



Bankoosiguranje u funkciji razvoja tržišta osiguranja

Pavel Gojkovič

Pozavarovalnica Sava, d.d

AGENDA

- Dosadašnji razvoj i etablirani poslovni modeli suradnje
- Važnost bankoosiguranja za sudionike i tržište osiguranja
- Zastupljenost bankarskog prodajnog kanala u EU
- Neki od ključnih uvjeta uspjeha uspostavljanja bankoosiguranja
- Čimbenici budućeg razvoja

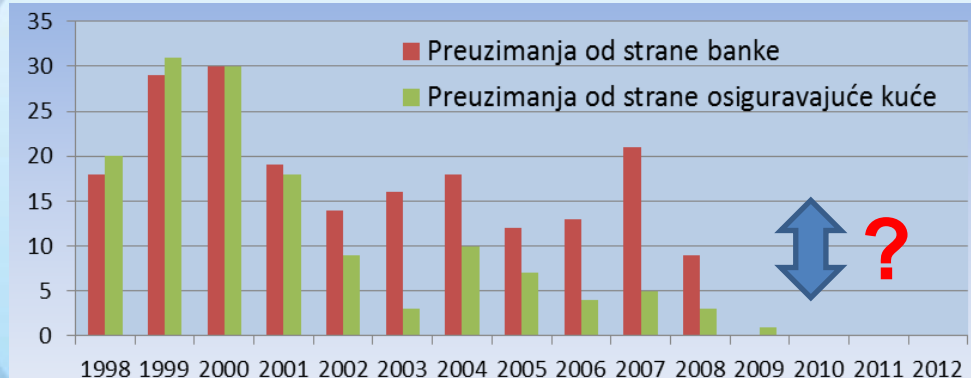
AGENDA

- Dosadašnji razvoj i etabrirani poslovni modeli suradnje
- Važnost bankoosiguranja za sudionike i tržište osiguranja
- Zastupljenost bankarskog prodajnog kanala u EU
- Neki od ključnih uvjeta uspjeha uspostavljanja bankoosiguranja
- Čimbenici budućeg razvoja

PREGLED DOSADAŠNJEG RAZVOJA

- Uvodno opredjeljenje i počeci modernog bankoosiguranja
- Čimbenici uspješnog razvoja u prošlosti
 - Globalni rast svjetskoga gospodarstva i reforme mirovinskih sustava
 - Strukturna konvergencija bankarstva i osigurateljstva
 - Porezni tretman dugoročnih životnih osiguranja
 - Bankovne podružnice kao atraktivan i troškovno učinkovit prodajni kanal
 - Dominatna vrsta ponude bankarsko-osigurateljskih proizvoda
 - Razvijenost alternativnih prodajnih kanala

ETABLIRANI POSLOVNI MODELI SURADNJE



	Opis	Prednosti	Nedostaci	Raširenost
Distribucijski model	Banka je posrednik poslova osiguranja	Jednostavnost, početak poslovanja odmah, niski početni troškovi, nema uloga kapitala	Manja fleksibilnost ponude, moguć sukob poslovnih kultura	SAD, Njemačka, Velika Britanija, Japan
Zajednički pothvat (Joint venture)	Banka u partnerskom suvlasništvu s jednom ili više osiguravajućih kuća	Prijenos znanja i najboljih praksi, razmjena baze podataka o klijentima	Dugotrajno složenije upravljanje	Italija, Španjolska, Portugal
Integrirani model	Stjecanje ili osnivanje podružnice	Jedinstvena poslovna kultura, poslovanje i procesi su integrirani	Veća ulaganja, a time i veći rizik kapitala	Francuska, Irska, Španjolska, Belgija, Velika Britanija

Izvor : Fiordelisi F., Ricci O., (2012): *Bancassurance in Europe, Past, Present and Future*

AGENDA

- Dosadašnji razvoj i etabrirani poslovni modeli suradnje
- **Važnost bankoosiguranja za sudionike i tržište osiguranja**
- Zastupljenost bankarskog prodajnog kanala u EU
- Neki od ključnih uvjeta uspjeha uspostavljanja bankoosiguranja
- Čimbenici budućeg razvoja

VAŽNOST BANKOOSIGURANJA ZA SUDIONIKE I TRŽIŠTE OSIGURANJA



AGENDA

- Dosadašnji razvoj i etabrirani poslovni modeli suradnje
- Važnost bankoosiguranja za sudionike i tržište osiguranja
- **Zastupljenost bankarskog prodajnog kanala u EU**
- Neki od ključnih uvjeta uspjeha uspostavljanja bankoosiguranja
- Čimbenici budućeg razvoja

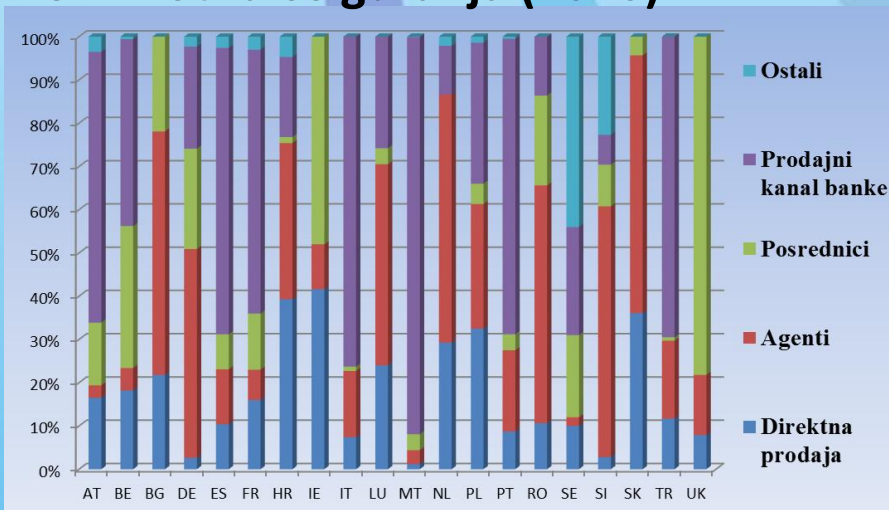
ZASTUPLJENOST PRODAJNOG KANALA U EU

Skupine europskih tržišta i prevladavajući tip ponude bankoosiguranja:

	Istočna Europa	Srednja Europa	Zapadna Europa	Anglosaks. tržišta
Država	LT, HR, BG, TR	PL, CZ, SK, SLO	A, B, NL, L, F, I, E, PT, IR	D, GB
Prevladavajući tip ponude	Pojednostavljena NC ponuda životnih osiguranja	Pojednostavljena NC ponuda osobnih osiguranja	Pojednostavljena ponuda NC životnih i neživotnih osiguranja	Cjelovita ponuda životnih i neživotnih osiguranja

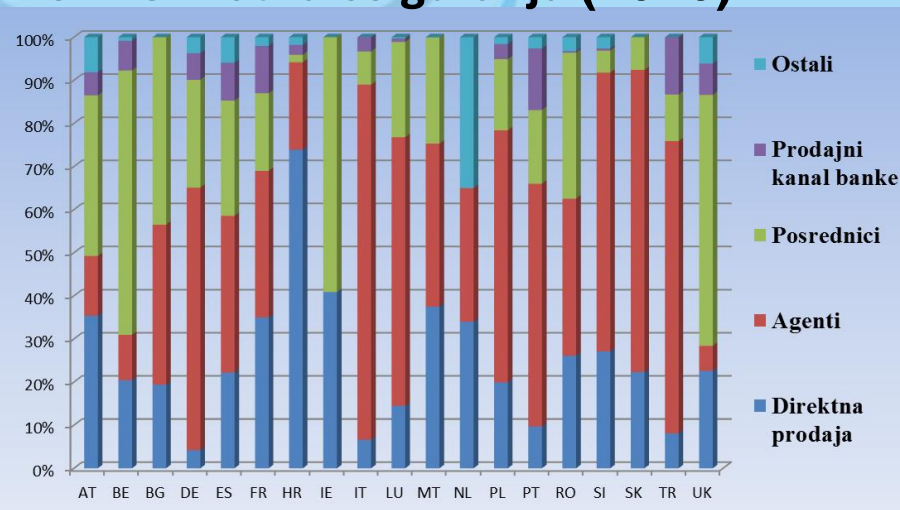
Izvor : Ernst & Young (2010), *Bancassurance: a winning formula*

TU: Životna osiguranja (2010)



EU prosjek 35 %; A, E, PT, F, I > 60 %; VB, N 20 - 25%

TU: Neživotna osiguranja (2010)

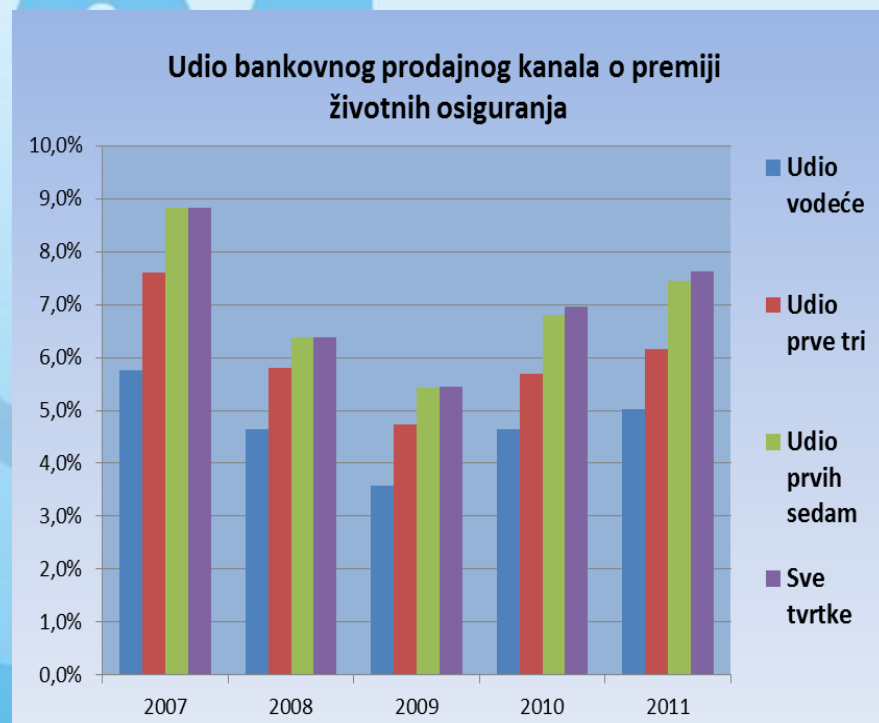


PT 14 % (max)

Izvor : Insurance Europe, (2013): *European Insurance in Figures*

ZASTUPLJENOST PRODAJNOG KANALA U SLO

- Postojeći poslovni modeli:
 - NLB Vita kao zajednički pothvat banke NLB & KBC Insurance
 - Ostala povezivanja na temelju ugovora o distribuciji, strateško povezivanje je više iznimka
- Ponuda proizvoda djelomično prilagođena bankarskoj prodaji
- Porezni tretman životnih osiguranja je nepovoljniji
- Procjena udjela premije životnih osiguranja preko bankarskog prodajnog puta (2012.): 8 % (za neživotna osiguranja 0,5 %).



Izvor : SZZ (2013), *Interne statistike*

AGENDA

- Dosadašnji razvoj i etablirani poslovni modeli suradnje
- Važnost bankoosiguranja za sudionike i tržište osiguranja
- Zastupljenost bankarskog prodajnog kanala u EU
- Neki od ključnih uvjeta uspjeha uspostavljanja bankoosiguranja
- Čimbenici budućeg razvoja

NEKI OD KLJUČNIH UVJETA USPJEHA USPOSTAVLJANJA BANKOOSIGURANJA

BANKA

Marketing i prodaja usluga
osiguranja

OSIGURAVAJUĆA KUĆA

Osiguranje konkurentnosti
usluga osiguranja

UVJETI ZA USPEŠAN RAST SU ...

... da banka ima/osigurava:

- Opsežnu bazu klijenata
- Rašireno mrežo podružnica
- Uspostavljeno prodajno mrežo
- Odličan brand
- Predanost vodstva strategiji bankoosiguranja
- Spremnost ekskluzivnosti prodaje
- Spremnost na dugoročno sudjelovanje i daljnja ulaganja (marketing, IT, itd.)

... da osiguravajuća kuća ima:

- Moderne i konkurentne usluge osiguranja
- Učinkovit, inovativan, fleksibilan razvoj usluga osiguranja
- Odličan brand
- Zadovoljavajući nivo provizija
- Spremnost ekskluzivnosti ponude
- Spremnost na dugoročno sudjelovanje, osiguravanje potpore i zajednička ulaganja

NEKI OD KLJUČNIH UVJETA USPJEHA USPOSTAVLJANJA BANKOOSIGURANJA (1)

Predanost vodstva strategiji bankoosiguranja

- Usvojena jasna strategija banke i vizija za uspostavu bankarskog prodajnog puta
- Strateška orijentacija internalizirana na svim razinama upravljanja u banci
- Definirani prodajni ciljevi na svim razinama banke (T - D), osnovan sustav izvješćivanja, analiziranja i prijedloga djelovanja (B - U)
- Uspostavljena odgovarajuća organizacijska struktura i način komuniciranja

NEKI OD KLJUČNIH UVJETA USPJEHA USPOSTAVLJANJA BANKOOSIGURANJA (2)

Planiranje i nagrađivanje

- Planiranje prodajnih ciljeva banke v suradnji sa tvornicama proizvoda (osiguravajućom kućom, upraviteljem fondova)
- Uravnoteženo nagrađivanje prodaje bankarskih proizvoda i posredovanja proizvoda osiguranja
- Neposredno financijsko nagrađivanje kod ispunjavanja postavljenih ciljeva (svih razina koje su odgovorne za prodaju proizvoda osiguranja)
- Nefinancijska nagrađivanja kao dodatna motivacija prodajne mreže za posredovanje proizvoda osiguranja (akcijska prodaja)

NEKI OD KLJUČNIH UVJETA USPJEHA USPOSTAVLJANJA BANKOOSIGURANJA (3)

Bankarska prodajna mreža i interni kanali prodaje

- Segmenti klijenata banke pokriveni odgovarajućim unutarnjim prodajnim kanalima (izravna prodaja, šalteri banke, bankovni savjetnici, ...)
- Ključni dio: uspostavljena stabilna mreža bankarskih savjetnika
- Uspostavljen sistem internog preusmjeravanja stranaka između internih kanala (mogućnosti? spremnost ? nagrađivanje?)

Cilj: banka je u stanju svakog klijenta kvalitetno savjetovati i prodati mu usluge osiguranja, bez obzira na njegove zahtjeve i vrstu kontakta

NEKI OD KLJUČNIH UVJETA USPJEHA USPOSTAVLJANJA BANKOOSIGURANJA (5)

Bankarsko-osigurateljni proizvodi

- Osnovni proizvodi za masovno prodaju
 - V bankarske usluge ugrađeni proizvodi osiguranja
 - Jednostavna životna osiguranja s štednjom / investicijskom komponentom
- Nadgradnje osnovnih proizvoda
 - Standardizirani proizvodi za prodaju u financijskim paketima
 - Kompleksnija životna osiguranja s štednjom / investicijskom komponentom (jamstva, investicijske strategije, opcije ...)
 - Posebno prilagođeni proizvodi (zahtjevnije skupine klijenata)
- Nove produktne linije (neživotna, zdravstvena, penzije)

AGENDA

- Dosadašnji razvoj i etabrirani poslovni modeli suradnje
 - Važnost bankoosiguranja za sudionike i tržište osiguranja
 - Zastupljenost bankarskog prodajnog kanala u EU
 - Neki od ključnih uvjeta uspjeha uspostavljanja bankoosiguranja
- Čimbenici budućeg razvoja

ČIMBENICI BUDUĆEG RAZVOJA (1)

Povećana regulacija marketinga i posredovanje osiguranja

- Svrha prijedloga propisa (IMD II, PRIPs) je podići kvalitetu prodajnog procesa i uravnotežena razina otkrivanja informacija
- Poboľšana transparentnost i zaštita klijenata
- Uvođenje standardiziranih informativnih obrazaca (KID)

Kapitalni zahtjevi i upravljanje rizicima (SII, BIII)

- Kapitalni zahtjevi na temelju strukture rizika, s naglaskom na integrirani sustav upravljanja rizicima i veći transparentnosti
- Očekuje se rast kapitalnih zahtjeva i visoki troškovi uvođenja
- Optimizacija poslovnih modela (racionalizacija ponude, porast uloge reosiguranja, kapitalno jačanje ili čak dezinvestiranje)

ČIMBENICI BUDUĆEG RAZVOJA (2)

Promjene u afinitetima klijenata banke

- Negativna slika o bankama kao rezultat financijske krize, djelomično smanjenje lojalnosti klijenata
- Stranke postaju sve zahtjevnije i sve su bolje informirane
- Cijena usluge je sve važnija

Daljnji rast bankoosiguranja i alternativnih prodajnih kanala

- Može li rast internetske prodaje zaustaviti rast, odnosno smanjiti ulogu bankoosiguranja?
- Utjecaj brzog tehnološkog razvoja, društvenih mreža, ... ?



24

Hvala na pažnji!