UBEZPIECZENIE CZĘSTO RATUJE BIZNES

POJAWIENIE SIĘ PANDEMII I JEJ DYNAMICZNE SKUTKI DLA GOSPODARKI DOBITNIE POKAZAŁY, ŻE WIELE BIZNESÓW MOŻE W JEDNEJ CHWILI SIĘ ZATRZYMAĆ. O TYM, DLACZEGO DOBRZE DOBRANY ZAKRES UBEZPIECZENIA MOŻE URATOWAĆ NASZ BIZNES ROZMAWIAMY Z ELŻBIETĄ DYHDALEWICZ – PREZES AXIOMA DYSTRYBUCJA SP. Z O.O. Z ZABRZA.

W branży ubezpieczeniowej jest Pani obecna od 16 lat. Co sprawiło, że wybrała Pani właśnie tę branżę?

Elżbieta Dyhdalewicz: Swego czasu, zanim otworzyłam własny biznes, od praktycznej strony miałam styczność z egzekwowaniem zapisów ubezpieczeń komunikacyjnych i usuwaniem szkód w autoryzowanym serwisie lakierniczo-blacharskim. Doskonale pamiętam frustrację i gniew ludzi, którzy w obliczu szkody, dowiadywali się, jak bardzo zawarte przez nich ubezpieczenia nie odpowiadały ich realnym potrzebom. Co więcej, dostrzegłam też liczne nieścisłości w postrzeganiu ubezpieczeń gospodarczych z perspektywy przedsiębiorcy. Z tego powodu postanowiłam coś z tym zrobić i otworzyć własną działalność, pomagając ludziom, uświadamiając im zagrożenia, dopasowując możliwości do realnej potrzeby ochrony oraz posiadanych zasobów finansowych. Po 16 latach mogę powiedzieć, że była to doskonała decyzja – pośrednictwo ubezpieczeniowe rośnie i wciąż bardzo się rozwija.

> Zapominamy, że zadaniem polisy jest także wspieranie nas w radosnych chwilach, **jak narodziny dziecka czy wyjazd na upragnione wakacje.**
>
> **ELŻBIETA DYHDALEWICZ,** Prezes Axioma Dystrybucja Sp. z o.o.

Elżbieta Dyhdalewicz, Prezes Axioma Dystrybucja Sp. z o.o.

Co jest najistotniejsze w procesie przygotowania odpowiedniego ubezpieczenia?

Po pierwsze zrozumienie istoty ubezpieczania się. Powszechnie panuje przekonanie, że zawarcie polisy ma nas chronić w przypadku jakiegoś nieszczęścia, co jest oczywiście prawdą. Ale zapominamy, że jej zadaniem jest także wspieranie nas w radosnych chwilach, jak narodziny dziecka czy wyjazd na wakacje. Kolejna sprawa, to gotowość do tego, by szczerze opowiedzieć o sobie i swoim życiu agentowi. Mam tu na myśli rozmowę, w której przedstawiamy mu to, jakie czynności wykonujemy w pracy oraz poza nią, jak często i daleko jeździmy oraz jakie mamy pasje. Dzięki tej wiedzy fachowiec dokładnie przygotuje propozycję polisy „uszytej na miarę". Przykładowo, mnóstwo osób jeździ na rowerze, rolkach, snowboardzie lub na nartach i kompletnie zapomina o tym, że warto się ubezpieczyć na wszelką ewentualność. W przypadku klienta biznesowego element tej szczerej rozmowy, a nawet szerszego spojrzenia na prowadzony rodzaj działalności, może uratować jego biznes, gdy odkryje, że nie wziął pod uwagę czynników ryzyka, które występują i mogą być przyczyną ewentualnych roszczeń w obliczu zaniedbań osób za które ponosi odpowiedzialność, bądź po prostu zagrożeń wynikających z posiadania mienia czy wprowadzenia produktu do obrotu. Mając szereg danych, agent bez problemu znajdzie odpowiednią ochronę dla naszego partnera i jego firmy.

Jakie główne czynniki biorą Państwo pod uwagę w przypadku analizowania polis dla przedsiębiorców?

Bazowo badamy realne potrzeby danej firmy w zestawieniu z jej wielkością, lokalizacją, skalą działania, terytorium na jakim operuje, struktury organizacji, posiadanych zasobów i mienia. Następnie rozmawiamy o tym, jakie ryzyka mogą pojawić się w tym konkretnie rodzaju biznesu. Dużo zależy od branży. Bardzo często proponujemy ubezpieczenia z opcją „all risk" gwarantującą tzw. „Święty spokój", gdzie zakres jest pełniejszy od ryzyk nazwanych, nie wiedząc dzisiaj jakiego zdarzenia losowego możemy doświadczyć w przyszłości. Pamiętajmy, że zakres ubezpieczenia to nie tylko wsparcie finansowe czyli odszkodowanie za zniszczone mienie, utracony zysk w związku z brakiem możliwości kontynuowania prowadzenia działalności gospodarczej i ponoszenie kosztów stałych, powstałe czyste straty finansowe, ale także szereg świadczeń i usług mających na celu przywrócenie mienia do stanu sprzed szkody. Odpowiednio dobrana ochrona może uratować biznes budowany przez wiele dekad wraz z rzeszą zatrudnianych ludzi i ich rodzin, które mogą pozostać bez pracy i środków do życia. Tu nie chodzi tylko o pieniądze, ale o czynnik, który może bezpowrotnie przerwać ciągłość harmonijnego funkcjonowania uznanej marki na rynku.

> **16 LAT**
> doświadczenia w branży ubezpieczeniowej, to powód, by nam zaufać

Jakie nowe obszary do zagospodarowania pod względem ochrony ujawniła pandemia?

Panująca sytuacja podkreśliła znaczenie ubezpieczeń i rolę zarządzania ryzykiem w biznesie. Wzrosło zainteresowanie ubezpieczeniami na wypadek braku możliwości wykonywania pracy, przerwy w działalności lub prowadzenia biznesu, błędnych decyzji zarządczych, cyber ryzyk, a także ochrony życia i zdrowia. Ogromna rzesza pracowników realizuje swoje zadania na home office. Oznacza to szereg nowych zagrożeń, takich jak wypadki w domu czy np. awarii internetu lub sprzętu. Do tej pory przepisy BHP dość rygorystycznie regulowały bezpieczne dla personelu przestrzenie robocze czy to w biurach czy na halach produkcyjnych. W przypadku mieszkania czy domu mamy do czynienia z kompletnie inną rzeczywistością, do której odnieść się musi także branża ubezpieczeniowa. Oznacza to nieustanne modyfikacje i zmiany istniejących zapisów, zakresów oraz wyłączeń w umowach.

Jak Pani zdaniem wyglądać będzie przyszłość branży ubezpieczeń?

Nieodwracalnym trendem jest digitalizacja usług i kontakt on-line. Oczywiście nic nie zastąpi kompetentnego agenta i rozmowy z nim, lecz zmieniają się dostępne narzędzia i technologie. Wielkim wyzwaniem są rozwiązania biometryczne, wykorzystanie telematyki w ubezpieczeniach komunikacyjnych i zagrożenia związane z cyber bezpieczeństwem. To dziś szczególnie istotna kwestia dla firm, która z biegiem czasu będzie dotykać coraz szerszego grona przedsiębiorców. Bez względu na realia fundament pozostaje niezmienny – szczera rozmowa i głęboka analiza to klucz do tego, by w razie nieszczęścia uratować swój biznes. Dlatego, jako Axioma jesteśmy gotowi pomóc każdemu, kto świadomie chce zabezpieczyć swoją firmę oraz największy kapitał – czyli ludzi w niej pracujących. ●

Łukasz Bąk - StadlerMedia.pl

FOT. MATERIAŁY PRASOWE