

Ubezpieczenia życiowe na dzisiejsze czasy

Msg life z powodzeniem realizuje od zeszłego roku cykl spotkań pod nazwą „Laboratorium inspiracji msg life”. Celem spotkań jest zainspirowanie uczestników do kreowania nowych sposobów sprzedaży ubezpieczeń na życie na rynku, na którym warunki dyktują klient i nowe technologie.

W Warszawie 12 maja 2016 r. spotkali się uczestnicy trzeciej edycji „Laboratorium inspiracji msg life”. Spotkania organizowane są bezpłatnie i skierowane są do osób zajmujących się strategią oraz dystrybucją ubezpieczeń na życie. – *Zainteresowanie Laboratorium rośnie z każdą kolejną edycją, co pokazuje, że rynek poszukuje nowych, ciekawych rozwiązań oraz jest zainteresowany doświadczeniami innych krajów europejskich. Mamy stałych uczestników, przedstawicieli największych towarzystw ubezpieczeń na życie w Polsce, którzy są z nami od samego początku, ale nie brakuje także nowych uczestników przybywających z każdej edycji – mówi Marcin Pietraszko, dyrektor zarządzający msg life Poland.*

Tematem majowego spotkania była próba znalezienia odpowiedzi na pytanie: jakie produkty życiowe oferować klientom w dzisiejszych czasach? Refleksjami i wiedzą na ten temat podzielili się z uczestnikami spotkania Marcin Pietraszko oraz Frank Genheimer, dyrektor zarządzający New Insurance Business GmbH, aktuariusz i ekspert znający rynek ubezpieczeniowy krajów niemieckojęzycznych.

Gościem specjalnym spotkania była Teresa Rosati, znana polska projektantka mody.

● **Czego oczekują dzisiejsi klienci?** Obecnie klient jest w centrum uwagi, dlatego kluczem jest zrozumienie jego indywidualnych potrzeb i preferencji. Produkty muszą spełniać warunki użyteczności dla klienta, być szyte na miarę klienta, a nie sprzedazy. Trzeba pamiętać, że ubezpieczenia życiowe to produkty szczególnego zaufania, stąd oferowany klientowi produkt musi być adekwatnym



Wystąpienie
Marcina Pietraszko,
dyrektora zarządzającego
msg life Poland



Wystąpienie
Franka Genheimera
z New Insurance
Business

ekonomicznie świadczeniem, charakteryzującym się wyważoną ceną i ryzykiem inwestycyjnym.

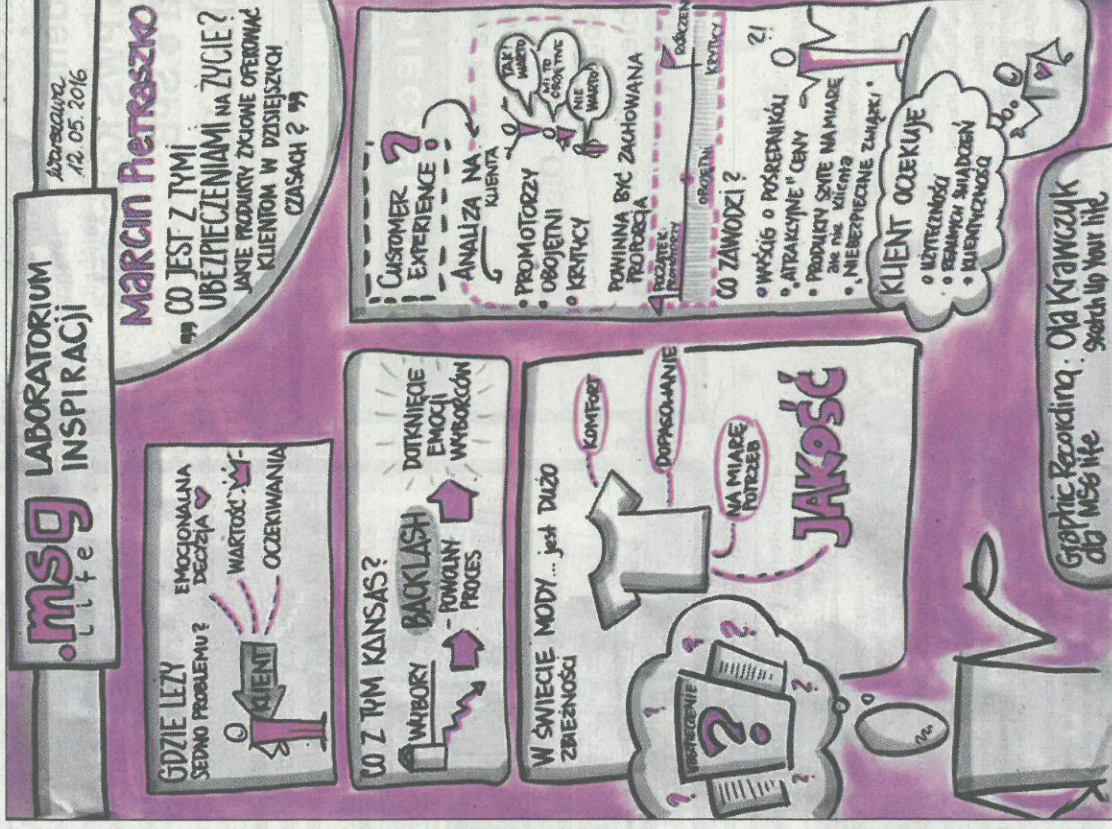
● **Doświadczenie z rynków niemieckojęzycznych**

Podobną ocenę sytuacji przedstawił podczas spotkania niemiecki gość, Frank Genheimer. Jego zdaniem obecni ubezpieczyciele życiowi powinni zwrócić uwagę na doświadczenia z branży z przeszłości i nie podążać na ślepo za każdym aktualnie modnym trendem produkcyjnym, a ofertę produktową maksymalnie upraszczać i dostosowywać do indywidualnych potrzeb klienta. Zdaniem Franka Genheimera nieunikniona i szybka cyfryzacja ubezpieczeń na życie oraz personalizacja produktów to kluczowe czynniki, pozwalające unowocześnić ofertę i sprzedaż ubezpieczeń na życie.

● **Produkt dobrze skrojony. Jak w dzisiejszych czasach trafić do serca klienta?**

Teresa Rosati, gość specjalny Laboratorium, dzieliła się z uczestnikami spotkania doświadczeniem ze swojej branży i relacją projektantka – klient. Te, tylko pozornie, dwa różne światy – branżę ubezpieczeniową i branżę modową, łączy właśnie klient, jeśli tylko słucha się jego potrzeb i preferencji. Obiektem, na którym skupia się projektantka, jest kobieta. Teresa Rosati przyznała, że nigdy nie proponuje swoim klientom wszystkiego, co najnowsze w danym sezonie, ale oferuje takie rozwiązania i projekty, w których kobieta czuje się najlepiej, komfortowo i atrakcyjnie.

Kolejne spotkanie z cyklu „Laboratorium inspiracji msg life” już festenią.



Uczestnicy trzeciej edycji Laboratorium inspiracji

msg life jest jednym z wiodących, działających globalnie dostawców oprogramowania, usług konsultingowych oraz rozwiązań SaaS dla sektora ubezpieczeń. Oferta msg life obejmuje kompleksowy wachlarz rozwiązań informatycznych oraz szeroki zakres usług wsparcia ubezpieczycieli i funduszy emerytalnych we wszystkich kluczowych obszarach biznesowych, w tym m.in. w obszarze aktuariatu, modelowania produktów ubezpieczeniowych, multikanalowej sprzedaży i obsługi klienta, likwidacji szkód i rozrachunków. Oprogramowanie dostarczane przez msg life zajmuje czołową pozycję na rynkach europejskich oraz na innych kontynentach. Rozwiązania oferowane przez msg life wykorzystują użytkownicy w ponad 30 krajach, w tym w USA i Australii. W głównej siedzibie msg life, mieszczącej się w Leinfelden-Echterdingen koło Stuttgartu, oddziałach firmy w Monachium, Aachen, Düsseldorfie, Hamburgu i Kolonii, jak również spółkach w Holandii, Austrii, Szwajcarii, Słowacji, Słowenii, Polsce, Czechach, Portugalii i USA, zatrudnionych jest łącznie około 900 osób.