

www.nsk.kz

ТЕК ҚАНА
ЖАҒЫМДЫ
ЖАҢАЛЫҚТАР!

ЕНСК
сенімді сақтандыру
надежное страхование

ФОРУМ №1(22)

ЕЖЕКВАРТАЛЬНЫЙ ЖУРНАЛ О СТРАХОВАНИИ

**ТОЛЬКО
ПРИЯТНЫЕ
СЮРПРИЗЫ!**
ҰТЫП АЛ ВЫИГРАЙ



САЯХАТ
ПУТЕШЕСТВИЯ



LCD-ТЕЛЕДИДАРЛАР
LCD-ТЕЛЕВИЗОРЫ



НЕТБУКТЕР
НЕТБУКИ



БЕЙНЕКАМЕРАЛАР
ВИДЕОКАМЕРЫ



ҮЙ КИНОТЕАТРАЛАРЫ
ДОМАШНИЕ КИНОТЕАТРЫ

**ЖӘНЕ ТАҒЫ ДА БАСҚА!
И МНОГОЕ ДРУГОЕ!**



Стр. 3
Прямая линия
с Жаркыном Альжановым

Стр. 5
Розничный рынок
страхования в Казахстане.

**ТОЛЬКО
ПРИЯТНЫЕ
СЮРПРИЗЫ!**

Стр. 9
Золотой
стандарт: клиент,
довольный выплатой!

Стр. 23
«Эффективный менеджер»

Ежеквартальный журнал «Форум». Свидетельство о постановке на учет в Министерстве Связи и Информации РК №11395-Ж от 14.12.2010г. Адрес Редакции: Республика Казахстан, г. Алматы, 050012, ул. Кабанбай батыра, 186. Телефон: 258-18-00 (вн.1077, 1074). Тираж 3000 экземпляров. Главный редактор Павел Пономаренко. Дизайн, верстка Владимир Бескороваев.

Над номером работали: М. Леонова, О. Сизова, А. Жунусова, И. Тлеппаев, А. Боронаев, Е. Назаренко, Б. Капишев, Е. Балабеков, Б. Оспанбаев, Н. Беклемешева, Е. Бурлакова, А. Акимбаева, А. Естемесов, О. Павлов, С. Логвинец, С. Карыпжанов, И. Малюкевич.

**2012 год: новые вызовы –
новые возможности!**



УВАЖАЕМЫЕ КЛИЕНТЫ, ПАРТНЁРЫ, КОЛЛЕГИ!



Главный редактор журнала
«Форум» Павел Пономаренко

Компания «НСК» благодарит всех тех, кто доверил нашей компании защиту своего имущества, недвижимости и здоровья.

От имени компании я желаю в 2012 году каждому благополучия, здоровья Вам и Вашим близким! Чтобы достаток и гармония всегда сопровождали Ваши семьи, а самые заметные мечты сбылись!

Первый номер 2012 года мы посвятили самым значимым событиям прошедшего года, людям и реальным историям. Конечно, редакция «Форума» не могла обойти вниманием корпоративные мероприятия, на которых каждый мог проявить свои знания, навыки и таланты. Все это и многое другое мы представляем вашему вниманию в очередном выпуске корпоративного журнала «Форум».

Главная новость



«НСК» – участник Европейской Бизнес Ассоциации Казахстана

АО «Нефтяная страховая компания» стало членом Европейской Бизнес Ассоциации Казахстана (EUROBAK). Европейская Бизнес Ассоциация Казахстана была создана в 1999 году по инициативе европейских компаний и Делегации Европейского Союза и является некоммерческой организацией.



ЕВРОБАК объединяет в своем составе более 120 компаний: всемирно известные международные, европейские и казахстанские компании, оперирующие в различных отраслях экономики, дипломатические миссии из Европы и других стран мира.

Ассоциация играет большую роль в продвижении и установлении диалога между Казахстаном и Европой в деловых и общественных сферах.

Основными целями Ассоциации является представительство Европейского бизнес сообщества в диалоге с Правительством и Парламентом РК, стимулирование и развитие деловых отношений между РК и ЕС, оказание поддержки и предоставление информации европейским компаниям, работающим в РК, а также тем, кто заинтересован в ведении бизнеса в Казахстане и вложении инвестиций.



Обзор страхового рынка

Согласно официальным данным КФН РК на **01.01.2012г.** рынок общего страхования в Республике Казахстан составил более 164 млрд. тенге, и по сравнению с аналогичным периодом 2010 г. увеличился на **17%**.

Объем страховых премий Компании «НСК» в **2011г.** составил более 9 млрд. тенге.

При этом сумма страховых выплат составила более **1,9** млрд. тенге. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года этот показатель увеличился на 25,9%.

По итогам 2011года **АО «НСК»** занимает **1-е** место на рынке по следующим видам:

- Добровольное титульное страхование (доля рынка 52,5%)
- Обязательное страхование гражданско-правовой ответственности туроператора и турагента (доля рынка 26,8%)

По **11** видам входит в пятерку лидеров

- **Добровольное страхование автомобильного транспорта (доля рынка 11,1%)**
- Добровольное страхование от несчастных случаев (доля рынка 2,5%)
- Добровольное страхование на случай болезни (доля рынка 8,2%)
- Добровольное страхование гражданско-правовой ответственности владельцев автомобильного транспорта (доля рынка 9,7%)
- Добровольное страхование от прочих финансовых убытков (доля рынка 5,3%)
- Добровольное страхование убытков финансовых организаций (доля рынка 44,1%)
- **Обязательное страхование гражданско-правовой ответственности владельцев транспортных средств (доля рынка 11%)**
- Обязательное страхование гражданско-правовой ответственности частных нотариусов (доля рынка 13%)
- Обязательное страхование гражданско-правовой ответственности аудиторов и аудиторских организаций (доля рынка 10,1%)
- Обязательное страхование гражданско-правовой ответственности перевозчика перед пассажирами (доля рынка 7,7%)
- Обязательное экологическое страхование (доля рынка 7,4%)

По состоянию на **1 января 2012г.** активы Компании НСК составляют **9,1 млрд. тг.**, страховые резервы **5,1 млрд. тенге**, собственный капитал **3,2 млрд. тенге**.



Прямая линия с Жаркыном Альжановым



Альжанов Жаркын Кабыкенович,
Председатель Правления

Страхование уверенно входит в повседневную жизнь всего большого числа казахстанцев. У многих людей возникают самые разные вопросы. В рамках повышения информированности и страховой культуры населения деловой еженедельник «Курсивъ» организовал для своих читателей прямую линию с Председателем Правления АО «НСК». Жаркын Альжанов любезно согласился ответить на вопросы казахстанцев о страховании.

Чем обусловлено стремление НСК наладить прямое общение с жителями Казахстана?

Повышение культуры страхования – это большая серьезная работа, в которой должны быть задействованы все участники рынка, ведь благодаря обязательным видам страхования люди легче воспринимают идею и о добровольных видах страхования. Ведь не секрет, что в развитых странах, страхование – неотъемлемый атрибут любого современного человека, тогда как у нас этот, безусловно, полезный инструмент до сих пор многими воспринимается как навязанная услуга.

Прямая линия с НСК – это специальная рубрика, которая посвящена широкому кругу вопросов, связанных со страхованием. Главным образом рубрика направлена на разъяснение людям

преимуществ страхования – как защитного финансового инструмента, а также на расширение знаний людей об особенностях этого рынка и представленных на нем продуктах.

В течение нескольких недель читатели газеты и посетители сайта kursiv.kz задавали вопросы, на которые я постарался дать максимально развернутые ответы.

Каковы Ваши прогнозы касательно дальнейшего развития обязательного страхования в Казахстане на 2012-2013 годы?

По сей день, локомотивами обязательного страхования являются страхование ответственности владельцев транспортных средств (ОГПО ВТС) и страхование работника от несчастных случаев (прежнее название: ОС ответственности работодателя за причинение вреда жизни и здоровью работника).

На мой взгляд наиболее эффективный способ популяризации страхования, это развитие обязательных социально ориентированных видов страхования, таких как обязательное медицинское страхование, страхование ответственности жильцов квартир перед соседями, страхование от катастрофических рисков. Возможно это выработает



привычку страховать. В последующем эти виды могут быть переведены в категорию добровольных видов страхования.

Сегодня существует ряд проектов, находящихся в стадии разработки, но для их качественного и полноценного внедрения необходимо время. В данном случае лучше проиграть во времени, но выиграть в качестве.

На рынке обязательного страхования ГПО ВТС наблюдается серьезная конкуренция среди страховых компаний, какие инструменты здесь наиболее эффективны?

Наиболее показательными для клиентов всегда будут являться индикаторы качественного сервиса, история страховых выплат и скорость обслуживания. «НСК» старается максимально качественно подходить к этим пунктам. На сегодня в 16 крупных городах Казахстана функционируют специализированные Центры Обслуживания Выплат. Центры выплат «НСК» – это штат сотрудников, работающих исключительно по страховым случаям наших клиентов: аварийные комиссары, специалисты по экспертизе, осмотру и предварительной оценке причиненного ущерба, специалисты по страховым выплатам. Специалисты Центров обслуживания выплат помогут со сбором необходимых документов, проконсультируют по конкретным страховым случаям, окажут содействие в организации оценки причиненного ущерба.

Так же нельзя не отметить, что ключевым инструментом продаж является доступная и клиентоориентированная сеть продаж. В условиях жесткой конкуренции побеждает та компания, чья сеть точек продаж более распространена и удобна клиентам.

На сегодняшний день в «НСК» функционируют более 850 центров по обслуживанию клиентов по всей Республике, в компании работают более 2000 страховых агентов.

Вместе с тем, нужно отметить, что многие обязательные виды страхования до сих пор находятся в недоработанном состоянии. Одними из наиболее перспективных, но требующими доработки, направлениями являются обязательное экологическое страхование и обязательное страхование ГПО владельцев опасных объектов. На сегодняшний день страховщики довольно пассивно представлены на этих рынках. К сожалению, в текущем законодательстве нет четкой градации опасных объектов по степени причинения потенциального вреда окружающей среде и ущерба, объектам находящимся в непосредственной близости. По сути, автозаправочная станция и крупный нефтеперерабатывающий завод сегодня тарифицируются по одной шкале. В случае, если в Закон будет внесен классификатор опасных объектов, основанный на объеме потенциального ущерба, изменятся страховые тарифы для предприятий разного уровня, и, как следствие,

общий объем рынка страхования ОГПО данных направлений.

Всегда ли участники этого рынка ведут такую конкуренцию корректно?

По грустному опыту СК «Алтын-Полис» могу отметить, что тактика ценового демпинга и недобросовестная конкуренция в страховании не может принести компании долгосрочной пользы и вредит не только ей самой, но и всему рынку в целом. Данный пример стал прецедентом, позволившим регулятору ввести четкие ограничения по величине агентского вознаграждения по обязательным видам страхования. На сегодняшний день на рынке функционируют несколько компаний, идущих по пути Алтын-Полиса, выдающих агентские вознаграждения до 45%, несмотря на требования законодательства. Для сиюминутной выгоды страховой компании, скорейшего увеличения рыночной доли, демпинг является хорошим маневром, однако, в разрезе каждого последующего года, страховая компания теряет значительную часть страховых резервов, необходимых для осуществления выплат их же клиентам, ввиду того, что деньги, выплаченные агентам в качестве агентского вознаграждения по сути являются страховыми резервами. Компания «НСК» категорически негативно оценивает подобную тактику и не приемлет ее, в первую очередь из-за желания ведения добросовестных отношений со своими клиентами.

Какие рыночные показатели вы считаете наиболее «говорящими» о финансовой устойчивости, и «качестве» страховщика?

В первую очередь о стабильности СК говорит сбалансированность страхового портфеля. В этом плане неаффилированность «НСК» с банковскими структурами показала стабильность и независимость от спроса на банковские продукты, так как портфель компании привязан практически ко всем основным видам страховых продуктов. Если компания развивается в разных видах страхования со стабильной динамикой, она минимизирует свои риски. Кроме того, важным показателем является планомерное увеличение страховых премий и резервов. Стабильная консервативная политика работы в условиях рынка также дает клиентам уверенность, что никакие инновационные ходы и тактики не ослабят позиций выбранной СК.

Говоря о статусе международных рейтингов, хочется отметить, что их наличие мало влияет на физический сегмент потребителей. В подавляющем большинстве случаев они нужны для корпоративного сектора. Рейтинги положительно позиционируют СК при работе с международными компаниями, особенно во время проведения тендеров на обслуживание.

Что касается возможности раскрытия более полной информации, то «НСК» приветствует тактику прозрачного диалога с рынком.



Розничный рынок страхования в Казахстане. Проблемы и перспективы



Оспанбаев Бахтияр,
Управляющий директор АО «НСК» по розничному бизнесу

Этой теме был посвящен круглый стол, в работе которого приняли участие профессиональные участники страхового рынка, представители Национального Банка Казахстана, Ассоциации финансистов Казахстана, Ассоциации страховщиков Казахстана. В ходе дискуссии был затронут ряд актуальных вопросов: состояние розничного рынка страхования в Казахстане, потребительские предпочтения казахстанских страхователей, видение регулятора перспектив и направлений развития розничного рынка страхования, роль страховых посредников в развитии страховой

розницы, перспективы развития линейки розничных страховых продуктов и сопутствующих сервисов. Как и ожидалось, текущее состояние розничного бизнеса в страховании практически не вызвало позитивных оценок. Под сомнение ставилось и то, что это происходит исключительно из-за "низкой страховой культуры". Это выглядит несколько поверхностным и не отражает реальных сложностей, существующих на рынке.

Формально страхование физических лиц растет в течение нескольких лет, как и его доля в общем объеме страховых премий, но, по мнению главного



редактора "Рынок страхования" Марины Шиповаловой, это почти исключительно связано с обязательными либо вмененными видами страхования.

О круглом столе редакция журнала «Форум» побеседовала с управляющим директором по розничному бизнесу Бахтияром Оспанбаевым.

- Бахтияр, какую оценку рынку розничного страхования дают эксперты?

- На сегодняшний день оценка не самая положительная, особенно в части добровольного розничного страхования. Согласно расчетам организаторов и участников круглого стола, сегодня доля добровольного розничного страхования в Казахстане не превышает 3,2% от суммы страховых премий. Это около 4 млрд. из 139 млрд. тенге общих премий сектора pop-life страхования в 2011 году.

По мнению участников круглого стола, основные причины тому - недоверие к страховому рынку со стороны населения, низкая платежеспособность населения, низкая страховая культура (причем как у населения, так и у самих страховщиков).

- Какие тенденции отмечают участники круглого стола?

- В ходе дискуссии отмечалось, что добровольное страхование физических лиц – достаточно затратное мероприятие и не дает высокой прибыли в краткосрочном перспективе. Все понимают, что розничный бизнес важен, т.к. предполагает большую стабильность, нежели корпоративный. Однако сами страховщики признают, что избалованы высокими доходами от корпоративного бизнеса, что обуславливает нахождение большинства страховщиков в комфортной зоне, из которой сейчас не хочется выходить и развивать розницу. А ведь розница требует серьезного внимания и усилий...

В странах с развитой культурой страхования 60% всех страховых премий приходится на добровольную розницу и все понимают, что нам есть к чему стремиться. В свое время в этих странах, также как и у нас, вводились обязательные виды страхования. Но в отличие от ситуации у нас в стране, это в значительной степени стимулировало рост добровольного страхования. У нас же за последние 5 лет тренд в соотношении добровольных и обязательных видов розничного страхования сильно не изменился. Вместе с тем, хотелось бы отметить и некоторые положительные тенденции. На сегодня уже есть сдвиги в добровольном медицинском страховании, особенно по страхованию выезжающих за рубеж. Сейчас туристы добровольно покупают страховые полисы даже в те страны, при оформлении поездки в которые, они не требуются.

- Как будет развиваться этот сегмент и какие предпосылки уже сейчас можно отметить?

- По всей видимости, лидерами прироста пока будут оставаться обязательные виды страхования, добровольное медицинское страхование, а также,

возможно, страховые продукты, связанные с банковским кредитованием, в связи с их прогнозируемым ростом.

Если говорить про каналы продаж, то наряду с традиционными, предполагается развитие альтернативных. В частности, продажи продуктов через Интернет, развитие телемаркетинга. Но серьезное развитие альтернативных каналов - это перспективы будущего. Сейчас же клиенты предпочитают получать услуги страхования, непосредственно контактируя с представителями страховых компаний.

Хотелось бы немного похвастаться тем, что многими участниками круглого стола было признано, что у «НСК», на сегодняшний день, работает самая сильная агентская сеть и школа страховых агентов. Будем надеяться на то, что пример развития агентской сети «НСК» поможет привлечь внимание других страховщиков и внести свой вклад в развитие страховой культуры на нашем рынке. «НСК» ведь всегда выступала одним из локомотивов страхового рынка в стране...

- Какова позиция АО «НСК» в отношении развития розничного сегмента?

- Позиция нашей компании в отношении развития розничного страхования однозначна. Мы не приемлем привлечение клиентов демпингом и видим необходимость развития рынка розничного страхования через повышение надежности и улучшение качества сервиса. Демпинг способен удовлетворять только одну потребность клиента – желание купить дешевле, но не может комплексно удовлетворить потребность в безопасности. Многие клиенты не задумываются о последствиях дешевых страховок. Поэтому мы за то, чтобы формировать потребность населения в качественном страховании. Эта позиция и определяет нашу розничную стратегию.

Для нас сегодня первостепенное значение имеют продавцы, их знания, умения и желание продавать больше продуктов розничного страхования в разных сегментах физических лиц. Поэтому сейчас мы работаем над тем, чтобы создать сильную агентскую сеть с новой формацией страховых агентов, способных предоставлять качественный сервис клиентам и выступать в качестве их персональных страховых консультантов. От качества работы розничных продавцов во многом будет зависеть потребительский спрос физических лиц на услуги страхования.

Хочется отметить, что развитие агентской сети важно как для развития страхового рынка, так и для агентов, которые видят себя в страховании в долгосрочной перспективе. В рамках агентской сети люди становятся профессиональными страховщиками, а это профессия, которой у нас не учат в ВУЗах! А ведь профессионалы всегда смогут заработать. Над этим сейчас и работаем.



АО «НСК» приняло участие в III Экономическом форуме «Эксперт-100-Казахстан».

23 ноября 2011 года в г.Астана АО «НСК» приняло участие в III Экономическом форуме «Эксперт-100-Казахстан». Организаторами мероприятия выступили Рейтинговое агентство «Эксперт РА Казахстан», журнал «Эксперт Казахстан» и Агентство по исследованию рентабельности инвестиций.

Форум является итоговым мероприятием масштабного исследовательско-коммуникационного проекта, ежегодно реализуемого в Казахстане. Его главная тема в 2011 году – конкурентоспособность казахстанского бизнеса. Вхождение в таможенный союз, создание единого экономического пространства и в перспективе вступление в ВТО предполагает выработку единых подходов к регулированию и развитию экономик (недискриминационный принцип по отношению к бизнесу стран участниц данных союзов), что выводит тематику конкурентоспособности самого бизнеса на первый план.

Деловая программа форума предусматривала организацию тематических секций по вопросам привлечения капитала, корпоративному управлению и инновационному развитию, как важных

составляющих конкурентоспособности бизнеса. В его работе приняли участие более 100 руководителей крупнейших компаний Казахстана, зарубежных компаний, представители органов государственной власти. Общее количество участников – около 300 человек.

В работе форумов в 2009 и 2010 годах принял участие Премьер-министр РК Карим Масимов, заместитель Премьер-министра – Министр индустрии и новых технологий РК Асет Исекешев, обсуждались актуальные вопросы современной экономики Казахстана, вопросы участия крупнейших компаний в форсированной индустриализации, пути выхода из экономического «шторма», определялись аспекты посткризисной экономики. Прошедшие экономические форумы «Эксперт-100-Казахстан» в 2009 и 2010 годах, показали, что проведение форума является эффективным инструментом и площадкой для коммуникации между властью и бизнесом, а сам проект пользуется поддержкой со стороны бизнес сообществ.

АО «НСК» заключило договор облигаторного перестрахования грузов



Олег Павлов,
Начальник Управления
Перестрахования АО «НСК».

АО «НСК» заключило договор облигаторного перестрахования в целях обеспечения надежного перестраховочного покрытия. Договор покрывает убытки, возникающие в течение периода, начинающегося 1-го сентября 2011 года и заканчивающегося 31 августа 2012 (оба дня включительно), по договорам страхования грузов. Емкость облигатора: 5 000 000 USD, с приоритетом в 250 000 USD. Основные партнеры по данному договору - это лидеры страхового рынка: Polish Re, (Польша), Sava (Словения), Unity Re (Россия), Trust Re (Бахрейн), XL Reinsurance Limited (Бермуды), Kuwait Re (Кувейт). «Данный договор обеспечивает максимальную надежность в возмещении ущерба, понесенного нашими клиентами», - сказал Олег Павлов, начальник Управления Перестрахования АО «НСК».



Отзывы страхователей

Абдрахманов Мурат Тлектесович:

Я думал, что страховая компания мне такую большую сумму не выплатит. Но был приятно удивлен, когда получил страховую выплату. Спасибо страховой компании «НСК» и всему её коллективу.

Абраев Айдос Олегович:

Хочу поблагодарить «НСК» за то, что своевременно выплатила мне страховку в размере 366 200 тенге, так как я был потерпевшим при ДТП.

Огромное спасибо «НСК» и её коллективу.

Пересин Сергей Владимирович:

Я Пересин Сергей Владимирович 15 марта 2011 года попал в ДТП, и по решению суда оказался виновником аварии. Застрахован был по гражданской-правовой ответственности в «НСК» и был доволен тем, что компания по акции подарочный полис на восстановления моей машины выплатила мне 50 000 тенге, помимо этого выплатили своевременно и потерпевшему. Спасибо сотрудникам страховой компании «НСК», так как за короткие сроки я получил выплату.

Иванова Надежда Сергеевна:

Я довольна страховой компанией «НСК». Мне понравилась как оценщик оценил ущерб. И в короткий срок я получила страховую выплату. Мне хватило на ремонт своей машины.

Абдрахманов Дидар Тлектасович



Я был признан потерпевшим в ДТП. Оценили ущерб - я был приятно удивлен, когда получил в нужные сроки выплату. Теперь я страхую свой транспорт только в «НСК».

Кокаев Самат Оразханович

Я очень доволен и благодарен сотрудникам компании «НСК». Я был виновником аварии и получил 50 000 тенге на восстановление своей машины. И практически мне их хватило, чтобы отремонтировать свою машину. Это была хорошая акция - «Каско в подарок». У меня две машины. И я всегда их страхую в «НСК». Это проверенная компания.

Орионов Сергей Яковлевич

Я очень доволен страховой компаний «НСК». В ДТП был потерпевшим. И в короткие сроки получил выплату в 230 961 тенге. Благодарю страховую компанию «НСК». Желаю дальнейшего процветания.

Богданов Валентин Анатольевич.

Я доволен страховой компаний «НСК». Я вовремя получил

выплату. Ежегодно страхуюсь в этой компании. Знаю, что в «НСК» существует добровольное страхование транспорта. Хочу чтобы акция «Каско в подарок» была всегда.

Ушкенов Ермек Исмагилович

Получил страховую выплату от страховой компании «НСК» 50 000 тенге. Застраховал свою ответственность перед третьими лицами и получил в подарок «Каско». Думал не пригодится. И был удивлен. В ДТП я был виновником, но все равно на восстановление своей машины получил деньги. Спасибо страховой компании «НСК».

Маликова Гальтия Ислаовна



Являюсь клиентом компании «НСК». Когда я оказалась виновником аварии, мне выплатили по подарочному страхованию 50 000 тенге, а потерпевшему возместили нанесенный мной ущерб в течении 10-12 дней, что меня удивило. Спасибо компании за профессиональных сотрудников и за вежливость.

Ботабеков Казбек Серикович



Мен, осы сақтандыру компаниясының клиенті болғанмын. Жол апаты болғанды сақтандыру толемақысын толық алдым. «НСК» компаниясына көп алғысымды білдіремін, барлығын. Осы компанияда сақтандыруға шақырамын.

info@nsk.kz





Золотой стандарт: клиент, довольный выплатой!



Антон Боронаев,
Начальник управления страховых выплат

На чем основывается выплата политика компании?

АО «НСК» позиционирует себя как рыночная компания, ориентированная на клиентов. А своевременность выплат и выполнение своих обязательств является основой долгосрочных отношений с клиентами.

В целях создания комфортных условий для обслуживания клиентов, во всех крупных городах Казахстана функционируют специализированные Центры Обслуживания Выплат. Работа центров базируется на принципе «одного окна», что позволяет сэкономить клиенту время, повысить его информированность о процессе получения выплаты.

Инвестиции в приобретение отдельных офисов для Центров Обслуживания Выплат, удобных для обслуживания клиентов, совершенствование бизнес-процессов, направленное на максимально оперативное и качественное обслуживание клиентов, создание полноценной инфраструктуры для обслуживания клиентов («под ключ») – все это является приоритетными направлениями развития НСК.

Антон, один из главных вопросов, волнующих рядовых автовладельцев – размер и оперативность страховой выплаты. Ведь очень часто выбор страховой компании происходит именно по личному опыту знакомых, друзей потенциального клиента, когда начинается обсуждение «кто, сколько получил и как быстро».

- Согласно законам по обязательным классам страхования, страховая компания обязана урегулировать убытки в течение 15 рабочих дней с момента получения полного пакета документов. В АО «НСК» целевым показателем по сроку осуществления выплаты является 7-дневный срок. По договорам, заключенным в рамках добровольных видов страхования, мы выплачиваем клиентам возмещение в течение 7-12 рабочих дней, т.к. зачастую страховые случаи по добровольным классам страхования гораздо более сложные и требуют более детального анализа.

- А кто производит экспертную оценку ущерба?

- Опять же, согласно закону «Об ОС ГПО ВТС», страховая компания обязана привлечь к оценке независимые экспертные компании аккредитованные Нацбанком. Среди партнеров АО «НСК» крупные экспертные бюро, работа с которыми за долгий срок сотрудничества налажена до автоматизма. Это так же значительно экономит время наших клиентов.

- Как часто происходят отказы в выплатах? И были ли случаи, когда компания отказывала в выплате?

- Равно как к страховой компании, так и к страхователю Закон относится одинаково. И если страхователь нарушает какие-то требования Закона – он автоматически ставит под вопрос сам факт получения страховой выплаты. Например, многие забывают, что о страховом случае нужно заявить в страховую компанию в течение 3 дней с момента его наступления. Однако, в нашей практике были случаи, когда, входя в положение клиента, АО «НСК» выплачивало страховое возмещение даже после того, как клиент опоздал.

- Каков процент отказов в выплатах клиентам «НСК»?

- По итогам 2011 года сумма страховых выплат, осуществленных АО «НСК» своим клиентам составила более 1,9 млрд. тенге. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года этот показатель увеличился на 25,9%. Если суммировать годовое количество выплат по классам общего страхования, процент отказов составляет не более 1%, при этом его составляют только самые грубые со стороны клиента нарушения. Это говорит о том, что уровень компетенции населения повышается, а мы только рады помогать! Размер средней выплаты от компании выше среднерыночного показателя, в связи с чем хочется отметить, что клиенты, получившие выплату от АО «НСК», остаются довольными и продолжают сотрудничество с нами.



Основные финансовые показатели страховых (перестраховочных) организаций Республики Казахстан по состоянию на 1 января 2012 года (в тыс. тенге)									
№	Наименование страховой (перестраховочной) организации	Активы	Страховые резервы	Собственный капитал	Уставный капитал	Нераспределенный доход (непокрытый убыток) отчетного периода	Страховые премии	Чистая сумма страховых премий	Расходы по осуществлению страховых выплат
1	АО "СК "Евразия"	63 838 570	13 531 844	48 328 044	37 383 600	9 283 091	23 283 620	15 531 155	3 966 738
2	АО "СК "Виктория"	60 998 776	7 756 603	48 474 475	500 000	2 956 971	10 781 402	3 873 136	259 327
3	АО "ДСК Народного банка Казахстана "Халык-Казахинстрах"	32 620 783	15 029 138	14 465 895	4 618 453	2 280 151	24 324 252	9 886 658	4 696 019
4	АО "ДК БТА Банка "БТА Страхование"	26 886 369	3 591 808	22 903 621	1 506 325	1 397 610	4 244 165	3 615 021	1 360 690
5	АО "Экспортно-кредитная страховая корпорация "КазЭкспортГарант"	19 711 894	333 461	12 143 250	9 200 000	847 841	506 318	375 464	44 079
6	АО "СК "Казкоммерц-Полис"	15 980 819	5 986 250	8 657 817	312 590	122 076	11 202 471	5 801 968	1 788 004
7	АО "ДК по страхованию жизни БТА Банка "БТА Жизнь"	12 541 191	7 467 409	4 619 199	450 000	525 289	4 217 487	4 172 593	2 003 931
8	АО "КСЖ Государственная аннуитетная компания"	12 513 508	9 957 032	2 470 564	3 560 298	-787 127	6 551 733	6 498 077	4 091 246
9	АО "ДК АО "Kaspi Bank" СК "АМСГ"	11 763 806	5 942 296	4 172 586	206 000	2 430 762	8 298 818	8 282 358	327 751
10	АО "ДО АО "БТА Банк" СК "Лондон-Алматы"	10 398 499	2 657 259	6 847 446	1 500 000	713 190	6 838 392	1 968 985	584 189
11	АО "СК "Номад Иншуранс"	9 497 444	5 640 116	3 204 106	405 000	2 721 708	12 011 775	9 399 365	1 409 350
12	АО "СК "Альянс-Полис"	9 253 959	2 054 587	6 850 372	3 050 000	91 824	3 279 616	2 760 180	1 019 087
13	АО "НЕФТЯНАЯ СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ"	9 114 781	5 094 182	3 272 627	1 500 000	320 612	9 006 516	6 879 535	1 920 132
14	АО "ДК Народн. Банка Казна по страхованию жизни "Халык-Life"	7 812 128	5 245 762	2 407 496	2 065 646	180 308	5 944 923	5 599 408	2 919 116
15	АО "СК "Коммекс-Омір"	6 191 751	3 472 641	2 406 579	300 000	504 984	3 312 977	2 891 900	1 111 370
16	АО "СО "ЦАСО"	5 994 316	291 647	5 626 405	100 110	2 513 337	2 972 627	2 972 627	6 005
17	АО "СК Amanat insurance"	5 959 563	3 018 003	2 664 614	570 000	53 189	5 199 913	2 731 620	656 290
18	АО "КСЖ "Казкоммерц-Life" (ДО АО "Казкоммерцбанк")	5 842 377	4 272 706	1293 042	1 865 000	-149 721	6 133 764	6 000 559	2 457 365
19	АО "СК "Казахмыс"	5 437 753	3 785 339	1 627 341	650 000	269 999	5 230 596	2 614 439	967 547
20	АО "СК "Сентрас Иншуранс"	5 291 239	2 042 294	2 394 907	707 000	202 879	3 478 757	2 036 946	1 110 594
21	АО "СК "Alliance-Страхование Жизни"	5 073 103	3 622 371	1 357 176	1 093 100	942	2 917 757	2 917 757	1 644 799
22	АО "СК "Allianz Kazakhstan" (Альянс Казахстан)	4 715 463	1 890 170	2 210 160	2 617 520	175 045	3 865 946	1 228 502	566 224
23	АО "СК "Пана Иншуранс"	4 079 887	1 893 238	1 993 890	742 261	883 603	5 978 278	2 995 432	477 497
24	АО "КСЖ "Астана-Финанс"	3 613 014	1 769 378	1 682 082	1 470 000	-4 864	2 406 573	2 404 432	1 156 091
25	АО "СК "Астана-Финанс"	3 467 027	1 390 173	1 790 925	1 498 000	20 743	2 148 230	2 093 619	622 700
26	АО КСЖ "GENERALI LIFE" ДК "Assicurazioni Generali S.p.A."	3 372 064	1 389 974	1 614 770	1 000 000	215 925	5 542 143	5 336 403	95 950
27	АО "СК "ТрансОйл"	3 222 581	833 115	2 317 637	1 200 000	-945 864	1 476 147	1 462 013	322 103
28	АО "Чартис Казахстан Страховая Компания"	3 085 185	1 025 420	1 886 979	1 195 467	63 625	3 730 277	324 526	4 615 746
29	АО "Зерновая страховая компания"	2 940 453	669 939	2 242 265	1 396 530	540 948	820 246	820 246	51 173
30	АО "ДО АО "Цеснабанк" СК "Цесна-Гарант"	2 795 225	1 471 588	1 070 328	1 320 000	-290 403	1 997 687	1 358 262	29 007
31	АО "СК "Алатау"	2 345 445	996 254	1 134 365	860 000	-184 564	2 210 621	1 345 780	340 275
32	АО "СК "АСКО"	2 124 214	931 367	1 087 115	450 700	143 540	1 734 786	1 698 784	248 000
33	АО "СК "Эко Полис"	2 101 173	1 162 555	800 935	641 430	104 631	2 299 266	1 399 266	574 044
34	СК "Нурполис"	1 964 415	284 670	1 638 118	880 000	7 636	497 378	479 470	276 447
35	АО "КК ЗИМС "ИНТЕРТИЧ"	1 825 802	454 820	1 225 955	270 000	226 383	2 327 552	2 319 309	1 460 789
36	АО "СК "САЯ"	1 378 784	379 988	958 561	607 200	187 758	703 050	701 776	247 536
37	АО "СК "Trust Insurance"	1 027 855	308 932	703 267	868 710	-13 199	448 868	324 843	17 389
38	АО "Медицинская страховая компания "Архимедес-Казахстан"	890 761	214 111	617 533	937 491	35 781	578 414	578 402	694 645
	Итого по СО	387 671 977	127 858 440	231 162 447	89 498 431	27 646 639	198 503 341	133 680 816	46 139 245

Источник: Комитет по контролю и надзору финансового рынка и финансовых организаций Национального Банка Республики Казахстан



Работа in-house

Компетентного и грамотного специалиста на рынке труда трудно найти и еще трудней заинтересовать. Привлечением таких специалистов занимаются специальные люди – хедхантеры (англ. – похитители голов). «НСК» удается привлекать на работу профессионалов своими силами. Один из секретов успеха – компания всегда уделяет большое внимание подбору и адаптации персонала. Подробнее о кадровой политике «НСК» рассказывают специалисты Центра подготовки и набора персонала.

Подбор персонала: агентства или собственный поиск?

До того как определиться каким путем эффективнее подбирать персонал нами была проведена небольшая аналитическая работа, ведь согласитесь, в бизнесе ничто не может строиться без расчетов. Основными критериями анализа выступили следующие показатели:

• **Себестоимость закрытия вакансии.** Мы посчитали, что не стоит отдавать кадровому агентству вакансии, которые дешевле закрыть самостоятельно. Расчет элементарный и вам не составит труда им воспользоваться: кадровые агентства берут от 15 до 40% годового фонда оплаты труда, если это сотрудник со средней з/п 120 000 тенге, то получается комиссия за услугу составляет в среднем 300 000 тенге (при комиссии 20%). Доход

внутреннего рекрутера в среднем в год составляет 2 400 000 тенге. Следовательно, делаем вывод, если в Компании закрывается менее 8 вакансий в год, то тогда обращение в КА оправдано. Наша Компания последние два года идет по пути усиленного развития, и скажу честно, мы закрываем вакансий значительно больше, чем 8.

• **Качество закрытия вакансии.** Решение привлекать или не привлекать КА - зависит от уровня профессионализма службы персонала. По сути, КА используют для поиска кандидатов те же источники, что и внутренние службы персонала. В нашей Компании очень сильная группа подбора, и мы легко конкурируем с КА-лидерами. Для качественного рекрутинга одно из главных — уметь понимать и разбираться в бизнесе клиента, а потом уже исследовать глубину души кандидата. Важно понять, справится ли данный претендент с работой с учетом его профессионального опыта и личностных качеств. А кто лучше разбирается в нюансах нашего бизнеса: сотрудник, который работает с нами рядом, да еще не один год или сотрудник КА, который про страхование слышит первый раз в жизни? Ответ напрашивается сам собой: только внутренний рекрутер! Внутренний рекрутер имеет большую возможность получать более эффективную обратную связь по кандидатам, плотно взаимодействуя с линейными руководителями будущих сотрудников. Он хорошо знаком с корпоративной



культурой компании и психологическим климатом в коллективе, поэтому имеет возможность заранее спрогнозировать успешность "внутриколлективного" взаимодействия нового сотрудника и степень его соответствия корпоративным правилам организации, что зачастую играет даже более важную роль, чем профессиональные качества кандидата, особенно в случае «начинающего» свой трудовой опыт сотрудника.

• **Сроки закрытия.** Так как наша Компания, имеет достаточно развитую систему мотивации, четкую отработанную технологию подбора, и высокий статус на рынке; попасть на работу к нам почетно для любого специалиста, в том числе и начинающего. Поэтому мы имеем неплохой постоянный приток кандидатов. А имея хорошую базу по внешнему кадровому резерву, не сложно соблюсти установленные сроки закрытия вакансий. Тем более, что в процессе предварительной работы по заявке формулировка требований к внутреннему рекрутеру быстрее согласовать вакансию с начальством, так как он лучше понимает те критерии, по которым руководитель отдает свое предпочтение кандидатам и, ориентируясь в них, способен увидеть и услышать потенциального сотрудника, что далеко не маловажно.

Исходя из всех вышеизложенных фактов мы остановили свой выбор на способе «работа in-house», исключительно поиск своими силами.

Крис Форман, Президент Международной Ассоциации рекрутеров, метко подметил что: «Один хороший рекрутер стоит в тысячу раз дороже, чем средний рекрутер». Например, в одной очень крупной западной компании подсчитали доход от одного профессионального рекрутера международного уровня. Этот доход составил \$20 млн. А вот очень плохой рекрутер может заметно снизить доход Вашей компании и мало того, нанести вред бренду, а также упустить или спугнуть лучших потенциальных сотрудников.

Следуйте нашему примеру: рекрутинг лучших рекрутеров – вот важнейшая задача компаний-лидеров! И тогда Вы будете нанимать тех людей, которых хотите, а не тех, которых можете.

Как вы оцениваете претендентов на вакансию?

Действительно не стоит забывать, что никогда человек не бывает так близок к совершенству, как в процессе прохождения собеседования. К примеру, для проверки профессиональных навыков мы используем некие «технические задания», которые получают кандидаты успешно прошедшие первичное собеседование. Задания формируются согласно обязанностей, которые предполагаются для данной вакансии. То есть, те задачи, с которыми сотрудник столкнется при выполнении своих функциональных обязанностей. Оценка других компетенций проходит исключительно в ходе собеседований. При этом мы склоняемся к мысли, что собеседова-

ние должно меньше всего напоминать допрос или экзамен. Наши рекрутеры наверное самое главное - умеют быть интересными собеседниками, заинтересованными и внимательными.

В ходе собеседований мы стараемся оценить кандидатов по:

- наличию компетенций
- истории успеха

Мы хотим нанимать людей, доказавших, что они могут добиваться результата. Их прошлые успехи не обязательно должны лежать в сфере нашего бизнеса, но нам важно знать: были ли они успешны на прошлой работе? В хобби? В жизни? Работали ли они на лидерских позициях?

• уровню интеллекта

При прочих равных обстоятельствах умные люди сделают дело лучше; к тому же с ними интересней находиться рядом. В нашей компании это особенно важно, так как наши сотрудники должны вызывать чувство авторитетности и профессионализма, ведь мы оказываем финансовые услуги!

А уж, методов для этого рекрутерам известно предостаточно.

Текущая кадров. Как с этим бороться?

Нужно разграничить «текучесть» и «выбытие из компании». Выбытие работников происходит по причинам, истинные источники которых лежат вне компании. Например, смена места жительства, ухудшение состояния здоровья или здоровья близких ит.д.

Текущая - это такое явление, которое до одного предела является для компании благом (вливание новых кадров способствует появлению свежих идей, новых подходов и методов работы, препятствует старению коллектива), до другого – нормой (то есть не оказывает значительного влияния на деятельность компании), а после третьего – начинает вредить, причем с нарастающей силой. И в этом случае текущая кадров – это упущенная прибыль и снижение производительности труда.

Если посмотреть на проблему шире, то и из такой ситуации можно извлечь свои выгоды. Научитесь контролировать показатель текучести! При контролируемой текучести кадров открываются возможности для кадровых перестановок и карьерного роста, оставшихся лучших сотрудников, что является для них дополнительным стимулом. Проанализировав причины ухода людей и внеся соответствующие изменения в деятельность компании, можно не только снизить текучесть кадров, но и увеличить эффективность деятельности каждого сотрудника и фирмы в целом. Кроме того, если научиться контролировать этот процесс, то возникает возможность избавиться от аутсайдеров, привлечь людей с новыми взглядами.



ОДНОЙ ЛЕВОЙ!



Когда Директор Агентства №2 при Главном Офисе, Саадат Сейткалиева попросила меня встретиться с нашим страховым агентом для беседы в «Форум», я сразу поняла, что человек будет необычный...

В кабинете Управления Маркетинга меня встретил мужчина, выше меня ровно на 2 головы и представился как Сергей Логвинец. Первым, о чем я подумала было: «Человек-страхование! Видя страхового агента с такими мускулами и ростом, клиенты должны сразу понимать, что компания серьезная, сильная и способна защитить от любых рисков!»

Мини-досье:

Сергей Логвинец – мастер спорта международно-

го класса, член сборной Казахстана по Армрестлингу, серебряный призер чемпионата мира, 5-кратный чемпион Азии по данному виду спорта, многократный чемпион Казахстана. Вес 94 кг., рост 190 см. Стаж в армрестлинге – с 1994 года.

Майя Леонова: Сергей, а что было «до»?

Сергей Логвинец: «До» был профессиональный стаж в баскетболе, потом армия, затем неожиданная и случайная встреча с армрестлингом.

Майя Леонова: Это как?

Сергей Логвинец: На каком-то городском празднике Федерация армрестлинга проводила традиционные соревнования между всеми желающими. Я решил из любопытства принять участие. После того, как сам от себя не ожидая, я победил всех, мне предложили заняться этим спортом профессионально.

Майя Леонова: ...то есть ваши физические и спортивные данные сразу дали о себе знать!

Сергей Логвинец: Отнюдь. От физических данных в этом спорте зависит многое, но также очень важен режим, тренировки, питание, постоянное поддержание формы. Как в любом деле, которым ты занимаешься, важна внутренняя дисциплина. Даже в работе страхового агента коммуникабельность, умение войти в контакт с потенциальным клиентом, войти в доверие значат очень многое, как физические данные у спортсмена. Но в работе агента так же важна самоорганизация, выдержка и терпение грамотно провести работу с клиентом. Нужно постоянно черпать новую информацию, наращивать свой потенциал и жить в ритме происходящих событий.

Майя Леонова: что такое внутренняя дисциплина с позиции спортсмена и страховщика?

Сергей Логвинец: Чтобы поддерживать отличную



спортивную форму, спортсмен должен тренироваться. Так как в армрестлинге основной нагрузке подвергается связочный аппарат и мышцы – их постоянно нужно разрабатывать и укреплять.

Я, в частности, тренируюсь 2-3 раза в неделю по 2 часа, 2-3 дня – на аэробные нагрузки. Воскресенье – заслуженный выходной. Внутренняя дисциплина с позиции агента – это постоянное освоение новых продуктов, которые я могу предлагать клиентам. Очень важно быть подкованным даже в тех, продуктах, которые пользуются меньшим спросом, чем то же автострахование. Нужно всегда быть готовым к вопросам клиентов по разным программам страхования, ведь любая собственная некомпетентность скажется на компании в целом, а это может стать существенным поражением. Кроме того, во время каждого матча и работы с каждым конкретным клиентом, нужно выкладываться по полной программе. У агента не должно быть мысли о том, что сейчас я этим клиентом я отработаю побыстрее, а вот тому уже объясню все досконально. Профессионализм заключается в умении выкладываться с каждым клиентом: от сервиса до предоставления полной информации и качественного обслуживания.

Майя Леонова: Сергей, вы как Юлий Цезарь – правой рукой оформляете полисы, левой – побеждаете соперников на соревнованиях. Сколько времени длится бой и оформление полиса?

Сергей Логвинец: Почти правда (смеется), левой рукой я действительно завоевал больше наград, чем правой. Одна схватка в среднем длится 20-30 секунд, полных напряжения и внимательности. Про скорость оформления полиса не скажу, в страховании ведь дело не в скорости, а в качестве... И, потом, если в арм-рестлинге не бывает ничьих – в работе с клиентами мы всегда стараемся искать компромиссы.

О насущном:

Центр обслуживания клиентов АО «НСК», в котором работает Сергей Логвинец, находится в торговом центре «Car City». В день проведения интервью с Сергеем, алматинцев потрясла новость о том, что в 5 часов утра 14



сентября в Алматы, в торговом доме «Car City» произошло возгорание. Торговый дом, состоящий из многочисленных бутиков, специализируется на продаже запасных частей к автомобилям, автомобильных масел, красок лаков и аксессуаров. Как сообщили в пресс-службе МЧС РК, звонок поступил на пульт противопожарной охраны в 04.46. На место сразу же выдвинулось несколько пожарных расчетов, которые немедленно приступили к тушению пожара. Из здания были эвакуированы 14 человек: в основном, это охранники, работавшие в здании торгового дома. Пострадавших нет.

- Сергей, как вы можете прокомментировать сегодняшнюю новость о пожаре в «Car City».

- Хорошо, что возгорание произошло в нерабочее время. «Car City» очень проходное место. По ежедневному потоку даже в наш центр обслуживания клиентов можно судить о том, что произойди пожар днем – без жертв могло не обойтись. По свидетельствам очевидцев пожар охватил пожарные помещения и весь первый этаж комплекса, заочпение – до 3 этажа. Оценивая ситуацию с позиции страховщика, я понимаю, что имуществу и торговым площадям нанесен огромный ущерб. Продавцам, понесшим ущерб, здесь бы был очень кстати «Мой бизнес» или «Мое решение» - программы АО «НСК» по страхованию товарно-материальных ценностей владельцев крупного, среднего и малого бизнеса. Эти программы страхуют имущество владельцев бизнеса, находящееся как в товарном обороте, так и на складах.

Беседовала Майя Леонова.



АМБИЦИИ НА МИЛЛИОН

Семей — город областного значения в Восточно-Казахстанской области, расположенный по обоим берегам реки Иртыш. Население города Семей составляет около 290 000 человек. Несмотря на, казалось бы, ограниченную емкость страхового рынка в данном регионе, Филиал АО «НСК» в городе Семей является одним из лидеров по динамике продвижения добровольных видов страхования для физических лиц среди Филиалов Компании.

Своим опытом, знаниями и пожеланиями с «Форумом» поделились заместитель директора Филиала по развитию агентской сети, Надежда Беклемешева, «Золотой страховой» консультант Ирина Малюкова и «Платиновый консультант» Серик Карыбжанов.

О ЛЮДЯХ и ДОВЕРИИ...

Надежда: Да, емкость рынка небольшая в сравнении с рынками других городов, но на сегодняшний день есть инструменты, которые помогают создать консультантам клиентскую базу. Многие из этих инструментов были разработаны специально для Агентской сети – акции, анкетирование и пр. Однако, главным инструментом я все же считаю веру в дело. Ведь если мы будем делать свою работу без веры в то что мы делаем, не вкладывая частичку своей души, то никакие методики нам не помогут ни в поиске клиентов, ни в их удержании.



Серик Карыбжанов

Серик: Да, наш город не очень большой, но я вижу в этом значительное преимущество. Основной поток моих продаж проходит через личные связи и лояльность уже существующих клиентов. Качественно обслужив одного клиента, я получаю доверие всех его знакомых. Понятно, что клиенты в нашем городе обращают

особое внимание на тарифы, но для многих из них большое значение имеют выплаты, осуществленные компанией, качество обслуживания, репутация. Выбор страховой компании – ответственный шаг, и очень приятно, что многие клиенты сознательно делают выбор в пользу НСК.

Ирина: Огромное значение для потенциальных клиентов имеет фактор доверия, если Клиент доверяет мне как представителю Компании, он доверяет компании в целом. Высокий профессиональный уровень страхового консультанта вкпе с работоспособностью и энтузиазмом приносят свои результаты, а именно – лояльность клиентов!

О КУЛЬТУРЕ СТРАХОВАНИЯ...

Серик: Мне очень нравится западное отношение людей к страхованию. Это настолько жизненная норма, что иной раз квартиросъемщики отказываются брать в аренду хорошее жилье, узнав, что оно не застраховано. У нас, к сожалению, четко прослеживается разделение в сознании потребителей: молодежь к страхованию относится более лояльно, чем люди старшего поколения. Было бы здорово воспитывать культуру страхования со школьной скамьи, чтобы новые поколения активных и успешных людей понимали необходимость страхования и приняли его как норму жизни.

Ирина: Очень часто в работе приходится сталкиваться с общим недоверием к добровольным видам страхования со стороны клиентов. Понятно, что на завоевание этого доверия нужно время. По моему мнению, понимание необходимости страхования придет через привычку к обязательным видам страхования. Кроме того, ломотивами выступают массовые и недорогие продукты, такие как страхование имущества, страхование от несчастных случаев, страхование гражданско-правовой ответственности владельцев транспортных средств.



ОБ ИДЕАЛЬНЫХ КОНСУЛЬТАНТАХ



Надежда Беклемешева

Серик: Идеальный консультант – это человек, способный дать исчерпывающую информацию по любым вопросам, которые возникают у клиента. Несмотря на то, что по обязательным видам все страховые компании имеют одинаковые условия, идеальный консультант должен суметь объяснить клиенту, чем ему будет выгодно сотрудничество с НСК. Кроме того, не стоит закрывать глаза на низкий уровень культуры страхования – никогда не будет лишним объяснить клиенту выгоды продукта и истинные причины скидок у конкурентов.

Надежда: Идеальный консультант – это консультант, способный предоставить идеальный сервис, то есть, когда клиент после получения выплаты (а страховая выплата это наш конечный продукт) остается доволен и приходит к нам вновь.

О ВНУТРЕННЕЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Надежда: ...самодисциплина это в первую очередь умение выполнять свои обещания. Я говорю не только об обещаниях, которые мы даем другим. Я имею в виду также обещания, которые мы даем самому себе. Умение владеть собой приходит не сразу, оно формируется каждый день, и эти каждодневные шаги по совершенствованию себя как личности приводят к улучшению качества жизни. Это одно из качеств, которое я, в первую очередь, стараюсь привить страховым консультантам. Есть 3 ключевых правила самодисциплины: доводить до конца начатое, не болтать попусту и рано вставать

Ирина: развитие дисциплины в себе – это первый уверенный шаг к достижению любых целей. Важно уметь сдерживать данное себе слово, даже если оно дано себе! Точность, самоотдача и уверенность в своих шагах – главные двигатели успешной работы. Для меня самодисциплина и высокие требования к результатам своей обусловлены ответственностью и желанием быть примером в глазах страховых консультантов.

О МЕЧТАХ...

Серик: состояться как настоящий профессионал своего дела...ну и, конечно, найти такого клиента который купит все программы страхования!

Надежда: вырастить таких страховых консультантов, которые будут продавать все программы и зарабатывать миллиарды.

Ирина: ...мечта жить так, как я желаю своим клиентам: богато, спокойно и с уверенностью в будущем!



Ирина Малюкова



ОТ АЛЬФЫ ДО ОМЕГИ

Обучающий тренинг и тимбилдинг.

Главным офисом для Астанинского филиала был проведен трехдневный тренинг, программа и тематика которого были разработаны совместно с Директором Филиала АО «НСК» в г.Астана, Балабековым Ержаном.

Исходя из потребностей в обучении, тренинг был разбит на два этапа: проведение тренинга в офисе филиала и проведение командообразующего курса. Первая часть была посвящена проведению переговоров, причем данный тренинг был уникальным в своем роде: в программе использовался микс-тренинга продаж, элементов манипуляции в переговорах и стратегии ведения переговоров. В рамках программы была запущена трехраундовая бизнес игра «Альфа и Бета», в которой участники применяли все полученные знания и техники на практике.

Каждый раунд переговоров вовлекал в работу всю команду, и конечным результатом стало принятие правильных решений в процессе переговоров. Хочется отметить, что даже гуру переговоров с данной бизнес игрой справляются только лишь в 50% случаев - это говорит о том, что Ержану Балабекову удалось собрать и вырастить слаженный коллектив единомышленников!

Заместитель директора по продажам – Баймбетова Айдина.

«В нашем филиале такое мероприятие, организованное бизнес-тренером Главного Офиса, проводилось впервые. Менеджеры, принимавшие участие в тренинге, получили практические навыки и знания, стали увереннее в себе. Приезд тренера из Алматы значил для многих наших коллег очень многое, ведь не каждому удается попасть на ежегодные семинары менеджеров, проводимые в Алматы.

Так как я была одним из сотренеров по проведению тимбилдинга, хочу отметить, что в процессе работы моей команды я отметила следующее: сплоченность команды, желание победить, активные лидеры, которые брали на себя ответственность по решению задач, сотрудники, которые поднимали всем дух и в итоге, все у них получалось!!!

После проведения таких мероприятий, «общее настроение» в коллективе поднялось надолго, ну и, конечно, же, качество продаж заметно улучшилось!»



Второй этап проходил в курортной зоне Боровое на базе гостиницы «Береке» в насыщенном режиме. В незнакомой лесной местности по компасу были установлены все необходимые базы. Разработанный с учетом корпоративной культуры филиала сценарий и сложные задания с элементами командного взаимодействия позволили сотрудникам лучше узнать друг друга и почувствовать себя единой командой. Ну и, конечно, тимбилдинг принес множество положительных эмоций, зарядил бодростью и энергией для новых побед.

Это способствовало сплочению коллектива как команды единомышленников, которые умеют не только плодотворно работать, но и активно отдыхать. Без курьезов тоже не обошлось: во время проведения лесного курса обнаружилась пропажа некоторых реквизитов (видимо, местные жители решили принять участие в нашем тренинге особым способом). Тем не менее, все команды справились с заданиями и, уставшие и счастливые, вечером отметили победу торжественным ужином.

Материал подготовлен Евгением Назаренко



Заместитель директора по финансам, главный бухгалтер – Ледоховский Алексей.

«Корпоративный тренинг зарекомендовал себя как формула решения многих ситуаций, возникающих в организации работы с сотрудниками филиала. К тому же, он выявил ряд проблем и наметил их поэтапное решение. По итогам данного мероприятия были выявлены явные положительные тенденции: сотрудники филиала узнали друг друга лучше, каждый смог проявить себя, взять ответственность в принятии решения, почувствовать «плечо» товарища, ощутить на себе в буквальном смысле командный дух и проявить волю к победе! Полагаю, что достижение высоких результатов требует постоянного внимания к развитию сотрудников филиала и проведения такого рода мероприятий».

Заместитель директора по агентской сети – Житникова Татьяна

«Проведение таких мероприятий (тренинг, тимбилдинг), где участвуют все сотрудники филиала, менеджеры, бэк-офис, агенты, консультанты - очень полезны. В первую очередь, они повышают коллективный дух, позитивный настрой, помогают в работе над собой по устранению ошибок».

Начальник отдела продаж – Джандарбеков Утепберди

«По результатам проведенных мероприятий хочется отметить положительные впечатления от участия команды. Несмотря на то, что тренинги длились не так долго, каждый смог вынести для себя много полезной информации, которая несомненно пригодится каждому как в обычной жизни, так и на работе. Проводимые игры и упражнения заставили сотрудников решать довольно сложные, но интересные задачи, что безусловно способствовало сплочению коллектива.

Кроме того, в ходе обучения участникам была предоставлена обратная связь по зонам развития, что способствовало более успешному пониманию и усвоению полученных на тренинге знаний. Примечательно, что такого рода мероприятие прошло в нашем филиале впервые, и мы надеемся, что опыт его проведения послужит началом доброй традиции».





Директор Агентства №1 – Мелдешева Адия:

«Если в первый день мы изучали «секреты продаж» теоретически, в стенах офиса, то на второй день команда совмещала полезное с приятным. На лоне природы Борового наша команда усовершенствовала свои теоретические знания первого дня на практике. Огромное спасибо руководству Филиала за организацию подобных мероприятий на нашей территории. Это важно для всех сотрудников. Такое мероприятие проводится впервые в таком масштабе».

Директор агентства №2 – Ажгалиева Л.Б.

«В Боровом мы смогли с помощью игровых заданий понять, что успех, прежде всего, в достижении поставленных задач зависит от слаженной работы команды. С помощью игр смогли определить стратегию решения каждой стоящей перед командой задачи. Думаю, в будущем можно будет использовать определенные нами после тренинга принципы Работы с Возражениями, которые можно использовать в работе с физическими лицами. В качестве примера несколько таких заготовок. Против аргумента «40 литров бензина, подарка в виде сотового телефона, различных диагностик» - «Вы хотите быть обманутыми? Тогда, пожалуйста, за подарок в виде «40 литров бензина, подарка в виде сотового телефона, различных диагностик» попробуйте купить Полис с Гарантией Надежных Выплат».



Менеджер 3 категории – Дюсекенова Динара

«Хотелось бы выразить свою признательность и поблагодарить Евгения Назаренко, Ержана Балабекова и Айдину Баймбетову за хорошую организацию командообразующего тимбилдинга в Боровом. Благодаря их усилиям тимбилдинг превратился в настоящий праздник для сотрудников нашей компании и позволил каждому проявить себя. Сотрудники нашей компании продемонстрировали профессиональный подход к разработке и реализации программы тренинга, сочетая различные форматы и виды активности. Благодаря усилиям и скоординированной работе профессионалов, большинство из нас открыли в себе новые человеческие качества, обнаружили скрытые силы и возможности. И, не оспорим тот факт, что главная цель мероприятия – сплочение коллектива, в большей степени достигнута».

Менеджер по работе с финансовыми институтами – Куанчалиева Эльвира

«Тренинг произвел сильное впечатление на всех участников. В процессе реализации программы, сотрудники показали профессиональный и внимательный подход, что помогло участникам сплотиться и лучше узнать друг друга. Много новых акцентов, подходов, методов, каждый из которых можно и нужно использовать в продажах. Мы очень надеемся, что сделанные на семинаре наработки позволят нам повысить эффективность работы, что в итоге положительно скажется на нашей работе с клиентами.

Но самое главное, что цель – сплочение коллектива, в большей степени, достигнута. Большое спасибо тренеру Назаренко Евгению за потрясающий тренинг и тимбилдинг! Мы и не ожидали, что все будет настолько здорово!».



Директор филиала - Ержан Балабеков

«Профессиональное обучение и тренинги по командообразованию – очень важные мероприятия в вопросе становления активного ядра любого коллектива. Доказанный факт в бизнес-практике – их организация и проведение помогают достичь весомых результатов, имеющих непосредственное значение как для личностного роста каждого отдельного сотрудника, сплочения коллектива, так и для развития и процветания компании в целом.

Поэтому проведение комплекса тренингов на базе филиала г. Астаны позволило нам достичь реальных положительных результатов и сделать серьезные выводы на будущее. Главное что данным мероприятием мы решили немного отойти от формата традиционных банкетов и совместных выездов на природу, не приносящих реальной пользы, основной упор сделав все-таки на развитие сотрудников и создание командного мышления.

Выбранный формат оказался очень правильным, поскольку удалось создать дружественную, комфортную атмосферу, и показать, что только командная работа приводит к наиболее значительным результатам. Каждый член команды в отдельности и команда в целом смогли выработать рабочие схемы взаимодействия. Участники испытали не только позитивные эмоции и просто отдохнули, но и, благодаря интересным и казалось бы экстре-

мальным заданиям, приобрели неоценимый опыт общения друг с другом, столь необходимый в нашей ежедневной работе.

Важно, что тренинг позволил влиться в коллектив новым сотрудникам, развить в себе новые навыки. Для многих открылись новые области роста, на некоторые вопросы удалось посмотреть под другим углом, увидеть проблемные зоны со стороны. Кроме того, тренинг помог некоторым сотрудникам раскрыть внутренний потенциал и применить его в общем деле, проявить скрытые способности, которые не заметны в повседневной деятельности.

Полагаю, что системное проведение таких мероприятий позволит в формальной и неформальной обстановке улучшить микроклимат между сотрудниками и создать благотворную среду – сплоченную команду, в которой каждый способен раскрыться как профессионал и как личность, ощутить свою силу, ответственность и удовлетворенность от выполненной работы. Также это позволит и повысить эффективность коммуникаций между подразделениями филиала.

Используя современные методы формирования и развития команды можно значительно увеличить конкурентоспособность компании, повысит уровень продаж и качество обслуживания клиентов, да и просто интереснее жить и работать».





АО «НСК» В ОЧЕРЕДНОЙ РАЗ ПОДТВЕРДИЛО СВОЕ ЛИДЕРСТВО!

В сентябре 2011 года футбольная сборная АО «НСК» победила в ежегодном Турнире по Мини-Футболу, проводимом журналом "World Monitor" на Кубок EUROBAK.

В Турнире приняли участие 20 команд из числа компаний-членов EUROBAK. Каждая команда состояла из 6 основных игроков и 4 запасных.

Чемпионат проводился в г. Алматы на территории Naileybury Almaty International School. В соревнованиях приняли участие 12 команд из числа крупных казахстанских компаний финансовой сферы, в том числе 5 страховых компаний, FMCG, HoReCa и других сфер. Борьба велась на двух полях по круговой системе: в 2 подгруппах по 5 команд в подгруппе.

Хочется отметить, что наши коллеги проявили свою стойкость и верность командному духу НСК. Спортивные баталии не оставили равнодушными наших коллег, друзей, членов семей игроков, пришедших поболеть за будущих чемпионов.

Острая борьба завершилась уверенной победой команды АО «НСК».



Мы благодарим каждого из наших коллег!

**Ищанова Михаша
Алдунгарова Тимура
Акимбекова Думана
Агошкова Дмитрия
Калигожина Аскара
Аюпова Артура
Дауенова Жаната
Капишева Багдата
Аукенова Айдары
Алдамжарова Бауыржана
Калиахметова Асета
Исмухамбетова Газиза
Ержанова Бахытжана
Шаку Еркебулана**



HAPPY HAND!

В рамках социального проекта «Безопасность начинается дома» по программе страхования ребенка от несчастных случаев в г.Семей были застрахованы дети, победители конкурса детского рисунка.

В филиал АО «НСК» в г.Семей поступил тревожный звонок...Ученица школы №19, второклассница **Жулдыз**, застрахованная в АО «НСК» по программе страхования ребенка от НС, попала в больницу с переломом ключицы...Родители были шокированы происшествием, и сотрудники АО «НСК» как могли оказывали моральную поддержку семье девочки. После успешной операции, коллектив филиала навестил маленькую **Жулдыз** дома. **По факту наступления страхового случая, в адрес Жулдыз была осуществлена страховая выплата на сумму 30 000 тенге.**

И это не единственный случай в работе Филиала. Чуть позже, ученик 2 класса 30 школы г.Семей, Амир на уроке физкультуры поймал важный мяч ценой поломанного пальца... **Выплата, осуществленная АО «НСК» после этого происшествия очень помогла родителям Амира.**

АО «НСК» напоминает, что забота – это прежде всего предупреждение негативных последствий от непредвиденных жизненных событий. И наши дети больше других нуждаются в заботе взрослых. **АО «НСК»** продолжает республиканский проект «Безопасность начинается дома» и желает всем детям крепкого здоровья. Ведь чужих детей не бывает!

Материал подготовлен И.Малюкевич, АО «НСК», г.Семей.





Эффективный менеджер

23 ноября 2011 года в стенах Головного офиса компании начался ставший уже традиционным семинар для менеджеров Филиалов Компании, который завершился 26 ноября учебным курсом абсолютно нового формата. Обо всем по порядку мы попросили рассказать сотрудников Центра набора и подготовки персонала (ЦПНП) АО «НСК».

- Как вы оцениваете эффективность прошедшего семинара?

- Оценка эффективности проведения обучения вещь прикладная и может быть ясна по прошествии времени, когда менеджеры начнут продавать, используя полученные навыки. Пока могу с уверенностью сказать, что ЦПНП выложил по максимуму и менеджеры, приехавшие со всех концов Казахстана это почувствовали. Аудитория была полностью вовлечена и увлечена, что не может не сказаться на росте качества обслуживания клиентов компании.

- Какие темы были раскрыты на семинаре?

- Менеджеры получили подробнейшую информацию от сотрудников Головного Офиса по части анализ состояния страхового рынка, рейтинга страховых компаний и позиций АО «НСК», о деятельности компаний в регионах. Были подробно рассмотрены изменения в продуктовой линейке компании, раскрыты преимущества новых и усовершенствованных страховых продуктов, получена обратная связь по изменениям в программах страхования, в процедуре андеррайтинга, оценки имущества и многим другим вопросам. 25 числа мы провели итоговый круглый стол, в рамках которого региональные менеджеры получили возможность задать все интересующие вопросы напрямую коллегам из Головного офиса.



- Какие нововведения были применены во время тренинга?

- Во-первых, менеджеры получили практический курс во время тренинга продаж «Что такое возражение» под руководством Евгения Назаренко. А во-вторых, 26 ноября силами ЦПНП был проведен уникальный в своем роде тренинг на развитие управленческих навыков: бизнес-симуляция «Золото королей НСК».

- Расскажите, пожалуйста, подробнее о бизнес-симуляции, в чем заключалась суть тренинга, чего она позволила добиться и кто же получил заветное Золото Королей НСК?

- Начну с того, откуда появилась идея проведения нового формата тренинга. Менеджеры нашей Компании всегда отличались хорошими знаниями продуктов и заметными результатами по объемам продаж. Но, рабочая группа по организации семинара, предварительно собрав и проанализировав заявки директо-

ров филиалов на предмет «чему учить в первую очередь», сделала вывод: из менеджеров надо растить действительно управленцев, надо развивать навыки управления не только собственными эффективностью, но и навыки управления продажами своих агентов, навыки управления людьми. Глубоко поразмыслив, ЦПНП вышел с предложением о проведении моделирующей игры «Золото королей НСК».

По результатам исследований формат «моделирующей игры» дает наилучший результат, если Компания ставит перед собой следующие задачи:

1. Развить навыки планирования ключевых менеджеров и специалистов;
2. Повысить эффективность управления временем, информацией и другими ресурсами;
3. Научиться правильно расставлять приоритеты;
4. Научиться видеть общую картину событий и просчи-



тывать действия на несколько шагов вперед;

5. Улучшить сопротивляемость негативному влиянию среды.

Вам не кажется это очень знакомым? Не про это ли мы говорим на планерках и совещаниях? Уж очень это про нас, и в связи с этим, мы пошли на определенный риск с введением совершенно нового формата тренинга.

Как это происходило? Конкурирующие команды получили задание пройти пустыню и принести на базу как

можно больше золота. В пустыне игроков ждали «смертельные» опасности, и, кстати, не все участники вернулись «живыми» на базу. Более 2-х часов команды в условиях высокой конкуренции и тяжелых условий стремились занять лидирующую позицию и стать королями. Но и это было не самым основным.

Еще больше времени, менеджеры уделили «разбору полетов». И вот здесь каждый из участников смог проанализировать свои действия, в результате чего участники сами пришли к ответам на вопросы:

1. Как следовать намеченному плану, не поддаваясь давлению времени и всеобщему ажиотажу?
2. Как правильно сбалансировать усилия между простым выживанием и достижением больших результатов?
3. Стоит ли рисковать, если нет уверенности в полезности источника информации?
4. Где проходит тонкая грань между активностью и продуктивностью?

Никто не будет спорить, что одна из вечных задач Компании, стремящейся увеличить продажи - это развитие навыков планирования ключевых менеджеров и специалистов. И игра «Золото Королей НСК» стала очередной успешной «фишкой» ЦПНП в реализации поставленных задач по ноябрьскому семинару менеджеров.

А победителями игры, мы думаем, стал каждый менеджер, так как награду получил каждый: бесподобный опыт, который пригодится в работе Менеджера с большой буквы.



Из отзывов участников:

Ризванова Зарина (Кызылорда)

Игра очень интересная, развивает коммуникативные навыки, веселая и объединяет нас в команду. В этой игре было очень важно слышать друг друга и отстаивать свое мнение. Причем самым важным оказалось первое решение, которое мы приняли, и оно повлияло на дальнейший ход игры.

Аугамбай Канат (Алматы)

Игра помогает работать в команде, у каждого своя роль и сообща мы делаем общую работу и зарабатываем деньги. Важно отметить, что в процессе игры мы выбрали правильную стратегию, что позволило сохранить заработанные деньги и команду.

Наталья Белова (Усть-Каменогорск)

Безумно понравилось, с самого начала мы запутались, но потом начали планировать, рассчитывать, чтобы дойти до цели и у нас все получилось. Самое главное, что мы научились работать в команде, разрабатывать стратегию. Победа оказалась нелегкой, но благодаря тому, что изначально были правильно распределены роли и мы прислушивались к мнению каждого, мы смогли победить в этой игре.



МОЙ БИЗНЕС

Страхование имущества малого и среднего бизнеса

Страхование имущества юридических лиц — один из классических видов страхования, который является неотъемлемым направлением деятельности практически всех универсальных страховых компаний, к числу которых относится АО «НСК».

Объектом страхования являются имущественные интересы Страхователя и/или Выгодоприобретателя, связанные с владением и использованием имуществом — «Товар на складе», «Товар в обороте».

Страховым случаем является событие, при наступлении которого Страховщик обязан, в соответствии с Договором, произвести страховую выплату за повреждение, уничтожение или утрату застрахованного имущества, возникшее в результате:

- 1) Пожара и дыма
- 2) Повреждения водой и другими жидкостями
- 3) Стихийных бедствий
- 4) Падения самолетов и других воздушных объектов, а также обломков и выпавших с них предметов
- 5) Взрыва



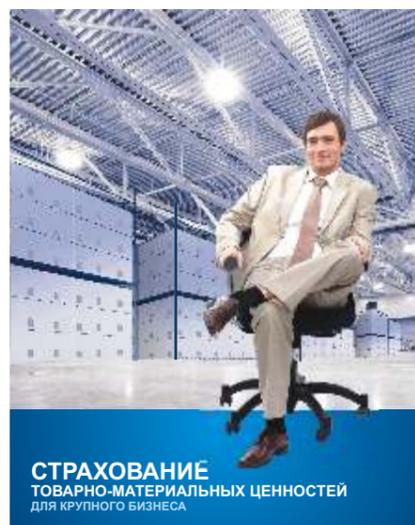
На протяжении последних лет НСК входит в пятерку лидеров по страхованию имущества.

МОЁ РЕШЕНИЕ

Страхование имущества крупного бизнеса

Страховым случаем является событие, при наступлении которого Страховщик обязан, в соответствии с Договором, произвести страховую выплату за повреждение, уничтожение или утрату застрахованного имущества, возникшее в результате:

- 1) Пожар и дым
- 2) Повреждение водой и другими жидкостями
- 3) Противоправные действия третьих лиц
- 4) Стихийные бедствия
- 5) Падение самолетов и других воздушных объектов, а также обломков и выпавших с них предметов
- 6) Взрыв



Для тех, кто хочет жить спокойно!

Подробнее об условиях и тарифах спрашивайте в ближайшем офисе НСК.



ВЫИГРЫВАЙТЕ!

ТОЛЬКО ПРИЯТНЫЕ СЮРПРИЗЫ!



Только приятные сюрпризы с «НСК»

АО «Нефтяная страховая компания» объявляет о проведении республиканской акции, в которой могут принять участие все автовладельцы Казахстана.

Приобретая в компании «НСК» с 15 февраля по 1 июля 2012 года обязательную страховку ГПО автовладельца или любую другую на выбор в любом представительстве компании, каждый клиент автоматически становится участником розыгрыша ценных призов.

Все клиенты участвуют в розыгрыше двух категорий призов, в зависимости от того, какую страховку он выберет.

И здесь, внимание, главная интрига акции. Победители определяются методом генерации случайных чисел по

номерам страховых договоров. Поэтому чем больше договоров вы заключите, тем выше вероятность получить несколько призов.

«Акция рассчитана на очень широкий круг автолюбителей. Для новых клиентов «НСК» акция может стать хорошим поводом получить надежную страховую защиту в рамках обязательного и добровольного страхования. В этом случае вы можете еще и выиграть путешествие к морю. Для тех, кто уже является нашим клиентом эта акция — отличная возможность продлить страховку ГПО, и получить возможность выиграть приз, а также бонус в рамках программы лояльности, если предыдущий год был безаварийным», — говорит Оксана Сизова, Начальник Управления маркетинга.

Результаты розыгрыша призов и имена победителей будут опубликованы в региональной прессе и на страницах «Форума». Следите за новостями.

Если покупаете

Автостраховку ГПО*

*Договор обязательного страхования ГПО владельцев транспортных средств

Два и более договора страхования, один из которых обязательная автостраховка ГПО, а второй - добровольный договор на выбор:

- Страхование авто от ДТП, ущерба, угона, др. рисков на сумму не менее 2 тыс. тенге.
- Страхование имущества на сумму не менее 3 тыс. тенге.
- Страхование от несчастных случаев на сумму не менее 1 тыс. тенге.
- Медицинское страхование.
- Страхование выезжающих туристов за рубеж на сумму не менее 3 тыс. тенге.
- Страхование товарно-материальных ценностей.

ВЫИГРЫВАЕТЕ

Мобильные телефоны;
Фотоаппараты;
Видеокамеры;
Видеорегистраторы;
Наборы для пикника.

Путешествия;
Нетбуки;
LCD телевизоры;
Домашние кинотеатры.