



DINCOLO DE BROKERAJUL TRADIȚIONAL

VIOREL VASILE

CEO SAFETY BROKER

-INTERNET
-LIVE CHAT
-MEDIA
-PHOTOS
-VIDEOS
-MUSIC

-SHOW BUSINESS
-NETWORK
-BASIC
-CINEMA
-BUSINESS/FINANCE
-WORLD NEWS



DINCOLO DE BROKERAJUL TRADIȚIONAL

PIAȚA DE BROKERAJ
S1 - 2019

sursa: Raport ASF

336
COMPANII DE BROKERAJ



290
SOCIETĂȚI ACTIVE



 11,3%

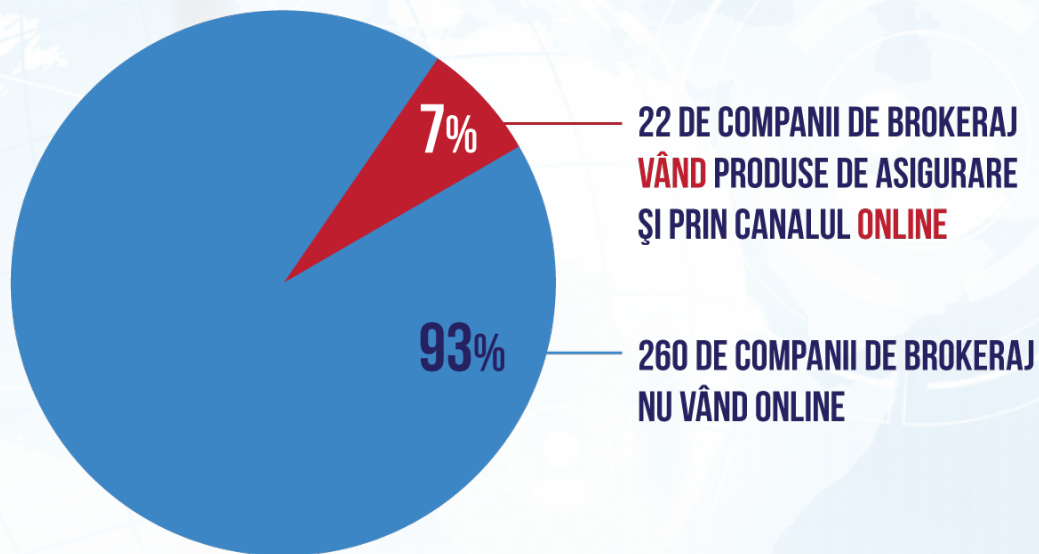
3,4 MLD LEI
PRIME INTERMEDIATE



63,92%
GRAD DE INTERMEDIERE

VÂNZAREA ONLINE ÎN ACTIVITATEA COMPANIILOR DE BROKERAJ

sursa: Raport ASF

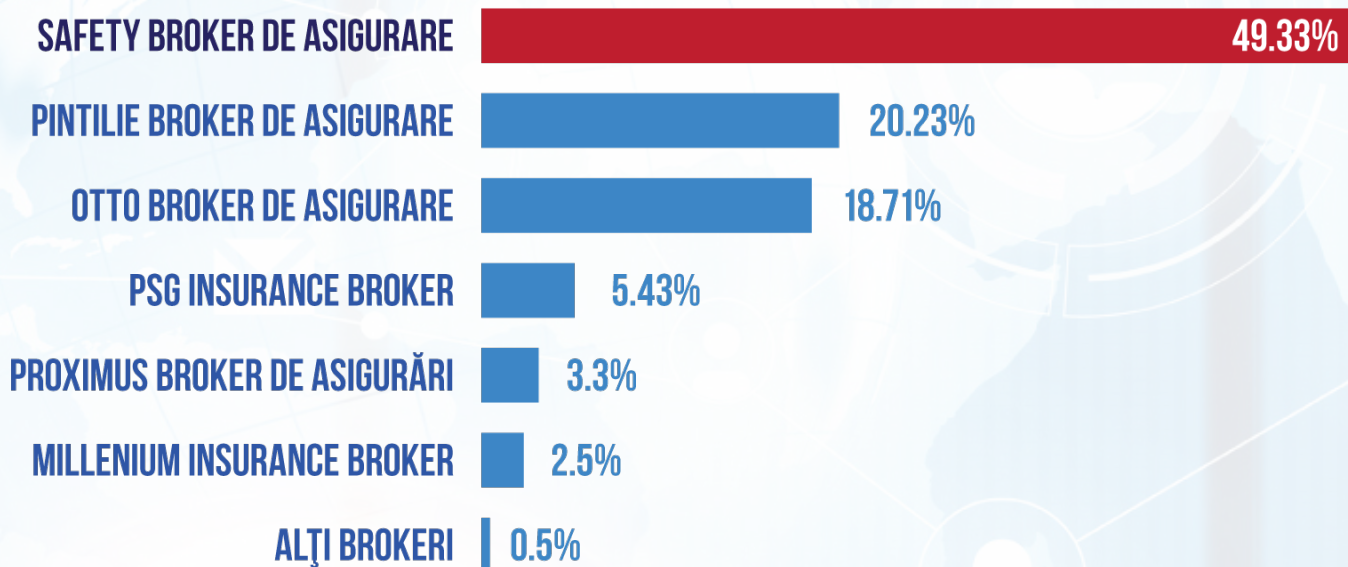


*LA ACEST SONDAJ AU RĂSPUNS 282 DIN CELE 290 DE SOCIETĂȚI ACTIVE

DINCOLO DE BROKERAJUL TRADIȚIONAL

COMPANIILE DE BROKERAJ CARE UTILIZEAZĂ CANALUL ONLINE PENTRU VÂNZAREA PRODUSELOR DE ASIGURARE

sursa: Raport ASF



DIGITALIZAREA ASIGURĂRILOR ÎN ROMÂNIA



**TOT MAI MULȚI SPECIALIȘTI CONSIDERĂ CĂ VALUL
DIGITALIZĂRII ASIGURĂRILOR ÎN ROMÂNIA NU SE VA
ÎNTÂMPLA ÎNTR-UN VIITOR FOARTE APROPIAT.**



DISTRIBUITORUL DE ASIGURĂRI ELEMENT CENTRAL ȘI ESENTIAL ÎN PIAȚA DE ASIGURĂRI

Directiva IDD plasează pe primul loc **interesul clientului** și imediat după, **relația dintre consumatorul de asigurări și distribuitorul** care - în viitorul apropiat - va avea un rol deosebit în creșterea nivelului de educație financiară al consumatorului dar și la dezvoltarea întregii industrii de asigurări.



Asistentul de astăzi nu mai este doar un simplu vânzător. El adaugă valoare serviciilor sale prin:

- Consultanță în alegerea celei mai optime soluții de asigurare
- Asistență pe perioada asigurată
- Suport în caz de daună

SOLUȚII PENTRU O PIAȚĂ DE ASIGURĂRI COMPETITIVĂ:

- să tindă către **reducerea riscurilor** - pe termen lung o companie de asigurări nu ar trebui să mai fie, în primul rând "un plătitor de daune", ci mai degrabă un jucător care reduce și previne riscurile.
- să **colecteze datele** - să învețe din rutina zilnică a consumatorului, pentru a putea preveni și reduce riscurile la care se expune acesta.
- să țină pasul cu **marile companii Hi-tech** - o soluție ar fi asocierea cu aceste companii, altfel companii precum Facebook, Google etc, ar putea deveni principalii competitori.
- să se **integreze în start-up-urile Insurtech** - precum Lemonade, Pure sau Oscar. De altfel, o oportunitate de a fi la curent cu noi modele de business dar și de a cunoaște tiparele consumatorilor.

EXEMPLU TESLA DE COLECTARE A DATELOR PENTRU PREVENȚIA RISCURILOR:

- Tesla a anunțat că va începe să vândă asigurări direct șoferilor de Tesla, dar pe termen lung intenționează să devină un jucător cheie în piața de asigurări
- Utilizând datele colectate de la clienți, îi ajută pe aceștia să reducă riscurile



Datele obținute cu ajutorul tehnologiei au mari implicații competitive și în viitor vor fi în centrul pieței de asigurări!



Safety Broker

VĂ MULȚUMESC PENTRU ATENȚIE!

- INTERNET
- PHOTOS
- VIDEOS
- MUSIC

- SHOW BUSINESS
- NETWORK
- BASIC
- CINEMA
- BUSINESS/FINANCE
- WORLD NEWS

