



Δημήτρης Παπαπασχάλης

Υπεύθυνος Ανάπτυξης Πωλήσεων, Eurolife ERB

ΣΔΙΤ ΓΙΑ ΣΧΕΔΙΟ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Μπορεί να μη συμβαίνει συχνά σεισμός με μεγάλη ένταση, αλλά όταν συμβεί προκαλεί πολύ σοβαρές ζημιές

Στην ανάγκη ύπαρξης σχεδίου από την πλευρά της πολιτείας για τη συνεργασία της με την ασφαλιστική αγορά και την εκ του νόμου υποχρεωτική ασφάλιση κατοικίας αναφέρεται ο Δημήτρης Παπαπασχάλης, Υπεύθυνος Ανάπτυξης Πωλήσεων στη Eurolife ERB. Η μαζικότητα της ασφάλισης θα οδηγήσει στη μείωση του ασφαλιστρού και θα προστατεύσει την περιουσία των ιδιωτών. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη εργασιών στις εν λόγω ασφαλίσεις είναι η καλλιέργεια ασφαλιστικής παιδείας και η ενίσχυση της ασφαλιστικής συνείδησης.

Γιατί παραμένει ανασφάλιστο το μεγαλύτερο μέρος των κατοικιών στην Ελλάδα; Πρέπει να υφίσταται υποχρεωτικότητα στην ασφάλιση αυτή;

Στην Ελλάδα το ποσοστό ιδιοκατοίκησης είναι ιδιαίτερα υψηλό και αγγίζει περίπου το 75% σύμφωνα με τελευταία στοιχεία της Eurostat. Δυστυχώς μόνο ένας στους δέκα ιδιοκτήτες έχει ασφαλισμένη την περιουσία του με την

πλειονότητα των ασφαλισμένων να καλύπτει την κατοικία του λόγω σύνδεσης με τραπεζικό δανεισμό. Η περιορισμένη διείσδυση της ιδιωτικής ασφάλισης δεν οφείλεται κατά την άποψή μου στην κρίση. Τα στοιχεία συνηγορούν ότι και προ κρίσης στην ελληνική αγορά τα ποσοστά των ασφαλισμένων κατοικιών ήταν σε χαμηλά επίπεδα.

Η χαμηλή ασφαλιστική συνείδηση των Ελλήνων είναι το σημαντικότερο πρόβλημα που πρέπει να αντιμετωπίσουμε ως αγορά. Η εκπαίδευση πρέπει να ξεκινάει μέσα από τα σχολεία ώστε να αναπτυχθεί η κατάλληλη κουλτούρα. Έπειτα από καταστροφικούς σεισμούς αναρωτιόμαστε εάν το κράτος μπορεί να καλύψει τις δαπάνες αποκατάστασης. Πιστεύω ότι πρέπει να υπάρξει συνεργασία μεταξύ πολιτείας και Ένωσης Ασφαλιστικών Εταιριών και από κοινού να προβούν άμεσα σε σχέδιο για υποχρεωτικότητα της κάλυψης Σεισμού.

Άλλωστε, με τη διεύρυνση του αριθμού των ασφαλισμένων θα καταστεί οικονομικότερη και η ασφάλιση του κινδύνου για το μέσο Έλληνα.

Ποιοι κίνδυνοι έχουν τη μεγαλύτερη συχνότητα και το μεγαλύτερο κόστος αποκατάστασης;

Σύμφωνα με μελέτη της ΕΑΕΕ από το 1993 μέχρι και σήμερα το μεγαλύτερο πλήθος ζημιών παρουσιάζει ο κίνδυνος της κάλυψης Σεισμού με δεύτερη αιτία ζημιών την κάλυψη των φυσικών φαινομένων. Οι συνολικές απαιτήσεις στους προαναφερθέντες κινδύνους ανήλθαν περίπου στα **€214 εκατ.** (περιστατικά που έχουν καταγραφεί από τις ασφαλιστικές Εταιρείες). Είναι προφανές πως η κλιματική αλλαγή, δυστυχώς προκαλεί ακραία καιρικά φαινόμενα με απρόβλεπτες ζημιές στην Περιουσία, τις υποδομές και το περιβάλλον.

Οι περιβαλλοντικοί κίνδυνοι οπότε είτε έχουν προκληθεί από τον άνθρωπο είτε όχι, νομίζω θα πρέπει να μας απασχολήσουν ιδιαιτέρως ως Ασφαλιστικό Κλάδο.

Σχεδιάζετε νέα προϊόντα σε αυτό τον κλάδο;

Η «εμπορική» ανάγκη είναι δεδομένη. Στόχος μας εντός του 2018, πέραν της κλασικής λογικής που ακολουθούμε μέχρι σήμερα, είναι η προώθηση προϊόντων Κατοικίας και σε συνεργαζόμενες επιχειρήσεις ή σε κατηγορίες πελατών με κοινό profile (Affinity Sales).

Σκοπός της λογικής είναι να προσεγγίσουμε ευρύτερες ομάδες υποψηφίων πελατών, μέσω όλων των Δικτύων μας.

Πιστεύουμε δηλαδή ότι το επιθυμητό αποτέλεσμα μπορεί να έρθει πολύ πιο εύκολα όταν η προσέγγιση του προσωπικού μιας εταιρείας γίνει σε ομαδική

info

Μέσω διαδικτύου κατά κύριο λόγο θα πρέπει να οργανώσουμε την εικόνα και να προβάλλουμε την ανάγκη του προϊόντος, και εν συνεχεία να παρακινήσουμε τους πελάτες να το επιλέξουν. Αυτοί, εξάλλου, έχουν τον τελευταίο λόγο

info

Πιστεύω ότι πρέπει να υπάρξει συνεργασία μεταξύ πολιτείας και Ένωσης Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος, ώστε από κοινού κυβέρνηση και αγορά να προβούν άμεσα σε σχέδιο που θα προβλέπει την υποχρεωτική κάλυψη του σεισμού

Η ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ, ΔΥΣΤΥΧΩΣ ΠΡΟΚΑΛΕΙ ΑΚΡΑΙΑ ΚΑΙΡΙΚΑ ΦΑΙΝΟΜΕΝΑ ΜΕ ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΕΣ, ΟΠΩΣ ΔΥΣΤΥΧΩΣ ΔΙΑΠΙΣΤΩΝΟΥΜΕ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ, ΖΗΜΙΕΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑ, ΤΙΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

βάση παρά μεμονωμένα. Το σύγχρονο Marketing σου επιτρέπει πρόσβαση σε κάθε μέλος της ομάδας /στόχου με άμεση αλληλεπίδραση (Intranet, smartphones κ.λπ.).

Ποια είναι η άποψή σας για την πώληση προγραμμάτων ασφάλισης κατοικίας, και εν γένει περιουσίας μέσω διαδικτύου;

Θα πρέπει να αναλογιστούμε ποια είναι η επίδραση του Διαδικτύου στην έρευνα αγοράς, το προϊόν, την τιμή του και στην εν τέλει προβολή και προώθησή του. Πιστεύω ότι η απουσία ασφαλιστικού συμβούλου, εν γένει ενέχει κινδύνους.

Ο πελάτης επικεντρώνεται στο τελικό κόστος «αγνωστών» όρους, καλύψεις, απαλλαγές και εξαιρέσεις. Προφανώς και η χρήση του διαδικτύου είναι καθολική και δεν υπάρχει πια σπίτι που να μην έχει internet. Μέσω διαδικτύου κατά κύριο λόγο θα πρέπει να διαμορφώσουμε την εικόνα / ανάγκη του προϊόντος και να παρακινήσουμε τους πελάτες να μας δοκιμάσουν. Και τελικά ο ίδιος ο πελάτης να αποφασίσει από ποιο δίκτυο θα αγοράσει το προϊόν που επιθυμεί.