

Dlaczego warto dbać o szkodowość

O szkodowość we flocie trzeba dbać. Może to rozwiązać więcej problemów niż tylko relacje z rynkiem ubezpieczeniowym. - Piotr Gortatowicz

Jeżeli ubezpieczyciele wchodzą w okres kolejnej wojny cenowej, to czy fleet manager może nie dbać o szkodowość swojej floty? Przecież lepiej wykorzystać sprzyjającą koniunkturę i liczyć na atrakcyjne składki, a o szkodowości odbędziemy kurtuazyjną rozmowę, że *"to bardzo istotny temat w przyszłości i musimy już zainicjować szereg działań, żeby ją obniżyć"*.

Oczywiście, doraźne mięknięcie rynku może skłaniać do takiego trybu myślenia. Jednak w dłuższej perspektywie traci ono rację bytu.

Lepsza jest polityka przewidywalna

Pierwsza przyczyna, dla której fleet manager powinien myśleć o dbaniu o szkodowość, to sytuacja wewnętrzna w jego firmie. Nie ma nic gorszego, niż tłumaczenie się przed zarządem, dlaczego budżet, który zaplanował, nijak nie spina się z realizacją. Bo albo zabudżetował za nisko; wynegocjował świetne stawki, aż tu nagle ubezpieczyciele żądają w kolejnym roku składek wyższych o 50%, 100% - i musi się tłumaczyć, dlaczego chce więcej pieniędzy? Albo zabudżetował ostrożnie, aż tu nagle rynek zwariował i oferuje 50% składek z poprzedniego roku - i musi się tłumaczyć, skąd ma takie wysokie cyfry w budżecie?

Dlaczego zaplanowany budżet nijak nie spina się z realizacją?

Lepiej jest więc prowadzić politykę przewidywalną. Nawet jeśli nie jest najtańsza w krótkiej perspektywie. W dłuższej - zawsze da się wybronić. Dlatego lepiej uzgodnić z ubezpieczycielem program prewencyjny, którego skutki będą widoczne w perspektywie 2-3 lat - i na taki okres zawrzeć z nim umowę generalną, zakładającą na przykład z góry określony poziom jego marży. Wilk (top management kontrolujący koszty) będzie syty i owca (ubezpieczyciel, odbijający się od "presji na sprzedaż" do "presji na wynik") cała.

Sprzedawca-underwriter

Jest też druga przyczyna, wynikająca ze specyfiki zakładu ubezpieczeń. Niezależnie od aktualnej koniunktury - czy bardziej jest "presja na sprzedaż", czy "presja na wynik", ubezpieczyciele coraz lepiej kontrolują swoje portfele i panują nad danymi. Nie jest to jeszcze wszędzie regułą, ale obsługa ryzyka odbywa się w parze: sprzedawca-underwriter, gdzie każdy ma inne cele i komu innemu podlega. Zadaniem sprzedawcy jest realizacja budżetu sprzedaży. Zadaniem underwritera - dbałość o rentowność portfela. I to on faktycznie określa taką cenę polisy, która powinna zapewnić rentowność. Posługuje się do tego pewnym modelem, w którym zawarte są dane, parametry, wskaźniki... i jasne wytyczne: jeśli dane budzą wątpliwość albo są niedostępne, stosujemy wskaźnik "z górnej półki". Czyli flota, o której nic nie wiadomo, może spodziewać się wyższej ceny niż flota, o której wiemy, że w pewnych obszarach nie jest ideałem. Bo mając dane, można nimi zarządzać, nie mając ich, trzeba przewidzieć totalny kataklizm.

Ubezpieczyciele coraz lepiej kontrolują swoje portfele i panują nad danymi.

I teraz, nawet jeśli aktualnie jest "presja na sprzedaż", underwriter zrobi swoje. Zbierze dane, skwantyfikuje je i policzy składkę, "jaka być powinna". Nawet jeśli, aby pozyskać lub utrzymać klienta, w swoim modelu przymknie oko na niektóre wskaźniki (na przykład pozytywnie oceni, że klient "w odległej perspektywie myśli o wprowadzeniu nowej polityki prewencyjnej" albo jeśli ktoś poza nim zdecyduje o niższej marketingowej "na pozyskanie klienta", to wiedza, skąd wzięła się cena nieadekwatna do ryzyka, u ubezpieczyciela pozostanie. I zostanie wykorzystana w momencie zmiany koniunktury. A biorąc pod uwagę coraz lepszą jakość danych dostępnych w UFG oraz płynność informacji pomiędzy ubezpieczycielami i brokerami (których w okresie "presji na wynik" klient na ogół

szczodrze obdarza pełnomocnictwami), skrywana prawda, dlaczego składka była poniżej ryzyka, staje się wiedzą powszechną. I klient trafia na jakąś mniej lub bardziej nieoficjalną czarną listę. Co oznacza dobre 2-3 lata problemów, dopóki trend znów się nie odwróci.

Należy robić swoje.

Ważne argumenty

Dlatego też nie warto uzależniać się od tych bieżących trendów. Lepiej dbać o szkodowość we flocie, tym bardziej że to rozwiązuje więcej problemów niż tylko relacje z rynkiem ubezpieczeniowym. Oczywiście warto być "trendy" jeśli chodzi o aktualne zachowania ubezpieczycieli i wykorzystywać je do własnych celów, ale przede wszystkim należy robić swoje. Szczególnie w momencie, kiedy ubezpieczyciele mają "presję na wynik", ważne jest to, z jakimi argumentami przystąpimy do rozmów o stawkach i warunkach umowy generalnej na kolejny okres:

+ Czy będziemy mówić: "tak, zdajemy sobie sprawę, że coś trzeba zrobić z naszą szkodowością, zmienić zachowania kierowców, wprowadzić bardziej restrykcyjną politykę flotową, dokonać przeglądu sieci naprawczej i może zrezygnować z kilku warsztatów itp."

+ Czy też powiemy: "dwa lata temu wprowadziliśmy konkretny pakiet zmian w polityce flotowej, to jest (...). Przez ten czas osiągnęliśmy: obniżenie średniej szkody o x% oraz zmniejszenie częstości szkód o y%."

A o tym, co mieści się w (...) - w kolejnych odcinkach.

Piotr Gortatowicz