

Aegon România urca o poziție în topul asiguratorilor de viață

Compania de asigurari de viață Aegon România, parte a grupului financiar internațional Aegon, a încheiat 2020 cu un volum de 134,5 milioane lei al primelor brute subscrise, în creștere cu 13%, față de 2019. Astfel, creșterea indicelui GWP (Gross Written Premiums – Prime Brute Subscrise) atrage cu sine urcarea Aegon România pe locul al șaselea, în clasamentul celor mai importante companii de asigurari de viață de pe piața locală, cu o poziție mai sus decât în 2019. Rezultatele anunțate de Aegon au loc în condițiile în care anul trecut, piața asigurarilor de viață din România a avut o creștere de doar 1,1%, cu un volum total al primelor brute subscrise de 2,7 miliarde lei, potrivit Autorității de Supraveghere Financiară (ASF).

„Suntem foarte mulțumiți de aceste rezultate, în special în contextul unui an dificil atât pentru piața asigurarilor de viață, cât și pentru întreaga economie națională și globală, și pentru noi toți, la nivel personal. Urcarea cu o poziție în topul celor mai importanți asiguratori de viață din România se datorează faptului că, în contextul actual, românii au devenit mai conștienți de nevoia de a economisi, și a muncii depuse de colegii mei pentru pastrarea și creșterea portofoliului de clienți. Rezultatele arată, de asemenea, faptul că produsele noastre răspund unor nevoi reale. Una dintre aceste nevoi este cea de a-ți crea un plan financiar de rezerva, economisind și asigurându-te ca, în situațiile neprevăzute, vei avea un sprijin financiar. În cursul anului trecut, am realizat un studiu care ne-a arătat că 70% dintre intervievați considera că instabilitatea economică generată de contextul pandemic i-a îndemnat să pună mai mulți bani deoparte ca să fie mai pregătiți pe termen mediu și lung. Iată că o parte dintre ei au ales să facă acest lucru printr-o asigurare de viață cu economisire. O altă nevoie este cea de a acorda o mai mare atenție sănătății”, a explicat **Sînziana Maioreanu, CEO al Aegon România.**

Legat de modul în care s-a desfășurat activitatea companiei de la declanșarea pandemiei, reprezentantul Aegon România a adăugat: “În ceea ce privește pastrarea portofoliului de clienți, comunicarea, dar și empatia au fost ingredientele care ne-au ajutat. Încă de la începutul pandemiei, am fost alături de clienții noștri prin decizia de a nu aplica excluderea riscului pandemiei la niciunul dintre produsele din portofoliul nostru care acopera decesul sau spitalizarea din îmbolnavire, excepție care încă este în vigoare până la jumătatea acestui an, dar și prin mutarea online a majorității operațiunilor. Astfel, am urmărit ca ei să nu fie nevoiți să se expună inutil niciunui risc. În plus, clienții care s-au confruntat cu probleme financiare au avut la dispoziție o perioadă de grație majorată de la 60, la 120 de zile.”

“Această reușită este, fără îndoială, rezultatul implicării extraordinare a echipei Aegon România și al profesionalismului desăvârșit de care au dat dovada partenerii noștri bancari, Banca Transilvania și Alpha Bank, dar și companiile de brokeraj partener. Împreună am reușit să fim extrem de agili, să ne adaptăm rapid la noua realitate, iar noi am încercat să îi susținem prin programe de training realizate în mediul online, dar și prin adaptarea la noile condiții a modului de colaborare. Le sunt recunoscătoare tuturor că au rămas dedicați clienților și au continuat să-și deruleze activitatea cu aceeași implicare, în condiții atipice, pentru că noi am fost printre primele companii din țară care am adoptat munca de acasă, mod de lucru pe care încă îl menținem. Sunt optimista că, dacă am reușit să trecem cu bine de acest ultim an dificil, de acum înainte lucrurile vor continua să se îmbunătățească”, a mai punctat Sînziana Maioreanu.

Evoluția pozitivă a indicelui GWP pentru Aegon România a fost generată și de creșterea interesului manifestat de români pentru asigurările pentru sănătate. Conform unei analize realizate de companie în martie 2021, pe parcursul anului trecut, de trei ori mai mulți români au achiziționat asigurarea oncologică

Evoluția pozitivă a indicelui GWP pentru Aegon România a fost generată și de creșterea interesului manifestat de români pentru asigurările de sănătate. Conform unei analize realizate de companie în martie 2021, pe parcursul anului trecut, de trei ori mai mulți români au achiziționat asigurarea oncologică Optimist, față de 2019. Analiza s-a realizat pe baza portofoliului Aegon, care a luat în considerare vânzarile pentru asigurarea oncologică Aegon

Optimist și pentru produsul de a doua opinie medicală, Aegon Diagnose.me. Numarul persoanelor care au achiziționat servicii care ofera acces rapid la o a doua opinie medicală, prin intermediul Aegon România, s-a majorat cu 43%, în 2020 față de 2019.

„Românii au devenit mai interesați de sănătatea lor în 2020, iar aceasta preocupare s-a reflectat și în vânzarile noastre. Cred ca este un semnal pozitiv, pentru ca arata ca oamenii sunt mai atenți cu sănătatea lor și a celor apropiați, deoarece au realizat încă o dată, în mod abrupt, cât de importantă este aceasta. Sigur, noi toți știm, la nivel de teorie, ca starea de sănătate este cheia unei vieți împlinite, doar ca tindem să uităm acest lucru și să nu luăm măsuri practice pentru a ne asigura în caz de boală, până când nu suntem loviți de neașteptat. Pandemia ne-a reamintit că suntem fragili și că este necesar să avem o plasă de siguranță”, a conchis Sînziana Maioreanu.

Performanța atinsă de Aegon România se alătură unei alte vești de bun augur pentru companie, de data aceasta fiind vorba despre o confirmare venită din partea clienților: la începutul lui 2021, Aegon România a fost desemnat, pentru al treilea an consecutiv, cel mai de încredere brand din categoria „Companii de asigurări”, conform studiului independent Consumer Choice Award, realizat de către compania de cercetare More-Netquest Group.