

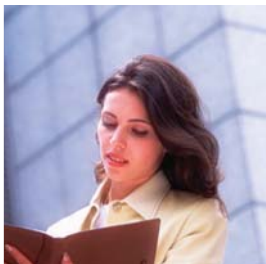


triglav

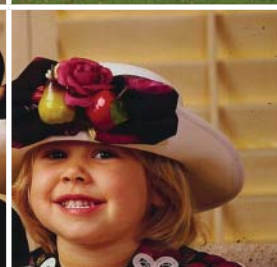
VESNIK

TRIGLAV KOPAONIK A.D.O.

Vesnik broj 10, oktobar 2009. Glasilo Triglav Kopaonik a.d.o.



MOJA POLISA



MEĐU NAMA



JESEN

Drage kolege,

Posle svega što smo ove godine zajedno prošli, i lako i malo teže, stigli smo i do ovog, za našu kompaniju najvažnijeg kvartala u godini. Čeka nas puno posla, a po najavama koje čujem ovih dana, ove godine imaćemo pravu, lepu zlatnu jesen, sa mnogo sunca.

Rekla bih samo - odlična vest.

U ovom broju najavićemo i predstaviti dosta toga. Pored novih i onih koji su već neko vreme sa nama u upravi u Beogradu, upoznaćemo vas sa našim kolegama iz Vranja. Kao što smo u prošlom broju najavili, u toku je akcija

Budi najbolji zastupnik, o kojoj vas informiše Gordana Marinković.

Najviše pažnje posvetićemo javnom predstavljanju Triglav Kopaonika. Želim još jednom da kažem da smo Triglav svi mi i da ga samo sa takvim stavom najbolje predstavljamo.

Još jednom, na istom ovom mestu ponavljam našu kontakt adresu: vesnik@triglav.rs.

Ona, kao i Vesnik, postoji zbog vas.

Do sledećeg čitanja pozdravlja vas,


Gordana Vrdoljak, urednica

MEĐU NAMA

PROMENE



► Priznaću vam da sam dugo razmišljao o ovom uvodniku i onome o čemu bih da pišem u ovom broju. Imao sam razne ideje, a malo sam obilazio i e-portale. Tako sam naišao na reč “promene” i odlučio da je pozajmim za naslov ovog uvodnika.

Što sam više razmišljao, nalazio sam sve više prednosti za ovaj naslov. Nešto se stalno menja i u tome je lepota života i dinamika posla kojim se bavimo. Nekada smo promenama zadovoljni, nekada nismo, ali, hteli mi to ili ne, one su tu.

Počću od one najočiglednije. Leto se pred našim očima polako menja u jesen. Onu divnu, zlatnu, sa prijatnim temperaturama i živim bojama. Promene su i u životima svakog od nas i naših bližnjih. Neko od nas je promenio mesto stanovanja, neko drugi udajom prezime, neko je završio školu, magistrirao, doktorirao, neko je dobio dete Nešto se promenilo. Mediji su svakodnevno puni natpisa o promenama u privredi, politici, društvu. Kao što rekoh, hteli, ne hteli, nešto se menja.

O promenama u Grupi Triglav obavešteni ste u prošlom broju Vesnika i već znate

da imamo novog predsednika uprave. I u Triglav Kopaoniku promene su svakodnevna stvar. Rekao bih i želim da verujem da su to promene na bolje. Iako se u svakom trenutku možda ne vide, mi neprekidno razmišljamo o promenama - kako poboljšati odnose, ojačati poziciju Triglav Kopaonika, pridobiti nove korisnike.

Jedan od načina koji nas povezuje jeste i Vesnik. Nadam se da je on, iako postoji već više od godinu dana, promena na bolje jer preko njega mi, zaposleni u Triglav Kopaoniku, međusobno komuniciramo, upoznajemo se, zblizavamo. Zato Vesnik koristim da naglasim da je veoma važno da vodimo računa o načinu na koji komuniciramo sa korisnicima naših usluga. Iskustvo pokazuje da je ljudski kontakt ono najvažnije u komunikaciji. Kroz svakog od nas iz Triglav Kopaonika neki potencijalni korisnik gradi sliku o celoj kompaniji. Otuda je u ovom broju predstavljena jedna kratka analiza izjave Nenada Kačarevića, našeg izvršnog direktora i načina na koji on kompaniju predstavlja u javnosti.

Veoma je važno, i želim to još jednom da naglasim da od načina na koji komuniciramo zavisi kako će nas videti i doživeti. Ja znam da svi puno radimo na tome i da smo svakim danom sve bolji i bolji. I drago mi je zbog toga.

I još nešto, ne govorim ovde o promenama radi njih samih. Govorim o promenama koje će doneti dobro svima nama jer će svakako poboljšati ugled i pozicije kompanije koja je naša zajednička kuća.

Milan Skok, predsednik uprave Triglav Kopaonik



TRIGLAV KOPAONIK U MEDIJIMA

JASNA PORUKA - PUT DO KORISNIKA

Nenad Kačarević, zamenik predsednika izvršnog odbora Triglav Kopaonika bio je sagovornik emisije “Moja polisa” koja se emituje na televiziji Studio B. Vesnik vam predstavlja odlomke iz emisije i ključne poruke koje je prosledio postojećim i potencijalnim korisnicima na temu osiguranja od autoodgovornosti. Analiza koja je pred vama, svima koji direktno komunicirate sa potrošačima, može da posluži za odabir pravog načina za plasiranje ključnih poruka putem kojih ćete predstaviti Triglav kao kuću kojoj se veruje i koja nudi više. Nadamo se da će vam biti od koristi.

► **TRADICIJA:** U razgovoru za emisiju “Moja polisa” Nenad Kačarević je naglasio da Triglav u Srbiji posluje od 1972. godine, čime je odmah gledaocima stavio do znanja da govori u ime kompanije sa tradicijom koja uliva poverenje i predstavlja pouzdanog partnera. Odmah zatim, on kaže da je od 2007. godine “došlo do određenog intenziviranja na polju prodaje automobilskih osiguranja, posebno prodaje obaveznog osiguranja odgovornosti zbog upotrebe motornih vozila”. Poentu ove nalazimo već u sledećoj rečenici: “Rezultati 2007. i 2008. godine Triglav su postavili u sam vrh po rastu prodaje autoodgovornosti. U 2007. godini Triglav osiguranje je zaključilo oko 85.000 polisa obaveznog osiguranja od odgovornosti zbog upotrebe motornih vozila dok smo u 2008. godini zaključili oko 120.000 polisa”. Ovom izjavom u kojoj su navedeni konkretni, respektabilni podaci, Nenad Kačarević već je jasno istakao ono što je u sledećoj i istakao: “Ti rezultati jasno ukazuju da su osiguranici u Triglavu prepoznali pouzdanog partnera na koga se mogu osloniti i upravljati bez brige svojim motornim vozilima kako na teritoriji republike Srbije tako i na teritoriji cele Evrope”. Naglašavamo pominjanje Evrope, jer je Triglav kompanija koja posluje i unutar Evropske unije, poznaje pravila poslovanja i garantuje sigurnost svim svojim korisnicima, bez obzira da li su, ili nisu unutar EU zone.

U dosadašnjem toku razgovora data je baza, koja se u nastavku nadgrađuje predstavljanjem osnovnog proizvoda.



► **BAZA I NADGRADNJA:** “Pored obaveznog osiguranja, od 2006. godine mi smo modernizovali ponudu kasko osiguranja paletom proizvoda. Ono što je bitno istaći po pitanju kasko osiguranja, Triglav Kopaonik je jedna od retkih osiguravajućih kuća koja posluje na teritoriji Srbije i koja nudi auto kasko osiguranje bez učešća u šteti”. Prethodnom rečenicom, objašnjena je najvažnija konkurentska prednost Triglav osiguranja i način na koji kompanija razmišlja – mi radimo pre svega u korist svojih korisnika!

Dalji tok razgovora odnosi se na planove za naredni period: “Ove godine u planu imamo uvođenje novih proizvoda iz automobilske



kompleksa, kao što je automobilska asistencija. Automobilska asistencija u Srbiji će biti realizovana po istom modelu kao što trenutno funkcioniše unutar Triglav grupe u svim njenim podružnicama. Ona podrazumeva jedan savremeni paket automobilske asistencije i pružanja podrške i pomoći na putevima cele Evrope". Pored novog proizvoda, Nenad Kačarević ponovo naglašava postojanje istog proizvoda u celoj Evropi, što pre svega odgovara ljudima koji zbog posla, ili porodičnih obaveza puno vremena provode na putu. Ali, naravno, ne zaboravlja se ni Srbija, koja nam je svakako u centru pažnje: "Prodajna mreža Triglav osiguranja u Srbiji obuhvata oko 220 prodajnih mesta. Uglavnom su to servisi za tehnički pregled vozila, a jedan manji deo su agencije koje rade po ovlašćenju Narodne banke Srbije. Triglav osiguranje kao odgovorna kompanija je, u protekle dve godine u više navrata, u Sloveniji organizovala seminare za sve svoje prodavce. Na tim seminarima, oni su upoznati sa merama koje se mogu očekivati po pitanju prodaje obaveznih osiguranja što na tehničkim pregledima, što po pitanju ispunjenja zahteva za tehnički pregled samih vozila. Upravo na seminarima vezanim za tehničke preglede, konstatovali smo da najveći problem koji u Srbiji postoji jeste upravo i način rada i odnos prema osiguranicima i nepostojanje bonusa i malusa čime će se jasno razdvojiti i rizici i obaveze osiguravača prema određenim osiguranicima". U ovom delu svoje izjave Nenad Kačarević jasno stavlja do znanja da Triglav neprekidno radi na usavršavanju, kako svojih proizvoda, tako i svojih prodavaca i da

sve vreme razmenjuje dragoceno iskustvo koje je stekao poslovanjem u ostalim zemljama regiona.

Ovakav način obraćanja kod gledaoca stvara osećaj poverenja u kompaniju koja misli na svoje korisnike, ali i na svoje saradnike.

Moja polisa

Emisija „Moja polisa“ emituje se na televiziji Studio B u sledećim terminima:

Od 1. oktobra „Moja polisa“ se emituje subotom od 13:30h i četvrtkom od 12:30h.

► **PLANOVI:** Na samom kraju Kačarević gledaocima predstavlja očekivanja koja Triglav ima u Srbiji: "U 2009. godini Triglav planira rast sličan onom iz 2008. godine. Kao što sam već reko, u našoj ponudi će se naći neke nove vrste osiguranja i neke nove pogodnosti za naše verne osiguranike". Veoma dobar završetak u kome se još jednom naglašava da Triglav Kopaonik ne nudi dobre uslove samo svojim novim korisnicima, već istovremeno radi na tome da stvori uslove za olakšice namenjene svoje već postojeće osiguranike.

Ovakav način obraćanja, kratak, jasan, sažet i sa puno konkretnih poruka preporučujemo svima koji saraduju sa osiguranicima. U nekoliko rečenica, oni će saznati sve što treba da znaju o Triglav Kopaoniku: kompanija sa tradicijom, koja posluje u više zemalja i koja neprekidno osmišljava nove proizvode i načine na koje vodi računa o svojim korisnicima, potencijalnim korisnicima, i na prvom mestu saradnicima.

FILIJALA VRANJE

Iz broja u broj, na ovom istom mestu, Vesnik vas upoznaje sa kolegama iz cele Srbije. Ovoga puta predstavljamo vam jednu od naših najstarijih filijala, koja više od decenije uspešno pokriva jug Srbije – filijalu Vranje, s kojom nas za Vesnik upoznaje upravnik Bogoljub Milosavljević.



► Glavna filijala, tada Kopaonik, danas Triglav Kopaonik osiguranja u Vranju osnovana je maja meseca 1992. godine. Pokriva Pčinjski okrug sa gradovima: Vranje, Vladičin Han, Surdulica, Bujanovac, Preševo i Trgovište. Ovo je jedna od većih filijala koje Triglav ima u Srbiji sa 14 zaposlenih, od čega 5 na tehničkim pregledima.

Najvažniji proizvod kojim se bavi filijala u Vranju jeste imovinsko osiguranje, koje sa preko 65 posto učestvuje u portfoliju. Bogoljub Milosavljević, upravnik filijale za Vesnik navodi svoje najvažnije klijente: AD “Kavim – Jedinstvo” i AD “SIMPO” iz Vranja, Japan Tobacco iz Sente, AD “Heba” iz Bujanovca, “Montavar – Lola” iz Beograda, “Živinoprodukt” iz Vranjske banje.

“U tekućoj, 2009. godini akcenat je bio na osiguranju useva. Smatramo svojim velikim uspehom činjenicu da smo uspeali da osiguramo proizvodnju sirovog duvana. Radili smo puno i na ostalim proizvodima, te

je tako Triglav Kopaonik iz Vranja osigurao sve učenike osnovnih i srednjih škola na teritoriji opštine Vranje”, kaže Milosavljević. On priznaje da u ovom kraju imaju problema sa auto osiguranjem, pre svega zbog, kako kaže, jake konkurencije koja se utrkuje da ponudi bolje uslove osiguranicima.



Bogoljub Milosavljević se na mestu direktora glavne filijale Vranje nalazi od februara ove godine. Na mesto direktora došao je u samu filijalu Vranje kritičnom trenutku, kada su filijalu napustili do tada čelni ljudi i neki veliki klijenti. Ipak, on je zadovoljan svojim dosadašnjim uspehom, ali pre svega prijemom kolega, i u Vranju i u Beogradu. On bi voleo da, u cilju efikasnijeg poslovanja, komunikacija sa centralom u Beogradu bude malo bolja. Istovremeno, planira da filijala u Vranju ispuni svoje ciljeve za 2009. godinu i, kako poručuje, već radi na stvaranju ambijenta za narednu poslovnu godinu.



NOVI POSAO - NOVI IZAZOVI

Vesnik tradicionalno nastavlja da vas upoznaje sa novim kolegama. U ovom broju predstavljamo Gorana Jelisivca, direktora prodaje životnih osiguranja, Ljerku Vasić, koja je već nekoliko meseci naša koleginica i pripravnika Milana Keckojevića koji je u Triglavu našao svoje prvo zaposlenje.

Goran Jelisavac, direktor prodaje životnih osiguranja

► Goran Jelisavac, diplomirani ekonomista, počeo je da radi u Triglavu od 1. septembra ove godine na poslovima izvršnog direktora prodaje za životno osiguranje.



„Do sada sam radio u prodaji, i to 8 godina u Recreatursu, kao vodeći menadžer prodaje u poslovnicu Dečiji i omladinski turizam, a potom u privatnim penzijskim fondovima:

Dunav TBI kao menadžer prodaje, pa novi privatni penzijski fond Garant, na mesto Rukovodioca alternativnih kanala prodaje – objašnjava g. Jelisavac razvoj svoje karijere.

Mnoge kolege iz Triglava poznavao je i ranije, veoma je zadovoljan prijemom i smatra da je tim u kome radi kombinacija mladosti i iskustva, u čemu vidi najveću prednost.

„Novi posao shvatam kao novi izazov, da u ovom teškom periodu za sve finansijske institucije opstanemo i vratimo brend Triglav na pozicije na kojima je bio u Srbiji pre razdruživanja“ – kaže Goran Jelisavac.

Oženjen je i ima sina Damjana.

Ljerku Vasić, šef finansijske operative

► Ljerku Vasić, je završila ekonomiju, smer spoljne trgovine. Radila je u Saveznom ministarstvu za trziste i cene, u privatnim firmama na poslovima uvoza i izvoza, kao

i u finansijskoj operativi. Pocetno iskustvo u osiguranju stekla je u Delta osiguranju, u sektoru za putno zdravstveno osiguranje.

U Triglav Kopaoniku radi od 1 marta 2009. godine na poziciji sefa finansijske operative i kaže da joj je tih šest meseci veoma brzo prošlo. „Naisla sam na jako lep prijem u sektoru finansija i racunovodstva, a dobar kontakt imam i sa kolegama iz ostalih sluzbi. Volim finansijsku analizu i ocekujem vise anagazovanja i na tom segmentu“. – kaže Ljerku Vasić za Vesnik.



Govori engleski, a pasivno zna francuski i ruski jezik. Udata je i ima hobije: putovanja, fotografija i pisanje putopisa.

Milan Keckojević

► Milan Keckojević je po zanimanju diplomirani ekonomista, menadžer za osiguranje. Odmah po završenom fakultetu, svoj prvi posao je našao u Triglav Kopaoniku,



u kome kao pripravnik radi nešto više od tri meseca. Veoma je zadovoljan prijemom kolega sa kojima kaže da funkcionišu kao jedan tim. Veruje i očekuje da će u tako dobrom timu brzo razvijati svoje poslovne veštine.

“BUDI NAJBOLJI ZASTUPNIK”

Piše: *Gordana Marinković*

► Prošle godine u oktobru u Triglav Kopaonik došla je grupa od 25 ljudi sa željom da budu aktivni učesnici novog projekta „Triglav životno osiguranje“. Od prvog dana smo znali da počinjemo iz početka, da neće biti lako, da su druge osiguravajuće kuće daleko ispred nas, da su već stvorile svoj brend i zauzele čvrste pozicije na tržištu osiguranja života. Tada smo rekli da naš cilj nije da budemo najveći, već najbolji.

U proteklih godinu dana mnoge nepredviđene okolnosti bile su nam prepreka, ali mi smo rešili da uspmo. Uostalom, može li se iko setiti kad to vremena nisu bila teška i kada je bilo dovoljno para? Naši zastupnici to najbolje znaju. Upravo zato smo rešili da organizujemo nagradno takmičenje pod nazivom „**Budi najbolji zastupnik**“ i tako damo šansu svakom od 30 zastupnika iz mreže za prodaju osiguranja života da bude najbolji i pokaže svoje prodajne sposobnosti.

Takmičenje je počelo 1. avgusta i trajaće do 31. decembra 2009. godine. Organizuje se na nivou meseca i celokupnog perioda. Svakog meseca proglasimo zastupnika meseca, a na kraju godine proglasimo i najboljeg zastupnika godine. Kriterijumi su najveća premija za nova osiguranja, najveći broj novih osiguranja i kombinacija ova dva kriterijuma.

A nagrade?

Mi smo još uvek mali i siromašan sektor pa su i nagrade u skladu sa trenutnim mogućnostima.

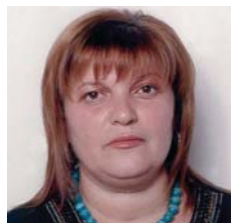


Đurđica Josić

Međutim, potpuno smo uvereni da nagrada, ma koliko bila velika, nije osnovni ljudski pokretač. Još uvek verujemo da je javno priznanje da neko vredi i da zaslužuje poštovanje više od nagrade.

Upravo zato sa najvećim zadovoljstvom predstavljamo **zastupnika avgusta**, a to je menadžer prodaje **Đurđica Josić**, koja je uspela u avgustu da naplati **5.733€** premije na osnovu novih osiguranja. Poznajući koleginicu Đurđu, sigurni smo da je ovo samo zagrevanje i da ćemo njeno ime često viđati na stranicama našeg časopisa. Čestitamo!

Zastupnik sa **najvećim brojem** zaključenih novih osiguranja života je **Zorica Matejić**, koja je u Jagodini uspela da uveri **23** osiguranika da imaju sve osim Triglavove polise životnog osiguranja. Pitamo se šta bi tek bilo da Zorica živi u Beogradu? Čestitamo!



Zorica Matejić

Koristimo priliku da pohvalimo Dragicu Ostojić, Snežanu Paunović, Miodraga Nemčevića, Biljanu Spasić, Nevenu Atanasijević, Ljiljanu Tomović i Dragana Mucića. Nemojte da posustajete – takmičenje je tek počelo!

Ostalim zastupnicima bismo da poručimo:

Biti prodavac znači mnogo toga. Prodavac je informator, stručnjak za međuljudske odnose, vešt komunikator, pokretna reklama, maneken, bankar i neko ko ima jedinstvenu priliku da sam sebi određuje platu! Sasvim dovoljno da se pokrenete, jer ko hoće nešto da učini, nađe način, ko neće ništa da učini, nađe opravdanje i izgovor!

Našim kolegama iz Triglav Kopaonika takođe bismo da poručimo:

Verujte, proizvodi „Triglav životnog osiguranja“ su najbolji ne zato što su naši, nego zato što su zaista najbolji. Danas biti bez životnog osiguranja vrlo je rizično. Razmislite o tome i javite nam se!