

## BÁO CÁO CỦA TỔNG GIÁM ĐỐC

*Song song với chiến lược bán lẻ, công tác xây dựng và quảng bá phát triển thương hiệu BIC cũng đã có những bước tiến quan trọng. Thương hiệu BIC gắn với các thông điệp xã hội, an toàn giao thông... trở nên quen thuộc với một bộ phận người dân và tạo thiện cảm cho công chúng.*

*Kính thưa Quý vị,*

Có thể nói, những mục tiêu kinh doanh đặt ra đầu năm 2012 đã trở nên vô cùng thách thức đối với BIC trong điều kiện nền kinh tế diễn biến xấu hơn nhiều so với các dự báo trước đó. Nhưng vượt qua nhiều thử thách và biến động khó lường, toàn thể Ban Điều hành và gần 600 cán bộ nhân viên BIC đã nỗ lực hoàn thành các chỉ tiêu chủ yếu được Đại hội đồng cổ đông thông qua, đảm bảo mục tiêu tăng trưởng hiệu quả và bền vững.

Cụ thể, về các chỉ tiêu kinh doanh: Doanh thu phí bảo hiểm đạt 754,259 tỷ đồng, tăng trưởng 9,4% so với năm 2011. Tổng lợi nhuận trước thuế đạt 110,838 tỷ đồng, tăng trưởng 10,3%. Tổng quỹ dự phòng nghiệp vụ tăng trưởng 23,8%, đạt 48,6% vốn chủ sở hữu. Năm 2012, BIC là một trong các công ty bảo hiểm phi nhân thọ có tỷ suất sinh lời cao nhất trên thị trường.

Về chiến lược kinh doanh, lưỡng đôn sự giảm sút mạnh doanh thu từ nghiệp vụ tài sản kỹ thuật truyền thống, năm 2012 BIC đã tập trung đẩy mạnh hoạt động bán lẻ. Đây là năm chứng

kiến sự bùng nổ của nhiều sản phẩm bảo hiểm cá nhân mới như bảo hiểm tai nạn và sức khỏe cá nhân BIC Healthcare, bảo hiểm vật chất xe máy, bảo hiểm toàn diện nhà tư nhân... và sự bứt phá ngoạn mục của các kênh Bancassurance và Bảo hiểm trực tuyến. Bên cạnh đó, kênh đại lý chuyên nghiệp đã bắt đầu mang lại quả ngọt sau giai đoạn tập trung đầu tư trước đó.

Song song với chiến lược bán lẻ, công tác xây dựng và quảng bá phát triển thương hiệu BIC cũng đã có những bước tiến quan trọng. Thương hiệu BIC gắn với các thông điệp xã hội, an toàn giao thông... trở nên quen thuộc với một bộ phận người dân và tạo thiện cảm cho công chúng.

Để tạo động lực phát triển bền vững, công tác xây dựng văn hóa doanh nghiệp cũng đã được BIC chú trọng. Những hoạt động nội bộ thông qua các diễn đàn giao lưu nghiệp vụ, chia sẻ kinh nghiệm, các hoạt động phong trào thể thao, văn nghệ... đã trở thành món ăn tinh thần không thể thiếu đối với cán bộ BIC, giúp



Mr. Tôn Lâm Tùng / Tổng Giám đốc

họ thêm gắn kết và yêu thương đại gia đình BIC.

Về phát triển nguồn nhân lực, nhằm không ngừng nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, song song với công tác sàng lọc, đào tạo, năm 2012 là năm đầu tiên BIC áp dụng quy trình mới trong công tác đánh giá bổ nhiệm cán bộ quản lý. Theo đó, các cán bộ được tạo điều kiện tối đa, được cạnh tranh bình đẳng, lành mạnh trước các cơ hội thăng tiến nghề nghiệp. Cũng trong năm này, BIC bắt đầu thực hiện dự án xây dựng tiêu chuẩn đánh giá kết quả công việc của cán bộ thông qua phương pháp thẻ điểm cân bằng (BSC) và bộ chỉ số KPIs.

Bước sang năm 2013, với những dự báo không nhiều tích cực của kinh tế vĩ mô, dự đoán tốc độ tăng trưởng doanh thu phí bảo hiểm gốc toàn thị trường bảo hiểm phi nhân thọ chỉ khoảng 10-12%, tiếp tục là giai đoạn thử thách, sàng lọc khốc liệt đối với các doanh nghiệp bảo hiểm nói chung, trong đó có BIC.

Trong bối cảnh đó, BIC chủ trương tiếp tục củng cố, phát triển theo hướng an toàn và bền vững, đảm bảo tỷ suất sinh lời. BIC sẽ tập trung cạnh

tranh bằng chất lượng dịch vụ và uy tín thương hiệu thông qua việc đa dạng các kênh phân phối, sản phẩm và nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng, xử lý bồi thường.

*Với những thành quả đã đạt được trong năm 2012, tôi tin rằng tập thể BIC sẽ tiếp tục nỗ lực hoàn thành các mục tiêu kinh doanh tham vọng trong năm 2013. Tôi mong rằng các Quý vị sẽ luôn ủng hộ và sát cánh cùng BIC trong năm 2013 và các năm tới.*

**Trân trọng cảm ơn!**

**TỔNG GIÁM ĐỐC**

**TÔN LÂM TÙNG**