



triglav

# VESNIK

TRIGLAV KOPAONIK A.D.O.

Vesnik broj 3, mart 2009. glasilo kompanije Triglav Kopaonik a.d.o.



## GODINA VELIKIH IZAZOVA



MEĐU NAMA



SUNCE

Drage kolege,

Proleće je napokon stiglo. Divne sunčane dane povremeno prekine kiša, ali ona ne može da pokvari utisak da su lepši dani pred nama. A sunce - ono vraća osmehe i optimizam.

Već znamo da živimo u godini velike ekonomske krize i da probleme imaju i mnogo bogatije zemlje. Ipak, po rečima našeg direktora, Zorana Popovića, treba biti optimista. Preporučujem vam da pročitate intervju koji je dao za ova broj Vesnika. Videćete da Triglav Kopaonik ima puno potencijala i da je rad i

zalaganje put do uspeha, čak i u godini krize.

Od ovog broja upoznajemo vas sa Triglavom u Srbiji. Zato pročitajte tekst o predstavištvu u Kruševcu. Imamo nove vesti, nove kolege...

I dalje smo otvoreni za predloge i sugestije, kao i za vaše tekstove. Adresa je ista: vesnik@triglav.rs. Javite se.

*Gordana Vrdoljak*  
Pozdravlja vas,

Gordana Vrdoljak, urednica



## REZULTATI

# NOVA POSLOVNA GODINA



► Kada se, te 2006. godine Triglav vratio na tržište Srbije privatizacijom Kopaonik osiguranja, na njemu je postojalo ukupno četrnaest osiguravajućih kuća. Mi smo, po obimu premije bili na neslavnom trinaestom mestu. Danas, kada smo završili poslovnu 2008. godinu, na tržištu postoje čak 22 osiguravajuća društva, a Triglav Kopaonik se nalazi između petog i šestog mesta. Iznosim ovaj podatak jer smatram da je to činjenica koja veoma slikovito govori o našoj perspektivi i upornom i kvalitetnom radu koji daje rezultate.

Idemo dalje. Septembra 2006. godine, kada je Triglav došao u Kopaonik zabeležen je pad premije. Naredne 2007. godine imali smo sedam odsto veći rast od rasta srpskog tržišta. Već u 2008. godini beležimo najveći rast među osiguravajućim kućama, sa indeksom od čak 150 odsto.

Plan za prošlu godinu premašili smo za 20 odsto. Pored toga povećali smo svoje rezerve

koje su sada na vrlo visokom nivou. Svi ostali parametri čija se vrednost prati su pozitivni, što i utiče na pozitivan rezultat poslovanja. Tržišni udeo koji je 2006. godine iznosio 2,2 odsto, povećali smo na preko 3 odsto.

Sa ovim rezultatima ušli smo u 2009. godinu u kojoj nam je najvažnije da poslovanje u Društvu razdvojimo na životno i neživotno osiguranje. Obzirom da poslujemo u godini ekonomske krize, ne očekujemo rast premije i rezultate u pogledu njenog obima. Zato ćemo više raditi na trškovniku i unutrašnjoj konsolidaciji firme. Troškovnik podrazumeva analizu troškova – gde nastaju, koliki su – i njihovo smanjenje tamo gde za to ima prostora. Unutrašnja konsolidacija podrazumeva preraspodelu ljudskih resursa. Tamo gde postoji višak zaposlenih, biće preraspodeljen na one vrste osiguranja u kojima nam nedostaje kadra.

Mislimo i na uređenje radne okoline naših zaposlenih. Trudićemo se da osavremenimo radna mesta kako bi se zaposleni na njima bolje osećali. Tamo gde ima uslova, otvorićemo nove filijale. Radićemo i na socijalnom položaju zaposlenih, onoliko koliko se u godini krize bude moglo.

Veoma važan segment za godinu pred nama biće i promocija brenda Triglav. To opet zavisi od sredstava koja ćemo za nju moći da izdvojimo.

U svakom slučaju, očekuje nas puno posla i zajedničkog zalaganja. I uspeh neće izostati.

**Milan Skok, predsednik uprave Triglav Kopaonik**



ZORAN POPOVIĆ, GENERALNI DIREKTOR TRIGLAV KOPAONIKA

## GODINA VELIKIH IZAZOVA



Stalno usavršavanje zaposlenih je veoma važno

► Posle godinu dana provedenih na poziciji generalnog direktora Triglav Kopaonika, Zoran Popović kaže da je zadovoljan postignutim. Razlozi za to su mnogobrojni: ostvaren je rast premije, na tržište su plasirani novi proizvodi, radi se na edukaciji kadra i zapošljavanju novih stručnjaka. Gospodin Popović u intervjuu za Vesnik iznosi i svoje utiske o problemima i stvarima koje treba menjati, ali i planovima za godinu pred nama: „Posle tri poslednja kvartala poslovne godine, koliko sam na čelu Triglav Kopaonika, imam razloga da budem zadovoljan jer smo ostvarili rast premije za

48 odsto, ali sam svestan da još mnogo toga treba menjati - počevši od atmosfere koja vlada u našoj firmi, a za koju verujem da treba da bude mnogo pozitivnija, do strukture premije, u kojoj dominira auto osiguranje. Naš cilj za 2009. godinu je rast od 16 odsto i jačanje životnog i osiguranja imovine“.

***Govorite o životnom osiguranju. Kako vidite razvoj ovog proizvoda u godini svetske ekonomske krize?***

Svetska ekonomska kriza se odražava na sve oblasti poslovanja. Ono što se dešava u svetu preliva se i na nas, i mi ćemo to sve više i više osećati. To je jedna strana priče. S druge strane, tržište životnog osiguranja je u Srbiji nedovoljno razvijeno. U odnosu na razvijene zemlje premija po stanovniku je veoma niska i iznosi negde oko 11 evra. U ukupnom tržištu osiguranja životno osiguranje učestvuje sa oko 10 odsto. Uzmite u obzir da su i najveće evropske osiguravajuće kuće, kao što su Grawe, Winner, Merkur, kod nas došle upravo zbog životnog osiguranja. Životno osiguranje je konzervativno ulaganje sa manjim rizikom i manjim dobitkom. Njegova prednost je u tome što je to najsigurniji vid ulaganja, posebno sada, ako se ima u vidu situacija na finansijskom tržištu. Svesni smo da na promociji treba mnogo raditi, prvenstveno kvalitetnim informisanjem i edukacijom stanovništva.

***Da li se zaposleni u Triglav Kopaoniku edukuju za prodaju životnog osiguranja?***

Naši zaposleni, pre svega naši prodavci, moraju stalno da se usavršavaju. Oni su direktni učesnici u radu tržišta i od njih zavisi koliko će se i kako prodaja razvijati. Naš odnos

je dvosmeran, oni od nas dobijaju znanje i gotove proizvode, a mi od njih stavove klijenta i informacije neposredno sa tržišta.



Nedostaje nam kolektivni duh

***Iz svega navedenog može se zaključiti da je životno osiguranje jedan od prioriteta u 2009. godini?***

Razvoj životnog osiguranja je naš strateški cilj. Mi smo već pokrenuli proceduru za osnivanje posebnog pravnog lica koje će se baviti isključivo životnim osiguranjem. Na ovaj način, s jedne strane poštujemo zakonsku proceduru, a s druge, ovo pokazuje koliko nam je životno osiguranje važno.

Veoma nam je važno i osiguranje imovine. Ove godine moramo da očistimo i stabilizujemo portfolio, ali i da ostvarimo rast. To nije lako jer je jedna aktivnost obara drugu.

Nastavićemo sa edukacijom, osvežavanjem i podmlađivanjem kadra jer moramo da popravimo starosnu i obrazovnu strukturu. Živimo u novom vremenu u kome postoje novi odnosi i nov način rada, posebno od kako smo postali deo Grupe Triglav. Moramo se uskladiti sa standardima, što podrazumeva poboljšanje u načinu rada i smanjenje rizika. Moramo se stalno edukovati i usavršavati.

***Da li očekujete probleme u godini koja je pred nama?***

Treba biti optimista, ali i realno proceniti okolnosti. Naši zaposleni moraju da shvate razliku u odnosu na prethodnu godinu. Zbog krize koja je sve veća i koja nas pogađa, važno je realno proceniti situaciju i ljudima reći istinu. Zaposleni moraju očekivati da neće biti lako, da se sve teže živi i radi, da se potraživanja sve teže naplaćuju i da je potrebno mnogo napora da se zaključi novi posao. Ako očekujemo i želimo da sve to premostimo, svi moramo mnogo više i mnogo bolje raditi.

***Koliko će se kriza koju živimo odraziti na zarade zaposlenih?***

Mi smo u završnoj fazi potpisivanja kolektivnog ugovora koji će obuhvatiti i pitanje zarada i socijalna pitanja. Obzirom na prethodno iznete stavove, jasno je da je teško očekivati realan rast plata, a u ovom momentu teško je predvideti kolika će biti inflacija. Novi kolektivni ugovor će usavršiti stimulativan sistem koji već postoji, što će vrednim radnicima omogućiti da budu nagrađeni za svoj rad.

***Šta je to u Triglav Koponiku, a ne tiče se samog poslovanja, na čemu najviše treba raditi?***

Od kako radim u Triglav Koponiku, nisam zadovoljan stepenom pozitivne atmosfere. Kolektivni duh se ovde ne oseća, barem ne u dovoljnoj meri. Mislim da na tome treba puno raditi. Svi mi treba da znamo da smo deo jedne velike grupe i da je to naša prednost. Mislim da je Vesnik jedan od načina. Izuzetno je dobro što interni časopis postoji, ali ga treba još usavršavati i dosta raditi na njegovom sadržaju.

# PREDSTAVNIŠTVO KRUŠEVAC

*Čelni ljudi Triglav Kopaonika, najavili su u Vesniku da će se puno pažnje u ovoj godini posvetiti uređenju radnih mesta zaposlenih, i u Beogradu i u Srbiji. Nove filijale biće otvarane u zavisnosti od potrebe na terenu. Trenutno Triglav Kopaonik ima više od dvadeset filijala i predstavništava širom Srbije. Redakcija Vesnika je odlučila da vas bliže upozna kako sa njihovim poslovanjem, tako i sa ljudima koji u njima rade. U ovom broju predstavljamo vam predstavništvo Kruševac čiji je šef Violeta Jovanović.*

► Predstavništvo u Kruševcu otvoreno je 1988. godine. Danas je već toliko razvijeno da može samostalno da isprati sve aktivnosti neophodne da se zadovolji i tražnja klijenata, ali i da se ostvare postavljeni ciljevi poslovanja. Predstavništvo zapošljava deset ljudi, ima tri terenska prodavca i pokriva područje grada Kruševca i okoline.

„Najtraženiji proizvod kod nas je osiguranje od autoodgovornosti i auto kasko osiguranje. Međutim, mi smo sav potencijal i sve prednosti koje imamo kao deo velike i uspešne firme, stavili u funkciju povećanja prodaje drugih vrsta osiguranja“, kaže za Vesnik Violeta Jovanović, šef predstavništva u Kruševcu.

Violeta u Triglav Kopaoniku radi godinu dana, od kojih poslednja dva meseca obavlja dužnost šefa predstavništva. „Posebno mi



Violeta Jovanović,  
direktor poslovnice Kruševac



je zadovoljstvo što radim u Grupi Triglav. Radeći u okviru Grupe, sigurno ćete imati priliku da istaknete i plasirate sve što znate, ali i da istovremeno steknete nova iskustva i upoznate nove tehnologije. Zdrava sredina i zdravi principi rada i poslovanja su stvarnost Grupe Triglav. Strategija i organizacija zasnovana je na principima timskog rada, tako da nikakvih problema u saradnji sa kolegama nema. U uslovima savremenog privređivanja rad u Grupi Triglav predstavlja ostvarenje svih planova i ambicija jednog ekonomiste. Moj entuzijazam je posledica svega toga i sigurna sam da će dugo trajati“, ističe Violeta Jovanović.

Ona dodaje da je komunikacija između Centrale i Predstavništva svakim danom sve bolja i kaže „Svesni smo značaja informacija o tržišnim kretanjima i potrebama klijenata, kao i da nam međusobna interakcija omogućava blagovremeno preuzimanje rizika, što i jeste suština tržišnog ponašanja“.

Predstavništvo Kruševac ima biznis plan koji precizno definiše poslovne ciljeve u odnosu na tržišne mogućnosti. Jedan od ciljeva jeste povećanje tržišnog učešća kroz povećanje prodaje svih vrsta osiguranja. Planirana premija za ovu godinu iznosi 2,5 miliona evra.



## SPORT: NA NAJPOSEĆENIJOJ KOŠARKAŠKOJ UTAKMICI

► Na stranicama Vesnika već ste imali priliku da pročitate da je Triglav Kopaonik, kao jedna od najuspešnijih kompanija koje posluju u Srbiji, pritekao u pomoć košarkaškom klubu Partizan – jednom od najuspešnijih klubova kod nas. Pošto se plasirao u Top 16 ekipa Evrolige, Partizan je u Beogradu odigrao utakmicu sa grčkim Panatenaikosom. Po prvi put od izgradnje, Beogradska arena bila je domaćin jednom sportskom klubu. Za utakmicu, odigranu 5. marta ulaznice su rasprodate za manje od tri sata.

Cela dvorana, koja je toga dana ugostila oko 22 000 navijača, bila je u znaku Triglav Kopaonika, što je još jedan dokaz da najbolji idu uz najbolje.



Sa utakmice Partizan - Panatenaikos

## SAJAM AUTOMOBILA

► I ove godine Triglav Kopaonik se predstavio na sajmu automobila – jednom od najposećenijih beogradskih sajmova. Na 47. međunarodnom salonu učestvovalo je više od 500 izlagača na prostoru od 40 hiljada kvadratnih metara.

Osiguranje od autoodgovornosti je jedan od najvažnijih proizvoda Triglav Kopaonika koji i ovog puta sa svojim štandom učestvuje na ovogodišnjem sajmu. Veliki broj posetilaca štanda interesovao se za autoosiguranje, ali i za ostale proizvode Triglav Kopaonika.



Zapažen štand Triglav Kopaonika



# PREDSTAVLJAMO

*I u ovom broju Vesnika nastavljamo sa predstavljanjem novih kolega. Naš marketing tim dobio je pojačanje dolaskom Ivane Matović, dok je Aleksandra Matić postala direktor Sektora Informativnih tehnologija. Upoznajemo vas sa njima.*

## MARKETING MENADŽER I DIZAJNER

▶ Ivana Matović je u Triglav Kopaoniku počela da radi 1. marta 2009. godine. Njena pozicija je marketing menadžer koji se ujedno bavi i dizajnom. Obrazovanje za obavljanje ovog odgovornog i lepog posla stekla je na Megatrend International Expert Consortium Limited London. Za oblast grafičkog i web dizajna poseduje ADOBE sertifikate ovlašćenog trening centra.

„Prethodno radno iskustvo, pored niza marketinških ad hoc projekata, sticala sam radeći u bankarskom sektoru.

## ZADOVOLJNA NOVIM POSLOM

▶ Aleksandra Matić od nedavno je direktor Sektora Informativnih tehnologija u Triglav Kopaoniku. Završila je Fakultet političkih nauka i postdiplomske studije, Smer za menadžment i informacione sisteme. Živi u Beogradu i ima sina od 26 godina.

Svoju karijeru gradila je u Jugobanci - osnovnoj banci Beograd, Jubanci i grčkoj Alpha bank. Bila je na pozicijama direktora Odeljenja za razvoj, zamenika izvršnog direktora za informatiku, izvršnog direktora za razvoj i tehnologiju, izvršnog direktora za informatiku, razvoj i tehnologiju i direktora Sektora informatike i alternativnih kanala.

Njena specijalnost je sistem analiza, analiza poslovnih procesa i njihova automatizacija, analiza aplikativnih rešenja i izrada



Ivana Matović

Posedujem i iskustvo u kreiranju marketinških strategija i dizajniranju svih štampanih materijala za potrebe preduzeća čije se poslovanje odnosilo na uvoz i distribuciju robe široke potrošnje u kom sam radila na sličnoj poziciji kao što je ova sada“, kaže Ivana Matović za Vesnik.

Za kratko vreme koje je provela u našem timu zadovoljna je i prijemom i odnosom sa drugim kolegama. Izuzetno ceni inovativnost i kreativnost. Voli nove izazove.

Ivana je u naš kolektiv donela i sportski duh koji nosi iz aktivnog bavljenja odbojkom. Poslednji klub za koji je igrala bila je OK Budućnost iz Podgorice.



Aleksandra Matić

projektnih zahteva za podršku novim proizvodima. To je jedan od razloga zbog kojih se pridružila timu Triglav Kopaonika. Služi se ruskim i francuskim jezikom, dok za engleski ima najviši stepen Proficiency po Cambridge programu.

„Zadovoljstvo i izazov mi je što sam postala član menadžment tima Triglav Kopaonik a.d.o. koji ubrzano raste i razvija se, a posebno što je on deo uspešne, perspektivne, internacionalne grupe Triglav. Veoma sam dirnuta dobrodošlicom i prihvatanjem od strane menadžmenta i kolega iz Srbije i Slovenije, kao i izuzetnom logistikom kad god je potrebna. Posebno ističem veoma brzo uspostavljen odnos međusobnog poverenja i veliko zalaganje kolega iz IT sektora. Time su stvoreni uslovi da se obezbedi kontinuitet rada, da za kratko vreme upoznam i razumem sistem, ali i da zajedno uradimo sve tekuće poslove“ – kaže Aleksandra Matić.