



## **MIŚ W WALCE Z KRYZYSEM**

Przeżywamy obecnie największy od 70 lat kryzys gospodarczy. Eksport, inwestycje zagraniczne, kredyty, kursy walut - to kanały przez które przedostał się on do Polski. Sytuacja zmienia się bardzo dynamicznie, a gospodarka naszego kraju okazała się mniej odporna na recesję niż przewidywano. Skutki? Bankructwo instytucji finansowych i banków, upadłość firm, spadek płac, zatrudnienia, dochodów i konsumpcji, zmniejszenie nakładów inwestycyjnych. Jak z zahamowaniem tempa wzrostu gospodarczego radziły sobie małe i średnie firmy?

*Widzieliśmy, że firmy zareagowały na kryzys w sposób asekuracyjny. Planując rok 2009, skoncentrowały się na redukcji wydatków. A te, jeśli chodzi o utrzymanie firmowych flot zakresie OC,AC i NNW są duże. Z drugiej strony, pieniądze wydane na ubezpieczenie floty to inwestycja w ochronę pracowników i mienia przed zdarzeniami losowymi. Oszczędzanie na tym w sposób nieprzemyślany nigdy się nie opłaca. Dlatego w styczniu 2009 roku wprowadziliśmy na rynek nową jakość - program kompleksowej obsługi flot posiadających od kilkudziesięciu do kilku tysięcy pojazdów. Cel był prosty - ułatwienie firmom znalezienie oszczędności w kosztach eksploatacji taboru pojazdów służbowych min. poprzez zminimalizowanie kosztów ubezpieczeń w skali roku - mówi Artur Zych, dyrektor handlowy BIK Brokers.*

*Kryzys jest i nie można go lekceważyć, co nie oznacza, że należy zwolnić tempo. Wszystko zależy od tego jak pracujemy. Jeżeli żywo reagujemy na zmiany, jesteśmy skuteczni, klienci to doceniają. Nikogo nie stać na kosztowną pomyłkę, zwłaszcza w czasach kiedy każda złotówkę ogląda się dwa razy. Dlatego firmy wybierają zaufanych kontrahentów, a nie tych, którzy mogą narazić ich interesy na ryzyko. Nasze wyniki to dowód na to, że zdobyliśmy zaufanie rynku Mówiąc żartem, przypomina mi się komentarz na temat firm w kryzysie znanego inwestora Warrena Buffetta, który powiedział, że "Kryzys to swego rodzaju odpływ, w czasie którego widać, kto pływał nago" – wyjaśnia Roman Czarnowski, prezes BIK Brokers.*

*W odróżnieniu od innych kanałów dystrybucji, które w większości sprzedają gotowe produkty, broker wyspecjalizowany w ubezpieczeniach komunikacyjnych sprzedaje produkty "szyte na miarę". Tym samym zyskujemy przewagę i szanse na pozyskanie kolejnych klientów – mówi Roman Czarnowski.*

Pełny tekst artykułu na portalu: [www.twoja-firma.pl](http://www.twoja-firma.pl), 02.12.2009