

Неизменный принцип лидерства



Рынок страхования жизни в Украине уже не первый год остается сложным для освоения сегментом, который демонстрирует медленный рост на фоне скептического отношения к накопительному страхованию со стороны украинцев. Однако даже на таком непростом рынке есть компании, которые обеспечивают безупречный сервис и качество продуктов, стабильно удерживают ведущие позиции и доверие своих клиентов, невзирая на кризис и низкую платежеспособность населения. О том, как добиться преданности страхователей и партнеров, а также о перспективах украинского страхования жизни рассказал новый Глава Правления СК "Алико Украина" (работающей под брендом MetLife Alico) **Джон Аксел Бромлей**, который на своем опыте убедился, сколь важен накопительный полис страхования в жизни любого человека.

- Можете рассказать о Ваших стратегических задачах на ближайшие годы как нового руководителя компании?

Прежде всего, мы будем прилагать все усилия к тому, чтобы наши клиенты были довольны нашей компанией и всеми услугами, которые мы оказываем. Мы знаем, что сегодня у клиента есть широкий выбор страховых компаний, но мы также уверены в том, что наши страховые продукты - это больше, чем просто страховая полис. За ними стоит и надежность Metлайф, международной ста-

бильной компании, и профессионализм наших украинских каналов продаж, и качественная работа всех наших сотрудников.

Наша задача - представить украинцам возможность купить продукты крупнейшей страховой компании в мире и убедиться в том, что на местном уровне их обслуживают с тем уважением и внимательностью, которой они достойны.

- А что касается планов по развитию продаж?

Те каналы продаж, в которых мы ощущаем наше преимущество, будут

продолжать расти и развиваться, передавая лучший опыт тем каналам, которые еще не успели занять сильную позицию в компании и на рынке.

- И какие каналы наиболее перспективны, по Вашему мнению?

Страхование жизни во всем мире идет по пути развития альтернативных каналов продаж, и Metлайф, безусловно, возглавляет это движение. Например, в течение шести лет на Ближнем Востоке я в основном работал над развитием каналов, ори-

ентированных на банкострахование и прямые продажи, и добился в этой сфере значительных успехов. Поэтому и в Украине мы уделим особое внимание этим направлениям. Но это вовсе не означает, что мы перестанем работать над расширением агентской и партнерской сети, так как индивидуальный подход к клиенту и заботу личного консультанта трудно переоценить. В двух словах - мы настроены на победу по всем фронтам.

- А можно ли говорить, что компания мотивирует клиентов обращать больше внимания на конкретные каналы?

Каждый клиент для нас важен, независимо от того, как и где он приобрел полис страхования. Поэтому я не сказал бы, что мы поощряем покупку с помощью определенных каналов продаж. Разным людям нравится приобретать продукт разными способами, и мы считаем, что у нас есть решения для всех. Например, мы работаем с банками, и очень довольны нашими нынешними партнерами и теми, с которыми вот-вот начнем сотрудничество. Но именно клиент является ключевым звеном, и я собираюсь относиться ко всем страхователям так, как я хотел бы, чтобы относились ко мне.

- Как вы планируете сохранить лидирующие позиции на рынке?

Секрета нет. Гарантируя клиентам высококачественный сервис. Я не заинтересован в увеличении доходов такими способами, которые не пойдут на пользу компании, и я никогда не возьму на себя обязательства перед клиентами, которые не смогу выполнить. В любой стране и в любой сфере есть компании, которые решили, что краткосрочная прибыль им важнее. Что ж, мы терпеливо ждем, когда их время пройдет. В группе стран, которыми я руководил раньше (Катар, Бахрейн и ОАЭ), Метлайф недавно отметила свое 50-летие. Мы и в Украине планируем оставаться с клиентами надолго.

- Акционеры удовлетворены работой компании на украинском рынке?

Говоря "удовлетворены" мы подразумеваем, что мы довольны своей позицией и добились уже всего, чего могли. Я думаю, что такого не бывает в принципе, и точно не будет в ближайшее

время. С таким низким процентом проникновения страхования жизни на рынке и с таким количеством продуктов, нельзя не видеть блестящие перспективы страхования в Украине. Мы планируем проделать большую работу, например, расширить уровень информированности населения о страховании и "растопить лед" в отношении к нему.

- Планируете ли вы расширять бизнес в других сегментах? Например, запускать продукты unit-linked с инвестиционной составляющей?

Безусловно, нам интересны подобные новации, но их внедрение полностью зависит от законодательства. Поэтому, мы с нетерпением ждем, что уже в ближайшем будущем появятся необходимые нововведения.

- Украина демонстрирует низкий интерес к страхованию жизни и продуктам накопления по сравнению с США и странами ЕС. Каким образом компании удастся удерживать высокий спрос на ее продукты?

Страхование жизни - это не роскошь, это одна из базовых потребностей в современном мире. Мы всегда объясняем, что страхование жизни дает ответы на два глобальных вопроса, с которыми может столкнуться каждый. Во-первых, что вы планируете делать на пенсии? При нынешних государственных гарантиях обеспеченная жизнь после пенсии невозможна, соответственно необходимы дополнительные накопления. Тем более что проблема пенсионного обеспечения существует во всем мире, даже на моей родине - в США. Во-вторых, что произойдет с вашими близкими, когда вдруг по воле случая вас не станет? Как будет жить ваша семья? Ни один человек не может запланировать свою смерть, но его долг - заботиться о будущем своей семьи и ее благополучии. Финансовое планирование нашего будущего необходимо начинать сейчас, чтобы в дальнейшем не кусать локти. Кстати говоря, в конце прошлого года наша компания сделала первую выплату по "дожитию", т.е. по окончании срока действия десятилетнего полиса страхования, и с каждым днем количество выплат растет. И для меня большая честь оказаться здесь именно в это значимое для компании время. Я ведь знаю о важности выплат из личного опыта.

- Можете о нем рассказать?

Когда мне было 23 года, мой отец попал в автокатастрофу, в которой погибли два моих младших брата, а он сам оказался в больнице с тяжелыми повреждениями головного мозга. Моя семья не была богатой, и, будучи старшим сыном, я знал, что теперь я обязан оставить учебу и найти работу, чтобы поддержать мать и младших братьев и сестер. Это означало, что мечте получить высшее образование не суждено осуществиться. Но этого не произошло. Я узнал, что мой отец позаботился о будущем, купив полис страхования жизни, и благодаря этому, я обрел возможность получить степень бакалавра в области международных отношений, с углубленным изучением арабского языка, а со временем - две степени MBA и MPM. Более того, мои братья и сестры также смогли продолжить обучение. Даже моя мать вернулась в университет, окончила его и стала школьным учителем. Поэтому я всегда испытываю особое чувство уважения к тем, кто продает страхование, и к тем, кто его приобретает. Ведь я знаю, как полис может к лучшему изменить жизнь, когда кажется, что все потеряно. Это как "спасительная соломинка" для семьи. И обслуживая своих клиентов, я в какой-то степени плачу долг тем, кто в свое время уберег мою семью.

- На Ваш взгляд, каковы в целом перспективы развития рынка страхования жизни в Украине? Каковы его преимущества, если такие имеются?

Мы твердо верим, что страхование жизни - это как Facebook или сотовые телефоны. Перед тем, как воспользоваться ими, многие колебались, но как только попробовали, сразу же осознали, почему родственники, коллеги, друзья так увлечены этим. Мне очень нравится, как говорят китайцы: "Вы не богаты, пока у вас нет трех вещей: дома, машины и страхования жизни". К тому же, страхование жизни является самым простым и разумным способом обеспечить себе спокойное будущее. Мы на 100% уверены, что когда украинцы поймут преимущества накопительных программ, они не ограничатся покупкой только одной страховки. Причем, я осознанно говорю не "если", а "когда". А изменения, над которыми работают украинские законодатели, свидетельствуют, что Украина движется в правильном направлении к более динамичному развитию этого рынка. ■