

Ασφαλιστική Αγορά, 19/07/2012
Κωνσταντίνος Σεμερτζόγλου
Αν. Γενικός Διευθυντής, Eurolife Experience Center
EFG Eurolife Ασφαλιστική

Η EFG Eurolife Ασφαλιστική, υπήρξε πάντα μια Εταιρεία προσηλωμένη στο στόχο της να λειτουργεί υπεύθυνα, ακολουθώντας το όραμά της, να αποτελεί ασφαλιστική πρώτη επιλογή, πιστή πάντα στη φιλοσοφία της, να βρίσκεται δίπλα στους πελάτες της σε κάθε φάση της ζωής τους.

Η δημιουργία του Eurolife Experience Center πριν από ένα χρόνο περίπου, αποτελεί έμπρακτα την προσπάθεια της Εταιρείας να αφουγκρασθεί τον Πελάτη της, είτε αυτός είναι ο τελικός Καταναλωτής ή ο Συνεργάτης της, σε ένα κόσμο που συνεχώς εξελίσσεται και η κάλυψη των προσωποποιημένων αναγκών με τρόπο άμεσο και σωστό γίνεται όλο και πιο αναγκαία.

Για το Eurolife Experience Center (EEC), η πελατοκεντρικότητα δεν επιτυγχάνεται ούτε με ευχές ούτε με αφορισμούς. Το όραμα, η στρατηγική, η δημιουργικότητα αλλά κυρίως η υιοθέτηση μιας νέας, φρέσκιας φιλοσοφίας, φιλικής προς τον πελάτη και η εφαρμογή της μέσω των ανθρώπων που το απαρτίζουν, μας επιτρέπουν να σχεδιάζουμε έναν διαφορετικό τρόπο αντιμετώπισης εξυπηρέτησης και ικανοποίησης του Πελάτη.

Η απόφαση για τη δημιουργία του EEC δεν πάρθηκε ούτε βιαστικά ούτε κάτω από τον φόβο της επόμενης μέρας, όπως αυτή έχει διαμορφωθεί σήμερα, λόγω της βαθιάς ύφεσης. Η πελατοκεντρική αντίληψη της Εταιρείας μας, καθώς και η ικανότητα πρόβλεψης του τοπίου της ασφαλιστικής αγοράς, πάντα υπό το πρίσμα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης και του αντίκτυπου στην Ελληνική οικονομία, λειτούργησαν για εμάς δημιουργικά και μας ενέπνευσαν να σχεδιάσουμε με κάθε λεπτομέρεια και προσοχή, τη δομή και τις λειτουργίες του νέου αυτού Τομέα της Eurolife, αφού πιστεύουμε, ότι σε περιόδους «ιδιαιτέρως», όπως αυτές που βιώνουμε σήμερα, ο Πελάτης – Συνεργάτης απαιτεί ταχύτητα στην εξυπηρέτηση, σωστή και άμεση πληροφόρηση, ειλικρίνεια και ισότιμη αντιμετώπιση στη σχέση του με την Εταιρεία. Επίσης, είναι περισσότερο από προφανές, ότι οι Εταιρείες οφείλουν να διατηρήσουν, να αναπτύξουν και να επενδύσουν στους Πελάτες και στα Δίκτυα Πωλήσεων.

Ο σχεδιασμός του Eurolife Experience Center, συμπεριέλαβε ενέργειες που άλλαξαν τις υπάρχουσες δομές της Εταιρείας και δημιούργησαν νέες. Ας δούμε, ποια είναι τα στάδια που προηγήθηκαν αλλά και τα βήματα που ακολουθήσαμε :

Στάδιο 1^ο Ανάλυση και εκτίμηση της υφιστάμενης κατάστασης

- Καθορισμός των σημείων επαφής του Πελάτη – Συνεργάτη με την Εταιρεία
- Front line διαδικασίες
- Υποστηρικτικές εργασίες
- Ροή της πληροφορίας (εσωτερικά αλλά και προς τα έξω)

Στάδιο 2^ο Ανάπτυξη του νέου πλαισίου λειτουργίας

- Σχεδιασμός νέων διαδικασιών όπου ήταν απαραίτητο
- Βελτίωση των υφιστάμενων δομών
- Πόροι και Ανθρώπινο δυναμικό
- Καθορισμός Χρονοδιαγράμματος Υλοποίησης

Στάδιο 3^ο Υλοποίηση

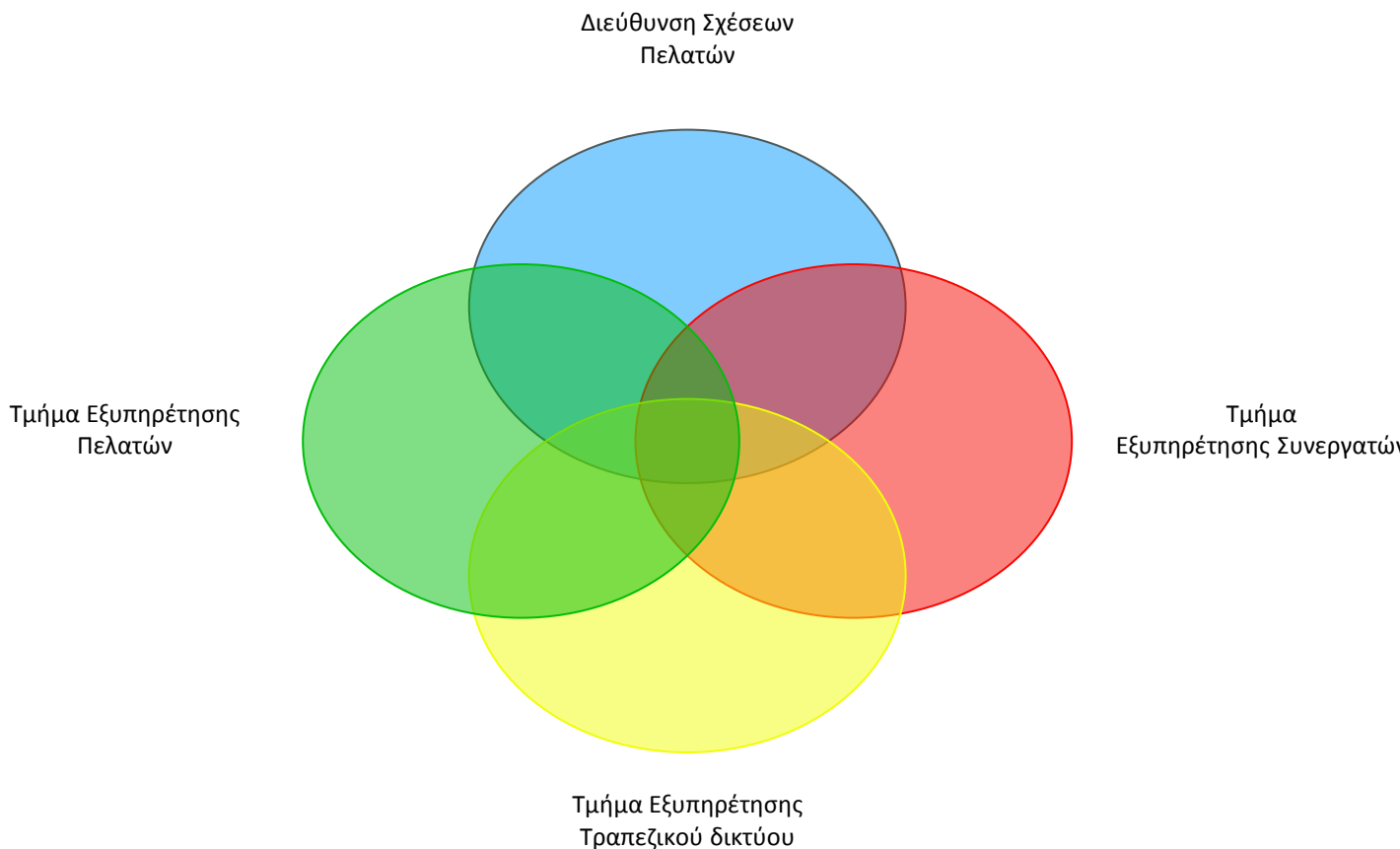
- Επιλογή των στελεχών
- Επιλογή και διαμόρφωση ειδικού χώρου – εντός της Εταιρείας – για να στεγαστεί το EEC
- Ανάπτυξη πληροφοριακών συστημάτων και εφαρμογών
- Ενδυνάμωση Πελατοκεντρικής φιλοσοφίας.

Είναι πολύ σημαντικό να αναφέρουμε, ότι στον σχεδιασμό και στην υλοποίηση του όλου εγχειρήματος δραστηριοποιήθηκε όλη η Εταιρεία.

Χρειάστηκαν ώρες συνεντεύξεων για την ανάλυση των υφιστάμενων διαδικασιών, τον επανασχεδιασμό κάποιων άλλων και την δημιουργία καινούργιων ενώ παράλληλα μέσα από ένα εξειδικευμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα που αφορούσε στο σύνολο του εμπλεκόμενου προσωπικού, προσπαθήσαμε να πραγματοποιηθεί η διαδικασία αλλαγής και η υιοθέτηση της νέας φιλοσοφίας με τον ομαλότερο και πιο αποτελεσματικό τρόπο. Πολλές ώρες επενδύθηκαν ώστε τα στελέχη του EEC, που προέρχονταν από τελείως διαφορετικά τμήματα, να «δέσουν» μεταξύ τους, να αποκτήσουν «χημεία» και να «μιλούν την ίδια γλώσσα», ζητήματα αυτονόητα και προφανή για κάποιον τρίτο αλλά καθόλου εύκολα στο να πραγματοποιηθούν.

Έτσι τον Μάρτιο του 2011 ο πρώτος μας στόχος, ο Πελάτης - Συνεργάτης να βρίσκεται σε ένα μόλις σημείο επαφής με την Εταιρεία, τις απαντήσεις σε όλες του τις ανάγκες, αποφεύγοντας χρονοβόρες και γραφειοκρατικές διαδικασίες, είχε επιτευχθεί.

Τέσσερα κομμάτια συνθέτουν το puzzle του EEC



Διεύθυνση Σχέσεων Πελατών : με σκοπό την επίλυση των αιτημάτων αλλά και των παραπόνων των Πελατών μας σε συνεργασία με τις Τεχνικές Διευθύνσεις του Ομίλου η Δ.Σ.Π. αποτελεί όχι μόνο «την υπεράσπιση του Πελάτη» αλλά λειτουργεί κριτικά απέναντι σε παρωχημένες διαδικασίες και πρακτικές

Τμήμα Εξυπηρέτησης Συνεργατών : μια ομάδα καταρτισμένων συναδέλφων , η οποία μπορεί να βοηθήσει τους Συνεργάτες από απλά θέματα Ασφαλίσεων Ζωής ως την ανάληψη κινδύνων Γενικών Ασφαλίσεων. Αποτελεί τον κρίκο επικοινωνίας των Τεχνικών Διευθύνσεων της Εταιρείας με το Δίκτυο Πωλήσεων

Τμήμα Εξυπηρέτησης Πελατών : από την τηλεφωνική εξυπηρέτηση του Πελάτη, την υπενθύμιση των πληρωμών του, την εξυπηρέτηση σε περίπτωση ζημιάς και φυσικά την εξυπηρέτηση εντός της Εταιρείας , το τμήμα αυτό έρχεται καθημερινά σε επαφή με εκατοντάδες πελάτες μας

Τμήμα Εξυπηρέτησης Τραπεζικών Δικτύων : επιφορτισμένο με την εξυπηρέτηση του Δικτύου Καταστημάτων της Τράπεζας και των ασφαλιστικών προγραμμάτων που προωθεί

Από την πρώτη στιγμή προσπαθήσαμε να λύσουμε απλά, καθημερινά προβλήματα αλλά και να αντιμετωπίσουμε αποτελεσματικά σύνθετες και περίπλοκες περιπτώσεις. Προσπαθήσαμε να :

Καταγράφουμε τα πάντα, αιτήματα, αιτήσεις , αλλαγές παράπονα

Ψηφιοποιήσουμε – σχεδόν – τα πάντα, αφού πιστεύουμε ότι τα ηλεκτρονικά αρχεία είναι απαραίτητα για την Εταιρεία και χρήσιμα στους πελάτες, αλλά κυρίως στους Συνεργάτες μας

Μετράμε όλες μας τις ενέργειες, τις προσπάθειες τις αντιδράσεις, γιατί πιστεύουμε ότι τίποτα δεν μπορεί να βελτιωθεί αν δεν είναι μετρήσιμο

Μα πάνω και πρώτα από όλα να νοιαζόμαστε

Να νοιαζόμαστε και να ακούμε τον προβληματισμό του συνομιλητή μας, προσπαθώντας να βρούμε λύση σε αυτό που τον απασχολεί.

Δυστυχώς, υπάρχουν στιγμές που πρέπει να λέμε ΟΧΙ. Δεν έχουμε την άποψη ότι «ο Πελάτης – Συνεργάτης, έχει πάντα δίκιο». Υπάρχουν αρκετές φορές που έχει άδικο και πρέπει να του το πούμε. Με τρόπο κατανοητό, απλό, σαφή , εξηγώντας το γιατί λέμε όχι. Εκπαιδεύοντάς τον, ώστε την επόμενη φορά αυτό που θα ζητήσει να είναι πιο κοντά στο ΝΑΙ.

Το Eurolife Experience Center κρύβει μέσα του και το όραμα της EFG Eurolife Ασφαλιστικής. Την ξεχωριστή «εμπειρία» που θέλουμε να βιώνει κάθε φορά που κάποιος συναλλάσσεται μαζί μας.

Φυσικά και δεν το έχουμε καταφέρει.

Φυσικά και να το ξεστομίσει κανείς , ίσως ακούγεται ειρωνικό... προκλητικό...

Φυσικά υπάρχουν τεράστια περιθώρια βελτίωσης και ανάπτυξης. Είμαστε μόνο στην αρχή μιας σημαντικής αλλαγής που χρειάζεται αρκετό χρόνο για να αφομοιωθεί, από όλα τα εμπλεκόμενα μέρη – ακόμη και στο εσωτερικό – της Εταιρείας. Υπάρχουν συνήθειες και πρακτικές βαθειά ριζωμένες στο υποσυνείδητο όλων μας που απαιτούν θέληση , αλλά κυρίως χρόνο για να αλλάξουν. Είναι πολύ δύσκολο κάποιος να αφήσει στο πλάι τις ασχολίες του και να σκεφτεί και να δράσει εκτός των πλαισίων που η καθημερινότητα επιβάλλει.

Όμως έχουμε κάνει το πρώτο βήμα και «η αρχή είναι το ήμισυ του παντός».