

„A szolgáltatás lesz a vállalati biztosítások igazi mércéje”

A régió piacán a cégeknek még tanulniuk kell, hogy ne a díj, hanem a kapott szolgáltatás alapján válasszanak biztosítót – mondta lapunknak Nicholas Walsh, az AIG EMEA-régióért felelős elnök-vezérigazgatója. Véleménye szerint a régiós és a magyar piac is komoly fejlődést ígér.



sámára. Idő kell ahhoz, hogy ez a gondolkodásmód a kisebb cégeknél vagy akár az egyéni fogyasztóknál is elterjedjen, de azt hiszem, mindenképp ez a jövő útja.

– Amíg ide eljut a piac, addig kifizetődő lehet az a stratégia, amit az AIG képvisel?

– Mi nem csináltunk titkot abból, hogy elsősorban a nagyvállalati körnek tudunk és akarunk teljes körű szolgáltatásokat nyújtani, a kkv-szegmensben inkább a piacon újdonságnak számító megoldások terítésére vállalkozunk. Ez a részterületek biztosítására koncentráltó missziópolitikát segíthet kialakítani a megfelelő üzleti kapcsolatokat mind ügyfél-, mind alkuszivonalon, a későbbiekben pedig lehetőséget ad majd arra, hogy partnereink – megismerve szolgáltatási színvonalunkat – teljes körű szolgáltatásokat is igényeljenek tőlünk.

– Ennyi specializált elvárás mellett mennyire lehet fontos Magyarország vagy épp a közép-kelet-európai régió az AIG-nak?

– Nem ma kezdtünk az országban: 1976-ban már elindult az együtműködésünk az akkori Allami Biztosítóval. Mindig is hosszú távra terveztük a részvételünket a régiós piac továbbra is olyan fejlődési lehetőségeket rejt, amelyek miatt a piacra lépés költségét megéri beáldozni a Fekete-tengertől a Baltikumig. Az AIG a stabil organikus növekedésben hisz, amit jól alátámaszt, hogy azon ügyfelek igényeit kiszolgálva növekedtünk, akik ugyanígy hosszú távon fektetnek be az adott piacba. A régió sok szempontból érthetőbb piac, mint például Ázsia, ugyanakkor ott is fontos a jelenlét – Kínában az AIG volt az első licenccet kapó külföldi biztosító. Az ottani piac lassan nyílik – erős hazai biztosítók piactra gyakorolt hatása –, ugyanakkor a fejlődés lehetőségét jól mutatja, hogy a kínai biztosítási piac sokkal gyorsabban növekszik, mint a kínai gazdaság. Összességében tehát azt mondhatom, hogy amíg például Kínában még mi tanuljuk a piacot, addig a közép-kelet-európai régióban – például a már említett nis-termékekkel – inkább mi vagyunk a tanítók.

– Ebben a folyamatban várható, hogy az AIG az életbiztosítás terén is megjelenik hazánkban?

– Az AIG üzletpolitikájától nem áll távol az életbiztosítás, hiszen az Egyesült Államokban működésünk egyik alappillére az élet- és nyugdíjbiztosítások vagy éppen a jelzáloghiteltek mögé kötött biztosítások értékesítése. Ugyanakkor az életbiztosítások terén az organikus növekedés rendkívül nehéz, hiszen nagyon hosszú távról beszélünk, így – bár számomra rendkívül kedves témáktólról beszélünk – csak óvatosan lehet a piacra lépésről gondolkodni. Ázsiában számos országban az AIG kezdte el az életbiztosítások értékesítését – ezért ott teljesen más helyzetben gondolkodhatunk.

NAGY LÁSZLÓ NÁNDOR

– Sokan meglepődtek azon, hogy az AIG a válságot követően új néven folytatta biztosítási tevékenységét. Miért volt erre szükség?

– A válság okozta kár a piaci márkanévet illetően az országok többségében nem volt jelentős, ennek ellenére abban az időben az AIG vagyoni- és felelősségbiztosítási üzletének szükségére volt egy egységes arculatra, ennek következménye lett a névváltás "Charitis"-ra. A nevet mind az ügyfelek, mind a brókerek hamar elfogadták, dacára annak, hogy nem költöttünk sok pénzt a bevezetésére. Látható ugyanakkor, hogy az eredeti AIG márkanevnek sikerült megőriznie értékét, ezért döntöttünk a visszanevezés mellett – ami kedvező fogadtatásra talált.

– Ha már válság, mit okozott ez a biztosítási szektornak?

– Azt gondolom, sokkal kisebb hatása volt és lesz a biztosítási ágazatra, mint például a banki szektorra, ennek ellenére üdvözlendők a tőkekövetelményekre és az értékesítési előírásokra vonatkozó változások, a biztosítási piac – és benne természetesen az AIG is – megpróbál maximálisan megfelelni ezeknek, az ügyfelek érdekeiben történnék. Látni kell, hogy az Egyesült Államok és az európai országok szabályozói elvárásai számottevően nem különböznek. A másik oldalon pedig látni kell, hogy idejében sikerült felkészülnünk a válság hatásainak kezelésére, ráadásul ezek sokszor komoly mértékben eltérnek a bankoknál tapasztaltaktól. Például Dél-Európában, a váltaképp Görögországban a válság hatására jelentősen nőtt az igény a biztosítások iránt, ezért a biztosítóknak ebből a szempontból új termkekkel és válaszokkal kell készülnük az ügyfelek igényeire.