

Warszawa, 29 września 2014 r.

## Open Life ma już trzy lata!

Kiedy Open Life TU Życie S.A. rozpoczynało działalność w lipcu 2011 roku było to wydarzenie na skalę dziesięciolecia. Start-up na polskim rynku ubezpieczeniowym to niezwykle wyzwanie, ale również duże ryzyko. Tylko odważni wizjonerzy potrafili dopatrzeć się niszy w stabilnym i ugruntowanym już rynku ubezpieczeniowym. Open Life udowodniło, iż z odpowiednią motywacją i pasją działania można zmienić krajobraz branży w zaledwie kilkanaście miesięcy. Już od trzeciego kwartału 2013 roku, a więc zaledwie po dwóch latach działalności, Ubezpieczyciel zajmował drugie miejsce na rynku pod względem przypisu składki. Od tego czasu start-up dynamicznie się rozwija i konsekwentnie utrzymuje czołowe miejsce wśród ubezpieczycieli życiowych na polskim rynku.

Spółka, która cieszy się zaufaniem 45 Partnerów, przez trzy lata działalności stworzyła i wprowadziła do swojej oferty ponad 50 produktów. Jednym z priorytetów Ubezpieczyciela jest właśnie sprawna współpraca z Partnerami, której podstawą jest szybka reakcja na oczekiwania rynku. Ta strategia przynosi efekty – Open Life ma już ponad 330 tys. polis, a suma aktywów Towarzystwa przekroczyła 5,5 mld zł (wg PSR). Spółka odnotowała po drugim kwartale 2014 roku ponad 1,21 mld zł składek przypisanych brutto, osiągając dynamikę 17 proc. r/r., co jest dużym osiągnięciem przy ogólnej tendencji spadkowej na rynku (-11 proc.). Daje to Ubezpieczycielowi 8,5 proc. udziału w rynku ubezpieczeń życiowych, co stanowi wzrost o 2 p.p. w stosunku do I półrocza 2013 r. (wg PIU).

Open Life po I półroczu 2014 r. zadebiutowało w pierwszej trójce Ubezpieczycieli o największym udziale w rynku UFK, zajmując drugie miejsce z udziałem na poziomie 11 proc. Zajęło również pierwsze miejsce pod względem dynamiki przyrostu aktywów (wg Analiz Online). W ciągu ostatniego roku zwiększyły się one o 1,8 mld zł.

## Lider zmian

Open Life było jedną z pierwszych instytucji, która odpowiedziała na sygnały z rynku (w tym regulatorów) dotyczące produktów inwestycyjnych i oszczędnościowych. Wprowadzone zostały ubezpieczenia indywidualne, dodatkowe elementy ochronne i nowe karty informacyjne produktu.

Od roku staramy się zmienić standardowe podejście do Klientów poprzez wprowadzanie zmian w ofercie. Pojęcie „pro-kliencki” rozumiemy jako nie tylko sposób obsługi Klienta przy okienku czy u doradcy – tym zajmują się nasi Dystrybutorzy. My staramy się zwiększyć przejrzystość dokumentacji produktowej tak, by Klienci otrzymali rzetelny przekaz o oferowanych przez nas produktach. Do tej pory wzbogaciliśmy dokumentację ubezpieczeniową o elementy graficzne, a także ilustracje obrazujące hipotetyczne scenariusze i zasady działania produktów, wysokości opłat a także wartości wykupu w trakcie trwania ubezpieczenia. Byliśmy inicjatorem wdrożenia kart informacyjnych produktu, gdzie prezentowane są najważniejsze informacje o danym ubezpieczeniu oraz wyraźnie wskazane są ryzyka związane z inwestycją w ramach ubezpieczenia. Wszystko po to, aby nabywane przez Klientów produkty odpowiadały ich oczekiwaniom.

## Wewnętrzne zasady

Misją firmy jest świadczenie usług ubezpieczeniowych z poszanowaniem praw i godności Klientów oraz dbanie o ochronę ich danych osobowych, a także ochronę dobrego imienia współpracujących z nami Partnerów biznesowych.

Naszymi podstawowymi wartościami są uczciwość biznesowa i zaufanie Klientów. Dbanie o interesy Klientów wymaga stosowania zasad etyki w praktyce każdego dnia, dlatego nasza polityka opiera się na „Kodeksie etyki i zasad postępowania

w biznesie”. Jest to jeden, uniwersalny dla całej organizacji kanon postępowania w biznesie. Tworzy on ramy do prowadzenia biznesu we właściwy sposób, zarówno pod względem etycznym, jak i prawnym, niezależnie od tego, gdzie prowadzimy działalność. Dokument wyznacza standardy odpowiedzialnego i etycznego postępowania na wszystkich szczeblach przedsiębiorstwa, oraz stanowi odzwierciedlenie wartości, które przyświecają naszej działalności. Treść dokumentu realizuje również rekomendację Komisji Nadzoru Finansowego w zakresie przyjęcia i stosowania uniwersalnych zasad zawartych w „Kanonie Dobrych Praktyk Rynku Finansowego”.

Zdając sobie sprawę z tego, jak istotny w procesie zakupu jest czynnik ludzki do zapewnienia prawidłowej i jakościowej obsługi swoich Klientów, Open Life od początku swojej działalności dąży do modyfikacji i modernizacji swoich produktów oraz doskonalenia procesu sprzedaży ubezpieczeń. Wprowadzone „Standardy postępowania na rzecz właściwego oferowania produktów ubezpieczeniowych i obsługi Klienta” zostały opracowane w celu ograniczenia ryzyk pojawiających się w procesie niewłaściwego oferowania produktów poprzez ochronę prawnych oraz ekonomicznych interesów naszych Klientów, zapewnienie przejrzystości i prawidłowości przekazywanej im dokumentacji, a także zagwarantowanie wysokich standardów obsługi Klienta w procesie objęcia ochroną ubezpieczeniową. Działania naszych Pracowników, współpracowników i Partnerów biznesowych muszą być zawsze wykonywane z zachowaniem najwyższej staranności, by zwiększać zaufanie i satysfakcję Klientów. Chcemy być zakładem ubezpieczeń, z którym Klienci chcą współpracować w pierwszej kolejności. Wierzymy, że uczciwe prowadzenie oferty i rzetelna obsługa to jedna z najważniejszych wartości, która wpływa na wiarygodność firmy i wzrost zaufania Klientów do przedsiębiorstwa. To również jedno z najważniejszych cech doradcy, który rzetelnie przedstawiając ofertę, klarownie tłumacząc jej zawartość oraz dokładnie wyjaśniając wszelkie wątpliwości, może pozyskać i rozpocząć współpracę z wieloma Klientami, szczególnie w sektorze rynku ubezpieczeniowego, gdzie konstrukcja oferowanych produktów nie zawsze jest w pełni zrozumiała dla Klientów.

## Cały czas rozwój

Ubezpieczyciel współpracuje z licznymi instytucjami rynku finansowego m.in. bankami, pośrednikami finansowymi, multiagencjami i biurami maklerskimi. Ofertę kieruje zarówno do dużych sieci, jak i mniejszych podmiotów. Od niedawna oferujemy grupowe ubezpieczenia pracownicze - nowoczesne i dedykowane Pracodawcom i Pracownikom rozwiązanie ochronne o szerokim zakresie ochrony ubezpieczeniowej życia i zdrowia przy zachowaniu atrakcyjnej ceny. Firma umożliwiła indywidualny wybór wariantu ubezpieczenia przez każdego z Pracowników, a dla każdego Ubezpieczonego udostępniła dodatkowe bonusy.

## Technologia

Tak dynamiczny rozwój firmy nie mógłby obyć się bez inwestycji w technologię. W związku z nieustannie rozwijaną ofertą ubezpieczeniową, Open Life modyfikuje Serwis Internetowy dla Klientów posiadających wybrane ubezpieczenia.

Z kolei szkolenia sieci sprzedaży wspierane są przez aplikacje do rejestracji sprzedaży, własny system produktowy oraz przez profesjonalną, stale aktualizowaną platformę e-learningową. W ramach e-learningowych szkoleń dedykowanych osobom ubiegającym się o wykonywanie czynności agencyjnych przeszkolonych zostało już ponad 15 tys. osób. Spośród nich, ponad 7 800 osób zostało zgłoszonych do Rejestru Agentów Ubezpieczeniowych (RAU) prowadzonego przez KNF i otrzymało uprawnienia do wykonywania czynności agencyjnych (OWFCA) w imieniu i na rzecz Open Life TU Życie S.A. W strukturach Open Life największą sieć OFWCA posiada Getin Noble Bank, dla którego zgłoszonych do RAU zostało ponad 2,7 tys. agentów. Liczba Partnerów stale się powiększa, a procesy szkoleniowo-egzaminacyjne są dostosowywane do ich bieżących potrzeb.

## Nagrody

Dowodem uznania dla nas są opinie naszych Partnerów i powiększające się ich grono, a także stale rosnąca liczba Klientów. Doceniają nas także media, które uhonorowały Open Life licznymi wyróżnieniami i nagrodami.

Na przestrzeni 3 lat, ubezpieczenia Open Life były wyróżniane za bezpieczeństwo, za wykorzystywanie innowacyjnych instrumentów bazowych oraz za innowacyjność oferty.

W cyklicznie sporządzanych przez Gazetę Finansową rankingach „Złota 100” Ubezpieczyciel kilkakrotnie stawał na podium. Niezależny ranking prezentuje liderów z poszczególnych branż, m.in.: bankowej i ubezpieczeniowej, według osiągniętych wyników.

Towarzystwo zostało wyróżnione za ofertę ubezpieczenia grupowego dla małych i średnich przedsiębiorstw w specjalnym wydaniu Gazety Finansowej „Najlepsze produkty dla biznesu 2013”. Przy przyznawaniu wyróżnienia dla Ubezpieczenia Grupowego na Życie Open Life wydawnictwo wzięło pod uwagę korzyści wynikające z przystąpienia do tego produktu ochronnego.

Ubezpieczenie indywidualnego na życie i dożycie „Perspective” Open Life TU Życie S.A. otrzymało Order Finansowy 2013 magazynu Home&Market. Nagroda ta jest przyznawana najlepszym usługom i produktom na rynku finansowym, które wyróżnia innowacyjność i użyteczność. Przy przyznawaniu wyróżnienia wydawnictwo wzięło pod uwagę pionierskie rozwiązanie wykorzystujące, do tej pory mało eksploatowany, potencjał rynku wierzycielności detalicznych.

Przy tak dobrych wynikach finansowych, a także szeroko docenianej ofercie produktowej, nie mogło zabraknąć wyróżnień dla kadry zarządzającej Open Life. Krzysztof Bukowski, prezes Open Life TU Życie S.A., znalazł się pośród 25 kluczowych postaci polskiej branży finansowej w plebiscycie na Najlepszego Menadżera w finansach 2013 magazynu Home&Market. Magazyn co roku wybiera najlepszych i najsukuteczniejszych liderów rynku, którzy swoim zaangażowaniem, przedsiębiorczością oraz charyzmą poprowadzili swoje spółki do sukcesu. Prezes Bukowski, zasiadający w zarządzie Open Life od początku jego działalności w 2011 roku, został wyróżniony za wprowadzenie na wymagający rynek ubezpieczeń życiowych nowej spółki charakteryzującej się dynamicznym podejściem do oferty oraz innowacyjnymi rozwiązaniami biznesowymi.

## Open Life dla Dzieci

W Open Life Towarzystwo Ubezpieczeń Życie S.A. mamy świadomość tego, jak ważny jest nasz wpływ na otoczenie. Firmę budujemy wierząc, że najważniejsze w biznesie są uczciwość i zaufanie. Jako Towarzystwo Ubezpieczeniowe, jesteśmy instytucją zaufania publicznego, co zobowiązuje nas zarówno do etycznego prowadzenia działalności, jak i do podejmowania się konkretnych inicjatyw na rzecz społeczności lokalnych.

Szczególnie bliskie są nam dzieci, które są synonimem naszej przyszłości. Od 2012 roku wspieramy podopiecznych Domu Dziecka nr 2 im. Janusza Korczaka w Warszawie, który znajduje się w sąsiedztwie naszej siedziby. Open Life angażuje się w działania na rzecz placówki zarówno na poziomie władz spółki, jak i pracowniczym. Ubezpieczyciel regularnie przekazuje darowizny pieniężne na cele placówki a także angażuje Pracowników w pomoc najmłodszym. Zbiórki pieniężne, wewnętrzne aukcje internetowe oraz wolontariat pracowniczy to tylko niektóre z przykładów.

W roku 2014 Open Life po raz drugi został Partnerem akcji „Moto Uśmiech dla Dzieciaków” – eventu zorganizowanego z okazji obchodów Dnia Dziecka. Dzięki naszemu wsparciu finansowemu dzieci w dniu ich święta przeżyły wiele chwil pełnych radości i zabawy.

Poza działaniami lokalnymi Open Life bierze również udział w ogólnopolskich akcjach charytatywnych. W tym roku po raz drugi nasi Pracownicy pobiegli w „Biegu Firmowym”, organizowanym przez Fundację Everest. Pracownicy Ubezpieczyciela przyczynili się do wsparcia finansowego czteroletniej Natalii z rzadkim zespołem genetycznym Pradera-Williego.

## KONTAKT

Kamila Kępińska  
Open Life Towarzystwo Ubezpieczeń Życie S.A.  
e-mail: kamila.kepinska@openlife.pl