

INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 28 grudnia 2012 r.

Jedna firma, dwie marki – strategia w praktyce

Strategia oferowania ubezpieczeń detalicznych, zarówno pod znakiem towarowym HDI Asekuracja, jak i marką Warta, w ramach jednej firmy to novum na polskim rynku ubezpieczeniowym. Taki zabieg ma zagwarantować, że spółka TUIR „WARTA” S.A. będzie miała najlepszą ofertę dla każdego Polaka.

- Zarówno Warta, jak i HDI Asekuracja ma swoich wiernych klientów, swoją specyfikę i profil działalności. Dlatego postanowiliśmy utrzymać dwie marki do sprzedaży ubezpieczeń detalicznych: Warta i HDI Asekuracja oraz odrębne sieci sprzedaży i linie produktowe – mówi Jarosław Parkot, prezes TUIR „WARTA” S.A..

Dodaje, że wspólne będą takie obszary, jak likwidacja szkód, obsługa klienta czy szeroko pojęty backoffice (IT, kadry, administracja).

- Dzięki temu osiągniemy tzw. efekty synergii i obniżymy koszty działalności, co pozwoli nam oferować konkurencyjne ceny ubezpieczeń, a jednocześnie zagwarantujemy wszystkim klientom, jedną, wysoką jakość obsługi – mówi Jarosław Parkot.

Dwie marki – oferta dla każdego

Pozycjonowanie obu marek już dzisiaj jest zróżnicowane i tak pozostanie. Daje nam to dużą przewagę rynkową i możliwość dotarcia do różnych segmentów klienckich z ofertą produktową. Klienci nie odczują zmiany, ponieważ nadal otrzymają produkty tej samej marki, którą wybrali i do której są przyzwyczajeni. Placówki agencyjne, polisy ubezpieczeniowe oraz materiały reklamowe będą nadal oznakowane logotypem danej marki i zgodnie z jej dotychczasową identyfikacją wizualną. Na materiałach przekazywanych klientom będzie tylko dodatkowa informacja, że HDI Asekuracja to „znak towarowy należący do TUIR WARTA S.A”. Zachowane zostaną również odrębne strony internetowe dla Warty i HDI Asekuracja.

- Nasza komunikacja marketingowa z klientem zostanie dopasowana do specyfiki grup docelowych w sposób najlepiej spełniający ich oczekiwania i potrzeby ubezpieczeniowe – dodaje Jarosław Parkot.

Duża i zróżnicowana sieć sprzedaży

TUIR Warta będzie dysponowała siłą sprzedaży liczącą około 16 tys. osób. Przy czym agenci, którzy do tej pory oferowali ubezpieczenia HDI Asekuracja będą – mimo przejęcia spółki przez Wartę - nadal sprzedawali je w tym samym miejscu i z tym samym logo. Ich prace będą koordynowane w ramach tych samych struktur dlatego np. w ramach spółki Warta, będą działały dwa departamenty sprzedaży dla sieci HDI Asekuracja i Warta.

- Profesjonalna i zróżnicowana sieć sprzedaży, to podstawa do budowy dużej grupy ubezpieczeniowej. Dlatego będziemy rozwijać współpracę nie tylko z agentami wyłącznymi i multiagentami, ale też z innymi partnerami zewnętrznymi np. brokerami, dilerami, firmami leasingowymi czy bankami. Chcemy budować pozycję konkurencyjną poprzez efektywne zarządzanie różnymi kanałami dotarcia do rynku – zapowiada Jarosław Piątkowski, wiceprezes TUIR „WARTA” S.A., odpowiedzialny za sprzedaż.

Ubezpieczenia detaliczne – dwie odrębne linie ubezpieczeń

Strategia zakłada utrzymanie dwóch odrębnych linii ubezpieczeń dla klientów indywidualnych oraz małych i średnich firm dla marek Warta i HDI Asekuracja. Dzięki temu, klienci otrzymają ofertę do jakiej są przyzwyczajeni.

- Jedna rzecz będzie wspólna dla obu linii produktowych, szczególnie w ubezpieczeniach komunikacyjnych: ciągłe dążenie do poprawy sposobu selekcji ryzyka. Interesuje nas ciągły wzrost udziału w rynku, ale przy zachowaniu rentowności – deklaruje Krzysztof Kudelski, wiceprezes TUIR „WARTA” S.A. odpowiedzialny za ofertę ubezpieczeń majątkowych.

Kompleksowa oferta dla dużych firm

Ubezpieczenia korporacyjne będą oferowane tylko pod marką Warta. Połączenie jeszcze bardziej wzmocni pozycję spółki na rynku ubezpieczeń korporacyjnych. Do tej pory Warta była znana z ciekawych rozwiązań w zakresie ubezpieczeń majątkowych i technicznych.

- HDI Asekuracja wnosi ofertę ubezpieczeń OC i wiele innych, ciekawych niszowych produktów, które ma na znakomitym poziomie. Myślę więc, że brokerzy i klienci będą bardzo zadowoleni z połączenia, bo będą mogli liczyć na jeszcze bardziej kompleksową ofertę – mówi Krzysztof Kudelski.

Sprawna likwidacja szkód dla wszystkich

Strategia zakłada, że likwidacja szkód ma być na równym, wysokim poziomie dla posiadaczy polis obu marek. Aby ułatwić klientom kontakt zostanie zwiększona obsada telefonicznego centrum – jest to najchętniej wykorzystywany przez klientów sposób kontaktu.

- Będziemy rozwijać tzw. uproszczone ścieżki likwidacji szkód, czyli takie w których nie potrzebna jest wizyta rzeczoznawcy i wymagają najmniejszego zaangażowania po stronie klienta. Decyzja o wypłacie jest podejmowana na podstawie telefonicznego opisu szkody lub po ewentualnym dostaniu zdjęć czy dokumentów. Obecnie w Warcie, likwidowanych jest w ten sposób około 20 proc. szkód ogółem, a w niektórych liniach np. ubezpieczeniach NNW ten wskaźnik sięga nawet 80 proc. – mówi Rafał Stankiewicz, wiceprezes TUIR „WARTA” S.A., odpowiedzialny za likwidację szkód.

Dodaje, że w przypadku szkód komunikacyjnych, jest też możliwość szybkiej naprawy bezgotówkowej w sieci około 500 warsztatów współpracujących z Wartą.

Wydajne systemy IT zapewnią wysoką jakość obsługi

Połączone spółki będą korzystały z jednolitego głównego systemu informatycznego i systemu wspierającego likwidację szkód.

- W ostatnich tygodniach podpisaliśmy z Asseco umowę przewidującą rozwój głównego systemu informatycznego. W latach 2013-2014 ma być wykonanych około 200 modyfikacji systemu. Finalizujemy też porozumienie z dostawcą systemu wspierającego likwidację szkód. Jego wdrożenie pozwoli nam m.in. na całkowite pozbycie się papieru w likwidacji szkód, dzięki wdrożeniu – już w I kwartale 2013 tzw. elektronicznej teczki szkodowej – mówi Hubert Mordka, wiceprezes TUIR „WARTA” S.A. odpowiedzialny za IT.

Jakie marki w ramach jednej spółki?



Więcej o aspektach prawnych połączenia w informacji prasowej: Warta wiceliderem w ubezpieczeniach majątkowych