутинные работы можно будет отдать «ботам и роботам». Звучит невероятно? Поверьте, идея о том, что на пенсии можно работать так же успешно, как и в 30-40 лет – куда более фантастическая. Зато она может привести нас к 4 стадии восприятия пенсионных перспектив.



### Стадия 4 ДЕПРЕССИЯ

Конечно, можно просто смириться с тем, что на пенсии люди не живут, а существуют. По данным последних опросов, больше 72% украинских пенсионеров чувствуют себя угнетенно.

Недостаток финансов – 2-я по важности причина этого подавленного состояния, после проблем со здоровьем. Спасают внуки, огород, рыбалка или недорогие хобби. Кому-то помогают благотворители или неравнодушные соседи.

Но эти рецепты борьбы с пенсионной депрессией абсолютно не применимы к нашему поколению. И для нас диссонанс между нынешним

уровнем жизни и жизнью на пенсии будет куда сильнее. Почему?

Потому что наши родители сравнивают свою старость с жизнью в СССР, с его хроническим дефицитом – они и тогда многое не могли себе позволить. Мы же привыкли к совершенно другому стилю жизни: красивая одежда, посиделки с друзьями в кафе, отпуск в соседней Турции или Египте – эти возможности доступны многим украинцам. Поэтому нам ближе стиль жизни современных европейских пенсионеров. Что это значит? Лишь то, что уровень наших доходов на пенсии не должен кардинально отличаться от минимальных доходов пожилых людей в соседних странах Восточной Европы: 500-750 евро. И как только мы начинаем оперировать цифрами будущих доходов – находится рациональное решение.



### Стадия 5 ПРИНЯТИЕ

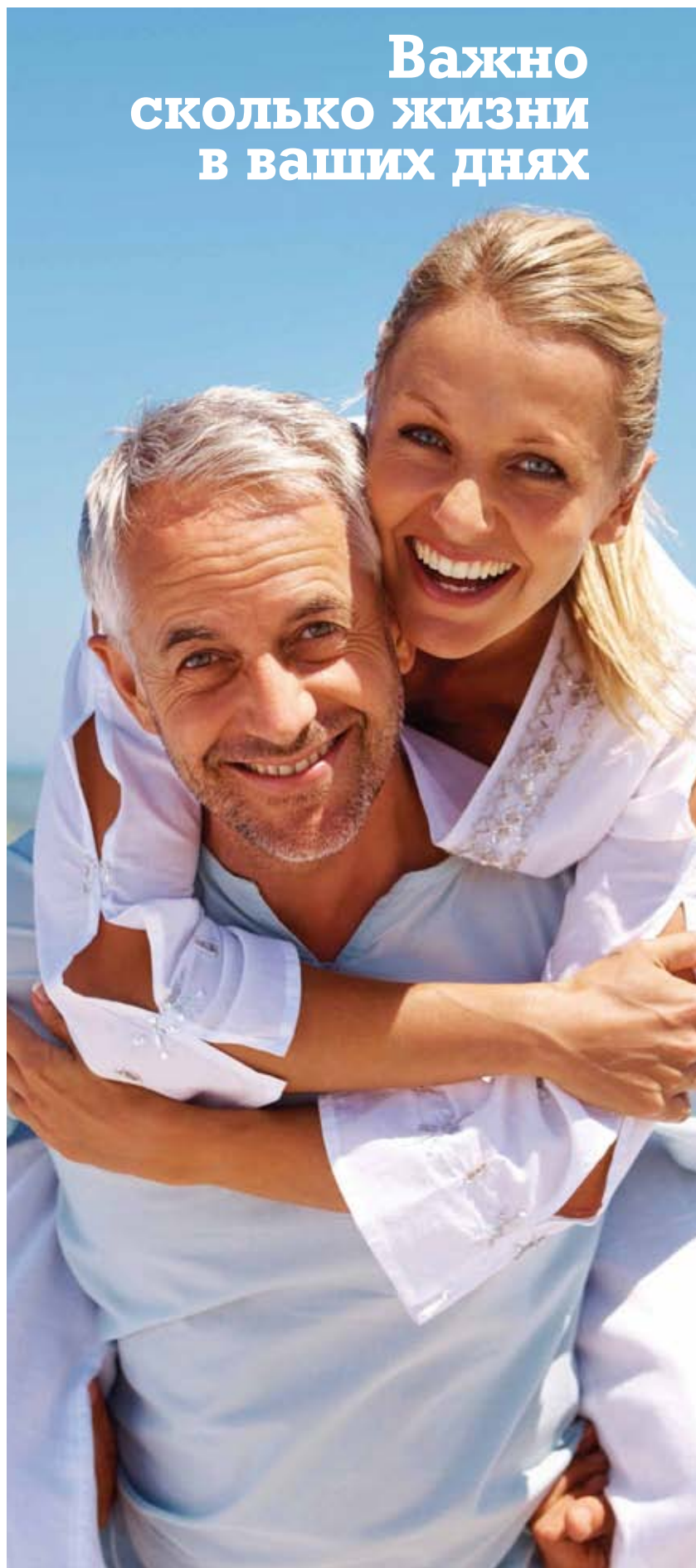
Принять неизбежность всегда непросто. Но неизбежность старости и пенсии – далеко не худшая жизненная ситуация: ведь это значит, что мы планируем жить долго и по возможности счастливо.

Сложности принятия возникают, потому что мы, на самом деле, «первопроходцы». Мы – то первое поколение в независимой Украине, кому предстоит сделать самостоятельные шаги для обеспечения собственной старости. У нас нет ни опыта предыдущих поколений, ни четких правил, определенных государством, ни собственного опыта. Есть только прогнозы: к 2050 году население нашей страны сократится на 18%, до 36,4 млн. и рассчитывать на то, что пенсионеров будут содержать молодые украинцы, просто не стоит.

Чем тогда руководствоваться, планируя «бюджет на старость»? Остаются только глобальный опыт и мировая практика. А они говорят об одном: ничто не совершенно, но более популярного, надежного и проверенного временем инструмента, чем накопительное страхование жизни, пока просто не существует. Снова неизбежность?

Да, но опять не самая страшная: ведь в Украине есть страховые компании, с которыми не страшно копить на пенсию – по крайней мере, у них это получается на протяжении 150 последних лет.

**УВЕРЕНА,  
И У ВАС ВСЕ ПОЛУЧИТСЯ.**



# Важно СКОЛЬКО ЖИЗНИ В ВАШИХ ДНЯХ



# ЗАЖИТОЧНАЯ СТАРОСТЬ В УКРАИНЕ ВОЗМОЖНА

**Мирослав Кисык**

**«Опыт показывает: независимо от структуры пенсионной системы, всем понадобятся дополнительные личные сбережения»**

Председатель правления «МетЛайф» в Польше убежден, что программы накопительного страхования помогут украинцам обеспечить себе зажиточную старость.



**Какие программы пенсионного страхования предлагает ваша компания?**

Вместо продажи унифицированных пенсионных программ MetLife использует принцип «страхового конструктора» и калькулятора страховых опций для каждого клиентского запроса.

Как это работает? Финансовые консультанты MetLife предлагают каждому клиенту сконструировать план пенсионных накоплений для его индивидуального случая. Можно учесть все важные факторы: возраст клиента, его текущий статус занятости, роль в обеспечении семьи, финансовые возможности для формирования сбережений. Мы также предлагаем клиенту защитить здоровье в период накоплений и учитываем его пожелания относительно момента выхода на пенсию. Используя эту информацию, наши финансовые консультанты формируют итоговую программу накопительного страхования. Это обеспечивает необходимую гибкость и настоящий индивидуальный подход к клиенту.



**Пенсионное страхование пользуется популярностью у украинцев?**

Говорить о настоящей популярности еще очень рано: программами страхования жизни в том или ином виде пользуются менее 4% граждан Украины. При этом долгосрочные программы накопительного страхования жизни есть только у

двух из 100 украинцев. Но постепенно накопительное страхование становится все более востребованным: этому способствует постоянное обсуждение перспектив пенсионной реформы.

Все больше молодых граждан в возрасте 30–45 лет понимают, что в будущем они вряд ли смогут рассчитывать на достаточное пенсионное обеспечение от государства. Соответственно, их интерес к альтернативным пенсионным инструментам растет. По мере улучшения экономической ситуации будет расти не только интерес, но и платежеспособный спрос на программы накопительного страхования. Да и опыт других стран показывает: независимо от структуры пенсионной системы, всем гражданам понадобятся дополнительные личные сбережения, чтобы поддерживать жизненные стандарты после выхода на пенсию.



**Страховая компания предоставляет услуги пенсионного аннуитета? Такой формат пенсионного страхования запущен в Казахстане и пользуется популярностью и даже позволяет выходить на пенсию в 50 лет.**

Вы привели в пример специфический формат пенсионных накоплений, который используют на отдельном географическом рынке. В Казахстане пенсионный аннуитет — это финансовый инструмент, который рассматривают как дополнение и альтернативу государственной



накопительной пенсии. Его использование позволяет уйти на пенсию раньше, чем на общих основаниях: в 50–55 лет, а применение четко регламентируется государством. В Украине же накопительный уровень государственной пенсионной системы еще не работает. Соответственно, каких-то накопительных инструментов в рамках государственной системы пока что просто не существует.

Но при этом сегодня каждый украинец, начиная с 18 лет, может начать формировать свои сбережения через негосударственное накопительное страхование жизни. Например, молодой человек или девушка может приобрести 20-летнюю накопительную программу в 25 лет. Тогда уже в 45 лет можно получить страховую выплату, причем как единовременно, так и в форме аннуитета. Если накопленных средств недостаточно, никто не мешает отказаться от пенсии из солидарной системы. Ведь для нее, как мы знаем, нужен длительный страховой стаж для получения государственной пенсии, и при этом она вряд ли позволит обеспечить достаточный уровень жизни. С другой стороны, если у вас есть аннуитетные выплаты по накопительному страхованию жизни, то вы сможете продолжать свою карьеру, выбрав менее напряженную и более увлекательную работу. Используйте выплаты по своему усмотрению: как основной доход, отказавшись от работы, или как дополнительный источник финансирования. Удобно, не правда ли?



#### Что должно сделать государство для стимулирования накопительного страхования жизни?

Прежде всего обеспечить экономический рост, чтобы уровень доходов большинства граждан достиг того уровня, который позволит не только оплачивать основные нужды, но и формировать персональные накопления на будущее.

Более того, необходимо провести мероприятия, направленные на рост доверия к финансовым институтам, обеспечить их прозрачность, эффективное регулирование и финансовую надежность.

Чтобы стимулировать спрос на продукты добровольного накопительного страхования жизни, государству также стоит обеспечить эффективный налоговый режим для пользователей страховых услуг. Некоторые шаги уже предприняты, но это тема для отдельной дискуссии — я бы не стал сейчас останавливаться на этом вопросе.



#### Что полезного могут принести страховые компании с западным капиталом на украинский рынок? Как сделать его более эффективным?

Это один из частых вопросов, который всегда меня удивляет. Давайте проведем простую аналогию: почему большинство украинцев

покупают иностранные машины? Ответ очевиден — они надежны, у них хорошее качество. Но для их полноценного использования в наших реалиях необходимо построить качественные дороги.

То же самое и со страхованием. Западные компании могут принести все лучшие практики, которые накоплены на развитых страховых рынках за многие годы. Но чтобы эти практики применить в Украине, необходимо создать инфраструктуру, которая позволит их использовать. Приведу пример: когда я приехал в Украину три года назад, все говорили о новом, современном законе о страховании. До сих пор этот закон не принят.

Ничего не изменилось и в сфере ведения бизнеса.

Мы все так же наблюдаем бюрократию, коррупцию, низкий уровень доверия к стране. Для начала нужно создать привлекательные условия для ведения бизнеса, и польза от этого сразу же станет заметна. Страхование не будет исключением.



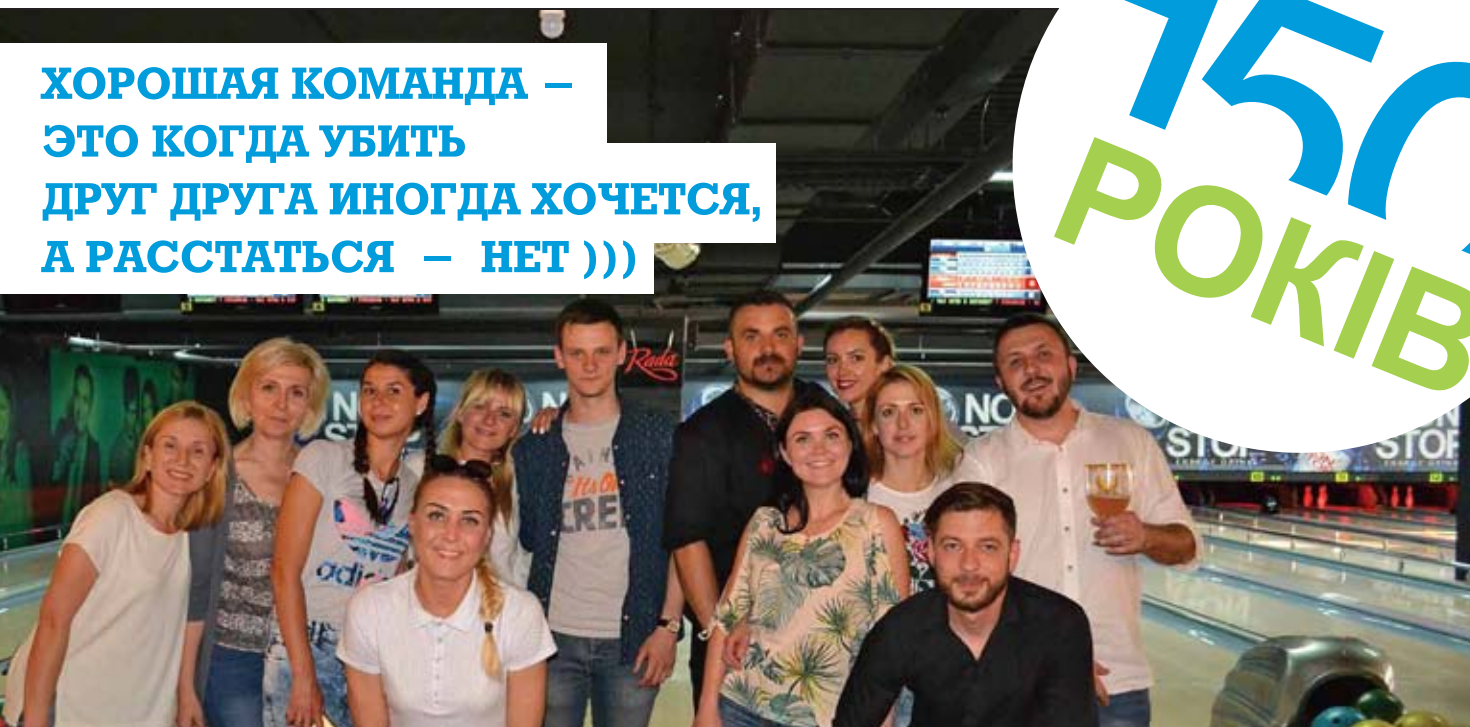
#### Стоит ли в Украине создавать государственную компанию, которая занялась бы пенсионным страхованием?

Я уверен, что в современных экономических реалиях государство не сможет вести бизнес более эффективно, чем это делают частные инвесторы. В сфере страхования свободная конкуренция и разумное эффективное регулирование решат любые проблемы лучше, чем вовлечение государства в предоставление страховых услуг.



**ХОРОШАЯ КОМАНДА –  
ЭТО КОГДА УБИТЬ  
ДРУГ ДРУГА ИНОГДА ХОЧЕТСЯ,  
А РАССТАТЬСЯ – НЕТ )))**

**150  
РОКІВ**







Лилия Ладыка,  
Директор  
Департамента по развитию  
дистрибьюторской сети  
ЧАО «МетЛайф»

# ХОРОШИЕ НОВОСТИ

**И не говорите,  
что не знали или вас не предупреждали.**

**Вы же помните –  
"Кто владеет информацией,  
тот владеет миром" \***

\*(Натан Ротшильд)



**01**

**Заключение договоров страхования жизни по рисковым программам для группы лиц сроком на 1 год.**

С февраля 2018 года МетЛайф предоставляет возможность заключения договоров страхования, когда страхователем является юридическое лицо или, когда договор страхования заключается в отношении группы лиц, объединенных по профессиональному, спортивному или иному признаку, сроком на 1 год.

Заключение таких договоров возможно только для рисковых программ страхования без накопления (кроме программ FC и CFB). Надеемся, что данные условия позволят увеличить объемы продаж и страховую защиту по групповым договорам, исключая влияние на уровень повторных проплат в последующие годы.

**02**

**Сервисы для консультантов и клиентов для самостоятельного доступа к информации по договорам страхования.**

Напоминаем о доступных сервисах для консультантов и клиентов, которые дают возможность быстро, удобно и просто получить важную информацию.

С помощью тарифного калькулятор на сайте компании вы можете не только рассчитать страховые суммы и страховые премии, но и во вкладке «поиск полиса» получить следующую информацию:

✓ статус нового заявления о страховании;

- ✓ статус полиса существующего клиента;
- ✓ размер индексированной/неиндексированной страховой премии и различные варианты ее модальности;
- ✓ перечень рисков по всем программам, входящим в договор;
- ✓ заказать квитанцию для оплаты страховой премии на e-mail.

Учитывая Ваши комментарии относительно ограничения получения информации по клиентам, находящимся на обслуживании других компаний-партнеров, напоминаем, что в апреле 2017 был введен сервис телефонного голосового меню для круглосуточного доступа клиентов к информации в автоматическом режиме.

Позвонив в компанию по телефонам (044)494-13-43, 0800-305-301 и нажав цифру «1» в меню для клиентов, клиенту доступна следующая информация:

- ✓ СМС с реквизитами для уплаты страховой премии;
- ✓ квитанция для уплаты страховой премии на электронную почту;
- ✓ код платежа страховой премии;
- ✓ размер очередной страховой премии;
- ✓ размер страховой премии по другой модальности уплаты;
- ✓ дата очередной страховой премии;
- ✓ дата завершения льготного периода;
- ✓ дата окончания действия договора страхования жизни.

03

### Страховое покрытие по акционной программе «Страхование на случай переломов и ожогов» (BBB).

С целью улучшения страховой защиты и лояльности наших клиентов, с начала 2018 года страховая сумма по акционной программе BBB «Страхование на случай переломов и ожогов» увеличилась вдвое и составляет 30 000 грн. (страховая премия в первый год действия программы составляет 1 грн.).



#### Обратите внимание:

- ✓ акционная программа автоматически добавляется к любому полису, заявление на заключение которого было передано в МетЛайф и введено в систему обработки, начиная с 1.01.2018 г.;
- ✓ действие акционной программы распространяется только на полисы, по которым страхователем является физическое лицо;
- ✓ если страхователь и застрахованный - разные лица, страховое покрытие по BBB будет предоставлено обоим, то есть к полису будет добавлено 2 акционные программы;
- ✓ количество полисов с акционной программой для одного застрахованного не ограничено;
- ✓ страховая сумма по акционной программе составляет 30 000 грн. и является фиксированной, увеличение ее в последующие годы невозможно;

Согласно статистике, на «летние травмы», приходится около 30 % всех повреждений, регистрируемых в травматологических пунктах.



## ХОРОШИЕ НОВОСТИ

- ✓ действие проекта распространяется только на новые полисы, добавить акционную программу к полису, который был выпущен до 1 января 2018 года невозможно;
- ✓ страховая премия по этой программе со второго года будет составлять 300 грн. для всех клиентов, независимо от категории риска.

## 04 Новая программа Телемаркетинга.

В октябре 2017 стартовала новая кампания Телемаркетинга. В рамках данного проекта клиентам предлагается приобрести дополнительное страховое покрытие по специальной цене, а именно:

**ДЛЯ ДЕТЕЙ** - покрытие по программе JCI20 «Страхование на случай диагностирования одного из 20 критических заболеваний» со страховой суммой 300 000 грн. (страховая премия составляет 720 грн. в год - данная стоимость включает постоянную скидку в размере 20% от стандартного тарифа).

**ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ** - покрытие по программам ADoB «Страхование на случай смерти в результате несчастного случая» со страховой суммой 250 000 грн., и PI «Страхование на случай постоянной нетрудоспособности в результате несчастного случая» со страховой суммой 250 000 грн. (общая страховая премия по двум программам составляет 725 грн. в год - данная стоимость включает постоянную скидку в размере 20% от стандартного тарифа).

## 05 Рассмотрение страховых случаев по программам Жизнь Плюс, CI, JCI, FC, CFB.

С целью усовершенствования уровня страховой защиты, 01.11.2017 вступили в силу следующие положительные изменения по рассмотрению страховых случаев по программам, включающих риск диагностирования критических заболеваний (Жизнь Плюс, CI, JCI, FC, CFB):

- ✓ если застрахованному лицу была проведена хирургическая операция по удалению опухоли, которая имела своим следствием удаления всего пораженного ею органа, компания признает такой случай страховым, независимо от размера злокачественного новообразования;

- ✓ отмена «периода выживания» - это означает, что компания осуществит страховую выплату сразу после принятия положительного решения, не дожидаясь окончания 30-дневного периода.

## 06 Расчет прогнозируемой выплаты на случай дожития на первую годовщину действия договора долгосрочного страхования жизни.

С целью улучшения обслуживания клиентов, начиная с конца сентября 2017 года, на первую годовщину действия договоров долгосрочного страхования жизни МетЛайф отправляет своим клиентам письмо с теоретическим примером расчета прогнозируемой выплаты по окончании действия договора страхования при условии уплаты индексированных и неиндексированных страховых премий.

Такие расчеты являются иллюстрацией и не могут рассматриваться как обязательства ЧАО «МетЛайф». Все права и обязанности сторон указаны в договоре долгосрочного страхования жизни.

## 07 Новый срок действия программ E/PEAD.

Напоминаем о возможности заключения договоров страхования жизни по программам страхования основных рисков E или PEAD с регулярной формой уплаты страховых премий на срок «до достижения возраста 75 лет».

В связи с этим, страховое покрытие по риску смерти в результате несчастного случая по программе страхования PEAD будет действовать до окончания действия договора страхования - максимум до 75 лет (а не до 65 лет, как это было раньше). Данный срок не доступен для договоров страхования с одноразовой формой уплаты страховых премий.

## 08 Медицинский Асистанс.

Начиная с сентября 2017 года МетЛайф начала сотрудничество с медицинским асистансом. Это означает, что с клиентами, которым необходимо пройти медицинское обследование, теперь контактирует исключи-

тельно представитель медицинского асистанса.

✓ В случае если клиент нуждается в обследовании, сотрудник МетЛайф направляет в медицинский асистанс соответствующий запрос и его сотрудник осуществляет:

- ✓ согласование удобного для клиента медицинского учреждения и времени посещения;
- ✓ направление клиента на прохождение медицинского обследования;
- ✓ уточнения дополнительной информации по медицинскому обследованию;
- ✓ направление результатов медицинского обследования в МетЛайф.

09

### Увеличение страхового покрытия для работников медицинской сферы.

С марта 2018 года повышены лимиты по программам:

Н/С/С-а, Н/С/С-ас до 150/15000/75 грн. для работников медицинской сферы (врачи, фармацевты, провизоры, административные сотрудники), а также для потенциальных клиентов, которые имеют прямое или косвенное отношение к медицинским работникам (родственники и т.д.).

**По результатам украинских исследователей общая заболеваемость в медицине в 30 раз выше, чем в народном образовании, и в 33 раза выше, чем в торговле.**

**Продолжительность жизни украинского врача в среднем составляет 54 года.**



## ХОРОШИЕ НОВОСТИ

## 10 Отмена прохождения медицинского обследования.

С начала июля 2017 года клиентам, которые отметили в заявлении о страховании любые проблемы со своим здоровьем, полисы выпускаются без прохождения медицинского обследования, но после получения письменных ответов на медицинские вопросы.

В связи с этим, если клиент указал в заявлении о страховании на проблемы со здоровьем, ему необходимо заполнить «Медицинскую анкету». На основании предоставленной в анкете информации, компания примет решение об условиях страхования, в результате чего: полис будет выпущено на стандартных условиях или клиенту будет отправлено письмо-согласование на изменение условий страхования (исключения из страховых случаев, изменение страховой суммы более чем на 15%, замена программы страхования основных рисков Е на программу PEAD/PE или отказ в предоставлении страхового покрытия по некоторым программам).

В случае получения согласия клиента, полис будет выпущен. В случае несогласия клиента с предложенными условиями, компания вернет уплаченную страховую премию.



### ВНИМАНИЕ!

Данная процедура не касается процедуры оценки рисков, когда медицинское обследова-

ние необходимо в случае превышения установленных компанией лимитов страховых сумм при достижении определенного возраста.

## 11

### Заключение договоров страхования с клиентами, которым в связи с состоянием здоровья нет возможности предоставить покрытие по программам E/PEAD.

С марта 2018 года клиентам, которым отказано в заключении договора страхования по программам E, PEAD в связи с состоянием здоровья, будет предложена альтернативная программа PE «Страхование на случай дожития до определенного возраста или на определенный срок».

Эта программа предусматривает:

- ✓ В случае дожития застрахованного лица до окончания действия программы: выплату 100% гарантированной страховой суммы + дополнительный инвестиционный доход + специальный фонд индексации (в случае уплаты индексированных страховых премий);
- ✓ В случае смерти застрахованного лица по любой причине: возврат уплаченных страховых премий + дополнительный инвестиционный доход + 4% гарантированного инвестиционного дохода + специальный фонд индексации (в случае уплаты индексированных страховых премий).





# К ПИЛКА ДОБРЫХ ДЕЛ

Волонтеры ЧАО "МетЛайф" продолжают помогать воспитанникам детского дома "Березка".

По традиции весной каждого года сотрудники MetLife Украины помогают воспитанникам детского дома «Березка».

Весна в этом году не стала исключением. 21 апреля наша команда волонтеров помогла обновить территорию детского дома. Отныне на маленьких жителей ждут яркие, веселые и интересные приключения.

На этот раз помочь детскому дому пришли также дети наших волонтеров. Все они вместе создавали сказку для малышей - убирали территорию, раскрашивали яркими цветами качели, скамейки и игровые площадки. Завершение плодотворной и дружеской труда было отмечено вкусным угощением.

Выражаем искреннюю благодарность всем сотрудникам, которые принимали участие в малярных работах, а также всем тем, кто не присутствовал на мероприятии, но присоединился активной благотворительной поддержкой!



# ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ

В период с 1 января по 31 декабря 2017 года

ЧАО „МетЛайф“ произведено  
**8 921 страховую выплату**  
на общую сумму **101 745 787 грн.**,

В ТОМ ЧИСЛЕ:

1 145 страховых выплат в связи с Дожитием Застрахованного Лица до конца действия договора страхования жизни (общая сумма – **53 486 843 грн.**),

115 страховых выплат по программам долгосрочного страхования жизни в связи со смертью в результате заболевания (общая сумма – **8 444 262 грн.**),

21 страховых выплат в связи со смертью в результате несчастного случая (общая сумма – **5 690 429 грн.**),

67 страховых выплат в связи с постоянной нетрудоспособностью в результате несчастного случая (общая сумма – **1 784 351 грн.**),

61 страховых выплат в связи с критическим заболеванием (общая сумма – **6 999 900 грн.**),

3 412 страховых выплат в связи с хирургическим вмешательством и/или госпитализацией (общая сумма – **7 864 047 грн.**),

907 страховых выплаты в связи с переломом и/или ожогом в результате несчастного случая (общая сумма – **2 065 071 грн.**),

144 случаев освобождения от уплаты страховых

премий в случае наступления полной и постоянной нетрудоспособности страхователя (общая сумма – **553 912 грн.**),

1 784 страховые выплаты в связи с телесными повреждениями (общая сумма – **4 097 505 грн.**),

793 страховых выплат по договорам страхования жизни заемщика (общая сумма – **896 691 грн.**),

472 страховых выплат по групповым договорам страхования жизни (общая сумма – **9 862 774 грн.**).

Во всех случаях, в которых это предусмотрено, страховые выплаты включали, также средства Специального инвестиционного фонда и заработанный Дополнительный инвестиционных доход, которые были начислены на момент наступления страхового события.

В общем, за период 2003-2017 годы ЧАО „МетЛайф“ осуществила **22 292 страховые выплаты** на общую сумму в **320 863 389 грн.**

Структура страховых случаев, по которым производились страховые выплаты, имеет следующий вид:

| СТРАХОВОЕ СОБЫТИЕ  | КОЛ-ВО СЛУЧАЕВ | ОБЩАЯ СУММА |
|--|----------------|-------------|
| Дожитие  | 3 239          | 144 972 602 |
| Смерть в результате заболевания  | 793            | 44 899 486  |
| Смерть в результате несчастного случая   | 160            | 37 792 024  |
| Постоянная нетрудоспособность в результате несчастного случая  | 673            | 10 516 864  |
| Критическое заболевание  | 112/122        | 11 360 604  |
| Хирургическое вмешательство и / или госпитализация   | 9 559          | 22 705 053  |
| Полная и постоянная нетрудоспособность страхователя  | 728            | 2 988 174   |
| Переломы и/или ожоги   | 2 124          | 4 929 506   |
| Телесные повреждения   | 2 157          | 4 778 470   |
| Смерть/Травматическое повреждение и / или Госпитализация/ Критическое заболевание/Инвалидность застрахованного лица по групповому договору | 1 620          | 32 159 459  |
| Смерть/переломы и/или ожоги/госпитализация/ постоянная нетрудоспособность застрахованного лица - Банкострахование                          | 1 117          | 3 761 147   |

«Опытный тренер научит вас быстро бегать и вернёт желание жить. Дорого. Страшно.»



## А ЧТО МОТИВИРУЕТ ВАС?

Есть мнение:

«Ты понимаешь, что победа – это каждый шаг к цели, а не конечное ее достижение. А сделать каждый следующий шаг хрен кто тебе помешает.

Ты размазываешь Победу по сроку и труду жизни, как пленку масла по всему хлебу. И вкушаешь ее с каждой крошкой своего существования. Только не своди взгляда и живи правильно. Иди по путям сердца твоего – и тебя поведет Его рука.

Есть точка – на Земле и в Вечности – где ты всегда победитель.»

Михаил Веллер

«Чтобы плыть против течения, рыба должна быть сильной. А плыть по течению может даже мертвая рыба.» Джон Кроуи



# ЧЕРЕЗ ТЕРНИИ









# ОДНАЖДЫ В АМЕРИКЕ...







# СЕРДЦЕ КОЛУМБА

## И "МАМА – ХУАНА"

**ДОМИНИКАНСКАЯ РЕСПУБЛИКА**

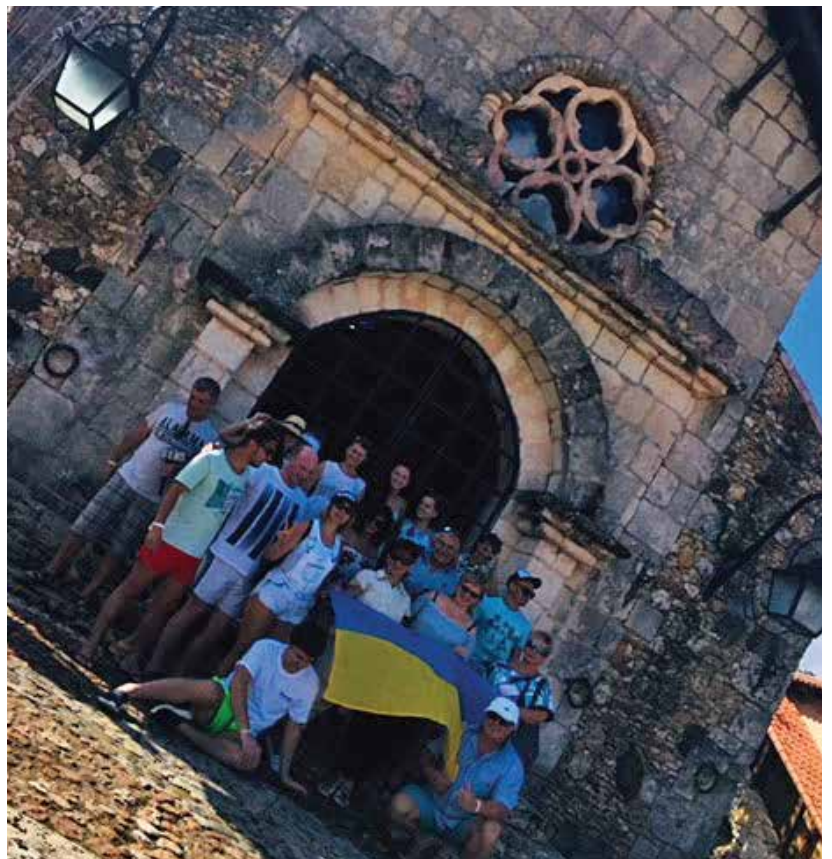


Мама-хуана — достояние местной народной медицины, настойка на смеси сухих стеблей и листьев семи местных растений, которая, как говорят, является сильным афродизиаком. В бутылку заливают алкоголь (это может быть любое, даже самое дешевое вино и ром), добавляют мед и настаивают три недели, после чего доминиканская «виагра» готова к употреблению. Но употреблять ее нужно умеренно — всего по одной рюмке. Зато когда содержимое бутылки закончится, ее можно снова и снова заливать алкоголем.



К 500-летию юбилею открытия Америки в Санто-Доминго построили мемориал Маяк Колумба — внушительное здание в форме креста, посвященное первооткрывателю Америки. Строительство этого здания обошлось в 50 миллионов долларов. Здесь находится урна с прахом Колумба, а именно с его сердцем.



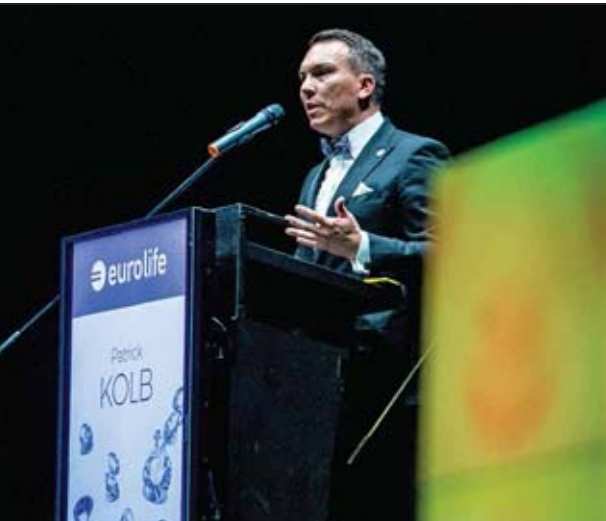




# eurolife congress 2017 Ukraine











# ОТ ЭЛЛАДЫ

# ДО ГРЕЦИИ





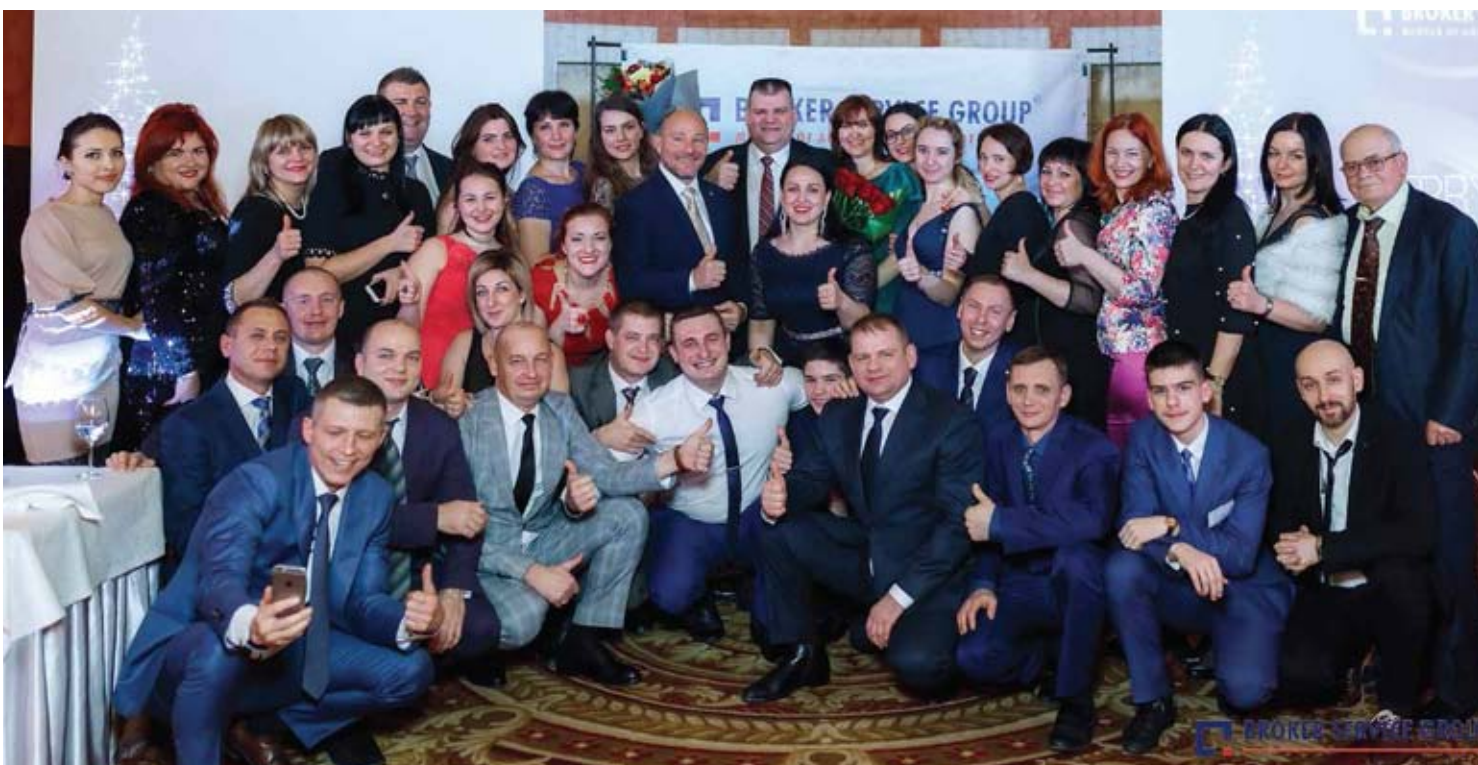


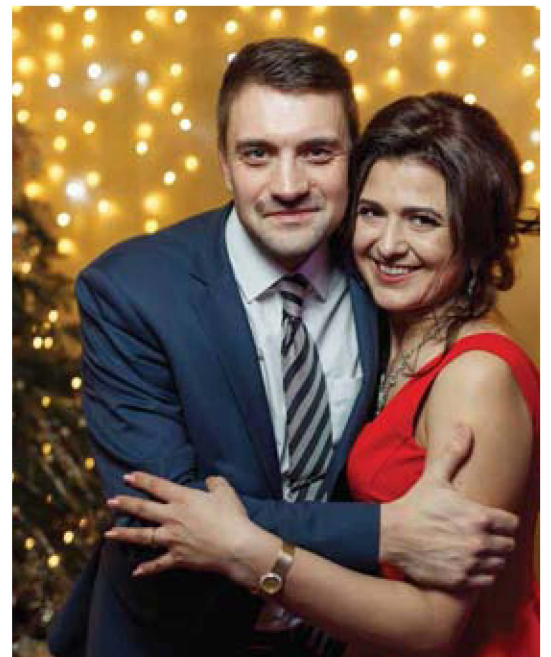




# ПУТЬ К УСПЕХУ НАЧИНАЕТСЯ С ПЕРВОГО ШАГА

**КОНГРЕСС 2017**









Музей под ярким и палящим солнцем...  
Свободы остров жизни и добра...  
Сияешь ты лучом на небосводе...  
Обласканная Господом Земля.

Амелин Владислав



## КУБА









**"ЖИТЬ ХОРОШО!"**

**ЕГИПЕТ**



**А ХОРОШО ЖИТЬ –  
ЕЩЕ ЛУЧШЕ!"**











Expansion  
Quality leads to success



OVB  
Expansion  
Quality leads to success

Quality leads to success



MetLife



OVB  
ПАРТНЕР №1  
ЗА ЯКІСТЬО  
ОБСЛУГОВУВАННЯ  
КЛІЄНТІВ  
2017 РІК



# ФКТ 2017





# КОНКУРС 15 лет MetLife

15 років  
разом  
Україна





ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «15-ЛЕТІЕ МЕТЛАЙФ»





ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «15-ЛІТІЕ МЕТЛАЙФ»

# КОМАНДОЙ НЕ РОЖДАЮТЬСЯ. КОМАНДОЙ СТАНОВЯТЬСЯ!







ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «15-ЛІТІЕ МЕТЛАЙФ»

**BROKER SERVICE GROUP**  
MEMBER OF AMERICAN CONSULTANT GROUP

# ТРИ ОРЕШКА ЗНАНИЙ





**ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «15-ЛЕТІЕ МЕТЛАЙФ»**



# ОГОНЬ, ВОДА И МЕДНЫЕ ТРУБЫ



ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «15-ЛІТНІЕ МЕТЛАЙФ»

**BROKER SERVICE GROUP**  
MEMBER OF AMERICAN CONSULTANT GROUP



## НАШ КАПИТАЛ

# СИЛА КОМАНДЫ – КАЖДЫЙ ЕЕ УЧАСТНИК



ПОБЕДИТЕЛИ КОНКУРСА «15-ЛЕТІЕ МЕТЛАЙФ»

НАШ КАПИТАЛ







# Awards Night 2017

*Дорогие коллеги, от всего коллектива Компании MetLife Украина примите поздравления с тем, что Вы в очередной раз доказали свой профессионализм и стали лучшими в своих номинациях за 2017 год!*

#### ЛУЧШИЕ В НОМИНАЦИИ

«УРОВЕНЬ ВОЗОБНОВЛЯЕМОСТИ ПОЛИСОВ»:

Менеджер Агентства – **ЕЛЕНА МЕЛОКУМОВА**

Юнит Менеджер – **ТАМАРА МИНАКОВА**

Агент – **ОЛЕГ ЗАГОРОДНИЙ**

#### ЛУЧШИЕ В НОМИНАЦИИ

«СУММА СОБРАННЫХ ПРЕМИЙ (LIFE+PA)»:

Менеджер Агентства – **ЕЛЕНА МЕЛОКУМОВА**

Юнит Менеджер – **ТАМАРА МИНАКОВА**

Агент – **ОЛЕГ ЗАГОРОДНИЙ**

#### ЛУЧШИЕ В НОМИНАЦИИ

«НАИБОЛЬШАЯ ДОЛЯ ПРОДУКТОВ  
А&Н В ОБЩЕМ РЕЗУЛЬТАТЕ»:

Менеджер Агентства – **АНДРЕЙ ВОЙЛО**

Юнит Менеджер – **ИРИНА БЕЛОВА**

#### НОМИНАЦИЯ «НОВИЧОК ГОДА»:

Агент – **АЛЕКСЕЙ МИКОЛЕНКО**  
(Агентство Е. Мелокумовой)

*Поздравляем Вас с заслуженной ПОБЕДОЙ! Благодаря Вам Агентство развивается и становится сильнее! Вы – ориентир для многих! С Вами нас ждут новые достижения!*

I LOVE



MetLife













Алина Михайленко,  
Директор по развитию  
Агентской сети ЧАО «МетЛайф»

# ВСЯ УКРАИНА НА ЛАДДОНИ

Для лучших Агентов в статусе Фулл-Таймера Компания ежеквартально проводит мотивационные поездки. И каждый раз это особый уголок нашей прекрасной страны, и каждый раз это незабываемые эмоции....

Коллекция природных чудес Украины завораживает! Тут можно найти американские каньоны, «инопланетные» ландшафты и пещерные лабиринты. Есть в Украине и свой действующий вулкан, он называется «Старуня».

Хотите увидеть нечто необычное и поражающее воображение? - ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЯ К ЛУЧШИМ!

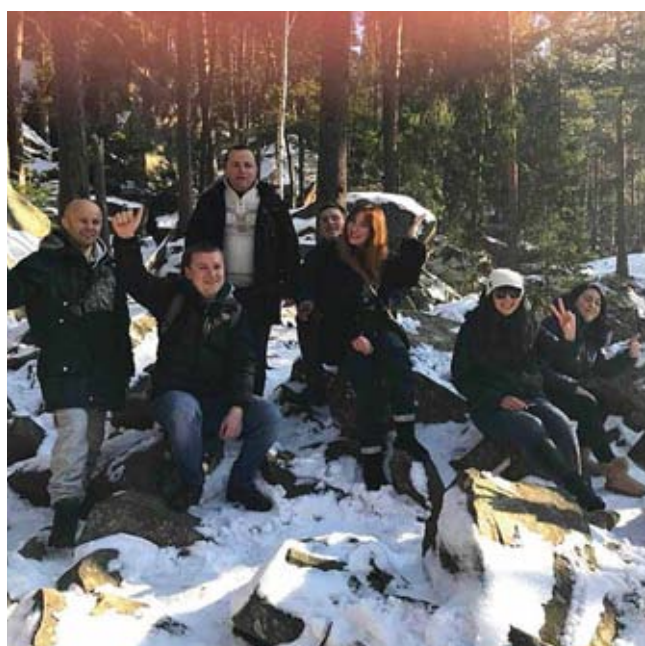
*"Буває, часом спігну від краси.  
Спиняюсь,  
не тямлю, що воно за диво, -  
оці степи, це небо, ці ліси,  
усе так гарно, чисто, незрадливо,  
усе як є - дорога, явори,  
усе моє, все зветься - Україна.  
Така краса, висока і нетлінна,  
що хоч спинись і з Богом говори"*  
*Ліна Костенко*













Алина Михайленко,  
Директор по развитию  
Агентской сети ЧАО «МетЛайф»

# МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ДЛЯ ЛУЧШИХ!

В декабре 2017 года красавица-Варшава встретила победителей конкурса Елену МЕЛОКУМОВУ, Олега ЗАГОРОДНЕГО и Директора Агентской сети Алину МИХАЙЛЕНКО в прекрасном праздничном настроении. Запахом имбирных пряников, глинтвейна, кофе и ёлок. Во всем чувствовалось приближение Рождества!

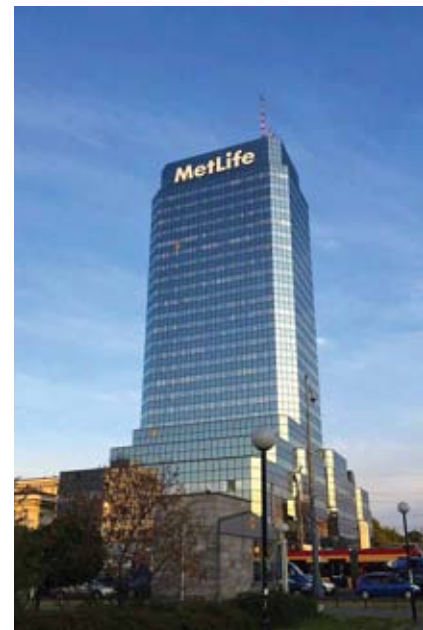
Но самое главное, что произошло во время этой поездки, - мы побывали в своем будущем, в Центральном офисе MetLife в Польше.



Наши коллеги, руководители MetLife в Польше, Менеджеры и Агенты, с удовольствием поделились своим опытом. А мы, в свою очередь, порадовались их результатам, объемам продаж, их мотивацией и успехами! Ощущение было необыкновенным: мы - среди единомышленников, дома, в MetLife.

Закончилась поездка подробным обсуждением выполнения следующего мотивационного конкурса.

Греция, встречай! Готовим наряды и купальники!





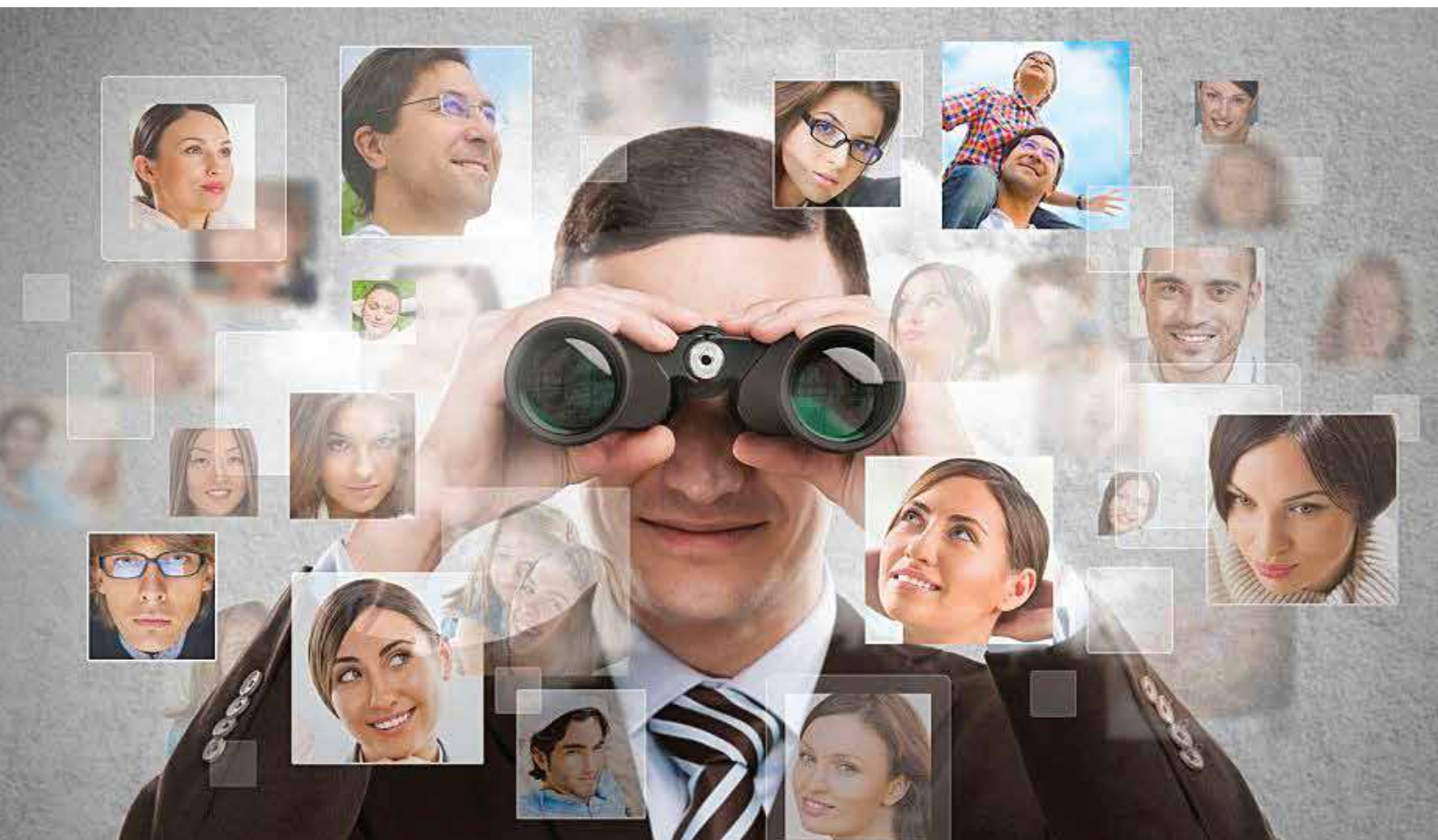




Антон Мокренко,  
Бизнес-тренер, финансовый  
консультант

# ПОИСК КЛИЕНТОВ: ИЗВЕЧНАЯ ПРОБЛЕМА КОНСУЛЬТАНТА

Занимаясь уже более 10 лет Life-страхованием, в том числе 8 из них – обучением сотрудников в этой сфере, мне посчастливилось увидеть много команд из разных страховых брокеров и собственных агентских сетей страховых компаний, как украинских, так и зарубежных. Я увидел немало разные подходы в работе, разнообразие техник и стратегий развития. Несмотря на свои определенные различия, всегда было и есть то, что их всех объединяет – проблема у консультантов со списком потенциальных клиентов и партнеров, которая возникает после нескольких месяцев со «старта». Часто я слышал: «Я работаю уже полгода и у меня закончился теплый круг, теперь приходится работать «по-холодному». Ну, а там, как мы знаем, мало доверия, значительно больше стресса, а самое печальное – намного меньше результативность, а значит и доход.





## ТЕПЛЫЙ / ХОЛОДНЫЙ?

Чтобы понять причины ситуации, которая, как под копирку, возникает у подавляющего количества консультантов, стоит определиться с некоторыми терминами.

В начале поговорим о понятиях **«ТЕПЛЫЕ»** и **«ХОЛОДНЫЕ»** контакты. В чем разница?

Когда консультант после полугода работы в сфере страхования жизни говорил, что он работает **«по-холодному»**, он был абсолютно прав, он в тот момент прорабатывал одну из популярных социальных сетей. Это и есть холодные контакты, которые можно охарактеризовать так – **«Я их не знаю, и они меня не знают»**. Этот термин справедливо применим и к контактам, которые можно найти на сайтах поиска работы, получив в распоряжение список жильцов многоквартирного дома, список членов политической партии или общественной организации, или купив на Петровке («книжный» рынок в Киеве – авт.) диск с данными налогоплательщиков или базой одного из операторов мобильной связи (кстати, в этих действиях компетентные органы могут усмотреть уголовно наказуемые деяния).

А задумавшись над термином **«теплые»** контакты, сразу на ум приходят: родственники, друзья, кумовья, хорошие знакомые, соседи, бывшие сослуживцы, коллеги, однокурсники, знакомые по отпуску и хобби, специалисты, которые ремонтируют мне автомобиль, компьютер, .... **Всех их объединяет одно – я их знаю, и они меня.** Как минимум, они должны вспомнить меня во время телефонного разговора. Не столь важно, главное, что я знаю, как их зовут и их телефонные номера, у некоторых – даже адрес. Мне ничего не стоит позвонить им и пригласить на встречу.

Итак, с терминами определились, теперь поговорим, так что же у всех такого происходит с этим списком теплых контактов?

Когда в бизнес life-страхования приходит «новичок», у него есть определенное количество «теплых» контактов, которые он по настоятельному совету своего менеджера (старшего партнера, наставника, спонсора, «штрюке»...; существуют разные термины – авт.) вписывает в специальный список (База клиентов, Список имен, Проект 100, База 200..., – авт.). И размер этого списка, безусловно, зависит от его коммуникативных навыков, других особенностей характера, рода занятий, а также, как долго он проживает в населенном пункте, где планирует «стартовать». Это может быть 50 имен, а может быть и тысяча, если «новичок», например, работал до этого в сети дистрибуции FMCG или имеет собственный бизнес с огромным списком клиентов

или поставщиков. Но у большинства «новичков» этот список в среднем – 100-150 человек.

Давайте вместе посчитаем, насколько же хватит его? Опыт подсказывает мне, что при таком количестве «теплых» контактов, «новичок» дозвонится примерно к 80-120, ведь кто-то поменял номер телефона, потеряв свой смартфон, другой уехал на заработки в Польшу, кто-то уехал в отпуск и находится вне зоны досягаемости, а кто-то просто не захочет ответить по какой-то причине, увидев его имя на экране телефона.

Чуть позже, в течение нескольких месяцев, «новичок» дозвонится еще к 10-15 контактам из этого списка. Суммарно из этих 90-135 человек, только 35-45 придут на встречу с ним. Остальные не смогут, ссылаясь на очень «уважительные» причины, не найдут свободного времени в своем «плотном графике», или просто не захотят напрягаться... А с некоторыми контактами «новички» и сами не захотят встречаться, боясь остаться непонятыми и, тем самым, разрушить дружеские отношения, а также понимая риск распространения негатива среди общих знакомых в таком случае.

**Так насколько хватит этих контактов?** Все зависит от активности самого консультанта, как показывает практика – на 3-6 месяцев работы (хотя в начале своей карьеры я провел в первый месяц 60 встреч, впрочем, как и в последующие 5 – авт.). Мало того, 35-45 встреч, как правило, дают результат в виде 3-4 полисов. И все! Вот потенциал среднестатистического «новичка».

**Вопрос не стоит, закончатся «теплые» контакты или нет? Всегда стоит только один вопрос – когда эти контакты закончатся? НУ А ЧТО ДЕЛАТЬ ТОГДА ДАЛЬШЕ?**



## ПОИСК КЛИЕНТОВ: ИЗВЕЧНАЯ ПРОБЛЕМА КОНСУЛЬТАНТА

Многих консультантов одолевает глубокое разочарование, что приводит к их уходу из бизнеса и, как правило, к сильнейшему негативу, который они распространяют с утроенной силой. **«ОБМАНУЛИ!» «ПИРАМИДА!» «ИМ ТОЛЬКО И НУЖНЫ БЫЛИ МОИ КОНТАКТЫ!» «ЖУЛИКИ!»**

В общем, ничего хорошего...

А некоторые «новички» оказываются более стойкими и сообразительными, и им в голову приходит «гениальная» мысль – есть масса замечательных справочников, Интернет, различные базы данных. А почему бы и нет, ведь ресурс неиссякаем? Однако, в таком случае их ждут сплошные разочарования.

**Во-первых**, намного больше отказов во время назначения встречи по телефону (слабая терминизация – авт.), а порой – даже открытый негатив.

**Во-вторых**, на встрече им меньше доверяют, относятся как человеку «с улицы», и, как результат, встречи чаще заканчиваются нулевым результатом. Даже, если повезет с продажей, то она будет следствием не менее 5 последовательных встреч с клиентом (вместо 2-3 при «теплом» контакте), за которые мы становимся уже просто «своими» для него. Время идет, встреч много, результаты и, естественно, доходы – плачевные.

**Результативность, а значит и доход консультанта, при переходе от «теплых» контактов к «холодным» падает в 2,5-3 раза, а настроение и мотивация еще больше!**

**ИТОГ ВСЕХ СТАРАНИЙ ОЧЕВИДНЫЙ... ПРОВАЛ!  
ВОПРОС ТОЛЬКО ВРЕМЕНИ.**

Справедливости ради, в этом вопросе у консультантов сетевых компаний есть весомое преимущество перед агентами собственных сетей страховых компаний.

Сам принцип построения MLM, подразумевает, что, сделав несколько собственных продаж и продвинувшись по карьерной лестнице вверх, консультант начинает привлекать партнеров в бизнес, создавая уже свою структуру. Тогда его «новички» приходят со своими списками в 100-150 имен «теплых» контактов. Теперь можно проводить совместные встречи по «чужим» контактам и зарабатывать структурные единицы в доход и карьеру.

**Но здесь тоже существует ряд проблемных моментов:**

- Хватит ли ему тех 35-45 встреч для того, чтобы создать «костяк» своей команды?

- Достаточно ли у него опыта, приобретенного на этих встречах, чтобы быть авторитетом для людей, привлекаемых им в бизнес, и, чтобы потом научить их качественно проводить встречи?

- Все ли партнеры, привлеченные в бизнес, имеют хотя бы те 150 имен «на старте»?

- Что будут делать люди в структуре, когда у них закончатся «теплые» списки?

- Если на каком-то этапе команда «посыпется», как создать ее заново? По «холодным» контактам?

- Где брать контакты, чтобы на личном примере периодически демонстрировать своей команде, как нужно продавать (особенно в кризисные периоды)?

**Вопросов остается достаточно много.**

**ВЫВОД ОЧЕВИДЕН.**

**«Теплый» круг, даже с учетом минусов, значительно лучше, чем «холодный», а самое главное – там результат выше в 2,5-3 раза, а значит и доход у консультанта. А если еще вспомнить, насколько страшно идти к незнакомому человеку, недоверие, неэффективное использование времени...**

На тренингах я очень часто сравниваю работу финансового консультанта по «теплому» и «холодному» кругу с разгрузкой вагонов. Представьте, что Вам предлагают разгрузить вагон с цементом, причем, у Вас есть выбор: первый вагон с применением миниэкскаватора и конвейера, и заплатят Вам за это 10 тыс. гривен; а второй вагон – маленькой детской лопаткой для игры в песочнице, но за 3 тыс. грн. Выполнить нужно одну и ту же задачу, но с приложением разных усилий, причем за большие усилия заплатят меньше. Махать детской лопаткой – это и есть работа с «холодными» контактами.

**Вы хотите так зарабатывать?**

**Я точно – нет!**

**Но что делать, если после окончания «теплого» круга, это единственный выход и выбора нет?**

**А ВЫХОД ЕСТЬ!**

Вспоминается конец 2007 года, в то время я делал робкие шаги в сфере страхования жизни в роли финансового консультанта. Я позвонил своему двоюродному брату Артему, сказал, что начал работать в новой сфере и попросил помочь с контактами, сказав, что это люди примерно его возраста, семейные, с детьми и стабильным доходом. Он предложил встретиться, чтобы понять, чем я все-таки занимаюсь, чтобы спокойно дать контакты, с чистой совестью. Учитывая наши родственные отношения, проникшись идеей страхования жизни и искренним желанием помочь своему младшему кузену, Артем дал список из 20 контактов, которые строго соответствуют «портрету», заданному мной.

На следующий день я начал звонить этим людям. Я никогда в жизни их не видел и даже не подозревал об их существовании, впрочем, как и они о моем.

Моему удивлению не было предела.

17 из 20 с огромным удовольствием захотели со мной встретиться! И встретились! А как встречали! Как близкого человека. Фактически все встречи начинались со слов: «Мы с Артемом в свое время... Это такой человек!...», а дальше был чай-кофе и душевная беседа.

И тут мне все стало ясно. Слово «Артем» для них было «магическим». Именно мой двоюродный брат стал тем «мостиком», который связал незнакомых ранее людей. Да еще как связал! Результат был потрясающим – 3 полиса!

**Кстати, Артем так и не приобрел полис страхования. Вот тогда я и понял, что это абсолютно не важно, чтобы брать рекомендации! И брать их не обязательно только у близких людей. Я начал брать контакты на первых встречах, когда решение клиентом не принято, когда он еще в раздумьях.**

Возвращаясь к нашим терминам, попробуем определить тип этих контактов, полученных вследствие взятия рекомендаций. Перед встречей я человека не знал, как и он меня. Тогда это «холодные» контакты? Но если вспомнить, как они встречали меня, с какими эмоциями, не «холодные» контакты? Но если вспомнить, как они встречали меня, с какими эмоциями, не воспринимая меня как «человека с улицы»,

доверяя мне – то похоже все же на «теплый» круг. Не важно, что до встречи мы не были знакомы, главное, что потенциальные клиенты ждали меня, точно так же, как и мои родственники, знакомые, сослуживцы, соседи...

Таким образом, это новый уникальный канал поиска контактов, который по характеристикам больше похож на «теплый» круг, в том числе и по результативности встреч. Однако, он лишен всех минусов «теплого» круга, а именно: я не боюсь разрушить отношения, не боюсь распространения негатива среди общих знакомых, меня воспринимают так, как я себя зарекомендую.

То есть ко мне относятся как к специалисту в этой сфере, а не как к учителю, если я до этого проработал в школе 10 лет.

И ко мне относятся не как к брату или куму, а как к профессионалу – **ФИНАНСОВОМУ КОНСУЛЬТАНТУ!!!**

А теперь давайте подумаем, что есть у всех 100-150 людей из нашего списка?

Правильно, свой «теплый» круг, и теперь, произнося «магические» слова по телефону: «Ваш телефон дал мне Игорь Петрович, я вчера общался с ним на тему личного финансового планирования, и он рекомендовал Вас, как человека, для которого эта тема может быть актуальной... Он сказал, что как минимум было бы неплохо, если бы Вы об этом

Что есть у всех 100-150 людей из нашего списка? Правильно, - свой «теплый» круг!



## ПОИСК КЛИЕНТОВ: ИЗВЕЧНАЯ ПРОБЛЕМА КОНСУЛЬТАНТА

услышали.», я получаю доступ к... «теплому» кругу этого человека, где меня тоже ждут и готовы общаться.

А потом уже у них... и так дальше.

Систематически повторяя эти действия с людьми, контакты которых я беру на встречах с потенциальными клиентами, я становлюсь богатейшим собственником нелимитированного списка контактов под названием

**РЕКОМЕНДАЦИИ.**

## РЕКОМЕНДАЦИИ – ЧТО ЭТО?

Для начала, давайте разберемся, что это. Вспомните, кто из вас рекомендовал кому-то из своего окружения парикмахера, автослесаря, репетитора, адвоката, врача...?

Практически все.

Зачем мы это делали, и что нас толкнуло на такие действия? Наверняка, все они качественно выполнили свою работу, поэтому мы захотели помочь своим близким, друзьям, коллегам, предоставив им эту ценную информацию. Нам нравится помогать.

В чем же ценность этой информации? Теперь они могут получить за свои деньги качественную услугу или товар.

**ТО ЕСТЬ РЕКОМЕНДАЦИЯ** – это высшая форма оценки профессионализма (и, безусловно, личных характеристик) человека, оказывающего услуги в какой-то сфере. Если ты профессионал, то тебя рекомендуют.

держится за щеку и жалуется на зубную боль, которая его мучает уже две ночи подряд, и у Вас есть проверенный стоматолог, то Вы его порекомендуете, сказав: «Дружище, вот телефон запиши, отличный спец, я у него обслуживаюсь уже пять лет. У него частный кабинет рядом с твоим домом, новое оборудование и доступные цены!»

А что будет говорить собеседник, с которым Вы профессионально провели встречу, после которой он остался очень доволен?

Встречаясь, а, что еще хуже, общаясь по телефону с кем-то из своих друзей, он скажет: «Андрюха... на днях встречался с финансовым консультантом, он занимается страхованием жизни, он рассказал мне про замечательную программу! У тебя тоже семья и дети, как у меня, давай тебе кратко расскажу.

Смотри, программа на 20 лет, ты каждый год платишь и накапливаешь 250 000 грн на пенсию, на которые начисляется процент, но если в этот

период ты умрешь, то твоя семья получит больше денег, а если в ДТП то эта сумма умножается на три... Кстати, по инвалидности, по травме, а по критическим болезням.....».

Думаю, Вы догадались, что ответит Андрюха!

А почему?

А разве Вы так говорите о страховании жизни с клиентом на встрече? Конечно, нет!

Вы около 30 минут на встрече выясняете, как можете помочь клиенту, что он хочет, что ему действительно нужно, и только после этого в корректной форме объясняете, как ваше предложение решает его вопрос.

**Получается, консультант опять обречен?**

Несмотря на рекомендации, количества назначенных встреч почему-то особо не добавляется.


**Ответ один – нужно контакты людей просто брать самому!**

Однако с первых попыток брать рекомендации, быстро убеждаемся, что не все так уже и просто.


Не дают, говорят: «Я им перезвоню и уточню, насколько им это будет интересно, тогда Вам дам их контакты...». И потом... ничего не дают.

## ВЗЯТИЕ РЕКОМЕНДАЦИЙ: ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

**Существует ряд простых, но очень действенных принципов, которых необходимо придерживаться, когда берешь (подчеркиваю «не просишь», а именно «берешь») рекомендации:**

 Избегайте фраз «...порекомендуйте, тех, кому это могло бы быть интересно...». Этой фразой Вы заставляете клиента на основании только той части информации, которую он получил на встрече (например, о пенсионных накоплениях), оценить свое окружение на предмет «купит / не купит».

Правильной фразой будет та, в которой Вы просто задаете «портрет» клиента: «...уверен, что среди Вашего окружения есть люди примерно Вашего возраста, желательны семейные с детьми...».

 После того, как проговорили фразу с «портретом» клиента, говорите о том, что прямо сейчас готовы записать контакты и, уткнувшись глазами в листок бумаги (блокнот, ежедневник) начинайте писать: «1)», «2)», «3)»... Наблюдая за Вашим уверенным поведением, клиент с большей готовностью даст контакты.

✓ Беря рекомендации, объясняйте клиенту, что на днях позвоните им и предложите встретиться в таком же формате, и, если они не захотят встретиться, то вы больше не будете их беспокоить.

✓ Если Вы говорите «...дайте пару человек...», то получите 1-2 рекомендации, просите больше, например – 5 контактов.

✓ Если клиент затрудняется вспомнить, предложите ему воспользоваться адресной книгой его мобильного телефона, именно так он получает возможность вспомнить о людях, будущее которых и их семей ему не безразлично и ограничит его возможности ответить Вам: «Что-то я сейчас не могу припомнить. Может, я потом Вам перезвоню?».

✓ Прodelывая все вышеперечисленные действия, излучайте 100%-ную уверенность в себе. Тем самым Вы как бы посылаете клиенту меседж: «это нормальная практика, мне все дают рекомендации», поэтому и Вы давайте». Не дайте клиенту шанса усомниться в этом.

**Зная эти принципы и применяя их на практике, Вы сможете значительно повысить количество взятых рекомендаций.**

Но если клиент все же не дает – не сдавайтесь.

**ЕСТЬ ЕЩЕ ПАРУ ПРИЕМОВ:**

✓ **Моделируйте ситуацию.**

Поблагодарите клиента за его готовность порекомендовать Вас. После этого искренне выскажите опасение: «Я вижу, что Вы хотите, чтобы Ваш друг тоже получил полезную информацию о страховых программах..., но боюсь, что беседа с вашим другом произойдет именно так – Вы скажете о том, что приходил парень, который занимается страхованием жизни, предлагал программу для накопления средств к старости и защиты по смерти, инвалидности, травматизму...

Догадываетесь, что он Вам ответит? Он скажет «нет»! Потому, что мы с вами разбираемся с этим уже 40 минут, а ваш друг, не получив достаточно информации просто скажет «нет». Тем более, он услышит не очень приятные вещи...

Позвольте, я позвоню ему сам и в корректной форме назначу ему встречу...». Если это не помогает, смело приступайте к следующему этапу.

✓ **Нагружайте ответственность.**

Убедитесь в том, что ваш клиент осознал абсурдность смоделированной ситуации и продолжайте развивать мысль дальше: «Извините, но буду говорить, возможно, неприятные вещи, во всяком случае, буду с Вами откровенен. По сути, Вы сейчас за своего друга принимаете решение и, в



**ПОИСК КЛИЕНТОВ: ИЗВЕЧНАЯ ПРОБЛЕМА КОНСУЛЬТАНТА**

случае, если ему или его семье, не дай Бог, понадобится помощь, сможете ли Вы взять на себя финансовую ответственность по возникшей ситуации в полном объеме?... Ну, скажем, полностью оплачивать все счета его семьи в течение 6 месяцев... Уверен, что нет.

Стоит ли брать на себя такую ответственность? Позвольте ему самостоятельно принять решение, связанное с безопасностью его собственной семьи....».

**ТАКЖЕ ВАЖНО ПОНИМАТЬ,**  
что рекомендации, которые Вы хотите получить, в первую очередь нужны не Вам. Они нужны тем людям, с которыми Вы можете встретиться и проконсультировать их. Возможно, Ваше предложение спасет не одну семью от финансовых потрясений в будущем. **ТАКОЕ ПОНИМАНИЕ ДОБАВИТ ВАМ ЕЩЕ УВЕРЕННОСТИ.**

У Вас теперь появилась возможность обеспечить себе доступ к неиссякаемому источнику контактов, которые гарантированно дадут высокий результат, как по количеству заключенных договоров страхования, так и количеству привлеченных в бизнес новых партнеров.

**ЧТО НУЖНО ДЛЯ ЭТОГО СДЕЛАТЬ? ДЕЙСТВУЙТЕ И НАУЧИТЕ ЭТОМУ СВОИХ КОНСУЛЬТАНТОВ!**

Подробно эта тема разбирается на тренинге «Рекомендации» в рамках обучающих программ Anton Mokrenko Training

**ИНОГДА СПАСАЕТ ТОЛЬКО ЮМОР****УЛЫБАЙТЕСЬ, ГОСПОДА, УЛЫБАЙТЕСЬ...**

Страховой агент:

--- Поймите меня правильно - я не собираюсь пугать вас. Если Вы завтра проснетесь - пожалуйста, просто позвоните мне и сообщите какое решение Вы выбрали. )

*Страхователь спрашивает агента: "Если я застрахую дом на 200.000 долларов, а на следующий день он сгорит, сколько я получу?"*

*Агент отвечает: "Десять лет".*

Алло! Страховая компания? У моего мужа была страховка на случай пожара. Недавно он умер. Когда я могу получить деньги?

- Причиной смерти вашего мужа был пожар?

- Нет, он умер от гриппа, но я его кремировала.

*Страховой агент рассказывает о страховке:*

- сломаете ногу - получите 1000 долларов

- попадете в больницу на операцию - получите 10 000 долларов.

- а умрете таки миллионером!

А страховая компания у Вас надежная?

- Еще бы! На прошлой неделе мужчина выпал с 14-го этажа. Так он долетел только до третьего, а его жена уже получала страховку.

*Всего за 10 минут и 45 долларов американским художником Харви Беллом в 1963 году была создана забавная рожица, позже получившая название «смайлик».*

*Нарисовал он ее по заказу одной из страховых компаний, посчитавшей, что для поднятия настроения сотрудникам просто необходимы яркие позитивные значки-символы.*

*Милая желтая рожица имела такой ошеломительный успех, что очень скоро ее стали печатать на майках, открытках, бейсболках и спичечных коробках.*

*Харви Белл не остановился на достигнутом и через несколько лет предложил учредить праздник — Международный день улыбки.*

*А в 1982 году соотечественник Белла Скотт Фаллман научил пользователей Интернета улыбаться в письменной форме, используя для этого три знака :-)*





# MetLife

**044 494 13 43**

**0 800 305 301**

**[www.metlife.ua](http://www.metlife.ua)**



**Ваш захист  
та фінансова  
впевненість  
у майбутньому**

Приватне акціонерне товариство «МетЛайф». Україна, 01032, м. Київ, вул. Симона Петлюри, 14  
Ліцензія № АЕ 284405 від 13.03.2014 р. (переоформлена)



Частное Акционерное Общество «МетЛайф».  
Украина, 01032, г. Киев,  
ул. Симона Петлюры (Коминтерна), 14  
Тел.: 044 494 13 43/44, факс: 044 494 13 45,  
e-mail: office@metlife.ua  
0 800 305 301, 0 800 301 305  
( бесплатно со стационарных телефонов )  
Лицензия Госфинуслуг Украины АЕ 284405  
от 13.03.2014 (переоформленная)  
Срок действия лицензии с 24.10.2002.

[www.metlife.ua](http://www.metlife.ua)

