



**TOYOTA**

INSURANCE  
MANAGEMENT

ALWAYS A  
**BETTER WAY**

## **Polski oddział Toyota Insurance Management rośnie w siłę**

**Toyota Insurance Management – ubezpieczeniowa spółka grupy Toyota Financial Services, może zaliczyć rok 2019 w Polsce do bardzo udanych. Firma osiągnęła przyrost w zebranej składce na poziomie ok. 16% rok do roku. Jeśli chodzi o liczbę sprzedanych ubezpieczeń, wzrost wyniósł ok. 10% względem roku poprzedniego.**

Toyota Insurance Management (TIM) to spółka reprezentująca centrum kompetencji ubezpieczeniowych koncernu Toyota Motor Corporation. Firma jest częścią MS&AD Holding Japan - siódmego największego ubezpieczyciela na świecie, który na rynkach europejskich funkcjonuje pod nazwą Aioi Nissay Dowa Europe.

- *Na polskim rynku Toyota Insurance Management działa stosunkowo od niedawna. Nasze produkty sprzedajemy od niespełna czterech lat. Pomimo szeregu prac, jakie musieliśmy wykonać w związku z wejściem w życie unijnej dyrektywy IDD, jak również zmian prawnych w modelu dystrybucji, które zobowiązani zostaliśmy wdrożyć, nasza dotychczasowa realizacja sprzedaży oraz wskaźnik penetracji w sieci Toyoty i Lexusa w Polsce, są na wysokim poziomie – mówi **Adam Wandachowicz**, General Manager Toyota Insurance Management.*

- *Staramy się, aby nie tylko przypis oraz liczba polis osiągały satysfakcjonujący poziom, ale również walczyliśmy o to, żeby wynik techniczny był pozytywny. Jest to niezwykle istotne, po części dlatego, że reasekurujemy portfele sprzedanych produktów ubezpieczeniowych i wspólnie z partnerami lokalnymi znajdujemy najlepsze rozwiązania dla klientów i dealerów sieci sprzedaży - dodaje.*

Sukcesem firmy w ostatnim czasie było zbudowanie lojalności klientów wobec sieci sprzedaży Toyota.

-*Wiemy już, że klienci, którzy skorzystali z wypłaty odszkodowań z naszych produktów, w 70% częścię podejmują decyzję o ponownym zakupie nowego samochodu marki Toyota – mówi **Adam Wandachowicz**.*

Obecnie już wszyscy dealerzy Toyoty i Lexusa w Polsce współpracują z Toyota Insurance Management w ramach oferowanych produktów.

- *Porównując sytuację makroekonomiczną naszego kraju i dynamiczny wzrost PKB na przestrzeni ostatnich 10 lat, jak również biorąc pod uwagę fakt, jaką ilość ubezpieczeń firmy sprzedały w każdym z segmentów, widzimy ogromny potencjał tego rynku w przyszłości. Udział biznesu ubezpieczeniowego w PKB całego kraju to niespełna 3% - jest to mniej niż średnia europejska, dlatego uważam, że branża ta jest nadal niezwykle chłonna i przyszłościowa. Jest jeszcze sporo miejsca, które można zapełnić różnego rodzaju nowymi produktami. Na tym właśnie chcemy się skupić w 2020 roku – mówi **Adam Wandachowicz**.*

Dużym globalnym wyzwaniem jakie stawia przed sobą TIM, jest dostosowanie swojej oferty do przyszłej transformacji biznesu Toyota Financial Services, takich jak projekt Mobility. W ramach tego przedsięwzięcia, cała grupa Toyoty oprócz produkowania samochodów, ich finansowania i ubezpieczenia, chce być marką zapewniającą szerokorozumianą mobilność swoim klientom. Dlatego już teraz, Toyota Insurance Management musi zmierzyć się z wyzwaniem zbudowania nowoczesnej



oferty ubezpieczeń, która będzie odpowiednia dla różnego rodzaju innowacyjnych rozwiązań przygotowywanych przez koncern.

*- Globalny projekt Mobility będzie wielką rewolucją w podejściu do motoryzacji, ale dla nas, jako podmiotu związanego z ubezpieczeniami, jest to także ogromne wyzwanie. Musimy dostosować nasze produkty ubezpieczeniowe do nowatorskich rozwiązań, jakie planowane są przez naszego japońskiego właściciela – mówi **Adam Wandachowicz**.*

W 2020 roku, Toyota Insurance Management planuje także uruchomienie europejskiego programu przedłużonej gwarancji na samochody nowe i używane Toyoty i Lexusa. Zarządzenie naprawą będzie się odbywało w centralnym systemie gwarancyjnym Toyota Motor Europe. Klienci otrzymają w ten sposób gwarancję naprawy awarii, niezależnie od tego, kiedy i gdzie ona wystąpiła. Celem takiego podejścia do klienta jest pewność, że to właśnie samochody marki Toyota są najbardziej niezawodne, a Autoryzowane Stacje Obsługi są jedynym miejscem, w którym właściciel Toyoty otrzyma profesjonalną pomoc i z którego bez wahania powinien korzystać, niezależnie od wieku pojazdu.

TIM w dalszym ciągu zamierza jak najlepiej wspierać rozwiązania, które dostarczane są w różnych programach Toyoty, a także postawi na dynamiczny rozwój produktów dodatkowych. Firma skupi się m.in. na dostarczeniu zabezpieczeń ochrony prawnej, zabezpieczenia pojazdów w przypadku szkód całkowitych, ubezpieczenia na wypadek bankructwa oraz rozbudowaniu ubezpieczeń na życie.

*- Na przestrzeni najbliższych lat chcemy zaoferować również dodatkowe ubezpieczenia na życie dołączane np. do finansowania samochodu. Dzięki takiemu rozwiązaniu klienci będą mieli możliwość rozliczenia składki w ramach jednej raty, stanowiącej koszt prowadzenia działalności. Ponadto otrzymają od nas gwarancję wypłacalności – mówi **Adam Wandachowicz**.*

Równie ważnym projektem, który TIM chce zrealizować na polskim rynku, jest stworzenie marketu ubezpieczeniowego, który będzie rozszerzał ofertę bankowości elektronicznej Toyota Bank Polska. Dzięki temu klienci Banku, oprócz produktów kredytowych i depozytowych, otrzymają w tym samym miejscu także komplementarną ofertę ubezpieczeń na życie.

*- Branża ubezpieczeniowa przez wiele miesięcy skupiona była na dostosowaniu modeli operacyjnych oraz wdrażaniu nowego porządku regulacyjnego, tymczasem już od teraz rynek ubezpieczeń czeka wiele nowych wyzwań produktowych. Jednym z nich będzie zbudowanie optymalnej oferty ubezpieczeniowej, związanej z cyber-ryzykiem, czyli z coraz popularniejszym zjawiskiem naszych czasów. Przykładowo, już teraz każdy z naszych dealerów stanowi dużą, niezależną organizację i tak samo jak większe przedsiębiorstwa jest na takie ryzyko realnie narażony. W tym przypadku do zbudowania jest cały portfel produktowy. Najtrudniejszą kwestią jest jednak kwotacja takiego ryzyka, ponieważ mało kto wie, jakie szkody będą zgłaszane w przyszłości, jak oszacować ich skalę, z jaką ilością ataków będziemy mieli do czynienia, czy sytuacje te będą generowały straty, które będzie można udowodnić, itd. Jest wiele trudnych pytań i z pewnością odpowiedź na nie będzie ciekawym wyzwaniem, przed jakim stoi teraz cała branża ubezpieczeniowa – dodaje **Adam Wandachowicz**, General Manager Toyota Insurance Management.*



**Informacja o firmie:**

Toyota Insurance Management (TIM) to firma z grupy Toyota Motor Corporation, która reprezentuje centrum kompetencji ubezpieczeniowych Toyoty we wszystkich krajach, w których swoją działalność prowadzi koncern. TIM dostarcza produkty ubezpieczeniowe najczęściej w ramach współpracy z Toyota Financial Services (TFS), ale również tworzy bezpośrednie kanały dystrybucji ubezpieczeń poprzez sieci sprzedaży Toyoty i Lexusa.

Oddział Toyota Insurance Management SE Spółka Europejska, powstał w 2015 roku. Głównym zadaniem firmy jest opracowywanie kompleksowych produktów ubezpieczeniowych dla klientów Toyoty i Lexusa..

Kontakt prasowy:

Maciej Sitarski

[maciej.sitarski@multian.pl](mailto:maciej.sitarski@multian.pl)

+48.511.414.178