

UDK: 328.065.368.032.7:396.2:339.13.027:396.1:65.012.4

**Ana V. Vodinelić, MA<sup>1</sup>**

PRIKAZ INOSTRANOG ČLANKA

## **„LOJD“ OBUČAVA VIŠE ŽENA ZA RUKOVODIOCE**

Osiguravač „Lojd“ raspisao je u oktobru konkurs za šestomesečnu obuku za zaposlene žene koje žele da napreduju i zauzmu rukovodeće funkcije u toj firmi.

Opis buduće liderke je:

1. Kandidatkinja stalno donosi odlične rezultate na poslu i raste joj ugled u timu.
2. Pokazuje znanje i interesovanje za nekoliko osiguravajućih oblasti i sposobnost da se prilagodi novim oblastima radnih zadataka.
3. Trenutno nije rukovodilac nego je na jednom od srednjih nivoa u hijerarhiji firme s izraženim potencijalom za rukovodioca u sledećem pozicioniranju ljudskih resursa u „Lojdu“.

Cilj obuke je da se poveća broj žena seniora na vodećim pozicijama kako bi se više koristio njihov strukovni i stručni potencijal u osiguranju nego dosad. To će ujedno doprineti boljem balansu polova na odlučujućim položajima na svim nivoima korporativne hijerarhije.

Jedan od uslova da žena bude uvrščena među kandidate za budućeg rukovodioca jeste to da je u prethodnom radu pokazala menadžerske veštine.

Obuka je namenjena za 15 žena u prodaji osiguranja „Lojd“ i započela je u januaru 2020. Među polaznicama je deset agenata prodaje osiguranja i pet žena iz administracije. Svaka žena moći će odabrati vrste osiguravajuće delatnosti u kojim želi da se usavršava uz podršku mentora. Omogućeno joj je i da se edukuje pomoću kibernetičkih i tehnoloških dostignuća kako bi stala na noge za svoju buduću radnu biografiju na liderskim prodajnim i korporativnim radnim mestima u firmi.

Za kandidovanje je uslov da zaposleni koji predlaže kolegkinicu za tu obuku već poseduje liderske bonuse, a svaka kandidatkinja treba da obezbedi sponzora koji će finansijski pomoći njenu obuku, kao i da ima mentora koji će predložiti još neku kandidatkinju za obuku za buduće rukovodeće funkcije iz neke druge poslovne jedinice. Na taj način se u prvom redu valorizuje rezultat određene žene koji je timski ocenjen njenim minulim radom kao dobro tlo za napredovanje u poslu.

Za informacije o uslovima za kandidaturu i obuci osiguravač je odabrao kolegu Marka Rivera. On je selektor talenata za napredovanje u radu u HR u „Lojdu“.

### **Izvor**

- <https://www.lloyds.com/news-and-risk-insight/news/lloyds-news/2019/09/request-for-nominations-developing-future-female-leaders-in-the-lloyds-insurance-market>

---

<sup>1</sup> Autor je specijalista za informisanje u Centru za korporativni marketing i brigu o klijentima, Kompanija „Dunav osiguranje“ a.d.o.

## **BROKERSKA KUĆA „SIMPLY BUSINESS“ ZAPOČELA S NAJVEĆIM POKUŠAJEM UVOĐENJA ČETVORODNEVNE RADNE NEDELJE U UK**

„Simply Business“ kol centar je sa svojih 5.000 zaposlenih najveća kompanija u UK koja počinje s uvođenjem četvorodnevne radne nedelje, s ciljem da poboljša ravnotežu između poslovnog i privatnog života svojih zaposlenih. Prateći primer novozelandskog kartela „Perpetual Guardian“, radnu nedelju od 37,5 sati smanjili su na 30 sati. „Perpetual Guardian“ je prošle nedelje objavio da 24 odsto više zaposlenih oseća da lakše uspostavlja ravnotežu između privatnog i poslovnog života, a osnivač Endru Barns izjavio je da svi dokazi pokazuju da produktivnost u tom slučaju ima dve mogućnosti: da stagnira ili raste. Pošto je radna nedelja smanjena za jedan dan, produktivnost po danu porasla je za 20 odsto. Debora Holand, generalna direktorka „Simply Business“-a, kaže da tehnologija i unapređenje poslovnih procesa omogućavaju toj kući veću efikasnost. Testirajući produktivnost, zadovoljstvo klijenata i dobrobit i angažovanost zaposlenih, u toj kući veruju da kraća radna nedelja može biti efikasnija za njihovo poslovanje.

*(Izvor: Broker Simply Business Launches Largest UK Four-day Week Trial, Insurance Post, jun 2019, str. 55)*

## **„HORWICH FAMILY“ DRUŠTVO ZA PRAVO OSIGURANJA POKREĆE SVOJU ŽENSKU MREŽU**

Kuća „Horwich family“, koja se specijalizuje za pravo osiguranja, pokrenula je projekat ženske mreže na događaju nazvanom „Inspirisati žene“, održanom na Međunarodni dan žena, 8. marta 2019. godine. Mreža ima za cilj da ohrabri sve zaposlene žene da preuzmu veći broj menadžerskih pozicija u firmi. Vođa te inicijative Nikola Kričli kaže da je osnovni cilj te nove grupe da pruži podršku, da savete o karijeri i obuci te da podstakne i druge inicijative koje promovišu inkluziju za sve. Ovlašćeni institut osiguranja plasirao je na tržište digitalni vodič koji pomaže ženama da preuzmu kontrolu nad svojim finansijama, nakon istraživanja PwC-a koje govori da samo 30 posto žena smatra da im upravljanje sopstvenim finansijama daje osećaj kontrole nad sopstvenim životom. U blogu povodom međunarodnog dana žena, Amanda Blank, predsednica Udruženja britanskih osiguravača i generalna direktorka kuće „Zurich EMEA“, napisala je da je potrebno učiti od politika kojima se unapređuje ravnopravnost polova i koristiti te politike kako bi se rešila pitanja jednakosti u svim drugim sferama, uključujući osobe sa invaliditetom, etničku pripadnost i seksualnu opredeljenost. Dodala je da je napredak uočljiv, ali daleko od zadovoljavajućeg, dok se ne postigne to da polna jednakost u biznisu bude pravilo a ne izuzetak.

*(Izvor: Insurance Lawfirm Horwich Family Launches Its Network for Women, Insurance Post, april 2019, str. 55)*

SVEŽE SA FEJSBUKA

## **RAD U MODERNOJ OSIGURAVAJUĆOJ KUĆI**

U aprilu 2019. godine, osiguravajuća kuća „Covea Insurance“, zajedno sa Akademijom „Trinity“ iz Halifaksa, pokrenula je inicijativu za upoznavanje studenata s različitim mogućnostima zaposlenja u osiguravajućoj delatnosti. Studenti su obišli lokalnu kancelariju te kompanije i imali mogućnost da iz prve ruke vide kako izgleda rad u modernoj osiguravajućoj kući.

*(Izvor: Fresh from Facebook, Insurance Post, maj 2019, str. 78)*

## **DOBROTVORNI BAL**

Dobrotvorna fondacija delatnosti osiguranja prikupila je 125.000 funti na svom godišnjem Dobrotvornom balu koji pokazuje posvećenost osiguravajućih kuća da utiču na pozitivne promene u lokalnoj zajednici. Ta sredstva biće usmerena u fondove za podršku unapređenju obrazovanja i društvene pokretljivosti.

*(Izvor: Fresh from Facebook, Insurance Post, jul 2019, str. 60)*

*Prevela i priredila: **Bojana Papović, dipl. filolog***

## **SUZBIJANJE PREVARA I ZLOUPOTREBA U OSIGURANJU NE SME BITI PREPUŠTENO IMPROVIZIRANIM REŠENJIMA**

Uprkos činjenici da predstavljaju pojavu starijeg datuma, prevare u osiguranju se ipak ubrajaju u savremeni fenomen u osiguranju, iz dva razloga: zbog njihove kontinuirane uzlazne tendencije, gotovo proporcionalne s razvojem pojedinog osiguravajućeg društva, te zbog njihove sve „sophisticiranije“ pojavnosti.

Najčešće prevare u osiguranju su:

- sklapanjem ugovora za isti predmet osiguranja sa više osiguravača, i prećutkivanjem te činjenice
- sklapanjem ugovora za isti predmet osiguranja ali na različite osobe
- sklapanjem ugovora pružanjem netačnih (lažnih ili izmišljenih) podataka ili neverodostojne (krivotvorene) dokumentacije
- sklapanjem ugovora za već uništen (delimično ili totalno) ili izmišljen predmet osiguranja
- simuliranjem nasilnog otvaranja (razvaljivanja) predmeta osiguranja
- prijavom šteta na veće količine robe od one stvarno uništene, oštećene ili otuđene
- odgovarajućim „datiranjem“ štetnog događaja

- korišćenjem istog oštećenog predmeta osiguranja u više slučajeva
- korišćenjem istih fotografija oštećenja za više slučajeva
- korišćenjem neverodostojnih (krivotvorenih) isprava: računa popravke, medicinske „dokumentacije“, izjava „svedoka“
- neprijavlivanjem osiguravaču pronalaženja prethodno otuđenog predmeta osiguranja
- prijavom provalnih krađa u prostorima iz kojih su prethodno voljom vlasnika iznete stvari.

Autor teksta je **Berislav Matijević**, diplomirani inženjer,  
Hrvatska udruga za pravo osiguranja (HUPO – AIDA)  
(Izvor: Svet osiguranja, broj 12, decembar 2019, strana 62.)

## DODATNA ZAŠTITA KUĆNIH LJUBIMACA U ENGLESKOJ

Vlasnici kućnih ljubimaca u Engleskoj dobili su šansu da preko firme „Klif“ postanu članovi baze podataka o kućnim ljubimcima „Keš pet“. Reč je o prvoj internacionalnoj centralizovanoj banci podataka o kućnim ljubimcima. Ta baza klijentima pruža mogućnost da na osnovu podataka i medicinske dokumentacije koju poseduju o svojim ljubimcima nalaze za njih najbolje vrste osiguranja, medicinske usluge, i ujedno klijente štiti od sve učestalijih prevara u osiguranju omiljenih životinja.

Praksa je pokazala da je nekolicina osiguravača opipala plodno tlo među ljubiteljima kućnih ljubimaca da im ponudi polise koje su bile primamljive, ali bez obuhvaćenih rizika koji bi u slučaju štetnih događaja pružili adekvatnu odštetu jer osigurani pri ugovaranju osiguranja nisu raspolagali dovoljnim brojem podataka.

„Keš pet“ otvara jedinstven fajl za svakog klijenta i njegove potrebe za zaštitom svog kućnog ljubimca u svim oblastima pa i osiguranju, a ujedno ih temeljno informiše o njihovim pravima i obavezama kao vlasnicima životinja koje zaslužuju najbolju negu i životne uslove.

(Izvor: Časopis *Insurance Post*, avgust 2019, strana 48.)

## „ALIJANC“ MEĐU NAJUSPEŠNIJIM LIDERIMA U OSIGURANJU

„Alijanc grupa“, koja je među vodećim svetskim kompanijama u oblasti osiguranja, posluje sa preko 92 miliona klijenata u svetu. „Alijanc“ se bavi imovinskim osiguranjima fizičkih i pravnih lica, životnim i zdravstvenim osiguranjima, kreditnim polisama, kao i učešćem u velikim međunarodnim tokovima biznisa.

Reč je o osiguravaču koji je veliki investitor u zdravstveni sistem, koji unapređuje sa 764 milijarde evra svake godine.

PIMCO i „Alijanc Global“ investitori kao deo tog osiguravača upravljaju sa više od 1,6 milijardi evra godišnje. Zahvaljujući sistemskim integracijama u razvoj ekologije i socijalnih dažbina, „Alijanc“ se izborio za vodeću poziciju među osiguravačima na takozvanom Dow Jones Indeksu, kojim se rangira poslovni uticaj.

U 2018. preko 142.000 zaposlenih u više od 80 država ugovorilo je osiguranja u vrednosti od 132 milijarde evra i za osiguravača ostvarilo profit od 11,5 milijardi evra. Za 2019. godinu očekuju se još bolji rezultati.

(Izvor: <https://www.allianz.com/en/press/news.html>)

## **„ALIJANCOVA“ GLOBALNA DIGITALNA FABRIKA OSIGURANJA**

„Globalna digitalna fabrika osiguranja“ adresa je za produkciju ideja i poslovnih procesa koje osiguravaču „Alijancu“ odnosno njegovim klijentima omogućavaju usluge po kriterijumima digitalne ere. Zato nije reč o oltajmer tipu fabrike s mašinama, isparenjima iz dimnjaka i pokretnim trakama za tek proizvedenu robu, nego o kancelarijama sa laptopovima, video-pozivima i kompjuterskim displejima gde se jednim dodiranjem prsta na tastaturi zaposleni povezuju s poslovnim partnerima i klijentima i na najudaljenijim tačkama na planeti.

„Alijanc“ je otišao korak dalje ka digitalnom svetonazoru u svojim kancelarijama na istočnoj železničkoj stanici u Minhenu, koje na prvi pogled ne odaju poslovnu adresu. Opremljene su enterijerom koji odiše udobnošću, s radnim pločama koje se podešavaju po potrebi, jastucima u komfornim stolicama-foteljama, svetlim bojama zidova i robotom Džordžom, koji dolazi da svakom klijentu poželi dobar dan, a i doprati ga do zaposlenog sa kojim ima ugovoren sastanak.

„Globalna digitalna fabrika osiguranja“ predlaže poslovni ambijent u kojem se klijenti i zaposleni u „Alijancu“ osećaju komotno kao da časkaju a ne pregovaraju, pa veći psihološki ugođaj doprinosi i da se najsloženije situacije poput dogovora o osiguravajućim odštetama za npr. automobilske nesreće lakše dogovaraju.

(Izvor: <https://www.allianz.com/en/press/extra/digitalization/170406-global-digital-factory-where-customer-is-king.html>)

*Prevela i priredila: Ana Vodinec, MA*