

Высший пилотаж

ОЛЕГ СПИЛКА
О НАИВЫСШЕМ
УРОВНЕ
ВЕДЕНИЯ
БИЗНЕСА

ТЕКСТ: Алексей Плясунюк



Председатель
наблюдательного
совета НАСК «Оранта»
Олег Спилка

— Сейчас вашу компанию называют «Обновленная Оранта». В чем суть слова «обновленная»?

— Наша компания не новичок на рынке. В прошлом году ей исполнилось 86 лет. Но процессы ее серьезной реструктуризации начались только в 2003–2004 годах, когда акционерная доля государства в компании уменьшилась. Прошлый год был знаковым для нас во всех отношениях. Как говорят многие эксперты, мы провели радикальный ребрендинг. За это время мы показали, что «Оранта» — не старая компания, а опытная, что мы также иннова-

«Через инновационность мы пришли к своему новому бренду — «Обновленная Оранта»

ционная компания, которая может предложить рынку те продукты, которые раньше не предлагались никем. Мы запустили 5 абсолютно новых пакетов, которые и стали первым шагом к ребрендингу. Таким образом, через инновационность мы пришли к своему новому бренду — «Обновленная Оранта».

— Назовите ваши самые популярные на сегодня продукты.

— Прежде всего — это так называемая «автогражданка». Мы простимулировали наших клиентов к тому, чтобы они покупали «длинные», то есть годовые полисы и получали максимальное количество бонусов от компании. Следующий наш новый продукт — это КАСКО на 14 месяцев. Мы

сегодня ввели еще и специальную карточку, которая позволяет со скидкой покупать любые виды добровольного страхования.

— Вы предоставляете такие новые акции, как покупка страхового полиса в отделении мобильной связи или просто на заправке. Почему что-то подобное не предлагают ваши конкуренты?

— Наши конкуренты также работают с заправочными станциями. Но наша особенность заключается в том, что мы находимся в непрерывном поиске дополнительных каналов продаж, стараясь использовать в работе максимальное количество сетей сбыта. И не важно — это заправочная станция или салон мобильной связи. Важно уметь находить механизмы взаимодействия с другими розничными сетями. Вот в этом и заключается высший пилотаж, когда ты можешь адаптировать продукт и его продажу к схемам продаж своих партнеров.

— А как сегодня обстоят дела с модифицированными машинами? Почему страховые компании без энтузиазма относятся к страхованию тюнинговых машин?

— Дело в том, что если автомобиль модифицирован на станции, которая специализируется в области тюнинга, то мы абсолютно нормально относимся к такому страхованию. Но если машину тюнингуют самостоятельно в гараже и в конструктивные особенности автомобиля вносят какие-то значительные изменения, то такой автомобиль мы вряд ли возьмем на страхование. Сегодня в Киеве появилось много станций, которые делают тюнинг навесного оборудования, имея специальные сертификаты. Мастера таких компаний знают, как это делать, они проходят специальную подготовку в Европе. И со страхованием таких автомобилей я не вижу никаких проблем.

— Вы лично какими страховками пользуетесь?

— Я абсолютно осознанно страхуюсь в компании, в которой работаю, и, слава Богу, компания пока от меня получала только



прибыль. Я постоянно страхую автомобиль, несчастные случаи и даже поездки за рубеж. Иногда, когда едешь за границу через туристическую компанию, у меня оказывается сразу два полиса.

«Мы находимся в непрерывном поиске, стараясь использовать максимальное количество сетей»

— Какой страховой случай можете назвать самым необычным в своей практике?

— Да все они «интересные». Но однажды была просто анекдотическая ситуация. Владелец очень хорошего «джипа» подъехал к отелю, оставил портмоне в заведенной машине и пошел узнать, нет ли номеров в отеле. Естественно, авто угнали. Владелец приехал в страховую компанию, и наши сотрудники готовы были уже собирать документы под выплату, но он только составил заявление и отказался от денег, сказав, что вернет себе машину сам. Через 8 дней он позвонил и сказал, что нашел машину. Но комизм этой ситуации состоял

в том, что владелец автомобиля неумышленно сделал абсолютно все, чтобы автомобиль был «благополучно» угнан.

— Назовите несколько критериев, по которым можно определить уровень страховой компании. Стоит с ней сотрудничать или лучше обойти стороной?

— Пожалуй, первый и главный критерий, по которому стоит оценивать компанию — это сколько лет она работает на рынке. Во-вторых, стоит обратить внимание на сеть, которую строит компания. Очень важно, чтобы страховой сервис постоянно был рядом, независимо от того, в какой точке Украины или мира вы будете находиться. В-третьих, очень важны финансовые показатели: сколько компания собрала премий и сколько выплатила денег. Компания может собирать хоть миллиард гривен за год, но в то же время уровень выплат у нее может быть меньше 1%. Как правило, у лидеров рынка выплаты составляют более 20% от премии. Это показывает, что компания несет высокий уровень ответственности за ведение бизнеса. Соответственно, ответив для себя только на эти вопросы, вы поймете, насколько адекватно и правильно компания относится к своим обязательствам.