

(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 Мирзиёев 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 – Agia, компания, которая хочет изменить отношение людей к страхованию.

Что в них особенного?

Agia 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 Agia 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 Agia 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 Agia 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 Agia, Муминов Диербек.

Предотвращая проблему

В Agia 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, Agia 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, Agia 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 Agia 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

Agia 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 Agia открывает точки во всех регионах, с целью обеспечения локального сервиса всем жителям страны.

Фишкой клиентоориентированности Agia является и то, что у каждого клиента есть свой личный помощник – прямо в телефоне. Мобильное приложение Agia 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

Agia – это больше чем страховая компания. Сам бренд говорит что продажи это лишь побочный эффект их вклада в общество. И это не пустые слова. Agia 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

Agia 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 – @agiauzb 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 длится уже несколько лет. Пока государство пишет законы, а предприниматели пилят деревья, внезапно на сцену вышла Agia – новая страховая компания, которая любит деревья.

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

Agia 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 одинокого дерева, окруженный стволами вырубленных сородичей, а над ним – зонт, с логотипом Agia, 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.

Agia **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 Agia открывает точки во всех регионах, с целью обеспечения локального сервиса всем жителям страны.