Андеррайтер Тарифкин покосился на звонящий телефон и поморщился. Он не хотел брать трубку, в это время звонить ему должен был директор Энского филиала – Продавцов. Тарифкин знал, что речь опять пойдет о возможном участии филиала в страховании автопарка крупной местной компании «Энскснабтранспромсбытэнерго», и условия страхования по нему были далеко не идеальными. Дело осложнялось еще и тем, что участвовать в данном конкурсе намеревалась местная страховая компания «Демпинг-гарант».

Тарифкин в который уже раз за последнюю неделю уставился в материалы по данному объекту страхования, переданные филиалом, и вспомнил разговор на последнем совещании у директора департамента андеррайтинга – Давай Даваевича. Давай Даваевич много говорил о необходимости четкого соблюдения андеррайтерских стандартов, исключительной важности тарифной политики компании, о редких возможностях отступления от сложившейся андеррайтерской практики, о необходимости диверсификации страхового портфеля и проч. «Надо отказывать», – подумал Тарифкин и потянулся к телефону. Телефон, будто почувствовав что-то нехорошее, замолчал. «А ведь и правда уже неделя прошла», – Тарифкин смотрел на висящий на стене корпоративный календарь с изображениями идиллических картинок природы. «В отпуск бы сейчас, на море», – помечтал Тарифкин, взгляд его скользнул по календарю и уперся в фото генерального директора компании. Генеральный – Вперед Впередович – смотрел с него как-то недобро. «Да уж, с нашим ВВ отдохнешь! И сам отдыхает редко, и других отпускает с неохотой», – мысли об отпуске прошли.

Тарифкин вернулся к документам по «Энскснабтранспромсбытэнерго» и подумал: «Может, с Пашкой посоветоваться?». Пашка – Пал Палыч План-Продажин, его бывший

сокурсник по институту, а сейчас коллега – начальник отдела корпоративных продаж. Правда, в последнее время общение между ними свелось к минимуму, а позавчера вообще произошло странное: Тарифкин поздоровался, а План-Продажин буркнул что-то в ответ и мимо прошел. Может, не заметил или не расслышал? Странно.

«А кому, собственно, помешает этот хороший, по сути, договор? Может, разрешить Продавцову его заключение? – вихрем пронеслись мысли в голове у Тарифкина. – И автомобили не такие уж и старые, подумаешь – 8–10 лет, зато не угонят. И премия не самая маленькая – бывает и меньше, правда, оплата в 12 частей, ну что же – условия рынка».

Тут дверь в кабинет распахнулась и зашел Давай Даваевич: «Что с Энском?». «Работаем», – промямлил Тарифкин. «Ну-ну», – еле заметное раздражение в голосе Давай Даваевича сменили его удаляющиеся шаги, постепенно затихающие в коридоре.

И вдруг тишину кабинета прорезал телефонный звонок. «Энск!» – Тарифкин подскочил и схватил трубку. Голос Продавцова он узнал бы из тысячи: «Алло, это Энск. Что там с нашим автопарком?». Тарифкин вздохнул и ответил…

***

Как вы думаете – каким образом могла бы развиваться данная ситуация в реальности? А как была бы должна?

Не секрет, что цели и задачи андеррайтеров страховой компании часто противоречат целям и задачам продающих подразделений, в частности филиалов. Так же, как противоречат друг другу (и одновременно дополняют) стратегия и тактика, «физика» и «лирика», доходность за период деятельности и доходность отдельной сделки. Тем не менее, эффективное сотрудничество возможно – на основе выделения начальных точек (аксиом) взаимодействия, знания основных инструментов переговорного процесса и понимания возможностей их применения. Также необходимо учитывать в данном процессе и «тип личности» директора филиала, знание которого определенно поможет выстраиванию отношений.

Обсуждению данной темы посвящен семинар « Эффективное взаимодействие андеррайтера страховой компании с директором филиала – как ключевой фактор роста качественных продаж », на котором будут рассмотрены все основные аспекты данной тематики и даны ответы на интересующие вопросы.

Источник: www.wiki-ins.ru, 28.11.11