

ΧΡΙΣΤΟΣ ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ, CEO Trust Insurance Cyprus

Η TRUST INSURANCE CYPRUS ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΗΣ ΚΑΙ ΣΤΗ ΝΕΑ ΕΠΟΧΗ

«Στόχος μας είναι να δίνουμε πρόσθετη αξία στο συμβόλαιο του κάθε πελάτη μας, μέσω της προσφοράς επιπρόσθετων πρωτοποριακών υπηρεσιών, απλοποιημένων και γρήγορων διαδικασιών, καθώς και μιας εξαιρετικής εμπειρίας στην εξυπηρέτηση», αναφέρει σε συνέντευξή του στο Forbes ο CEO της Trust Insurance Cyprus, Χρίστος Χριστοδούλου.

Ποια είναι η θέση της Trust στην αγορά, μετά από 34 χρόνια παρουσίας στην Κύπρο;

Η εταιρεία δημιουργήθηκε το 1990 και τότε ο ρόλος της ήταν να παρέχει αντασφαλιστικές και ασφαλιστικές υπηρεσίες, καθώς επίσης και διοικητικές υπηρεσίες, στις ασφαλιστικές εταιρείες του ομίλου Nest.

Λειτουργούσε ως μητρική εταιρεία των άλλων ασφαλιστικών του Nest Group μέχρι το 2003, όταν απέκτησε άδεια εξασκίσεως ασφαλιστικών εργασιών και στην Κύπρο.

Από τότε, άρχισε η προσπάθεια για να εισέλθει η Trust στην αγορά και το 2009 η εταιρεία άλλαξε τη δομή της, με στόχο να μπει πιο δυνατά στην κυπριακή αγορά.

Η Trust, με λειτουργική ανάπτυξη, έχει καταφέρει να είναι μία από τις νγέτιδες εταιρείες του τόπου, σε ασφάλιστρα και μέγεθος ασφαλιστρών και κατατάσσεται τρίτη σε σύνολο 23 ασφαλιστικών εταιρειών που διαθέτει η αγορά.

Πιστεύω ότι η Trust κατάφερε να επιφέρει σημαντικές αλλαγές στη νοοτροπία και στον τρόπο που λειτουργεί η Ασφαλιστική Βιομηχανία σήμερα. Ακολουθώντας μια σωστή στρατηγική, κατορθώσαμε να είμαστε σήμερα μια νγέτιδα ασφαλιστική εταιρεία, πρότυπο στον χώρο μας. Άλλωστε, για μας, νγέτης είναι αυτός που τον αντιγράφουν οι άλλοι και όχι το αντίθετο. Επιπρόσθετα, για να μπορεί κάποιος να θεωρείται νγέτης θα πρέπει ταυτόχρονα να έχει και τα μεγέθη που απαιτούνται.

Υπάρχει συγκεκριμένο πλάνο για αύξηση του μεριδίου αγοράς σας;

Κάθε χρόνο δημιουργούμε επιχειρηματικό πλάνο με προοπτική για τα επόμενα τρία. Στόχος μας είναι να αναπτυσσόμα-

στε περισσότερο από την αγορά, ώστε να μεγαλώνει και το μερίδιο αγοράς μας. Το επιχειρησιακό μας πλάνο δεν περιλαμβάνει μόνο ανάπτυξη της παραγωγής, αλλά και τη συνεχή διαφοροποίησή μας από τον ανταγωνισμό, σε ό,τι αφορά την προϊοντική υπεροχή.

Θέλουμε να προσφέρουμε στον πελάτη τις καλύτερες λύσεις στην ασφάλιση, τις καλύψεις και τη χρήση της τεχνολογίας, ούτως ώστε η εξυπηρέτηση του να είναι πιο εύκολη και να έχει περισσότερη πρόσβαση σε εμάς. Πάντα, όμως, με γνώμονα τον άνθρωπο.

Πιστεύουμε ακράδαντα ότι η τεχνολογία σε συνδυασμό με την επαγγελματική συμβουλή που προσφέρει ο ασφαλιστικός διαμεσολαβητής είναι ό,τι καλύτερο. Ως εκ τούτου, εφαρμόζουμε την στρατηγική από άνθρωπο σε άνθρωπο, θέλοντας να πούμε στον πελάτη μας ότι η Trust πάντα θα βλέπει τον πελάτη ως άνθρωπο, και όχι ένα ακόμη συμβόλαιο ή ένα ακόμη πρόσθετο αριθμό στο πελατολόγιό της.

Επίσης, μέσα από την εξυπηρέτηση δημιουργούμε και αναβαθμίζουμε συνεχώς την πρόσθετη αξία που προσφέρουμε στον πελάτη. Πέραν των καλύψεων και της τυποποιημένης εξυπηρέτησης, έχουμε προχωρήσει βήματα παραπέρα προσφέροντας επιπρόσθετη αξία στο κάθε συμβόλαιο και κατά συνέπεια στους πελάτες μας.

Για παράδειγμα, όσον αφορά την οδική βοήθεια που προσφέρεται μέσω των συμβολαίων ασφάλισης οχημάτων, η Trust πάει ένα βήμα παρακάτω και προσφέρει δωρεάν μεταφορά με την οδική βοήθεια σε πελάτες της οι οποίοι έχουν καταναλώσει αλκοόλ. Την υπηρεσία αυτή την προσφέρουμε και σε άτομα τα οποία αντιμετωπίζουν ένα πρόβλημα υγείας

Σίγουρα, η συμβουλή μας προς τους πελάτες μας είναι να μην καταναλώνουν αλκοόλ εάν έχουν σκοπό να οδηγήσουν, ωστόσο εάν υπάρχουν τέτοιες περιπτώσεις είναι σημαντικό να γνωρίζουν ότι μπορούν να πάνε σπίτι τους δωρεάν και με ασφάλεια. Η συγκεκριμένη είναι μία από τις πάρα πολλές επιπρόσθετες αξίες που προσθέτουμε στα συμβόλαια μας.

Ένα άλλο παράδειγμα είναι η άμεση επαφή που έχουμε με κάθε πελάτη ο οποίος έχει κάποια απαίτηση και η διευθέτηση μιας τέτοιας εξυπηρέτησης με τρόπο ο οποίος ελαχιστοποιεί στο ελάχιστο την ταλαιπωρία του μετά από ένα ατύχημα, είτε έχει ευθύνη είτε δεν έχει.

Τα πιο πάνω είναι ορισμένες από τις υπηρεσίες που προσφέρει η Trust, όπως επίσης για παράδειγμα εάν κάποιος πελάτης μας δεν έχει πληρώσει το ασφάλιστρο του, πέραν της γραπτής προειδοποίησης, θα επικοινωνήσουμε μαζί του για να δούμε εάν μπορεί να γίνει μια διευθέτηση με δόσεις ή με τρόπο που να μπορεί.

Ποιο θεωρείτε πως είναι το συγκριτικό σας πλεονέκτημα ως ασφαλιστική εταιρεία, για το οποίο σας επιλέγουν οι πελάτες σας;

Οι πελάτες μας επιλέγουν την Trust για την προϊοντική υπεροχή της και για την προσέγγιση μας σε ό,τι αφορά την εξυπηρέτηση, η οποία γίνεται πάντοτε με χαμόγελο και πάντοτε με γνώμονα τον άνθρωπο. Όταν κάποιος επικοινωνεί μαζί μας, προσπαθούμε να μπούμε στη θέση του και να βοηθήσουμε όσο το δυνατό περισσότερο.

Επιπρόσθετος λόγος είναι η ευκολία που προσφέρει η τεχνολογία στους πελάτες μας, από την ασφάλιση μέχρι και την πληρωμή της απαίτησης δημιουργώντας

μια θετική εμπειρία για τον καθένα. Μαζί μας ο πελάτης βρίσκει ένα σύνολο πλεονεκτημάτων, τα οποία, κατά την άποψή μας, μας κάνουν να ξεχωρίζουμε και να υπερτερούμε του ανταγωνισμού.

Ποιο είναι το όραμά σας για την εταιρεία;

Η Trust επιδιώκει να μετεξελιχθεί σε μια ακόμη πιο μεγαλύτερη ασφαλιστική εταιρεία, η οποία να μπορεί να συγκριθεί με τις ευρωπαϊκές. Η στρατηγική υλοποίηση του οράματος/ στόχου μας περιστρέφεται γύρω από τρεις άξονες:

Η πρώτη αφορά τη συνεχή αναβάθμιση των υπηρεσιών μας και τη βελτίωση της προσφοράς μας προς την κυπριακή αγορά.

Η δεύτερη αφορά την επέκταση των εργασιών μας στην Ευρώπη, μέσω του Freedom of Services. Ο στόχος μας είναι να προχωρήσουμε στην υλοποίησή του από το 2025, ακολουθώντας όμως μικρά αλλά σταθερά βήματα

Η τρίτη αφορά την επέκταση των εργασιών μας στον κλάδο ζωής, εάν βρεθεί η κατάλληλη ευκαιρία. Είμαστε σε συνεχή αναζήτηση για κάποια ευκαιρία την οποία να μπορούμε να αξιοποιήσουμε.

Ποιες είναι οι προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο ασφαλιστικός τομέας;

Η πιο σημαντική πρόκληση είναι η αύξηση της ασφαλιστικής συνείδησης στην Κύπρο, έτσι ώστε να μεγαλώσει και ο κύκλος εργασιών των ασφαλιστικών εταιρειών. Στην Κύπρο, τα ασφάλιστρα του συνόλου των ασφαλιστικών εταιρειών ανέρχονται στο 4.5% του ΑΕΠ, ενώ σε ώριμες χώρες του εξωτερικού το σχετικό ποσοστό βρίσκεται κοντά στο 9%.

Μία ακόμα πρόκληση είναι σωστή ασφάλιση, λόγω του ότι σε μια μεγάλη μερίδα του πληθυσμού υπάρχει η εντύπωση ότι είναι καλυμμένη με μία ασφάλεια, ενώ στην ουσία η συγκεκριμένη ασφάλεια μπορεί να μην καλύπτει όλες τις ανάγκες του πελάτη.

Μία τρίτη πρόκληση είναι η αλλαγή που παρατηρείται στις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών. Σήμερα ο κόσμος αρέσκεται να αγοράζει αγαθά από το σπίτι του, ωστόσο η ασφάλιση είναι κάτι πιο πολύπλοκο. Η ασφάλιση χωρίς καμία αμφιβολία χρειάζεται επαγγελματική συμβουλή, από ένα δικό σου άνθρωπο, τον επαγγελματία ασφαλιστή σου, ο οποίος θα σε ενημερώσει σωστά για τις



ανάγκες σου και να σου εξηγήσει όλα όσα απαιτούνται για να μπορέσεις να αντιληφθείς τι ακριβώς σου παρέχει το κάθε συμβόλαιο.

Ο πελάτης πολλές φορές πιστεύει ότι έχει αντιληφθεί τους όρους των συμβολαίων, αλλά στην ουσία χρειάζεται βοήθεια για να καταλάβει τη διαφορά των καλύψεων και τους όρους των συμβολαίων που συνθέτουν ένα ασφαλιστήριο. Για τον λόγο αυτό, εμείς επιμένουμε ότι η ασφάλιση μέσα από την τεχνολογία πρέπει να συνοδεύεται από την επαγγελματική συμβουλή του ασφαλιστικού πράκτορα.

Πρόκληση είναι και οι συνεχείς αλλαγές στους κανονισμούς συμμόρφωσης και διακυβέρνησης, στις οποίες πρέπει να προσαρμόζεται συνεχώς η ασφαλιστική βιομηχανία.

Οι Κύπριοι αξιοποιούν, όπως θα έπρεπε, τις ασφαλιστικές υπηρεσίες και προϊόντα;

Τις αξιοποιούν σε ένα καλό βαθμό, όχι όμως όσο θα έπρεπε. Για παράδειγμα, υπάρχουν πολλοί ανασφάλιστοι οδηγοί και πάρα πολλοί κινδυνολογούν τους οποίους οι Κύπριοι αγνοούν.

Πιστεύω ότι μια συντονισμένη προσπάθεια από την ασφαλιστική βιομηχανία για να εξηγήσει και να προωθήσει την ασφαλιστική συνείδηση θα βοηθήσει τους Κύπριους να ασφαλιστούν σφαιρικά.

Ένα μικρό παράδειγμα είναι το cyber risk. Παρά τα όσα ακούμε καθημερινά, για διαδικτυακές απάτες ή για παραβιάσεις συστημάτων (hacking), οι Κύπριοι αν και αναγνωρίζουν την ανάγκη, ακόμα δεν έχουν ασφαλιστεί στα επίπεδα που θα έπρεπε.

Όσον αφορά το cyber risk, εμείς προσφέρουμε συγκεκριμένο προϊόν. Στην Κύπρο υπάρχουν διαθέσιμα προϊόντα, τα οποία είναι σχεδόν τα ίδια με αυτά του εξωτερικού, ωστόσο οι Κύπριοι δεν σκέφτονται ότι πρέπει να ασφαλίσουν τα δεδομένα στο γραφείο τους ή τα δεδομένα των πελατών τους, όπως κάνουν και με το σπίτι τους.

Βλέπουμε, λοιπόν, σταδιακά να υπάρχει μια αλλαγή στην νοοτροπία και στον τρόπο σκέψης των Κυπρίων όσον αφορά την ασφάλιση τους, αλλά δυστυχώς με πολύ αργούς ρυθμούς. Πιστεύω ότι έχουμε ακόμη μακρύ δρόμο να διανύσουμε.