

# Bierzemy kurs na bezpieczny biznes

Rozmowa

z **Jakubem Sajkowskim**,  
dyrektorem zarządzającym  
ds. klienta korporacyjnego  
w PZU SA

**Aleksandra E. Wysocka:**  
- Jak minął 2022 rok  
w ubezpieczeniach korpo-  
racyjnych w PZU? Co Wam się  
udało, a co pozostawiło pewien  
niedosyt?

**Jakub Sajkowski:** - Za nami  
naprawdę bardzo dobry rok.  
Oczywiście nie było łatwo ze  
względów na sytuację geopolityczną  
i makroekonomiczną, a także  
galopującą inflację, która wpływa  
również na nasz biznes, ale - po-  
mimo tych turbulencji - zrealizowa-  
liśmy cele, które sobie założy-  
liśmy, zarówno pod kątem sprzeda-  
żowym, jak i rentowności.

Szczególnie cieszy mnie fakt,  
że w 2022 r. po raz pierwszy  
w historii jako Pion Klienta Korpo-  
racyjnego przekroczyliśmy  
3 mld zł składki przypisanej  
z działalności bezpośredniej,  
a więc bez uwzględnienia ryzyka  
w reasekuracji. Jeśli do tego doli-  
czymy równie historyczny wynik  
TUW PZUW (1 mld zł), to jako  
obszar korporacyjny Grupy PZU  
wypracowaliśmy łącznie 4 mld zł  
składki przypisanej. Jest to dla nas  
powód do dużego zadowolenia.

A mówiąc o tematach, które  
pozostawiły niedosyt, nie będę  
oryginalny, gdy wskażę ubezpie-  
czenia komunikacyjne - bez nich  
nie ma żadnej dyskusji o ubezpie-  
czeniach. Z mojej perspektywy,  
czyli pracownika zakładu ubez-  
pieczeń, wygląda to tak, że wszy-  
scy wyczekują podwyżek w OC,  
tak jak się wyczekuje deszczu  
na pustyni. W tej chwili całe nie-  
bo jest pokryte chmurami, słońca  
już wcale nie widać, a więc  
„deszcz” w postaci wyższych stawek  
wkrótce nadejdzie.

Podwyżek nie unikniemy,  
m.in. ze względu na kwestię in-  
flacji, która oczywiście przełożyła  
się na wzrost średnich szkód  
w naszym portfelu. Te wzrosty  
w niektórych kategoriach pojaz-  
dów przekroczyły 10%. I na pewno  
nie jesteśmy tutaj jedyni. W mojej  
ocenie od podwyżek cen w ubezpie-  
czeniach OC absolutnie nie ma odrotu.

**Czy to nie jest jednak tak, że  
to właśnie Wy - ubezpieczyciele  
decydujecie, czy i kiedy podnosi-  
cie ceny?**

- Staramy się być na tym ryn-  
ku konkurencyjni, w związku  
z tym będziemy podejmować de-  
cyzje o podwyżkach, kiedy będzie-  
my widzieli podobne działania  
u naszych konkurentów. To,  
na czym się koncentrujemy, to  
udoskonalanie procesu taryfika-  
cji, żeby możliwie precyzyjnie do-  
pasować cenę do konkretnego ry-  
zyka. Mówiąc o komunikacji, war-  
to dodać, że zarówno nam, jak

i innym zakładom pomaga ren-  
towność ubezpieczeń auto casco.

**Rozumiem, że komunikacja to  
nie jest jedyne wyzwanie?**

- Inną bolączką rynku, której  
aktywnie staramy się przeciw-  
działać, są zbyt niskie sumy  
ubezpieczenia. W ubezpiecze-  
niach mienia - dzięki wspólnej  
pracy edukacyjnej ubezpieczy-  
cieli, brokerów i agentów - sumy  
ubezpieczenia rosną. W 2022 r.  
odnotowaliśmy w naszym portfe-  
lu wzrost w okolicach 12%,  
a więc sporo.

Natomiast średnio tylko sześciu  
na dziesięciu klientów korpo-  
racyjnych PZU urealniło swoją  
sumę ubezpieczenia, więc nadal  
jest wiele do zrobienia w tym za-  
kresie. Wśród dużych klientów  
korporacyjnych odsetek tych,  
którzy uaktualnili swoją sumę  
ubezpieczenia, jest wyższy. Im  
klient jest mniejszy, tym skłon-  
ność do aktualizacji sum jest  
mniejsza.

Swego rodzaju wyzwaniem  
jest urealnienie sum w ubezpie-  
czeniach odpowiedzialności cy-  
wilnej ogólnej. Tutaj to klient de-  
klaruje, na jaką sumę chce się  
ubezpieczyć. I wzrostu sum  
ubezpieczenia niestety właściwie  
nie ma, a jeśli już są - to jedno-  
cyfrowe. Jednocześnie wysokość  
roszczeń rośnie tak samo jak  
w ubezpieczeniach mienia,  
a więc dwucyfrowo.

Widzimy zatem ryzyko, że su-  
my w ubezpieczeniach OC będą  
niewystarczające, aby w pełni  
pokryć roszczenia. I to może być  
niemały problem w momencie,  
kiedy wyczerpuje się suma OC,  
bo wtedy strona poszkodowana  
będzie rościć bezpośrednio  
do klienta. A to jest oczywiście  
sytuacja, z którą nie chcieliby-  
śmy mieć do czynienia.

**Pomówmy o najważniejszych  
celach PZU w obszarze ubezpie-  
czeń korporacyjnych.**

- Zaczę od takich celów, któ-  
re już od jakiegoś czasu zajmują  
istotne miejsce na agendach zar-  
ządów i kadry zarządzającej,  
czyli ESG. PZU zgodnie ze stra-  
tegią rozwija się i działa w sposób  
odpowiedzialny i zrównoważony.  
Jako PKK postawiliśmy sobie też  
taki cel, żeby wspierać naszych  
klientów w osiągnięciu neutralno-  
ści klimatycznej.

Jednym z konkretnych przy-  
kładów wsparcia klientów jest  
narzędzie uruchomione w ciągu  
ostatnich dwóch miesięcy, czyli  
PZU iFlota EV. Zadaniem tego  
modułu jest ułatwienie elektryfi-  
kacji polskich flot. Udostępnia-  
my menedżerom prosty kalkula-



tor, który - na podstawie m.in.  
danych dotyczących liczby po-  
jazdów we flocie, ich typu czy  
rocznego przebiegu - pozwala  
szybko ocenić, jaki jest potencjał  
wdrożenia pojazdów elektrycz-  
nych w danej firmie. Kalkulator  
szacuje, ile pojazdów można za-  
stąpić pojazdami zeroemisyjny-  
mi, ile można zaoszczędzić pali-  
wa i zredukować CO2, a także  
o ile możliwe jest obniżenie  
kosztów serwisowania pojazdów.  
Wspólnie z naszym partnerem,  
firmą Viva Drive, wspieramy  
klientów w procesie rozsądnej  
elektryfikacji flot. Naszym ce-  
lem na ten rok jest dalsza popu-  
laryzacja tego rozwiązania.

Wspomniana PZU iFlota EV,  
poza jej istotną rolę w obszarze  
ESG, jest też elementem, na któ-  
ry jako PKK stawiamy już  
od pewnego czasu. Mówię o two-  
rzeniu i dostarczaniu klientom  
PZU, poza szeroką ochroną  
ubezpieczeniową, dodatkowej  
wartości dodanej. Tą wartością  
jest wsparcie w zarządzaniu ry-  
zykiem i usługi, których celem  
jest ograniczanie ryzyka.

Zgodnie z tym w bieżącym ro-  
ku będziemy konsekwentnie re-  
alizować i rozwijać dwa flagowe  
programy dla klientów korpo-  
racyjnych, czyli wspomnianą już  
PZU iFlotę i Ryzyko PRO. W za-  
kresie Ryzyko PRO, które po-  
zwala na bieżące monitorowanie  
i zarządzanie ryzykami w zakła-  
dach przemysłowych, w tym ro-  
ku wprowadzimy na rynek nową,  
uproszczoną wersję systemu.  
Dzięki temu będziemy w stanie  
zaferować to rozwiązanie rów-  
nież klientom działającym  
w mniejszej skali aniżeli zakład-  
y, w których Ryzyko PRO aktual-  
nie wspiera zwiększanie bezpie-  
czeństwa.

**Mniejszym, czyli jakim?**

- Chcemy obniżyć próg wej-  
ścia do programu do poziomu  
ok. 60 tys. zł składki rocznej. Pro-  
gram nadal będzie finansowany  
z funduszu prewencyjnego PZU  
i dostępny dla klientów bez dod-  
atkowych kosztów. Tak jak w przy-  
padku pełnej wersji, będziemy się  
koncentrować na klientach dział-  
ających w tych branżach, które są

szczególnie narażone na szkody,  
czyli np. drewno, chemia, branża  
spożywcza.

Dzięki temu mamy nadzieję  
na jeszcze większą popularyza-  
cję rozwiązania. Uproszczona  
wersja będzie opierała się wy-  
łącznie na zastosowaniu czujni-  
ków IoT, które monitorują okre-  
ślone parametry na terenie za-  
kładu, np. temperaturę, ciśnie-  
nie, wilgotność.

**Czyli doskonalenie i populary-  
zacja sprawdzonych rozwiązań?**

- Jak najbardziej. W pełnej  
wersji systemu Ryzyko PRO  
funkcjonują dwie ścieżki: kontro-  
la może być wykonywana przez  
człowieka wyposażonego w ta-  
blet, kamerę termowizyjną i od-  
powiednio przygotowaną che-  
cklistę, a także przez czujniki.  
W uproszczonej wersji będzie  
dostępna tylko ścieżka związana  
z monitorowaniem przez czujni-  
ki. W 2023 r. planujemy dołą-  
czyć do programu co najmniej  
kilkudziesięciu klientów.

Jeśli zaś chodzi o PZU iFlotę,  
to stawiamy sobie dwa główne  
cele na ten rok. Z jednej strony  
oczywiście dążymy do dalszej  
popularyzacji tego rozwiązania  
i pozyskania nowych klientów,  
a z drugiej strony będziemy dale-  
j pracowali z klientami, którzy  
już są w programie. Chcemy, żeby  
to było narzędzie codziennej pracy  
fleet managerów, w którym  
na bieżąco sprawdzają, jakie są  
szkody spowodowane przez kie-  
rowców oraz jak można im za-  
radzić w przyszłości. Inwestycja  
w kształcenie takich nawyków  
przynosi najlepsze efekty.

**Stosujecie alerty o nowych  
szkodach?**

- Oczywiście, to zdecydowa-  
nie aktywizuje użytkowników.  
Ponadto jest to sygnał dla fleet  
managera, by sprawdzić w PZU  
iFlota rodzaj szkody i jej wyso-  
kość. Od momentu, kiedy wdro-  
żyliśmy taką funkcjonalność,  
aktywność użytkowników wyraź-  
nie wzrosła.

Sama ludzka ciekawość powo-  
duje, że menedżerowie logują się  
i sprawdzają, kto spowodował

szkodę i jakiej wysokości, a także  
jak w przyszłości można zmini-  
malizować określone ryzyko. Bo  
o to nam w tym wszystkim cho-  
dzi na koniec dnia - żeby zapo-  
biegać szkodom.

**Jakie nowości produktowe i pro-  
cesowe szykujecie w 2023 roku?**

- Na samym początku 2023 r.  
wprowadziliśmy na rynek nowy  
produkt - OC za szkody w śro-  
dowisku, czyli ubezpieczenie,  
które chroni przed roszczeniami  
stron trzecich związanymi z za-  
nieczyszczeniem środowiska  
przez klienta.

Do tej pory świadczyliśmy tę  
ochronę w ramach klauzul  
w ubezpieczeniu OC ogólnej. Te-  
mat jest jednak na tyle istotny, że  
postanowiliśmy stworzyć osobny  
produkt. Przed nami popularyza-  
cja tego rozwiązania oraz pierw-  
sze szkolenia z produktu w try-  
bie IDD przeznaczone dla bro-  
kerów ubezpieczeniowych.

Druga rzecz, nad którą nie-  
dawno zakończyliśmy prace, to  
zmiany ubezpieczenia OC prze-  
woźnika. Wprowadziliśmy wiele  
uproszczeń. Skróciliśmy też  
ścieżkę sprzedaży po to, żeby ten  
produkt był jeszcze bardziej  
atrakcyjny rynkowo.

Konsekwentnie wdrażamy  
również kolejne rozwiązania  
w celu dalszej optymalizacji pro-  
cesowo-narzędziowej. Już jakiś  
czas temu uruchomiliśmy pro-  
jekt digitalizacji procesów obsłu-  
gowych z naszymi kluczowymi  
partnerami w obszarze leas-  
ingów. W tym roku udostępnimy  
funkcjonalność umożliwiającą  
już pełną integrację i elektronicz-  
ną wymianę dokumentów.  
W dalszym etapie będziemy te  
rozwiązania rozwijać i populary-  
zować.

Dziękuję za rozmowę.

**Aleksandra E. Wysocka**

