

Biztosító Nyugdíjpenztár Vállalati bank Befektetési alapkezelő ING Lizing

Személyes oldal

Befektetési irányító

Termékeink

Ügyfélszolgálat

Rólunk

Híreink

Bemutatók

Társadalmi szerepvállalás

Irodáink

Sajtószoza

Karrier

Hol járók: Biztosító Rólunk Sajtószoza

2013/04/05 Az ING Biztosítónál az ügyfélmény az elsődleges prioritás

2013. 04. 05. nyomtatás kedvencekhez ad

Cornelia Coman 2012 júniusában vette át a piacvezető magyar életbiztosító irányító pozícióját. Véleménye szerint az életbiztosítás jövőbeni sikerét a magas színvonalú szolgáltatások és a valódi, hosszú távú pénzügyi tanácsadás biztosíthatja. Az ING Biztosító már komoly lépéseket tett mindkét területen a további fejlesztésre.

Szerző: Buzás Gábor
A [Tanácsadó Magazin](#) 2013. I. számában jelent meg.

Mennyiben képvisel a korábbi vezetéshez képest más szemléletmódot, más vezetési stílust? Melyek voltak az első feladatai elnök-vezérigazgatóként?

Azt hiszem, a kérdés első felét inkább a kollegáim tudnák megválaszolni. Természetesen minden ember egyedi, mint ahogy az is, ahogy mások látnak minket, ennél sokkal fontosabb azonban – még ha az én vezetési stílusom más is –, hogy az ING nagyon stabil, konzisztens vállalati kultúrával, valamint erős európai és regionális stratégiával rendelkezik. Kifejezetten konzisztensnek kell lennünk abban a tekintetben, hogy a megfelelő irányba folytassuk a Magyarországon megkezdett utat, szinkronban azzal a további kilenc országgal, ahol az ING jelen van. A regionális stratégia abban az értelemben nem változott, hogy az ING továbbra is az első számú biztosító és nyugdíjbiztosító pozíciójára törekszik, ám a mód, ahogyan ezt a különböző piacokon eléri, nagyban függ az adott országban jellemző körülményektől.

Megérkezésemkor a legfontosabb számomra a magyarországi leányvállalat működésének minél alaposabb megismerése volt, vagyis a legelső feladataim s lényegében ehhez kapcsolódtak. A nyár folyamán rengeteg emberrel találkoztam és beszéltem a vállalat legkülönbözőbb szintjeiről és területeiről, és igyekeztem meghallgatni mindenkit annak érdekében, hogy minél teljesebb képet kapjak a cégről, annak kultúrájáról. Mire vagyunk büszkék? Mik az erősségeink és gyengeségeink? Mitől voltunk eddig sikeresek? Milyen adottságainkra építhetünk további céljaink megvalósításában? Természetesen felvettem a kapcsolatot a fontosabb ágazati szabályozókkal és a versenytársakkal is, hogy minél behatóbban megismerjem a magyar piac jellegzetességeit. Miután ez az első fázis lezárult, a helyi vezetés elkezdte kidolgozni, hogy pontosan milyen célokat akarunk megvalósítani, valamint hogyan tervezzük azokat kivitelezni a gyakorlatban. Kollegáimmal együtt olyan stratégiát sikerült felépítenünk, amely a vállalat erősségeire, különösen az itt dolgozók által képviselt magas minőségre építkezik. Valóban kiváló emberekkel dolgozhatok együtt, külön kiemelve az értékesítési csapatunkat, amely jelenleg a legprofesszionálisabb a piacon. Nagyon sok erőfeszítést teszünk annak érdekében, hogy ezt a színvonalat megtartsuk, különösen mivel – mint már említettem – minden ember más, és nagyon fontos számunkra, hogy ugyanazt a minőséget tudjuk képviselni mindenki felé, aki csak kapcsolatba kerül az ING-vel.

Hogyan kell elképzelnünk az új stratégiát?

Az ING mindig is a piac legjelentősebb innovátorai közé tartozott. Anélkül, hogy túl sokat elárulnék, stratégiánk egy új megközelítésre épül, az ennek keretében megvalósuló átalakulás pedig véleményem szerint nemcsak az ING életében eredményez komoly változásokat, de a teljes piacra hatással lesz. Piacvezetői pozícióból, illetve immár 21 éves magyarországi jelenlétünkkel adódóan úgy gondoljuk, megérett az idő arra, hogy újjáépítsük magunkat. Természetesen nem az öncélú változás kedvéért akarunk változni, sokkal inkább arra törekszünk, hogy a meglévő alapokra építkezve átalakítsuk biztosítói szerepünket ügyfeleink életében. Tisztában vagyunk azzal, mit tudunk nyújtani az ügyfeleinknek, azonban nem lenne különösebben bölcs dolog kizárólag az értékesítés felporcogtatására vagy épp tanácsadói szerepükön növelésére koncentrálnunk. Olyan szerep kialakítása a célunk, amelyben az ügyfeleink bármikor számíthatnak ránk, bármilyen változás történjen is életükben.

Legkevésbé sem a gyorsan megszerzhető haszon motivál minket, mi kifejezetten hosszabb távra tervezünk, átlagosan 15-20 éves szerződéseinkben gondolkodunk, a hozzánk forduló ügyfelek felé pedig folyamatos, stabil jelenlétet akarunk biztosítani a teljes időszak alatt, nem csupán az első két évben. Úgy is mondhatnám, hogy hosszú távú kapcsolatra rendezkedünk be.

Ezen cél megvalósítása érdekében elsősorban a termék- és szolgáltatásinnováció áll majd a változások középpontjában. Már jelenleg is kiváló csapatunk van, mellettük azonban a legkorszerűbb technológiák is hangsúlyos szerepet fognak kapni. Igyekszünk megtalálni és alkalmazni azokat a 21. századi eszközöket, illetve termékeket, amelyek ügyfélkörünk és értékesítőink számára is a legkényelmesebbeknek bizonyulnak. Ha megvizsgálja a fogyasztói elvárások jelenlegi trendjeit, akkor láthatja, hogy az emberek egyre tudatosabbá válnak, és ezzel párhuzamosan egyre többet is követelnek. Ez alapvetően üdvözlendő jelenség, de az eddigiektől merőben más megközelítést igényel a piac részéről, mi pedig éppen ezen trendeknek megfelelően tervezzük. Jelenleg olyan moduláris szolgáltatáson dolgozunk, amely nem előre meghatározott, fix termékeken alapul. Ehelyett egyetlen alapvető terméket kell elképzelni, amelyhez az ügyfél életszakasza, életszínvonal, szükségletei szerint választhatók különféle kiegészítések. Bárki, bármikor, bármit megváltoztathat majd. Akármilyen változás is következik be az ember életében, például gyarapodik a család, vagy éppen véget ér a házassága, a biztosítási konstrukciót mindig az éppen aktuális élethelyzetének megfelelően alakíthatja majd. Innentől kezdve nem meghatározott tartalmú és lejáratú szerződésekről beszélünk, hanem egy rugalmas, átlátható, folyamatos szolgáltatásról, amelyet teljes mértékben az ügyfél igényeire szabtak.

Itt az ideje, hogy átláthatóbbá tegyük az ügyfél számára, miért is fizet valójában. Az új modell éppen emiatt nagyon pontosan lekövethető lesz, azonnal látni lehet majd az egyes kiegészítő szolgáltatások költségeit. Mint az eddigiekből is látszik, igen ambiciózus tervről van szó, piacvezetőként azonban különösen fontosnak tartom, hogy mi tegyük meg az első lépéseket ebbe az irányba. Természetesen a megvalósítás rengeteg erőforrást és odafigyelést követel meg a vállalat részéről, éppen ezért a legvalószínűbb, hogy lépésről lépésre haladunk majd. 2013-ban gyakorlatilag minden az erre való felkészülés jegyében zajlik.

Mekkora önállóságot kaptak a stratégia kialakításában az anyavállalattól?

Valójában az ING-t sokkal inkább jellemzi a franchise-jelleg, mintsem a klasszikus anya-leányvállalat reláció, és ez a kezdetektől fogva így van. Természetesen kihasználjuk a nemzetközi hálózatban felgyülemlett know-how-t, és az egyes vállalatok termékeire, tapasztalataira is kiváló rálátással rendelkezünk. Minden egyes évben közvetlenül tárgyalunk az anyavállalattal az éppen aktuális stratégiáról és arról, hogyan akarjuk azt megvalósítani, és milyen kihívásokkal kell ehhez szembenéznünk, de valójában mindez a mi feladatunk. Elvégre ki tudná legjobban, mi működik egy adott piacon, mint a helyi csapat? Bizonyos mértékben alkalmazkodnunk kell az európai és a régiós stratégiához, de ettől eltekintve teljesen szabad kezet kapunk.

Hogyan értékelné az elmúlt év eredményeit?

2012 roppant nehéz év volt a biztosítási piac számára, az életbiztosítási szegmens zsugorodott. A pontos eredmények ugyan még nincsenek a kezünkben a teljes évről nézve, de az életbiztosítási ágazat csökkenése így is biztosra vehető, habár hozzáteszem, az

utolsó negyedév kifejezetten erőse sikerült értékesítési szempontból az ING-nél. Komoly kihívásokkal kellett szembenéznünk 2012-ben, különösen az év első felében, mikor rengetegen kényszerültek kiváltani addigi megtakarításaikat, hogy élni tudjanak a végtörlesztés lehetőségével. Ennek következtében a teljes életbiztosítási szektor súlyos csapást volt kénytelen elviselni, és ez némileg a portfóliónkon is éreztette a hatását. A pénzügyi intézményeket sújtó különadó sem volt éppen jótékony hatással a teljesítményünkre – ahogy senki máséra sem –, mindenképpen pozitívum azonban, hogy a tavalyi értékesítési eredmények már egész kedvező képet mutatnak. Ami azt illeti, az évről évre történő összehasonlításban az ING esetén 2011 csak azért bizonyult jobbnak, mert abban az évben komoly termékevezetésre és az ezzel járó kampányra is sor került, míg ilyen 2012-ben nem volt. Ha ennek hatását kivesszük az egyenletből, akkor akár már minimális növekedésről is beszélhetünk ebben a tekintetben.

A tavalyi év legfontosabb eredménye azonban véleményem szerint mindenképpen az ügyfél-megmaradási mutatóinkhoz kapcsolódik, ebben a tekintetben ugyanis sikerült elérnünk a 2008-as válságot megelőző szintet, vagyis az azóta tapasztalható csökkenés megállt, és – még a májusi sokk ellenére is – az utolsó két negyedévben teljesen stabilizálódott, a pozitív trend pedig egyelőre folytatódni látszik. Ugyancsak sikerként könyvelhetjük el önkéntes nyugdíjpénztári üzletágunk újraindítását, gyakorlatilag szeptember óta heti 200 új ügyféllel számolhatunk pénztárunkban.

Mire számít az idei évben?

Mindent egybevéve valamivel jobb évet várok, már csak azért is, mert szerencsére számos negatív tényező, így például a szektort sújtó különadó megszűnt az életbiztosítások esetében. Nem álítom, hogy könnyű dolgunk lesz, de előzetes kalkulációink szerint működésünket idén újra a profitabilitás jellemzi majd. Mindezzel együtt a már említett új termékeinkre való felkészülés révén igen mozgalmas, de annál érdekesebb időszaknak nézünk elébe.

Mit gondol, mik lehetnek az idei évben a kiugrási pontok az életbiztosítási termékek számára? Mit keresnek idén leginkább a fogyasztók?

Nem könnyű megválaszolni pontosan, milyen viselkedésre is számíthatunk a fogyasztói oldalról. Jó néhány statisztikán átrágtam magam a magyar piacot illetően, néhány alapvető igény azért kitűnik belőlük, ezek egyike pedig az egészségbiztosítás kérdése. Egyre többen keresnek olyan privát megoldásokat, amelyek az állami egészségügyi szolgáltatást hatékonyan kiegészíthetik. Úgy látjuk, ez a trend mindenképpen folytatódni fog azok között, akik megengedhetik maguknak az ilyen jellegű konstrukciókat.

Emellett le kell szögeznünk, hogy jelenleg óriási rés tátong a lakosság túlnyomó részének nyugdíj-megtakarításaiban, különösen a magánnyugdíjrendszer államosítása óta. Előbb vagy utóbb az embereknek el kell kezdeniük azon gondolkodni, hogyan töltsék be ezt a rést, ezt pedig nem árt felkészülten várni. Ez természetesen nem kizárólag szükséglet kérdése, nemcsak Magyarországon, de lényegében az egész világon óriási nehézségekkel jár a felelős előtakarékoskodásra való motiválás, miközben az európai nyugdíjrendszerek mindegyikének ugyanazokkal a jól ismert problémákkal kell szembenéznie: előregedő társadalom, az aktív dolgozók arányának csökkenése, az állami nyugdíjrendszereket övező bizonytalanság. Ilyen körülmények között elméletileg a fiatalok nem engedhetik meg maguknak a luxust, hogy ne gondolkozzanak előre. Kötelező magánnyugdíjrendszer hiányában minél hamarabb önkéntes alternatívát kell találniuk. Sajnos roppant nehéz ennek a korcsoportnak a tagjaival megértetni, elfogadtatni mindezek fontosságát, ám a nyugdíjas évek relative távoli mivoltából azt a következtetést levonni, hogy ráérnek még cselekedni, óriási hiba. Különösen azért, mert az egyik legfontosabb célcsoportot képviselik, akiknek már ma hozzá kellene járulniuk a nyugdíjrendszerhez legyen a hozzájárulás mértéke bármilyen minimális. Ezzel együtt azonban nem csak a fiatalok nem takarékoskodnak. Ami azt illeti Magyarországot igen nagy látszólagos ellenmondások jellemzik. Egy közelmúltbeli felmérés szerint a magyarok kifejezetten aggodnak anyagi helyzetük miatt, 84 százalékuk fontosnak tartja az előtervezést, 74 százalékuk pedig azzal is egyetért, hogy az állami rendszertől jelenlegi formájában nem elegendő nyugdíjra számíthat. Ugyanakkor, ha megnézzük az eredményeket, az elmúlt 15 év alatt mindössze 1,2 millió ügyfél csatlakozott az önkéntes nyugdíjpénztárakhoz.

Mindezek alapján úgy látjuk, hogy határozottan igény mutatkozik az ilyen jellegű biztosítási termékekre még akkor is, ha némelyeknél az anyagi lehetőségek korlátozottsága ezt nem teszi lehetővé. Hogy a kérdésre válaszoljak, úgy gondolom, a siker nem egy bizonyos terméken múlik, hanem azon, sikerül-e a potenciális ügyfeleket kimozdítani a passzivitásból. Hisszük, hogy a megfelelő megközelítés a minőségen és a kimagasló ügyfélményen alapszik, és éppen ezért alapoztunk ezekre a tényezőkre új stratégiánk megalkotásakor.

Itt mindenképpen megemlíteném értékesítői csapatunkat, akik kimagasló színvonalat képviselnek, de ez nem jelenti azt, hogy ne lehetne hova tovább fejlődni. Jelenleg azon dolgozunk, hogy különféle felmérések, vizsgálatok alapján olyan minimum sztenderdet dolgozzunk ki, amelynek segítségével egységes színvonalú szolgáltatást tudunk nyújtani, és hatékonyabban tudjuk megcélózni a különböző célcsoportokat is. Azt szeretnénk, hogy tanácsadóink közül egyre többen nyújtsanak olyan színvonalú tanácsadást, mint a legjobbjaink. Azt szeretnénk elérni, hogy kollégáinkat a megbízhatósággal és a szakértelemmel azonosítsák. Ők legyenek az elsők, akiket az ügyfél hív, ha pénzügyi tanácsra van szüksége, hasonlóan ahhoz, mint amikor a háziorvost hívják egészségügyi problémáikkal.

Címek: Comella Coman, eredmények, stratégia, ügyfélmény, vezetés

„Mindent egybevéve valamivel jobb évet várok, már csak azért is, mert szerencsére számos negatív tényező, így például a szektort sújtó különadó megszűnt az életbiztosítások esetében.”

- Biztosító
- Személyes oldal
- Befektetési iránytű
- Termékeink
- Ügyfélszolgálat
- Rólunk

- Termékeink
- Befektetés
- Nyugdíj előtakarékoság
- Biztonság, megtakarítás
- Gondoskodás
- Egészségbiztosítás
- Lakás és hitel
- Vállalati termékeink
- Termékeink ABC sorrendben

- Befektetési iránytű
- Hozamszámoló / árfolyamok
- Milyen típusú befektető Ön?
- Modellportfólió
- Deviza/valuta árfolyamok
- Eszközalap-összetétel
- Tájékoztató az eszközalapokról
- Hírlevelek
- Unitlinked 1x1

Cookie / süti kezelés

Az alábbiakban tájékozódhat arról, hogy mit jelent a weboldalakon való cookie/süti elhelyezés, mi használatuk célja és hogyan kezeljük őket portálunkon.

[Tovább >>](#)