



Мирослав КИСЫК,
председатель Правления ЧАО «МетЛайф»

В 2015 ГОДУ MetLife В УКРАИНЕ ДОСТИГЛА ВЫДАЮЩИХСЯ РЕЗУЛЬТАТОВ

Мирослав, Вы в Украине полтора года. 2015-й был Вашим первым годом в качестве председателя правления «MetLife» в Украине. Было сложно?

Думаю, сегодня вряд ли найдется тот, кто назовет 2015-й и начало 2016-го простым периодом для бизнеса. Тем не менее, несмотря на многие экономические и политические сложности, в этом году MetLife в Украине достигла выдающихся результатов.

Мы показали лучший результат в регионе EMEA (Европа, Ближний

Восток и Африка) среди всех стран присутствия корпорации MetLife. Кроме того, по результатам 2015-го года, согласно рейтингу Insurance TOP, наша компания стала лидером по страхованию жизни в Украине. Год не был легким, но он однозначно был результативным.

То есть кризис не сказался на Ваших продажах?

Все мы знаем, что кризис не оказывает равномерного влияния на общество. Есть социальные группы, которые более подвержены кризисным яв-

лениям, и группы, которые менее пострадали. Обычно страховку покупают более состоятельные клиенты, и эти группы являются основной целевой аудиторией для предложения наших программ страхования. Поэтому кризис не смог препятствовать росту продаж MetLife – и это подтверждают наши показатели на фоне общей рыночной динамики.

А буквально полгода назад звучала информация о том, что украинский MetLife продают...

Смена в составе собственников акций состоялась в октябре 2015-го – новым акционером, владельцем 99,9% голосующих акций стала швейцарская компания, принадлежащая корпорации MetLife. То, что Вы называете “продажей”, было сменой структуры собственности в рамках плановой реорганизации нашего материнского холдинга. Процесс смены собственников никак не повлиял ни на бизнес в Украине, ни на наших клиентов. MetLife в Украине продолжает работать и предоставлять услуги в обычном режиме.

Поделитесь планами на текущий год?

Мы обычно не обсуждаем наши планы прежде, чем они реализуются. Поэтому скажу о двух основных задачах. Прежде всего, в фокусе наших усилий однозначно останется расширение сети продаж. Ведь успех на страховом рынке, как правило, обеспечивает именно успешная дистрибуция. У нас очень хорошая дистрибуторская сеть, которая предоставляет нам доступ к клиентам, и мы продолжаем развивать ее и в 2016-м. Кроме того, мы обязательно продолжим исследовать рынок и внедрять новые продуктовые решения.

Чтобы продавать завтра – нужно планировать продукт, ориентированный на послезавтра. Как вы формируете продуктовый портфель?

Основной фактор, определяющий предложение по страхованию жизни, это, конечно, актуальность для клиентов. Продукты, которые мы предлагаем, должны отвечать реальным потребностям клиентов. Как Вы знаете, в 2015-м мы запустили два новых страховых продукта – программу «Женское здоровье» и программу страховой защиты для детей. Они предусматривают защиту на случай онкологического заболевания. Мы сосредоточимся на рискованных продуктах и продуктах по защите, ведь это

и есть основа страхования. Мы также будем внимательно следить за изменениями в законодательстве, чтобы своевременно оценить новые возможности для развития бизнеса в рамках нового закона о страховании.

В целом компании продают, конкурируя уровнем доверия и ценовой политикой, но у всех есть какие-то продуктовые «фишки». Что отличает программы «MetLife»?

Вы правы в том, что большинство страховых продуктов похожи друг на друга, по крайней мере, на первый взгляд. Более пристальное рассмотрение условий может выявить существенные различия. Но клиенты часто не имеют возможности сравнивать продукты, и они узнают о различиях, когда уже становится слишком поздно. Наша цель – сделать так, чтобы клиенты не беспокоились о таких вещах. И мы стараемся сделать их опыт сотрудничества с MetLife как можно более гладким, начиная с момента покупки полиса до окончания его действия. Мы стремимся быть настолько прозрачными и простыми в сложных продуктах, насколько это позволяет специфика страхования жизни. Пожалуй, прозрачность условий – одна из ключевых особенностей продуктов MetLife.

Кроме предложения продуктов социальной составляющей, реализует ли компания иные проекты в сфере КСО?

Я считаю, что вся наша работа – это социальная ответственность. Во-первых, наши сотрудники и консультанты своими ежедневными усилиями повышают осведомленность населения о ключевых социальных проблемах. Кроме того, они предлагают решения – либо в виде наших услуг, либо за счет предоставления возможностей для развития и заработка: в качестве финансового консультанта. И, конечно, в любом обществе есть те, кто по тем или иным причинам

не может позаботиться о себе самостоятельно. Поэтому МетЛайф оказывает поддержку нескольким благотворительным фондам в Украине, которые помогают детям и женщинам, страдающим от онкологических заболеваний. Есть и образовательные проекты: год назад, в мае 2015-го, волонтеры MetLife запустили проект Life Changer в Украине “Финансовая грамотность для детей младших классов” в нескольких киевских школах. Эта инициатива была встречена с огромным интересом среди педагогов и учеников. Всего за 2015 год занятия прошли более чем в 10 школах для 1 000 детей. Мы продолжаем развивать такие проекты.

Мы также присоединились к новой инициативе региона EMEA – Community Service Weeks (Недели сотрудничества с сообществами), которая позволит каждому сотруднику в регионе стать волонтером, развивая совместные проекты с местными общинами. MetLife Украина сотрудничает с международной организацией “Специальная Олимпиада”: это проект по организации спортивных мероприятий для людей с психическими расстройствами. 20 мая мы провели турнир по детскому футболу для ребят 10-13 лет, а для тех, кто помладше, были организованы разнообразные спортивные активности.

Мирослав, в итоге, Вас можно поздравить с успешной реализацией всех задач, поставленных акционерами на 2015-й год?

Я думаю, стоит говорить об успешной работе команды MetLife и наших партнеров. То, чего мы добились, является результатом усердной работы всех сотрудников MetLife и всех сотрудников наших партнеров. Страхование жизни – это сложная комплексная услуга, и ее успешное предоставление зависит от качественного сотрудничества и хорошей координации всех заинтересованных сторон.