

CHCEMY ROZMAWIAĆ z BROKERAMI

„GAZETA UBEZPIECZENIOWA” – nr 33 – 16.08.2011.

Rozmowa z Rafałem Hiszpańskim, dyrektorem zarządzającym Departamentu Zarządzania Niezależnymi Kanalami Dystrybucji TUIR WARTA SA.

***Bożena M. Dołęgowska-Wysocka* : Warta od początku lat 90. jest aktywnie zaangażowana we współpracę z brokerami.**

Rafał Hiszpański : Mieliśmy też przyjemność współtworzyć ze Stowarzyszeniem Brokerów Zasady Dobrych Praktyk. Staramy się cały czas ich przestrzegać. Jednak życie pokazuje, o czym była mowa na jednym z paneli podczas XIV Kongresu Brokerów, że wciąż pojawiają się nowe sytuacje rynkowe, rozwiązania prawne, ulegają zmianie potrzeby klientów, co wymaga nowych ustaleń. Dlatego dyskusja o tym, jak towarzystwa powinny współpracować z brokerami jest wciąż otwarta. Świadczy o tym również wysoka frekwencja i burzliwe reakcje publiczności na wyżej wspomnianym panelu.

To dopiero wstęp do dalszych rozmów.

Cieszę się, że prezes Stowarzyszenia **Jacek Kliszcz** zapowiedział, że na jubileuszowym XV Kongresie znajdzie się jeszcze więcej czasu na rozmowę o relacji ubezpieczyciele – brokerzy. Na rynku brokerskim zachodzi wiele zmian, widać również wzmoczoną aktywność zmierzającą do pozyskania i utrzymania klienta. Coraz częstsze są sytuacje, że o tego samego klienta rywalizuje kilku pośredników. To trudna sytuacja. Ubezpieczycielom zależy, aby ich oferta konkurowała przede wszystkim z ofertami innych towarzystw ubezpieczeniowych pod względem zakresu ochrony, ceny, dopasowania do potrzeb. Niezdrowa jest natomiast sytuacja, kiedy różne oferty tego samego ubezpieczyciela, złożone przez różnych pośredników, konkurują ze sobą u jednego klienta. To nie jest korzystne dla nikogo! Poza wszystkim, nie jesteśmy w stanie przygotować dla jednego klienta kilku różnych ofert w tym samym czasie. A takie oczekiwania często się pojawiają. To bardzo utrudnia współpracę ubezpieczycieli z brokerami.

Co można w związku z tym zrobić ?

Rozwiązanie, które wybraliśmy w Warcie dla ubezpieczeń komunikacyjnych, może nie być optymalne z perspektywy brokerskiej, ale wydaje nam się najrozsądniejsze logistycznie, a przede wszystkim najkorzystniejsze dla klienta. Jeśli mamy kilku brokerów reprezentujących jednego klienta, wszystkim oferujemy identyczną ofertę, zarówno co do zakresu, jak i ceny. Informujemy wszystkich pośredników oraz klienta, że do szczegółowych negocjacji przystąpimy w momencie, kiedy klient wybierze jednego pośrednika, który ma go reprezentować.

Gdyby wszyscy ubezpieczyciele postępowali w ten sposób, to chyba nie byłoby problemu wielu pełnomocnictw. Skoro jednak taki problem istnieje, to zakładam, że jednak różnym brokerom udaje się negocjować różne warunki.

Nie ma żadnych przepisów, które by wymagały od ubezpieczycieli składania identycznych

ofert jednemu klientowi. To jest nasze rozwiązanie, które uznaliśmy za najlepsze w takiej sytuacji. Zdarza się jednak, że jeśli otrzymamy zapytania zdecydowanie różniące się zakresem, to przygotowujemy odrębne programy. Jeśli, na przykład, jeden pośrednik złoży zapytanie o szeroki, wszechstronny program, a inny o zdecydowanie minimalistyczny, to wtedy prawdopodobnie przygotujemy dwie oferty. Nie mamy tu jednak do czynienia z dwoma cenami za to samo. Kolejne problematyczne zagadnienie, to czy ubezpieczyciel powinien preferować konkretnego pośrednika, czy też nie. Niektóre zakłady wolą pośrednika, brokera lub agenta, który dotychczas obsługiwał danego klienta.

Ale przecież klient również powinien mieć prawo do zmiany, jeśli z jakiegoś powodu nie jest zadowolony ze współpracy z dotychczasowym pośrednikiem.

Warta, jak już mówiłem, w przypadku ubezpieczeń komunikacyjnych przygotowuje jedną ofertę dla danego klienta, nawet jeśli reprezentuje go kilku pośredników.

Wspomniał Pan o zmianach na rynku brokerskim, które zachodzą w ostatnich latach.

W latach 90. jedne biznesy obsługiwali brokerzy, inne agenci. Najczęściej były to zupełnie inne podmioty. Teraz coraz więcej dużych agentów, mówię przede wszystkim o multiagentach, obsługuje również dużych klientów korporacyjnych, kiedyś przypisanych brokerom. Mamy też coraz większą liczbę brokerów, którym zdarza się obsługiwać klientów indywidualnych – osoby fizyczne i małych przedsiębiorców. A to był do niedawna tradycyjny rynek agencyjny. W wielu państwach nie ma różnicy między multiagentem a brokerem. U nas jest inaczej. Są to zupełnie inne podmioty, jednak biznesowo coraz bardziej się do siebie zbliżają.

Rozwiązania prawne zawsze są w tyle za aktualnymi trendami rynkowymi. Nowe sposoby działania wypracowywane są przez konkretne decyzje biznesowe, które Warta i inni gracze podejmują każdego dnia.

My bardzo się staramy, żeby nasze decyzje były transparentne i zrozumiałe dla naszych partnerów. Potwierdzają to nagrody *fair play*, którymi wyróżniają nas brokerzy. Co nie znaczy, że nie potrzeba nam forów do dyskusji z brokerami. Takim forum są Kongresy Brokerów, ale mam nadzieję, że będą nim również łamy „Gazety Ubezpieczeniowej”.

Jakie jeszcze zmiany zaobserwował Pan w ostatnich latach na rynku brokerskim ?

Firmom brokerskim jest coraz trudniej dokonywać organicznych wzrostów. Liczniejsze stają się fuzje i przejęcia. Przykładem może być chociażby połączenie spółek Aon Polska i Progres. To chyba największe tego typu wydarzenie, które od razu zaowocowało pierwszym miejscem w rankingu brokerskim dla firmy Aon pod względem przypisu. Bardzo interesujący jest również projekt Sieci Partnerskiej Willis, o którym pisaliście w czerwcu. Czegoś takiego jeszcze w Polsce nie było.

Myśli Pan, że to ma szanse powodzenia ?

To bardzo ciekawy projekt. Nie mamy jeszcze w Polsce praktycznych doświadczeń, które pozwoliłyby przewidzieć, jak ta sytuacja potoczy się dalej.

Dobry projekt dobrym projektem, ale bardzo wiele zależy od jakości implementacji. Sama koncepcja zaprezentowana przez prezesa Jacka Cichego i Piotra Wszola, odpowiedzialnego

za projekt, wydaje mi się obiecująca.

Kolejna nowość w Polsce, to coverholderzy Lloyd'sa.

To będzie rzeczywiście kolejne wyzwanie dla branży, także pod względem prawnym!

Wiele się dzieje zarówno wśród ubezpieczycieli, jak i brokerów.

Rozwój biznesu jest bardzo widoczny. Dobrym przykładem jest tu bancassurance. Miałem przyjemność wdrażać działania bancassurance Warty poza Grupą oraz współorganizować z Gdańską Akademią Bankową pierwsze dwa Kongresy Bancassurance. Przed 20 laty nikt nie przypuszczał, że banki mogą być tak szerokim kanałem dystrybucji ubezpieczeń, w szczególności na życie.

Kolejną ważną innowacją na rynku są programy affinity, czyli sprzedaż ubezpieczeń indywidualnych dla klienta masowego. Mamy tu pewne podobieństwa z ubezpieczeniami grupowymi na życie. To pokazuje, że na rynku jest coraz większa potrzeba dobrego serwisu. Produkty mogą być drobne i bardzo proste. To, co się liczy, to umiejętność dotarcia do klienta i jakość serwisu. Coraz więcej brokerów posiada spółki agencyjne, które nie tylko wykonują działania agencyjne, ale również zajmują się serwisem.

Rozmawiałam ostatnio na ten temat z Patrickiem Lucasem, prezesem Gras Savoye.

Rzeczywiście, należąca do grupy Gras Savoye spółka Pol-Assistance jest tutaj świetnym przykładem. Prowadzi działania serwisowe, assistance oraz z zakresu likwidacji szkód, co do tej pory było raczej domeną ubezpieczycieli. Nie ma jednak przeszkód prawnych, żeby przy pewnych programach towarzystwa zlecały tego typu procesy na zewnątrz. Bardzo ciekawe zjawiska występują na rynku masowych ubezpieczeń komunikacyjnych, którymi zajmujemy się w Warcie.

W czasie XIV Kongresu Brokerów była o tym mowa na panelu o segmentacji klientów. Leasingi, floty, dilerzy – jest tutaj sporo zamieszania.

Leasing jest bardzo ciekawym kanałem dystrybucji. Warto pamiętać, że ponad połowę nowych samochodów w Polsce kupują firmy. Z roku na rok coraz więcej przedsiębiorców korzysta nie tylko z leasingu, ale też z CFM, który poza finansowaniem obejmuje również pełny serwis pojazdu. Kopiujemy rozwiązania, które na Zachodzie pojawiły się kilka lat wcześniej.

Z drugiej strony, mamy diler samochodowego, który najczęściej jest również multiagentem. W związku z tym dla jednego nowego samochodu mamy kilku potencjalnych partnerów, którzy chcą go ubezpieczyć. Mamy brokera przy flocie samochodowej, firmę leasingową i diler samochodowego. Sytuacja dla ubezpieczyciela jest trudna. Stosunko najprościej jest w przypadku flotowej oferty dla brokera. W każdym razie, ze względu na spore różnice taryf między tymi kanałami, może zdarzyć się tak, że cena polisy tego samego auta będzie się różnić w zależności od sposobu, w jaki został nabyty.

W leasingu taryfy są bardzo uproszczone i uśrednione. Oferta dilerska jest również uproszczona, jednak, podobnie jak oferta agencyjna, zawiera tabele bonus malus i inne zniżki dla klienta. Porównywanie stawek między ofertą dilerską a flotową jest często nieadekwatne,

ponieważ bardzo różne są zakresy ochrony i różne interesy. Wszyscy na rynku uczymy się teraz tego...

Nie obywa się bez konfliktów ?

Konflikty się zdarzają. Sytuację dodatkowo komplikuje fakt, że nie tylko firmy flotowe występują za pośrednictwem pełnomocnika, ale również coraz częściej jest tak w przypadku firm leasingowych, a nawet dilerów. Rozmawiają ze sobą nie tylko podmioty, ale również pośrednicy, którzy je reprezentują. Ogólny obraz jest dość skomplikowany. Dyskusyjne jest także, kto naprawdę jest klientem. W leasingu formalnie klientem jest właściciel pojazdu, czyli firma leasingowa i ona zawiera umowę. Ale faktycznym użytkownikiem jest ktoś inny. Zdarza się też, że ubezpieczającym jest leasingobiorca, który zawiera ubezpieczenia na rzecz leasingodawcy. Zazwyczaj sama umowa leasingowa reguluje, na kim spoczywa obowiązek ubezpieczenia pojazdu.

Wkrótce również Kowalski będzie mógł w ten sposób finansować zakup samochodu.

Tak zwany leasing konsumencki otworzy kolejne możliwości działań dla towarzystw. Na pewno pojawią się też nowe wyzwania.

Sądząc po naszej rozmowie, ale również po burzliwych dyskusjach na Kongresie, jest jeszcze wiele spraw do uregulowania, jeśli chodzi o ubezpieczenia komunikacyjne.

Nie wszystko da się uregulować prawnie. Dla nas najbardziej wiążącą decyzją jest decyzja klienta. Z punktu widzenia klienta, wielość dostępnych ofert nie jest sytuacją złą. Jednak bardzo często klientowi jest trudno zrozumieć różnice między poszczególnymi ofertami. Najczęściej klient intuicyjnie porównuje tylko ceny. A to ma sens tylko wtedy, kiedy zakres ochrony jest identyczny, jak w przypadku obowiązkowego ubezpieczenia OC. Trudniej zmierzyć inne czynniki, takie jak zakres ochrony czy jakość serwisu. Przy obsłudze dużych flot ma to kolosalne znaczenie. Tu ogromną rolę odgrywają profesjonaliści, czyli brokerzy. Zwłaszcza jeśli mówimy o klientach korporacyjnych.

Podsumowując, sytuacja rynkowa jest taka, że komunikacja między partnerami – ubezpieczycielami, brokerami, firmami leasingowymi, flotowymi i dilerami jest niezwykle ważna. Bardzo się cieszę, że Kongres Brokerów jest platformą do rozmów z brokerami, nawet jeśli te rozmowy nie zawsze są łatwe i przyjemne. Liczę na to, że w przyszłym roku znów zasiądziemy do rozmów na jubileuszowym XV Kongresie.

Dziękuję za rozmowę.

Bożena M. Dołęgowska-Wysocka

* * *

