

BRANKO PAVLOVIĆ, COO (CHIEF OPERATION OFFICER) I ČLAN IO GENERALI OSIGURANJA SRBIJA

Amazon i Alibaba nisu nam konkurencija

*Digitalni kanali teško da mogu da zamene klasičnu prodaju osiguranja.
Elektronsko poslovanje u osiguranju ima potencijal rasta*

Osiguranje se zasniva na poveznuju. Mnogo je lakše da čovek - prodavac stekne povjerenje klijenta, nego web sajt ili mobilna aplikacija. Pored toga, kada klijent ostvari saradnju sa prodavcem, smatra da ima kome da se obrati u slučaju da nešto treba da se izmeni u ugovoru ili ako mu se desi šteta. Trenutno svetsko iskustvo kaže da se većina proizvoda osiguranja životnog i zdravstvenog osiguranje za fizička lica, kao i gotovo svi proizvodi namenjeni velikim pravnim licima ne mogu uspešno prodavati putem digitalnih kanala, kaže u razgovoru za Magazin Biznis Branko Pavlović, COO (Chief Operation Officer) i član Izvršnog odbora Generali osiguranja Srbija.

Drugim rečima, ukazuje naš sagogovnik, u bliskoj budućnosti, od ukupne premije osiguranja, oko 80 odsto će nastaviti da se prodaje na tradicionalne načine. Verujem da će jednog dana svi proizvodi osiguranja biti prodavani digitalnim putem, ali će se to verovatno dogoditi tek za 500 godina.

- Šta se može očekivati kada je reč o e-poslovanju i osiguranju, a šta za ono koje se vezuje za mobilno osiguranje?
 - E-poslovanje u osiguranju ima veliki potencijal. Zakonska regulativa se u poslednjih nekoliko godina intenzivno menjala i uskladijuje sa Evropskom unijom, tako da se javljaju sve veće mogućnost. Tako je, na primer, prošle godine donet novi Zakon o elektronskom dokumentu, elektronskoj identifikaciji i uslugama od poverenja u elektronskom poslovanju, koji bi trebalo da počne da se primenjuje krajem 2018. godine, i treba da omogući veliki broj usluga elektronskim putem. Novi



Branko Pavlović

zakon će omogućiti masovniju upotrebu elektronske identifikacije klijenata, prelazak na elektronsku poštu i druge elektronske vidove obaveštavanja klijenata.

Pored poboljšanja uslova za rad sa klijentima, postoji i veliki potencijal za elektronsku razmenu podataka osiguravajućih kompanija sa partnerima: Udrženjem osiguravača, bankama, brokerima itd. Generali je omogućio zdravstvenim ustanovama iz svoje mreže elektronsko dostavljanje podataka o štetama. Medi grupa, Vizim, Euromedik i drugi će ove godine poslati u Generali preko 100.000 šteta dobrovoljnog zdravstvenog osiguranja u elektronskom for-

matu, što će omogućiti efikasniju obradu i znatno bržu isplatu šteta ustanovama.

Mobilno osiguranje već nudi nekoliko osiguravajućih kompanija na srpskom tržištu.

- Da li su u pripremi već sada neke aplikacije za mobilno osiguranje?
 - Generali ima po dve android i iOS mobilne aplikacije. Jedna je za agente i omogućava im obračun premije svih proizvoda životnog osiguranja. Druga je namenjena klijentima i omogućava im sledeće funkcionalnosti: kupovinu tri proizvoda – putno osiguranje, osiguranje kuća i stanova i smart paket (osiguranje ekrana mobilnih telefona sa dodatnim

uslugama); objašnjenje kako da postupe kada im se desi šteta; objašnjenje o postupku i potrebnoj dokumentaciji za prijavu štete; kontaktiranje hitnih službi i od 1. juna besplatno pozivanje kontakt centra Generalija iz zemlje ili inostranstva, što će naročito koristiti klijentima putnog osiguranja u slučaju štete u inostranstvu. Aplikacije se mogu preuzeti besplatno u Google Play i Apple App prodavnica.

- *Generali već ima smart paket koji se može kupiti na Plej storu. Kakvo je interesovanje?*

– Interesovanje za kupovinu Generalijevih proizvoda putem mobilne aplikacije je zadovoljavajuće. Broj prodatih polisa u 2017. godini je petocifren. Trenutno je moguće kupiti tri proizvoda, a do kraja godine će biti ponuđen i četvrti proizvod. Iako web „prodavnica“ postoji više od 10 godina, a mobilna „prodavnica“ manje od dve godine, klijenti već sada više kupuju osiguranje preko mobilnih uređaja.

- *Koliko su i da li su za osiguravajuće kuće u Srbiji konkurenca Amazon i Alibaba, internet giganti koji počinju da preuzimaju osiguranja?*

– Zakonska regulativa osiguranja u svetu je prilično nejedinstvena i vrlo komplikovana. Pored toga, stalno se uvode novi standardi i direktive, kao što su u Srbiji trenutno aktuelni, Solventnost II i Međunarodni standard finansijskog izveštavanja 17, koji su veoma zahtevni za implementaciju, po pitanju troškova i vremena. Na primer, implementacija Solventnosti II u Velikoj Britaniji, po podacima njihovog udruženja osiguravača, koštala je sve osiguravače zajedno oko četiri milijarde evra.

S druge strane, Amazon, Alibaba i ostale slične svetske kompanije rade globalno, brzo, efikasno, jeftino... Zbog toga tek počinje njihovo uključenje u tržište osiguranja na najvećim svetskim tržištima, sa skromnim rezultatima. U Srbiji, po zakonu, takve kompanije ne mogu da prodaju osiguranje na domaćem tržištu. S obzirom na to da je naše tržište osiguranja malo, godišnja premija je oko 800 miliona evra, proći će još mnogo, mnogo godina dok se takvim globalnim kompanijama bude isplatilo da se prilagođavaju lokalnim propisima.

- *U svetu se razvijaju tri pravca kada je reč o digitalizaciji - aplikacijama za pametne kuće, vozila i zdravstveno osiguranje. Da li će to biti slučaj i u Srbiji? Šta je najrealnije da u Srbiji pro zaživi?*
- Moje mišljenje je da bi najlogičniji početak primene novih trendova bio u pametnim kućama, ali vreme će pokazati što će osiguravači izabrati. Pametna kuća je prostor za stanovanje u kome su uspostavljeni razni sistemi automatskog upravljanja. Najčešće su pomenuti sistemi povezani na internet. Zahvaljujući tome, pored automatske regulacije parametara kao što je temperatura i vlažnost vazduha u kući, osvetljenost prostorija, osunčanost, ponašanje u slučaju

stanju, stilu vožnje, kvalitetu ishrane, briži o bezbednosti objekta, i sl. iz pametnih uređaja. Zahvaljujući formiranju sveobuhvatnog profila rizika klijenta, biće moguće određivanje odgovarajuće individualne cene osiguranja za svakog pojedinca. Po prognozi Munich Re 2020. godine premija osiguranja pametnih kuća na svetskom tržištu biće oko 60 milijardi dolara.

- *Koji bi procesi u osiguranju mogli biti dodatno unapređeni?*

– Gotovo svaki proces je moguće unaprediti primenom digitalizacije, pri čemu to može biti skraćenje trajanja procesa, ubrzanje načina rada ili bolji sistem kontrole i poboljšanje kvaliteta procesa. Očekivanja klijenata su najveća kada su u pi-

ISTORIJA I BUDUĆNOST

- *Trend digitalizacije je nezaustavljiv, da li je sektor osiguranja u Srbiji spreman na to?*
- Prva masovnija digitalizacija u celoj privredi pa i osiguranju u Srbiji, odnosno Jugoslaviji, počela je pre skoro 50 godina, kada je kompanija Digitron iz hrvatskog grada Buje proizvela prvi džepni kalkulator u Evropi (Digitron DB 800). Digitalizacija se intenzivno nastavila pre oko 30 godina uvođenjem PC kompjutera u osiguravajuće kompanije. Tada su se pojavili prvi integrirani informacioni sistemi za kompletno poslovanje osiguravača. Pojavom interneta u Srbiji pre oko 20 godina, osiguravajuće kompanije su relativno brzo uspostavile svoje web sajtove, a onda je

pre oko 10 godina Generali ponudio kupovinu polisa preko interneta; posle nekog vremena i druge osiguravajuće kompanije su uvele tu mogućnost. Pre dve godine, Generali je počeo prodaju polisa preko svoje mobilne aplikacije, ali i mobilnih aplikacija partnera, Societe Generale banke i drugih. Pre godinu dana, osiguravajuće kompanije su počele da uvođe klijentske zone na svom web sajtu, gde klijenti mogu da prijavljuju štete, pregledaju stanje svojih uplata, dugovanja, itd. Za tri do četiri godine očekujem realizaciju prve Blockchain aplikacije na tržištu osiguranja u Srbiji. Poredjem sa drugim privrednim sektorima u Srbiji, osiguranje drži korak sa većinom, ne zaostaje, ali kao tradicionalni deo finansijske industrije, ni ne prednjači u odnosu na druge.

ju požara ili provalne krađe, moguće je i pristupati sistemu preko mobilnih uređaja i kompjutera, izvršiti uvid u prostor preko kamera i menjati razne parametre po želji. Osnovna prednost pretvaranja kuće u pametnu jeste ušteda energije i smanjenje ljudskog angažovanja u uspostavljanju optimalnih uslova života u kući. Osim toga, osiguranje takve kuće je povoljnije i za klijenta i za osiguravajuću kompaniju. Osiguravači imaju priliku da kreiraju specifične proizvode za klijente koji žive u pametnim kućama, ne samo u osiguranju domaćinstva, nego i u zdravstvenom, životnom, kasko, itd. zasnovane na velikom broju podataka o klijentovom načinu života, zdravstvenom

tanju štete. Iz tog razloga je način prijave i obrade štete posebno važno unapređivati u skladu sa modernim načinom života. Kada dođe do štetnog događaja klijentu je važno da uz što manje aktivnosti, prikupljanja dokaza i dokumentacije prijavi svoj slučaj osiguravajućoj kompaniji. Digitalizacijom procesa prijave štete i rukovanjem isključivo elektronskom dokumentacijom, klijentu se omogućava da svu prijavu obavi sa lokacije na kojoj se nalazi bez dolaska u prostorije osiguranja. Na kraju, digitalizacija podiže nivo transparentnosti procesa pa samim tim i zadovoljstvo klijenata zbog efikasnog i blagovremenog informisanja.

Danijela Nišavić