

Commercial Union Lietuva

Įmonių socialinė atsakomybė – kas laimi?



Kristina Rekašienė

Vidinio komunikavimo specialistė

2007 gegužės 3 d.
Vilnius



“Commercial Union Lietuva” – jau šešti metai Lietuvoje

- “Commercial Union Lietuva” – tarp trijų didžiausių ilgalaikio taupymo paslaugų teikėjų Lietuvoje:
 - gyvybės draudimo ir pensijų fondų paslaugos
 - 160 000 klientų per 5-erius veiklos metus
 - 500 draudimo konsultantų tinklas visoje šalyje
- Penktaisiais veiklos metais pasiektas lūžio taškas ir pradėta **pelninga veikla**
- Valdomas turtas sudaro **187 mln. Lt.**
- Akcininkų investicijos į “Commercial Union Lietuva” – **44 mln. Lt.**
- Kartu su kitomis 10 Lietuvos įmonių ir verslo asociacijų inicijavome **Nacionalinio atsakingo verslo įmonių tinklo** steigimą Lietuvoje



“CU Lietuva” priklauso tarptautinei “Aviva” grupei

- **Penktas** didžiausias draudikas pasaulyje, **didžiausias** UK, vienas gyvybės draudimo ir pensijų fondų **lyderių** Europoje
- Aviva ištakos siekia daugiau nei **300 metų**
- Aviva veikia **30-yje** pasaulio šalių, turi **60 000 darbuotojų**
- Aviva visame pasaulyje turi **40 mln. klientų**
- Aviva – **28 pagal pajamas** bendrovė pasaulyje.
- Grupės valdomas turtas sudaro **1,9 mlrd. Lt.**
- BitC (Business in the Community) korporatyvinės atsakomybės indeksas - 2004 ir 2005 metais “Aviva” grupė – **Nr. 1** tarp visų pasaulio draudikų.
- DJSI (Dow Jones Sustainability Index) tvarumo indeksas – **vienintelis** Didžiosios Britanijos draudikas, kuriam suteikta atsakingo investavimo licencija.
- “Aviva” grupė – tarp **100 tvariausių** pasaulio bendrovių (Global 100 Most Sustainable Corporations).

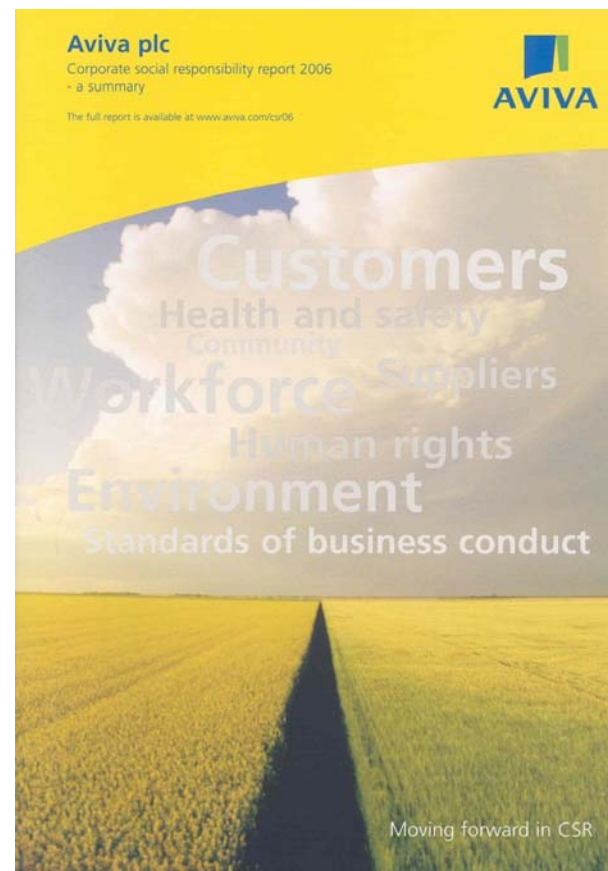




“CU Lietuva” socialinę verslo atsakomybę vykdo “Aviva” grupės mastu

Visas verslo ciklas ir verslo aplinka:

1. Verslo etikos standartai
2. Klientai
3. Žmogaus teisės
4. Darbuotojai
5. Sveikata ir saugumas
6. Tiekėjai
7. Bendruomenė
8. Aplinkosauga





1. Verslo etikos standartai

Siekiamo užtikrinti, kad mūsų veikla atitiktų etinius, profesinius ir teisinius standartus

- **Atsakingas ir etiškas požiūris į gyvybės draudimo produktų pardavimą:**
 - Privaloma laikytis konsultanto kodekso nuostatų. Kodekso tikslas – palaikyti aukštą paslaugų kokybę bei etiką;
 - Draudimo konsultantams draudžiama pateikti tendencingą informaciją apie konkurentus.
- **Formuojama nauja finansų patarėjo profesija ir nauja pardavimo kultūra:**
 - Investicijos į konsultantų mokymus;
 - Skatinama atsakomybė prieš klientą ir ilgalaikis ryšys su juo.
- **Aktyvus dalyvavimas kuriant ir įgyvendinant etikos standartus:**
 - Inicijuojame etikos kodekso gyvybės draudimo įmonėms patvirtinimą. Etikos kodeksu siekiama skaidrios, sąžiningos ir teisingos gyvybės draudimo veiklos plėtros;
 - Dalyvaujame teisės aktų kūrime, bendradarbiaudami su valstybinėmis ir privačiomis organizacijomis.

- **Skaidri informacija:**

- Investicinis draudimas – skaidri produkto struktūra;
- Sąžininga ir išsami informacija apie produktus;
- Nuolat atnaujinamas kliento vadovas.

- **Sąžiningas pardavimo procesas:**

- Siūlant gyvybės draudimo ir pensijų paslaugas draudžiama siūlyti bet kokią papildomą naudą;
- Draudimo konsultantams draudžiama įkalbinėti klientus nutraukti gyvybės draudimo sutartis, pasirašytas kitose gyvybės draudimo bendrovėse;
- Draudžiama pateikti nerealias investavimo prognozes;

- **Įsteigta pardavimų kokybės administravimo funkcija;**

- **Klientų lojalumo skatinimas**

Klientų išlaikymo rodiklis – 90 proc.

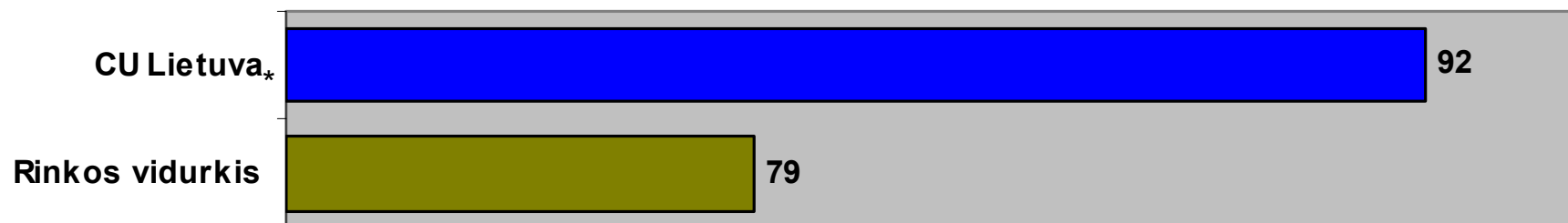


2. Klientai – kas laimi?



Anoniminė išorinės organizacijos vykdoma darbuotojų apklausa

Darbuotojų orientavimasis į kliento lūkesčius ir poreikius: 92 proc.
darbuotojų kliento interesus laiko svarbiausiu tikslu



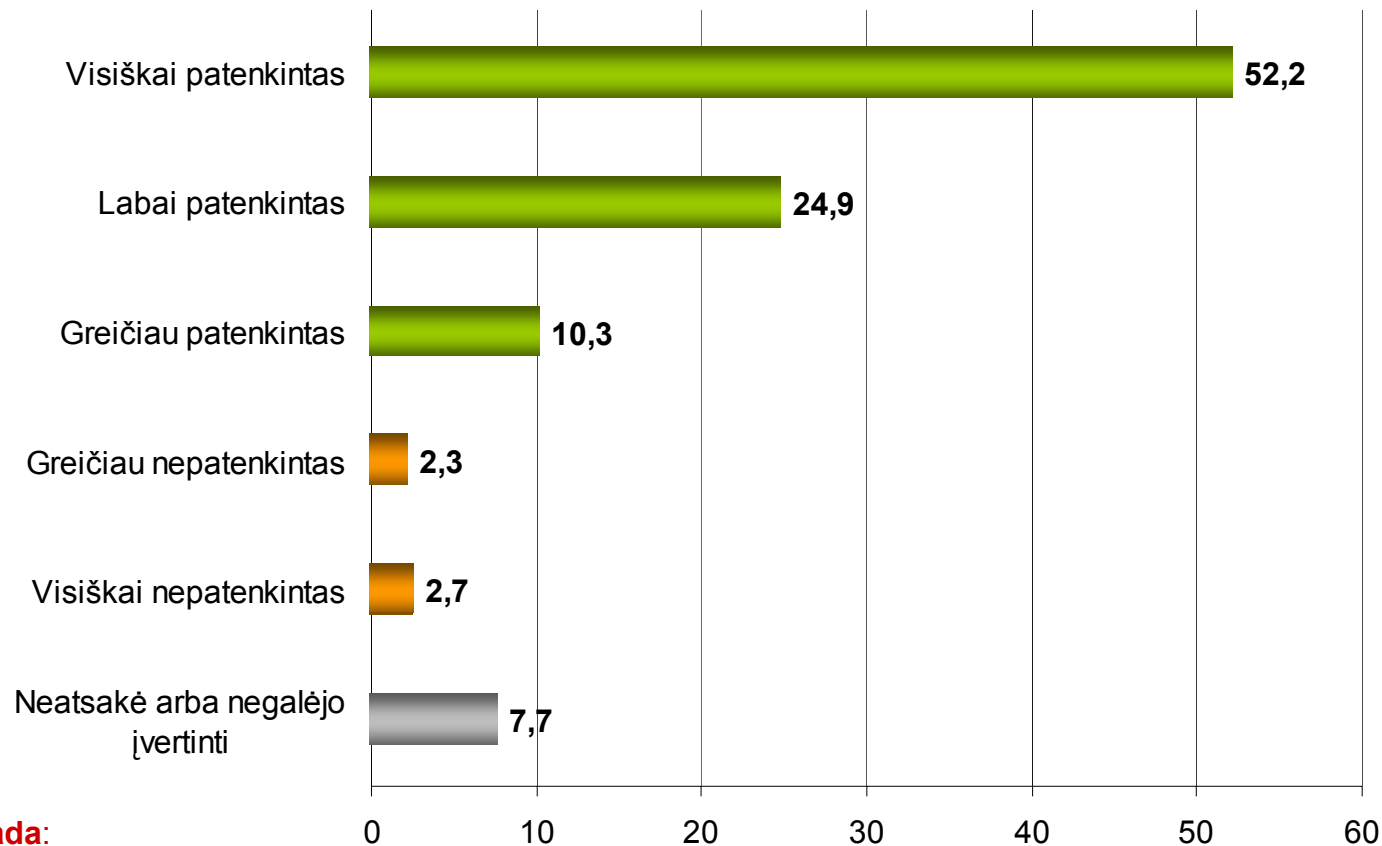
*Tarptautinis finansų įmonių vidurkis

<i>Darbuotojų atsakymai</i>	CU Lietuva	Rinkos vidurkis
<i>Prioritetą teikiame klientų poreikių supratimui</i>	100 proc.	85 proc.
<i>Nuolat siekiame gerinti kliento aptarnavimo kokybę</i>	98 proc.	82 proc.
<i>Didžiausias dėmesys – klientui</i>	92 proc.	67 proc.

2. Klientai – kas laimi?



Ar esate patenkintas (-a) bendrovės teikiamomis gyvybės draudimo paslaugomis?



Išvada:

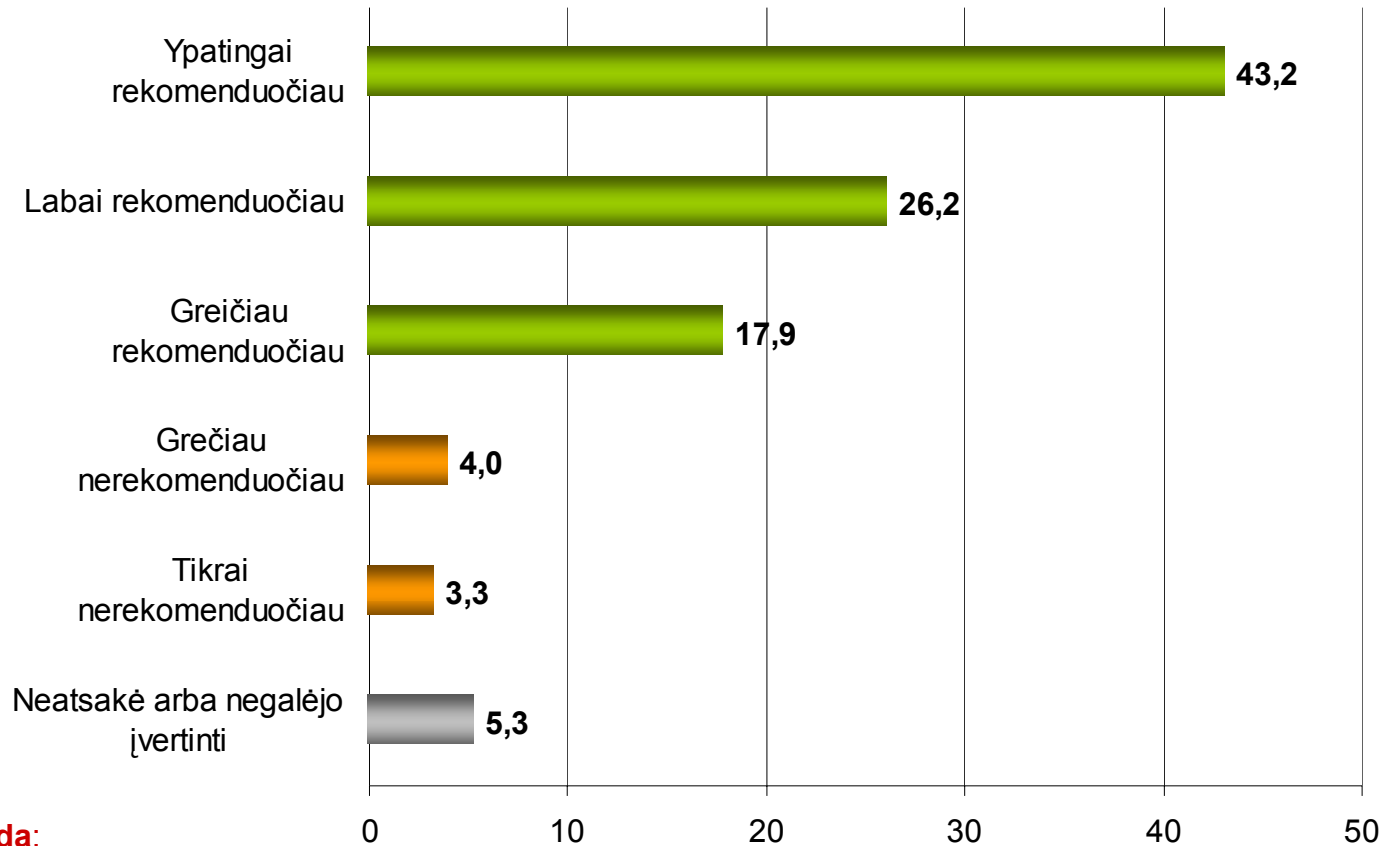
-Beveik **80 proc.** apklaustųjų yra visiškai ir labai patenkinti mūsų bendrovės teikiamomis gyvybės draudimo paslaugomis

-Dar daugiau nei **10 proc.** apklaustųjų labiau patenkinti nei nepatenkinti mūsų bendrovės teikiamomis gyvybės draudimo paslaugomis

2. Klientai – kas laimi?



Ar rekomenduotumėte CU paslaugas savo artimiesiems?



Išvada:

- Beveik **70 proc.** apklaustųjų ypatingai ir labai rekomenduotų mūsų bendrovės teikiamas gyvybės draudimo paslaugas savo šeimos nariams ir draugams;
- Dar beveik **18 proc.** apklaustųjų būtų labiau linkę rekomenduoti mūsų bendrovę, nei atvirkščiai.

- **Atskirties mažinimui daugiakalbė komunikacija:**
 - Įmonės viduje naudojamos 4 kalbos;
 - Informacija klientams – keliomis kalbomis.
- **Nėra diskriminacijos (tautiniu, tikėjimo, lyties ir kt. atžvilgiais).**

4. Darbuotojai

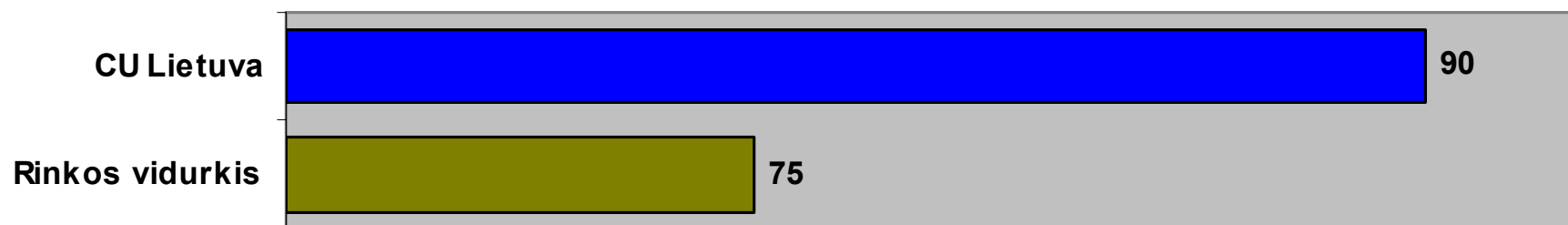
- Objektivus metinis darbuotojų įvertinimas. (Draudimo konsultantų atlyginimas – pagal pasiektus pardavimų rezultatus).
- Renginiai, išsilavinimo skatinimas.
- Geros darbo aplinkos ir atmosferos užtikrinimas (streso mažinimas, darbo laiko lankstumas).
- Skatinamas sveikas ir aktyvus gyvenimo būdas – užsiėmimas sportu (“Commercial Union Lietuva” krepšinio komanda).
- Asmeninės socialinės atsakomybės skatinimas – finansine, laiko ir kūrybos prasme (parama vaikų namams, pagalba sunkia liga sergančiam vaikui).



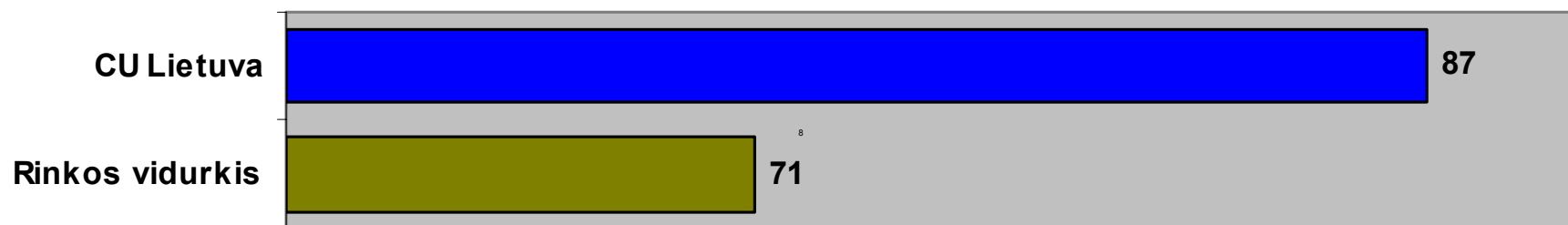
4. Darbuotojai – *kas laimi?*

Anoniminė išorinės organizacijos vykdoma darbuotojų apklausa

90 proc. darbuotojų didžiuojasi dirbantys “CU Lietuva”



87 proc. darbuotojų rekomendotų “CU Lietuva” kaip gerą darbdavį

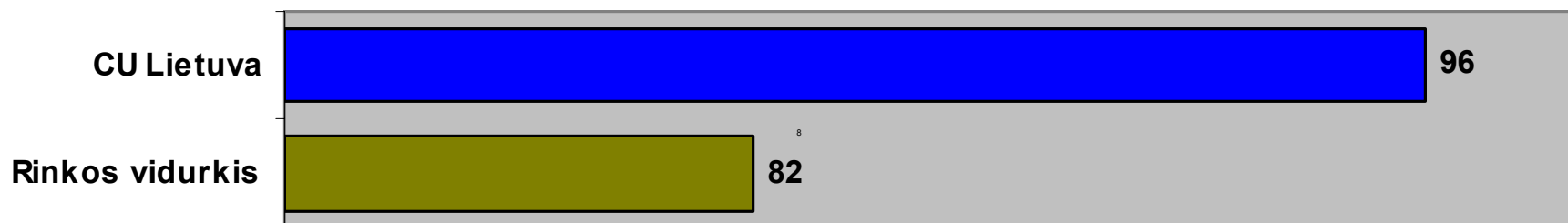




4. Darbuotojai – *kas laimi?*

Anoniminė išorinės organizacijos vykdoma darbuotojų apklausa

96 proc. darbuotojų tapatina save su įmone: asmeniškai nusiteikę prisidėti prie įmonės tikslų



- 100 proc. darbuotojų “CU Lietuva” laiko socialiai atsakinga bendrove
- 98 proc. darbuotojų teigia, kad “CU Lietuva” veikia atsakingai aplinkos atžvilgiu

4. Darbuotojai – *kas laimi?*

- Patenkintas darbuotojas = patenkintos visos suinteresuotos grupės;
- Tikslas – būti bendrove, kurioje perspektyvūs darbuotojai norėtų daryti karjerą;
- Darbuotojai yra atsakingi už įmonės prestižą;
- Darbuotojų įtraukimas į socialiai atsakingo verslo kūrimo procesą didina jų produktyvumą, komandinę dvasią, lojalumą, motyvaciją.



- **Mūsų produktų socialinis aspektas:**
 - Produktai skatina rūpintis savo sveikata, savo ir savo artimųjų ateitimi, vaikų materialine gerove ir išsilavinimu, sprendžia socialines problemas nelaimių ir traumų atvejais;
 - Socialinių garantijų įmonių darbuotojams skatinimas – naujas produktas darbdaviams “Atlygis Plus”.
- **Indėlis į visuomenės sveikatos profilaktiką:**
 - Nemokamas profilaktinis klientų sveikatos patikrinimas (per metus – apie 1200 žmonių);
 - Nuolaidos klientams gydymo įstaigose.
- **Parama projektams, skatinantiems sveiką gyvenimą:**
 - “Snaigės žygiai”;
 - Pasaulio fitneso čempionatas;
 - Neremiami projektai, susiję su rizikinga žmogaus sveikatai veikla.

- Konkurso būdu atrenkami pačią geriausią reputaciją turintys bei kiek įmanoma socialinės atsakomybės principų besilaikantys tiekėjai.
- Teikiama pirmenybė baldų bei biuro įrangos tiekėjams, kurių produktai atitinka ISO 9001 standartus.
- Kasmet vykdoma tiekėjų peržiūra.
- Visiems tiekėjams taikomi vienodi 14 dienų atsiskaitymo terminai.

7. Bendruomenė

- **Indėlis į ekonominę šalies raidą ir pertvarką**
 - Nuolatinis Laisvosios rinkos instituto rėmimas;
 - “Ekonomikos terminų žodyno” rėmimas.
- **Kultūriniai renginiai**
 - Koncertų rėmimas, miestų dienų rėmimas; fotografijų parodos rengimas.
- **Sportas**
 - Pasaulinis fitneso čempionatas;
 - “Snaigės žygiai”;
 - Krepšinio rungtynių, sporto mokyklų rėmimas, vaikų vasaros sporto stovyklų rėmimas.



- **Vaikų kūrybiškumo ugdymas**

- Vaikų dienos;
- Piešinių konkursų organizavimas;
- “Almos Adamkienės Fondo ir Tele2 verslo mokykla”;
- M. Rostropovičiaus fondo jaunųjų talentų rėmimas.



- **Vaikų globos namų rėmimas nuo 2001 metų**

- Kalėdiniai atvirukai, dovanos, darbuotojų surinktos aukos;
- Šventiniai renginiai vaikų namuose Kalėdų, naujų mokslo metų proga.

- **Kiti paramos projektai**

- TV akcijų rėmimas (LNK “Gerumo dienos”, “Metų šviesuolio” rėmimas, parama “Bėdų turgui”);
- Gedimino prospekto atsodinimas liepaitėmis – projektui skirta 100 000 litų;
- Kraujo donorystės akcija;
- Talka Kuršių Nerijoje dvejus metus iš eilės.

- **Išteklių naudojimas:**
 - Informacija apie popieriaus, plastiko ir kuro sunaudojimą renkama ir analizuojama;
 - Renkama makulatūra perdirbimui;
 - Naudojami mažai elektros energijos naudojantys skystųjų kristalų monitoriai;
 - Taupant popierių darbuotojai skatinami naudotis kompiuterinėmis programomis informacijai perduoti.
- **2006 m. pradėtas aplinkosauginis projektas “Pagalba gaisro nuniokotai Smiltynei”**
 - Darbuotojams sudaryta galimybė 2 proc. GPM pervesti KN Nacionaliniam parkui;
 - Talka pamaryje 2006 m. rudenį;
 - Talka – medelių atsodinimas 2007 m. pavasarį.

Kodėl laimi įmonė?

- **Atsakingas požiūris į verslą vaidina pagrindinę rolę laimint pasitikėjimą ir kuriant sėkmingą, patvarų, ilgalaikį verslą.**
- **Socialinė verslo atsakomybė – tai kelias, kuriuo kuriame verslą. Tai verslo šerdis.**
- **Mūsų tikslas – būti patikimiausiu finansinių paslaugų teikėju. Atsakingas ir ilgalaikis požiūris į verslą – priemonė tai pasiekti**

