



Nowoczesność to ciągły rozwój

Rozmowa z Romanem Czarnowskim, prezesem BIK Brokers.

Czym, według Pana, są nowoczesne usługi brokerskie?

Nowoczesne usługi to takie, które aktualnie zdobywają rynek i uznanie ze strony klientów. Muszą zawierać w sobie element świeżości, czegoś nieznanego, a jednocześnie dawać poczucie najlepszej jakości i wymiernych korzyści. Usługa, która staje się standardem, którą oferują wszyscy brokerzy, przestaje być nowatorska. Warunkiem nowoczesności jest zatem ciągły rozwój.

A czy polski rynek brokerski można uznać za nowoczesny?

Na pewno można powiedzieć, że bardzo dynamicznie się rozwija. O nowoczesności narodowych rynków brokerów ubezpieczeniowych nie decydują tylko ich główni przedstawiciele, czyli brokerzy, ale także całe otoczenie biznesowe w postaci towarzystw ubezpieczeniowych, regulacji prawnych oraz świadomości społecznej w korzystaniu z usług ubezpieczeniowych. Dopiero te trzy elementy decydują o zaawansowaniu czy nowoczesności danego rynku brokerskiego.

Polscy brokerzy są natomiast bez wątpienia bardzo kreatywni. Często to my wychodzimy do TU z niestandardowymi propozycjami produktów i to my wprowadzamy je do programów ubezpieczeń flotowych.

Czego brakuje dziś polskim brokerom?

Wydaje mi się, że analitycznego, badawczego podejścia w poznawaniu obsługiwanej floty. W mojej opinii nie można dziś stworzyć naprawdę efektywnego programu ubezpieczeniowego jeśli nie rozpoznamy realnych potrzeb klientów czy nawet samych użytkowników pojazdów firmowych. Niestety, brak takiej wiedzy jest często przyczyną „szablonowania ofert” przez rodzimych brokerów.

Nowe podejście we współpracy z klientem wymaga prowadzenia badań?

Wymaga bieżącego audytowania potrzeb klientów i użytkowników floty. Do tej pory brokerzy przy konstruowaniu programów ubezpieczeniowych korzystali z raportów na temat szkodowości floty. Nikt nie badał natomiast potrzeb klientów. Czym innym jest bowiem potrzeba pojazdu, a czym innym potrzeba jego użytkownika. Bilansowanie tych potrzeb to klucz do efektywności.

Pierwsze badania, które przeprowadziliśmy w obsługiwanych flotach wyraźnie pokazują, że potrzeby ubezpieczeniowe klientów różnią się od potrzeb „floty”. Wyniki te zaskoczyły klientów, ale pozwoliły wreszcie bardzo precyzyjnie sprofilować naszą pracę. Dziś, dzięki takim narzędziom jak specjalne audyty potrzeb, jesteśmy w stanie gwarantować klientom budowę efektywnych programów.

BIK Brokers jest już dużym graczem na naszym rynku. Czy zgodzi się Pan zatem z naszą tezą, „większy może więcej”?

I tak i nie. Oczywiście, to prawda, że duży broker ma większe możliwości negocjacyjne, większe doświadczenie, posiada niezbędną infrastrukturę do przeprowadzania skomplikowanych procesów likwidacji, narzędzia do wystawiania polis itd., ale jednocześnie często brakuje mu motywacji i zaangażowania w swoją pracę.





Odnosząc to do BIK Brokers, muszę powiedzieć, że na przestrzeni 6 lat działalności udało się nam uniknąć problemów z rutyną. Zawdzięczamy to konsekwencji. Od początku zakładaliśmy, że chcemy być firmą, której poziom kształtują pracownicy. Dlatego też zatrudnialiśmy specjalistów z wieloletnim doświadczeniem w pracy w sektorze ubezpieczeń komunikacyjnych. Tak tworzony zespół gwarantował swobodną wymianę doświadczeń i co najważniejsze – realizację naprawdę nowatorskich programów ubezpieczeń dla flot. BIK był przez wiele lat firmą małą, ale posiadał za to ludzi, którzy z pasją oddawali się pracy, a dodatkowo byli znani i cenieni w polskiej branży ubezpieczeniowej. Sukcesy, jakie osiągnęliśmy i ciągła chęć tworzenia motywowały nas do dalszej działalności.

Moim zdaniem przede wszystkim liczy się pasja i doświadczenie, wielkość firmy odgrywa drugorzędną rolę.

