

(статья №1)

## **Страхование будущего: как новый игрок на рынке Узбекистана меняет тренды страхового бизнеса**

Еще в ноябре прошлого года Узбекистан начал активно обсуждать проблемы рынка страхования: Президент Шавкат Мирзиеев отметил важность этой отрасли и подписал постановление №4412 (1). Чуть позже прошла конференция «Современный страховой рынок Узбекистана». (2)

На той конференции стало очевидным, что рынку нужен глоток свежего воздуха. В частности, было отмечено, что страховщики ограничены в инвестиционных инструментах, и необходимо расширять инфраструктуру рынка. Наглядным показателем состояния страхового рынка является тот факт, что доля страхования в ВВП в 2019 году составила всего лишь 0,45%. Для сравнения, в той же Великобритании этот показатель равен 13,4%.

В ответ на текущее положение страхового бизнеса в стране, на рынок входит новый игрок – Aria, компания, которая хочет изменить отношение людей к страхованию.

### **Что в них особенного?**

Aria отличается от своих конкурентов подходом к работе. Приятный факт для потребителей, что компания с такой философией решила войти именно в рынок Узбекистана – она работает без сложного документооборота и удобна для клиентов системы страхования.

В Aria всё проще: оформление полисов и выплаты происходят без лишней документации, компания запоминает своих клиентов и составляет уникальные предложения для каждого, с целью создания лояльности к своему бренду.

А для того, чтобы клиент чувствовал себя спокойным всегда, в компании существует политика постоянной связи. Это означает, что служба поддержки готова ответить клиенту круглосуточно, и даже утром 1 января.

Еще одним своим плюсом Aria называет оперативность. В компании заявили, что оформляют корпоративный полис за день, выплачивают деньги за три дня, а если нужен врач – найдут за час.

*«Мы в Aria осознаем, что риски и угрозы, стоящие перед нашими клиентами, непрерывно меняются. Именно поэтому мы делаем акцент на гибких*

*условиях и индивидуальном подходе к каждому клиенту. Мы создаем решения для сегодняшнего и завтрашнего дня, чтобы Вы могли смотреть в будущее с уверенностью. Каждый продукт, реализуемый нами, опирается на глубокий опыт предотвращения ущерба и профессиональные знания по урегулированию страховых случаев» – рассказывает редакции генеральный директор Aria, Муминов Диербек.*

## **Предотвращая проблему**

В Aria знают, что работа начинается задолго до того, как появляется необходимость в страховании – перед тем выдвинуть предложение клиенту, необходимо изучить его бизнес-процессы, понять, какие риски угрожают ему сильнее, и как его можно защитить.

Для того, чтобы сделать анализ максимально точным и качественным, Aria изучила специфику местного рынка при участии международных партнеров, таких как Эртан Фират, член Консультативного Совета турецкой консалтинговой компании ART (Automotive Reflection Technologies) и советника по страхованию.

До получения лицензии, Aria работало в формате страхового агентства: в результате данных работ в 2020 году уже было застраховано более 100 компаний, на общую страховую сумму в 27,4 млрд сумов.

Клиентами Aria на данный момент являются такие компании как Akfa, Artel, MediaPark, Durable Beton и другие. А в числе партнеров состоят Uzbekinvest, Национальный банк Узбекистана, Qishloq Qurilish Banki Sanoat Qurilish Bank

## **Бренд для людей**

Aria позиционирует себя как бренд «сделанный людьми для людей». Это означает, что компании важнее всего комфорт клиента, его безопасность и удовлетворенность сервисом. Для того, чтобы быть ближе к клиенту команда Aria открывает точки во всех регионах, с целью обеспечения локального сервиса всем жителям страны.

Фишкой клиентоориентированности Aria является и то, что у каждого клиента есть свой личный помощник – прямо в телефоне. Мобильное приложение Aria использует современные алгоритмы для того, чтобы быть с клиентом постоянно, и отвечать на все его потребности своевременно, по запросу.

А самая главная цель компании: донести до узбекистанцев пользу и необходимость страхования. Показать, что это не пустая трата денег и времени, а наоборот – ценная возможность, которую нельзя упускать.

## Польза для общества

Aria – это больше чем страховая компания. Сам бренд говорит что продажи это лишь побочный эффект их вклада в общество. И это не пустые слова. Aria вкладывает в образование, обучает студентов страховому делу бесплатно, и даже помогает им найти первых клиентов. Борется за окружающую среду, путем защиты деревьев – для этого компания даже разработала **специальный проект.** (линк на статью в другом СМИ где про это рассказывается подробно)

Компания так же развивает стрит-арт, вкладывается в стартапы и молодых предпринимателей, предоставляет скидки женщинам-предпринимательницам, занимается благотворительностью и публикует отчеты о пожертвованиях.

## В сухом остатке

Aria обещает стать действительно интересным проектом не только для рынка страхования, но и для бизнеса в Узбекистане в целом. Уже совсем скоро можно будет посетить их офис, и самим убедиться в ценностях компании. А пока, можно посетить их аккаунты в Telegram, Facebook и Instagram, чтобы узнать больше – @ariauzb или позвонить в Единый информационный центр по телефонному номеру +998 71 202 8888

1. <https://www.lex.uz/docs/4459812>
2. <https://www.gazeta.uz/ru/2019/11/09/insurance/>

(статья №2)

## Ария деревьям: как страховая компания защищает деревья Ташкента

Вырубка деревьев в Узбекистане – настоящая эпопея, которая длиться уже несколько лет. Пока государство пишет законы, а предприниматели пилят деревья, внезапно на сцену вышла Aria – новая страховая компания, которая любит деревья.

«Мы начали свою деятельность совсем недавно» – рассказывает менеджер департамента маркетинга, бренд-менеджмента и рекламы Aria Исламов Шерзод – «И сразу решили напомнить окружающим, что природа нуждается в нашей защите, и что мы не в праве наносить ущерб миру».

Aria позиционирует себя как «социальный» бренд – цель компании не только заработать, но и помочь обществу стать лучше. Для того, чтобы начать борьбу

за сохранность деревьев в столице, бренд применил очень необычный метод: стрит-арт.

На Мирзо Улугбекском районе, неподалеку от ТРЦ «Атлас» расположился рисунок одного дерева, окруженный стволами вырубленных сородичей, а над ним – зонт, с логотипом Aria, как символ защиты и покровительства.

Идея стрит-арта взята у дизайнера из Ирана – Рашида Рахнама. Сам же арт нарисован полностью вручную, на месте с проходимостью 6-7 тысяч человек.

В самой компании рассказали, что подобный необычный подход напоминает нам, что с помощью искусства можно находить решения насущных проблем.

Компания планирует создать еще несколько артов в Узбекистане, и в целом развивать культуру стрит-арта и политику защиты окружающей среды в стране.

Aria позиционирует себя как бренд «сделанный людьми для людей». (ссылка на статью №1) Это означает, что компании важнее всего комфорт клиента, его безопасность и удовлетворенность сервисом. Для того, чтобы быть ближе к клиенту команда Aria открывает точки во всех регионах, с целью обеспечения локального сервиса всем жителям страны.