**Ekspansja i wdrożenia ws**parte innowacjami **technologicznymi
Unilink podsumowuje najważniejsze wydarzenia w intensywnym 2021 roku**

**Największy polski dystrybutor ubezpieczeń Unilink, ma za sobą wyjątkowo pracowity okres. Firma osiągnęła istotny pułap blisko tysiąca placówek w Polsce pod własnym logo, jak również sfinalizowała kolejne ważne przejęcie, tym razem lidera rynku rumuńskiego i mołdawskiego, kontynuując tym samym plan ekspansji na rynki Europy Środkowej i Wschodniej. Grupa Unilink jest już tym samym obecna na czterech rynkach naszego regionu: w Polsce, Rumunii, Bułgarii i Mołdawii. W ubiegłym roku rozwój grupy charakteryzował się również nawiązaniem ciekawych partnerstw biznesowych.**

Miniony rok upłynął Polakom na ciągłym dostosowywaniu się do zmieniającej się rzeczywistości. Nie inaczej wyglądały realia polskich przedsiębiorców niemal w każdym sektorze ich działalności. Firmy przystosowywały się do nowych potrzeb i oczekiwań konsumentów, jednocześnie rozbudowując wsparcie dla swoich obecnych partnerów i pracowników, w dobie pracy zdalnej i hybrydowej. Branża ubezpieczeniowa również sprawnie dostosowała się do wymagań nowej rzeczywistości, choć konieczność natychmiastowego przejścia na pracę zdalną i wirtualną obsługę klientów, ujawniła braki związane z technologiami cyfrowymi i zwiększyła wymagania w zakresie cyberbezpieczeństwa.

## Dynamiczny rok na plusie

W najbardziej istotnych kryteriach oceny działalności, czyli liczbie zawartych polis i wartości składki przypisanej, Unilink odnotował wzrosty. Warto zaznaczyć, że udało się to pomimo spadku cen w kategorii ubezpieczeń komunikacyjnych. Szczególnie dużą dynamiką wzrostu charakteryzowały się ubezpieczenia życiowe, które zanotowały 40% wzrost. Dzięki intensywnym działaniom ekspertów z zakresu ubezpieczeń korporacyjnych, Unilink odnotował również wzrost poziomu sprzedaży ubezpieczeń firmowych o 50% w stosunku do ubiegłego roku.

*Za nami pracowity rok, który stał pod znakiem strategicznych ekspansji zagranicznych oraz rozwoju naszej sieci Agentów w Polsce*. *Równie ważne było dla nas włączenie nowych towarzystw oraz poszerzenie oferty produktów ubezpieczeniowych, dzięki którym możemy jeszcze lepiej i bardziej kompleksowo odpowiadać na potrzeby Agentów i klientów. Wprowadziliśmy nowe rozwiązania technologiczne, a także nawiązaliśmy wiele perspektywicznych partnerstw. To był bardzo intensywny rok, bogaty w projekty i zmiany, które wpisywały się w naszą długofalową strategię, umacniały naszą pozycję na rynku i przygotowywały nas do dalszego rozwoju.*

 **– podsumowuje Aleksandra Friedel, członek Zarządu Unilink S.A.**

## Technologia w służbie Agenta

Jednym z najistotniejszych zmian dla Agentów, było wprowadzenie przez Unilink do użytku porównywarki ofert różnych Towarzystw Ubezpieczeniowych, zintegrowanej m.in. z systemem do zarządzania relacjami z klientem. Te implementacje, w połączeniu z bazą wiedzy i wewnętrznymi szkoleniami, z całą pewnością przyczyniły się do podwyższenia jakości obsługi oraz wyników sprzedażowych firmy.

Jednak narzędzia do porównywania ofert, zarządzania relacjami i automatyzacji części zadań to jedynie początek. Przy uzupełnianiu wachlarza rozwiązań usprawniających proces doboru najlepszej oferty, należy nieustannie pamiętać o potrzebach i obawach klientów i skupić się na polepszaniu jego doświadczeń. Między innymi z tego powodu, Agenci Unilink mogą od niedawna korzystać z autorskiego rozwiązania płatności terminalowych – UniPay. Rozwiązanie cieszy się popularnością wśród Agentów, z uwagi na bezpieczeństwo oraz automatyzację procesu płatności za polisę ubezpieczeniową. Płatność terminalowa oraz płatność BLIK, które oferuje UniPay, są idealnym rozwiązaniem w przypadku zdalnej sprzedaży polis, która w okolicznościach pandemicznych stała się powszechnie stosowana. Klienci zyskują łatwy i bezpieczny sposób opłacenia polisy. Ich pieniądze błyskawicznie trafiają do właściwego Towarzystwa Ubezpieczeniowego i ich ochrona zostaje aktywowana. Agenci z kolei korzystają na znacznie zredukowanym czasie potrzebnym do obsługi kwestii niezwiązanych z doradztwem, a także braku konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów transakcyjnych.

## Nowe oferty, czyli kręgosłup działalności dystrybutora

Klienci stojący przed wyborem właściwego ubezpieczenia, czy to obowiązkowego, czy też dobrowolnego, mogą być przytłoczeni ilością ofert dostępnych na rynku i brakiem możliwości ich porównania. Rolą dystrybutora jest ciągłe zapewnianie jak najszerszej oferty Agentom Ubezpieczeniowym, by z kolei oni mogli spełnić rolę doradczą, dbając o jak najlepsze zaadresowanie potrzeb swoich klientów. Za przykład tego typu działań może posłużyć dodanie do oferty Unilink komplementarnych ubezpieczeń zdrowotnych dystrybuowanych przez Laven, wyspecjalizowanych dotowanych ubezpieczeń upraw towarzystwa VH Polska, czy w końcu ubezpieczeń od strat finansowych związanych z utratą wartości pojazdu w czasie - GAP z oferty Defend Insurance, odpowiadających na potrzeby klientów biznesowych, już nie tylko wśród leasingobiorców.

*Kolejnym kluczowym obszarem rozwoju grupy Unilink było wprowadzenie na rynek polski cyfrowego ubezpieczyciela – marki Wefox, oferującego ubezpieczenia komunikacyjne i majątkowe. Połączyliśmy również siły z debiutującym nad Wisłą Trasti, korzystającym z licencji słoweńskiego Triglav, poszerzając tym samym ofertę w segmencie ubezpieczeń komunikacyjnych dla wszystkich partnerów i klientów. Z rodzimego rynku warto szczególnie podkreślić nawiązanie współpracy z TUW Pocztowym, za sprawą którego portfel opcji oferowanych klientowi poszerza się o kompleksowe rozwiązania, wyróżniające się dobrymi warunkami. Nie można zapominać o zmianie oferty produktowej w ramach PZU Życie, czy wdrożeniu ubezpieczeń rolnych w Ergo Hestia.*

 – **opowiada** **Karolina Drzewiecka, Dyrektor Departamentu Współpracy z Partnerami Strategicznymi w Unilink.**

Unilink wspólnie z towarzystwem SIGNAL IDUNA Polska i Szkolną Agencją Ubezpieczeniową (SAU), uruchomił projekt ubezpieczenia NNW dzieci i młodzieży o nazwie „Kocham To Dbam”. Przygotowana w ramach projektu oferta została wybrana przez rodziców za najlepszą z ofert ubezpieczeń szkolnych, czego dowiodło badanie przeprowadzone przez Instytut Mobile & Digital Marketing wśród rodziców kupujących szkolne ubezpieczenie NNW.

## Plany na przyszłość

Rok 2022 to plan dążenia do dalszego rozszerzenia działalności Grupy Unilink w Europie. Długoterminowa strategia obejmuje konsekwentne wspieranie partnerów firmy, m.in. poprzez rozbudowę narzędzi wspierających pracę Agentów, a także szeroko zakrojoną ogólnopolską kampanię reklamową. Spółka chce zwiększać swoją konkurencyjność poprzez wymianę doświadczeń i stosowanych rozwiązań wewnątrz całej Grupy, co pozwoli także wzmocnić pozycję na każdym z rynków, na których jest obecna. Niewykluczone są kolejne inwestycje, w tym akwizycje pozwalające na szybki wzrost. Nie mniej ważną składową utrzymania tak dynamicznego rozwoju w najbliższej przyszłości, szczególnie z uwzględnieniem obecnych realiów, będzie postępująca robotyzacja i automatyzacja powtarzalnych procesów operacyjnych.

\*\*\*

## O Unilink:

**Unilink S.A.** to wiodący dystrybutor ubezpieczeń w Europie Środkowo-Wschodniej. W swojej ofercie posiada produkty ponad 40 Towarzystw Ubezpieczeniowych, które oferuje za pośrednictwem blisko 1000 oznakowanych placówek partnerskich i sieci 14 000 Agentów. W portfolio produktów multiagencji znajdują się ubezpieczenia indywidualne, komunikacyjne (OC, AC i assistance), ubezpieczenia domów i mieszkań, turystyczne czy ubezpieczenia na życie i zdrowie oraz produkty dla biznesu – między innymi ubezpieczenia firm, OC zawodowe, ubezpieczenia floty, ubezpieczenia CARGO czy OC przewoźnika. Misją marki jest tworzenie trwałej przewagi konkurencyjnej dla Partnerów – Agentów oraz Towarzystw Ubezpieczeń, poprzez organizowanie i zarządzanie nowoczesną strukturą sprzedaży ubezpieczeń. Unilink jest oficjalnym sponsorem Polskiej Ligi Siatkówki, a także organizatorem Olimpiady Wiedzy Ubezpieczeniowej Agentów.

Więcej o Unilink na [www.unilink.pl](http://www.unilink.pl)**.**

## Kontakt dla mediów:

LoveBrands Relations, Biuro prasowe Unilink S.A.

E-mail: unilink@lovebrandsgroup.pl