

Pandémia zrýchli digitalizáciu v poisťovníctve

SLUŽBY

Súčasná situácia pomohla urýchliť online riešenia a digitalizáciu služieb aj vo finančnom sektore. Poisťovne sa snažia čo najviac procesov realizovať na diaľku a bezkontaktné. Prináša to úsporu finančných prostriedkov a šetrí životné prostredie.

Alžbeta Hrajnová ©hn
alzbeta.hrajnova@maftraslovakia.sk

Opätrenia proti šíreniu koronavírusu tento rok výrazne ovplyvnili život ľudí aj firiem na Slovensku. Prejavilo sa to v určitej miere aj v poisťovníctve, vidieť to najmä v poklese cestovného poistenia, keďže ľudia menej cestujú a viac pracujú doma. Poisťovňa Allianz eviduje hlavne zmeny v štruktúre hlásených škôd. „V prvých mesiacoch pandémie, počas lockdownu, sa počet škôd v havarijnom a povinnom zmluvnom poistení znížil zhruba o tretinu. Narástol, naopak, počet úrazov v domácnosti. Takisto v prvých mesiacoch pandémie poklesol počet poistných udalostí z rizika denné odškodné pri hospitalizácii, čo bolo spôsobené menším počtom návštev lekárov počas pandémie,“ tvrdí Milan Belica, riaditeľ odboru organizačného riadenia Allianz – SP. Situáciu v množstve škôd potvrdzuje aj Katarína Kukurová, hovorkyňa poisťovne Generali. Aj oni najmä počas prvej vlny pandémie zaznamenali mierny pokles škodových udalostí v poistení motorových vozidiel, čo bolo spôsobené menším výskytom áut na cestách. Naopak, počas

letných mesiacov mali ľudia zvýšený záujem o poistenie do hôr. „Čo sa týka životného poistenia, boli zaznamenané dva modely správania počas posledných mesiacov. Ľudia si začali uvedomovať riziko a rozhodli sa uzatvoriť životné poistenie alebo ho prehodnotiť, zvýšiť poistné sumy, aby tak ochránili seba a svoju rodinu. Na druhej strane tu boli aj takí ľudia, ktorí chceli ušetriť a poistenie zrušili,“ dodáva Kukurová.

Kríza rozbehla digitalizáciu

Online nahlasovanie a registrácia poistných udalostí, videoobhliadky majetkových škôd, možnosť uzatvoriť si prakticky akékoľvek poistenie na diaľku či online psychologická porada v čase krízy významne pomáhajú chrániť zdravie a zároveň udržať nepretržité služby poisťovní. „Ukázalo sa, že investície do digitalizácie sú pre poisťovne absolútne kľúčové a ich skutočný význam sa ukazuje najmä v časoch takejto krízy,“ hovorí generálny riaditeľ UNIQA Martin Žáček. Aj v poisťovni Generali sa potvrdilo, že je digitalizácia v dnešnom svete nevyhnutná. „Mnoho aktivít, ktoré sme práve v tomto období využili, sme mali už v testovacom móde a koronakríza urýchlila ich sprevádzkovanie. Aktuálne je u nás možné uzatvoriť takmer všetky druhy poistenia z bezpečia svojho domova,“ tvrdí Katarína Kukurová. Situáciu opisuje rovnako aj Milan Belica z Allianz, ktorý poukazuje na dôležitosť bezpapierovej komunikácie a digitalizácie viacerých procesov viazaných na prácu z kancelárie.

Bezkontaktné služby

Bezkontaktná komunikácia je v období, keď je obmedzený voľný pohyb osôb, takmer nevyhnutnosťou. Platí to aj v poisťovníctve, najmä pri vybavovaní rôznych služieb a uzatváraní poistných zmlúv. Komunikácia poisťovne zabezpečujú prostredníctvom mobilných aplikácií, vybraných sociálnych sietí, online chatu,

infolinky a e-mailu. Hovorkyňa Generali uvádza, že v súčasnosti si klienti aj obchodníci môžu sami vybrať komunikačný kanál, prostredníctvom ktorého s nimi bude poisťovňa komunikovať. Tieto alternatívne distribučné aplikácie je možné využiť na zasielanie takzvaných servisných správ, ako je napríklad blížiaci sa platba poistného, upomienky, zaregistrovanie alebo ukončenie poistných udalostí a podobne.

Uzatváranie zmlúv na diaľku

Už niekoľko rokov majú poisťovne zavedené uzatváranie poistenia na diaľku. Ide hlavne o životné poistenie, kde nie je vôbec nutný osobný kontakt, zmluva sa podpíše jednoducho jej zaplatením. „Viaceré poistné produkty, ako poistenie majetku, vozidla, cestovné poistenie, poistenie zodpovednosti či poistenie do hôr, si klienti môžu uzatvoriť online bez návštevy obchodníka či pobočky,“ hovorí Milan Belica z Allianz – SP. Postupne sa rozširuje portfólio poistných produktov, ktoré si ľudia môžu uzatvoriť výhradne online, z pohodlia domova. Nie je to výhodné len pre klientov, prináša to úsporu finančných prostriedkov a šetrí životné prostredie.

Koncom roka 2019 predstavila poisťovňa Generali svojim klientom unikátnu webovú aplikáciu na samoobhliadku vozidla pri vstupe do havarijného poistenia s funkciou Google Cloud Vision. Ide o službu, pri ktorej klient nemusí čakať s obhliadkou auta na technika, ale hneď po uzatvorení havarijného poistenia online si dokáže obhliadku vykonať pomocou webovej aplikácie sám.

V poisťovni UNIQA riešia prostredníctvom videoobhliadok aj likvidáciu majetkových škôd, ktoré v čase krízovej situácie uľahčujú a urýchlujú vybavenie poistnej udalosti. Technik sa spojí s klientom prostredníctvom špeciálnej aplikácie v mobilnom telefóne a škoda sa obhliadne pomocou videoprenosu. „Aj keď videoobhliadky zatiaľ fungu-



Viaceré poisťovne zaviedli možnosť sledovať stav poistnej udalosti online.

SNÍMKA: DREAMSTIME



V prvých mesiacoch pandémie, počas lockdownu, sa počet škôd v havarijnom a povinnom zmluvnom poistení znížil zhruba o tretinu.

Milan Belica,
riaditeľ odboru organizačného riadenia Allianz – SP

jú iba pri štandardných majetkových škodách, UNIQA ich v dohľadnom čase plánuje využiť aj na ďalšie druhy škôd, ak bude klient s takouto formou vybavenia škody súhlasiť,“ hovorí Martin Žáček.

Viaceré poisťovne zaviedli možnosť sledovať stav poistnej udalosti online, niektoré tento systém implementovali už pred vypuknutím pandémie. Klienti majú možnosť zdokumentovať danú škodu a systém ich správača krok za krokom a pomáha tak riešiť vzniknutú škodu na diaľku.

Budúcnosť inovácií

Podľa Kataríny Kukurovej sú inovácie a digitalizácia dôležité, no netreba zabúdať na ľudský prístup a empatiu. Samotná digitalizácia priniesla so sebou úsporu času a peňazí, ale hlavne šetrí životné prostredie. „Vďaka bezpapierovej komunikácii sa správame ekologicky k nášmu životnému prostrediu, a to je pre nás kľúčové,“ vysvetľuje Milan Belica. Zároveň upozorňuje že digitalizácia so sebou prináša aj technické a bezpečnostné riziká, ku ktorým je nutné pristupovať obozretne. Najdôležitejšie je, aby

sa pri digitalizácii nestratila ľudská interakcia.

Na trhu nie je nuda o nové projekty a online riešenia, ale oproti zahraničiu sme na Slovensku ešte len na začiatku. „Digitalizácia pre nás nie je ani zďaleka o koncových „vychytávkach“. Jej základ vidíme hlavne v zjednodušených automatizovaných procesoch, ktoré klienti pocítia hlavne v oblasti zrýchlenia a jednoduchosť či zníženej miery byrokracie,“ tvrdí Milan Belica.

Štandardne najsilnejšou oblasťou, ktorá dlhodobo rastie, je podľa neho cestovné poistenie a poistenie do hôr. Tento rok sa v tejto oblasti prejavila koronakríza, ale nárast záujmu o tento druh poistenia je citeľný už niekoľko rokov, dodáva. Podľa dostupných zdrojov sa čím ďalej, tým väčšej obľube teší online poistenie motorových vozidiel. Ľudia prejavujú pozitívny postoj k online riešeniu poistných udalostí a uzatváraných zmlúv. Digitálny kontakt je jednoduchý a efektívny.

Očakáva sa, že v priebehu nasledujúcich rokov sa dopyt po online službách bude zvyšovať a urýchli tak digitalizáciu v tomto odvetví.

FIRMY

Poistenie MetLife patrí roky k benefitom pre zamestnancov

Bratislava – Zatiaľ čo bežní ľudia vnímajú poistenie ako produkt pre jednotlivca, moderní zamestnávateľi už roky zaraďujú skupinové poistenie do štruktúry benefitov pre svojich zamestnancov. Rovnako ako individuálne životné či investičné poistenie, aj tento druh poistenia prechádza vývojom a trendmi, ktoré zohľadňujú trh a požiadavky spoločností.

„Historicky si firmy najčastejšie vyberali poistenie invalidity alebo smrti zamestnanca. Posledných päť rokov však pozorujeme, že programy sa sústreďujú viac na životný štýl, teda poistenie s výplatom poistného plnenia pri diagnóze závažného ochorenia alebo kompenzácie pri práceneschopnosti, ktorá vyrovnáva rozdiel medzi výplatom nároku zo Sociálnej poisťovne a mzdou zamestnanca,“ vysvetľil riaditeľ oddelenia pre spoluprácu s korporátnou klientelou zo spoločnosti MetLife Adrián Strečko.

900
-TISÍC

individuálnych a skupinových klientov má v súčasnosti poisťovňa MetLife.

Cestovné poistenie pre zamestnancov

Populárne medzi zamestnávateľmi sú aj jednoduché programy cestovného poistenia, pri ktorých sú poistení automaticky všetci zamestnanci cestujúci v mene zamestnávateľa do zahraničia.

Poistenie sa vzťahuje na nečakávané situácie súvisiace so zdravím, s osobnými vecami, so zrušením či s prerušením cesty alebo meškáním lietadla. Poistenie automaticky platí aj v rámci Slovenskej republiky a najmä pokrýva určité dorovnanie životné-



Populárne medzi zamestnávateľmi sú aj programy cestovného poistenia.

SNÍMKA: DREAMSTIME

ho štandardu v prípade nečakanej situácie.

„Aby si zamestnanec vedel udržať komfort a finančné zabezpečenie, pre zamestnávateľov

sa odporúča mať v prípade pracovných úrazov okrem povinného poistenia uzavreté aj vhodné komerčné poistenie. Takisto je vhodné mať k základnému zdra-

votnému poisteniu dojednané aj cestovné poistenie, keďže práve to pokrýva repatriáciu, stratu alebo poškodenie batožiny, obsahujúce asistenciu a pokrýva aj náklady v súkromných zdravotníckych zariadeniach v Európe,“ priblížil Strečko. MetLife spravuje viac ako 600 skupinových poistných zmlúv pre rôznych zamestnávateľov, tieto firmy priemerne prispievajú na komerčné poistenie zamestnanca sumou sedem eur mesačne. Poisťovňa ponúka aj menej tradičné riešenia pre zamestnávateľov.

„Poistením sme kryli razičov tunelov v Nórsku, osoby pri výstavbe továrne v Nigérii, brigádnikov pri príprave hudobného festivalu, zamestnancov kameňolomu či vodičov z povolania,“ dodal na záver Strečko.

Výročie pôsobenia na Slovensku

Spoločnosť MetLife tento rok oslavuje 25 rokov pôsobenia na slovenskom poisťovacom trhu,

počas ktorých poistila takmer každého piateho Slováka alebo Slovenku a vyplatila až 141 miliónov eur v rámci poistných plnení. Na začiatku ako AMSLICO – Prvá americko-slovenská poisťovňa doslova vyrástla „na zelenej lúke“ a priniesla na slovenský trh množstvo inovácií od svojej globálnej matky Alico. Nová kapitola poisťovne sa začala v roku 2010, keď sa spoločnosť stala súčasťou americkej poisťovne MetLife, Inc. Od roku 2014 stojí na čele spoločnosti nový generálny riaditeľ Mario Valdes, ktorý v októbri tohto roku získal prestížne ocenenie od ekonomického týždenníka Trend.

V súčasnosti má MetLife viac ako 900 000 existujúcich klientov (individuálnych a skupinových) a takmer 10-percentný podiel na trhu životného poistenia u nás. Počas svojho pôsobenia doteraz nevykázala stratu a v súčasnosti poskytuje celkové poistné krytie klientom vo výške takmer 12 miliárd eur. (RED)

MS200309/03