

Liberty Direct, jeden z liderów rynku ubezpieczeń oferowanych przez internet i telefon, opublikował wyniki za I kwartał. Towarzystwo uzyskało 39,4 mln zł składki przypisanej brutto osiągając 36-proc. wzrost (o 10,3 mln zł) w porównaniu do analogicznego okresu ubiegłego roku.

Oznacza to, że rozwija się ponad dwa razy szybciej niż rynek ubezpieczeń majątkowych. Firma podała ponadto, że ponad 50% nowych klientów pochodzi obecnie z alternatywnych kanałów sprzedaży i rozpoczyna dystrybucję poprzez multiagencje.

„Od 2 lat konsekwentnie rozszerzamy działalność poza „czysty” dajrekt, rozbudowując alternatywne kanały sprzedaży w oparciu o efektywną kosztowo platformę dajrektową. W pierwszym kwartale 2011 ponad połowa nowych klientów pochodziła właśnie z nich. Są to przede wszystkim bancassurance, programy afiliacyjne i komisy samochodowe. Nawiązaliśmy współpracę z blisko 3 tysiącami komisów, stając się niekwestionowanym liderem rynku w tym segmencie. Platforma dajrektowa umożliwia nam również bezpośrednią i skuteczną kontrolę jakości obsługi klienta. Wyrazem tego jest nasze zwycięstwo w niedawnym rankingu oceniającym podejście do klienta, opublikowanym przez wiodący portal finansowy. Te sukcesy zachęciły nas żeby pójść o krok dalej i udostępnić ofertę także poprzez multiagentów” - podsumowuje Michał Kwieciński, Dyrektor Generalny Liberty Direct.

„Grupa Liberty Mutual oferuje ubezpieczenia poprzez agentów i brokerów w wielu krajach na świecie. Synergia dajrektowych i tradycyjnych kanałów dystrybucji jest więc naturalnym kierunkiem rozwoju naszej firmy. W tradycyjny model sprzedaży wchodzimy bazując na silnej pozycji wypracowanej w ciągu ostatnich kilku lat w oparciu o platformę dajrektową oraz wykorzystując międzynarodowy know-how. W pierwszej kolejności zaprosiliśmy do współpracy wiodące multiagencje przeszkalając już kilkuset agentów” - komentuje Rafał Karski, Dyrektor Sprzedaży i Marketingu Liberty Direct. „W obszarze marketingu w I kwartale roku pozostaliśmy aktywni reklamowo promując ubezpieczenia komunikacyjne i mieszkaniowe w telewizji oraz internecie. Działania te realizujemy przy współpracy ze stałymi partnerami biznesowymi - agencją reklamową DDB oraz domem mediowym MPG. Jesteśmy również obecni w social media” - uzupełnia Karski.

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. Na koniec 2011 roku rynek ubezpieczeń direct może przekroczyć 1 mld zł.

I kwartał był również korzystny dla Grupy Liberty Mutual, która zamknęła go z zyskiem netto w wysokości 362 mln USD, co oznacza wzrost o 47 mln USD (14,9%) w stosunku do analogicznego okresu 2010 r. Zebrała równocześnie 7,583 mld USD składki przypisanej netto, czyli o 374 mln USD więcej (5,2%) niż w I kwartale ubiegłego roku. W tym samym okresie przychody Liberty Mutual wyniosły 8,381 mld USD, co oznacza wzrost o 2,3% (191 mln USD) w porównaniu do analogicznego okresu 2010 roku.

Liberty Direct ubezpiecza ponad 200 tys. pojazdów i zatrudnia ponad 300 osób.

Liberty Direct