

Liberty Direct - ubezpieczyciel oferujący polisy przez internet i telefon - opublikował wyniki za 2010 rok. Towarzystwo zebrało składkę przypisaną brutto w wysokości 133,6 mln zł, z czego 37,8 mln zł w IV kwartale. Firma osiągnęła tym samym wynik o 46,2 mln zł lepszy niż w 2009 roku, co oznacza 53% wzrost. Ubezpieczyciel zawdzięcza go rozwojowi alternatywnych kanałów sprzedaży, rozszerzaniu oferty produktowej oraz koncentracji na podwyższaniu poziomu satysfakcji klientów. Liberty Direct objęło ochroną już blisko 200 tys. pojazdów.

„W ubezpieczeniach majątkowych miniony rok był dla ubezpieczycieli trudny. Przyczyniła się do tego sroga zima, powódzie oraz stały wzrost poziomów odszkodowań. Mimo niesprzyjającej sytuacji, osiągnęliśmy dużo wyższy poziom składki niż w zeszłym roku rozwijając się zgodnie z przyjętym planem. Równocześnie utrzymaliśmy restrykcyjną politykę kosztową” - podsumowuje Michał Kwieciński, Dyrektor Generalny Liberty Direct. „Bardzo dobry wynik zawdzięczamy inwestycji w rozwój kanałów partnerskich opartych o platformę direct takich jak sieć komisów samochodowych, bancassurance oraz internetowy marketing afiliacyjny. W kanałach tych wykorzystujemy zalety platformy dajrektowej – przede wszystkim niskie koszty operacyjne i możliwość stosowania zaawansowanej taryfikacji, co stanowi istotną przewagę konkurencyjną w obecnej sytuacji rynkowej. Pozwala nam to na oferowanie szerokim grupom Klientów ubezpieczeń w korzystniejszej cenie niż towarzystwa tradycyjne” - podkreśla Kwieciński.

„W celu systematycznego doskonalenia procesów obsługi Klienta wprowadziliśmy w ubiegłym roku tzw. e-konto ‘Twoje sprawy’, dzięki któremu Klienci mogą kompleksowo zarządzać posiadanymi ubezpieczeniami on-line a także monitorować przebieg likwidacji szkód. Rozwinęliśmy również stałą ofertę produktową obejmującą OC, AC, Assistance oraz NNW o ubezpieczenie szyb oraz ubezpieczenia mieszkaniowe. Koniec roku upłynął pod znakiem działań promocyjnych opartych na wynikach rankingu dziennika „Rzeczpospolita”, zgodnie z którym Liberty Direct oferuje najlepsze cenowo OC na rynku, a także organizacji programu partnerskiego „Poleć sprawdzone ubezpieczenie”. Obydwie inicjatywy przyczyniły się do znaczącego wzrostu sprzedaży” - podsumowuje Rafał Karcki, Dyrektor Sprzedaży i Marketingu Liberty Direct. „W 2010 roku byliśmy również aktywni reklamowo organizując cztery kampanie produktowe i wizerunkowe obejmujące telewizję. Prowadziliśmy ponadto akcje społeczne mające na celu podnoszenie poziomu bezpieczeństwa na drodze - program „Taksówka z fotelikiem” oraz „Bezpieczny Mały Pasażer” na Facebooku” - dodaje Karcki.

Bardzo dobre wyniki w 2010 roku osiągnęła również Grupa Liberty Mutual, do której należy Liberty Direct. Wypracowała ona zysk netto w wysokości 1,678 miliarda USD, co oznacza wzrost o 64% (655 milionów USD) w porównaniu do roku 2009. Przychody Liberty Mutual w tym samym okresie wyniosły 33,193 miliardy USD, co oznacza wzrost o 6,8% (2,099 miliardy USD) w porównaniu do roku 2009. Jednocześnie instytucja zebrała 29,191 miliardów USD składki przypisanej netto.

Obecnie rynek ubezpieczeń direct jest wart ok. 800-850 mln zł, z czego główną grupę - 90% stanowią ubezpieczenia komunikacyjne OC i AC. Pozostałe 10% przypada na NNW, assistance, ubezpieczenia turystyczne oraz mieszkaniowe. Szacuje się, że na koniec 2011 roku rynek ubezpieczeń direct może być wart ponad 1 mld zł.

Liberty Direct