

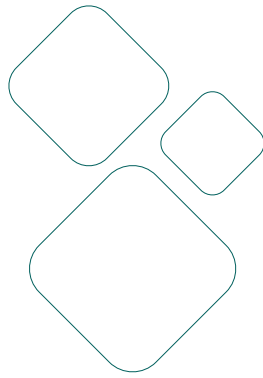
BICO

10 năm

**CHUYÊN
NGHIỆP &
TẬN TÂM**



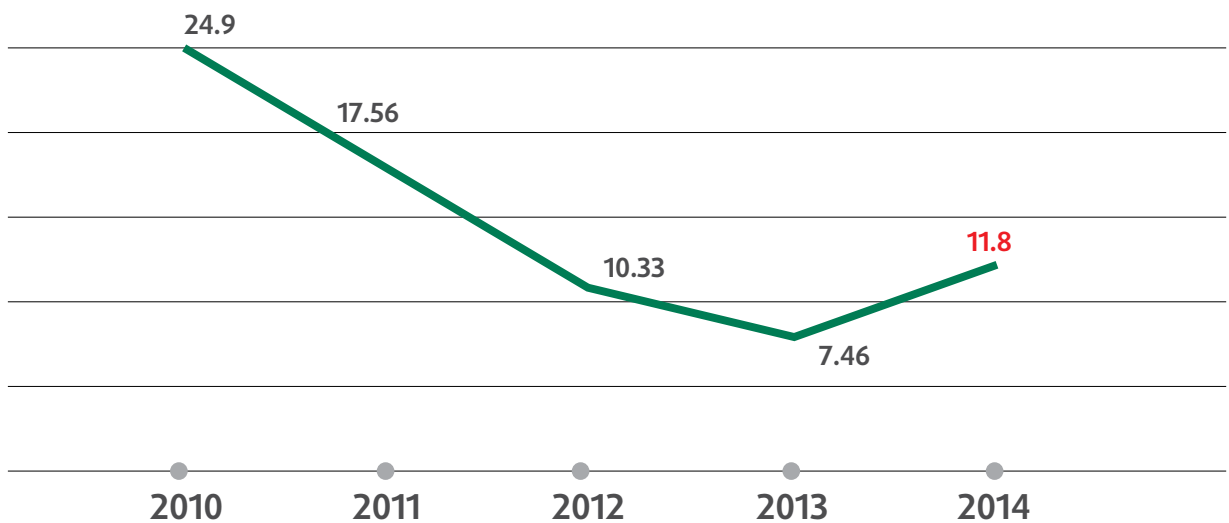




HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2014

Cùng với sự phục hồi bước đầu của nền kinh tế, thị trường bảo hiểm phi nhân thọ năm 2014 đã khởi sắc. Sau 4 năm tăng trưởng liên tục giảm, thị trường đã trở lại với mức tăng trưởng 2 con số. Theo số liệu của Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, tổng doanh thu phí bảo hiểm gốc toàn thị trường năm 2014 ước đạt 27.346 tỷ đồng, tăng trưởng 11,8% so với năm 2013.

Tăng trưởng thị trường BH PNT (%)

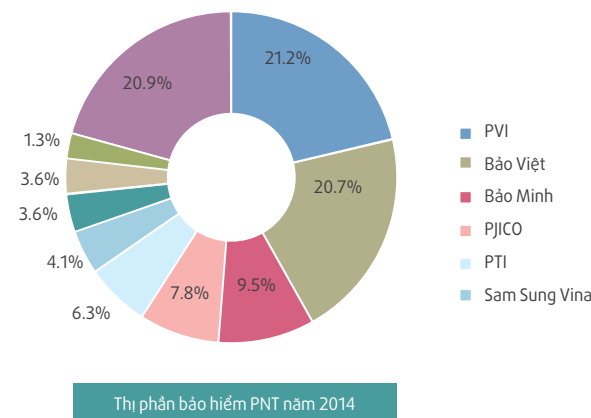
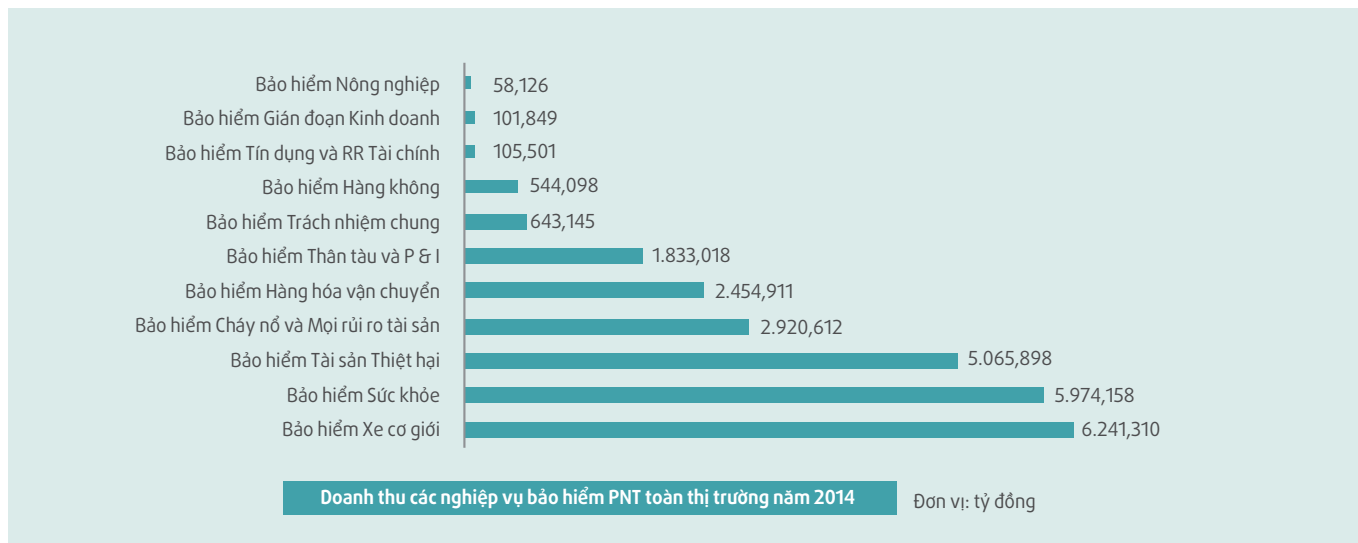


THỊ TRƯỜNG 2013 VÀ DỰ BÁO 2014

NỀN KINH TẾ VIỆT NAM 2013 VÀ DỰ BÁO 2014

Năm 2014, thị trường bảo hiểm phi nhân thọ ghi nhận nhiều chuyển biến tích cực:

- Công tác tái cơ cấu được các doanh nghiệp bảo hiểm trong khối đẩy mạnh. Đặc biệt, các giao dịch M&A (mua bán, sáp nhập doanh nghiệp) diễn ra ngày càng mạnh mẽ với sự gia tăng về số lượng và giá trị các thương vụ so với các năm trước.
- Việc phòng chống trục lợi bảo hiểm cũng được các doanh nghiệp bảo hiểm thực hiện tốt thông qua việc tăng cường kiểm soát hoạt động kinh doanh, bồi dưỡng, nâng cao trình độ của cán bộ bảo hiểm, tăng cường cơ chế hợp tác, chia sẻ thông tin giữa các doanh nghiệp bảo hiểm...
- Môi trường pháp lý tiếp tục được cải thiện với sự ra đời của các văn bản pháp quy, thông tư hướng dẫn như: Nghị định 91/2014/NĐ-CP tháo gỡ khó khăn về thuế cho hoạt động kinh doanh bảo hiểm; Thông tư 125/2012/TT-BTC nâng cao chế độ quản lý Nhà nước trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm...
- Mức tăng trưởng doanh thu toàn thị trường mặc dù chưa thể so sánh với những giai đoạn tăng trưởng “vàng” trước đây nhưng cũng đã quay trở lại mức 2 con số, đây là tín hiệu để hy vọng vào sự phục hồi của thị trường trong những năm tiếp theo.



Bên cạnh những mặt tích cực, thị trường bảo hiểm phi nhân thọ năm 2014 vẫn còn những hạn chế:

- Tình trạng cạnh tranh phi kỹ thuật như hạ phí, mở rộng điều khoản, tăng chi ngoài... vẫn tiếp tục diễn ra.
- Lãi suất tiết kiệm và trái phiếu chính phủ giảm, trong khi chi phí hoạt động vẫn ở mức cao, ảnh hưởng tiêu cực tới lợi nhuận của các doanh nghiệp bảo hiểm, vốn đã ở mức thấp trong nhiều năm qua.

- Sự cố bạo động tại Hà Tĩnh, Bình Dương, Đồng Nai mặc dù nằm ngoài mong muốn của các doanh nghiệp bảo hiểm nhưng cũng đã gây thiệt hại khoảng 2.500 tỷ đồng cho 27/29 doanh nghiệp bảo hiểm trên thị trường. Đây là một con số lớn, ảnh hưởng nhất định tới kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm.

Tuy còn nhiều thách thức nhưng 2014 vẫn là một năm đáng mừng của ngành bảo hiểm nói chung và bảo hiểm phi nhân thọ nói riêng. Nó cho thấy sự lớn mạnh và ngày càng hoạt động thực chất hơn, vai trò và ý nghĩa của bảo hiểm được đề cao và thấu hiểu. Với những kết quả hoạt động năm vừa qua cũng như kế hoạch đầy tham vọng của các doanh nghiệp bảo hiểm, sự hoàn thiện về cơ chế chính sách và vai trò của cơ quan quản lý, BIC cho rằng có những nền tảng để lạc quan về triển vọng thị trường năm 2015 và các năm tới.

DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG NĂM 2015

Theo định hướng của Bộ Tài chính, năm 2015 sẽ phát triển thị trường bảo hiểm toàn diện nhằm đáp ứng nhu cầu bảo hiểm của nền kinh tế; nâng cao năng lực tài chính, kinh doanh của các doanh nghiệp hoạt động bảo hiểm; đáp ứng yêu cầu cạnh tranh và hội nhập quốc tế. Trong năm 2015 sẽ tiếp tục duy trì mức tăng trưởng của cả thị trường ổn định từ 12 đến 15%/năm. Theo đó sẽ tập trung vào các nhiệm vụ chính gồm:

- Nâng cao tính công khai minh bạch, nâng cao tiêu chí, điều kiện trong việc cấp phép thành lập doanh nghiệp; nâng cao năng lực tài chính, công tác quản trị điều hành doanh nghiệp bảo hiểm.
- Tiếp tục hoàn thiện các cơ chế, chính sách theo hướng phát triển thị trường bảo hiểm toàn diện nhằm đáp ứng nhu cầu bảo hiểm của nền kinh tế; khuyến khích các tổ chức, cá nhân tham gia bảo hiểm như biện pháp đảm bảo ổn định tài chính;
- Phát triển thị trường bảo hiểm an toàn, hiệu quả và bền vững, nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu bảo hiểm cho các lĩnh vực kinh tế và dân cư, góp phần ổn định kinh tế xã hội.
- Cùng với các quy định chặt chẽ của các cơ quan chủ quản, năm 2015 khi những tín hiệu phục hồi của nền kinh tế được dự báo sẽ trở nên rõ nét hơn, BIC tin rằng thị trường bảo hiểm phi nhân thọ có thể kỳ vọng vào một năm thành công với tốc độ tăng trưởng tốt hơn. Những lý do để tin vào sự vươn lên của thị trường gồm:
- Hiệp định Đối tác chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP) sớm được ký kết sẽ tạo cú hích cho ngành tài chính-ngân hàng, tác động tích cực tới thị trường bảo hiểm.
- Thị trường chứng khoán được dự báo sẽ khởi sắc hơn trong năm 2015, tạo cơ hội để các doanh nghiệp bảo hiểm đa dạng hóa danh mục đầu tư, nâng cao mức sinh lời.
- Phân khúc bán lẻ sẽ tiếp tục được các doanh nghiệp tập bảo hiểm trung phát triển mạnh để tối ưu nguồn doanh thu từ khách hàng cá nhân.
- Thị trường bảo hiểm phát triển thực chất hơn với các nỗ lực hướng tới hiệu quả của doanh nghiệp bảo hiểm. Đa phần các doanh nghiệp sẽ chú trọng mục tiêu lợi nhuận hơn là doanh thu, theo đuổi chiến lược hiệu quả để phát triển bền vững.
- Thông tư 194/2014/TT-BTC sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư 124 và Thông tư 125 về các quy định của bảo hiểm được Bộ Tài chính ban hành có hiệu lực từ đầu năm 2015 sẽ buộc các doanh nghiệp bảo hiểm, đặc biệt là các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ, phải “chạy nước rút” để hoàn thiện hệ thống cơ sở dữ liệu bảo hiểm khai thác, quản lý khách hàng, quản lý đối tượng được bảo hiểm, quản lý đại lý môi giới, giám định bồi thường... Những quy định, chính sách mới trên thị trường sẽ buộc các doanh nghiệp bảo hiểm phải hoạt động minh bạch và lành mạnh hơn. Ngoài ra, theo quy định tại Thông tư 195/2014/TT-BTC về tiêu chí đánh giá xếp hạng doanh nghiệp bảo hiểm, trong 2 năm tài chính liên tiếp bị thua lỗ, doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ phải báo cáo Bộ Tài chính về thực trạng, nguyên nhân, nguy cơ và thực hiện phương án theo yêu cầu của Bộ Tài chính. Những quy định chặt chẽ như vậy cũng sẽ giúp doanh nghiệp hoạt động hiệu quả hơn.

KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA BIC NĂM 2014

HOẠT ĐỘNG KINH DOANH BẢO HIỂM

Mặc dù 2014 tiếp tục là một năm khó khăn đối với thị trường bảo hiểm nói chung và BIC nói riêng nhưng bằng những giải pháp kinh doanh hiệu quả, BIC vẫn đạt được những kết quả kinh doanh khả quan và hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch.

Kết quả kinh doanh hợp nhất

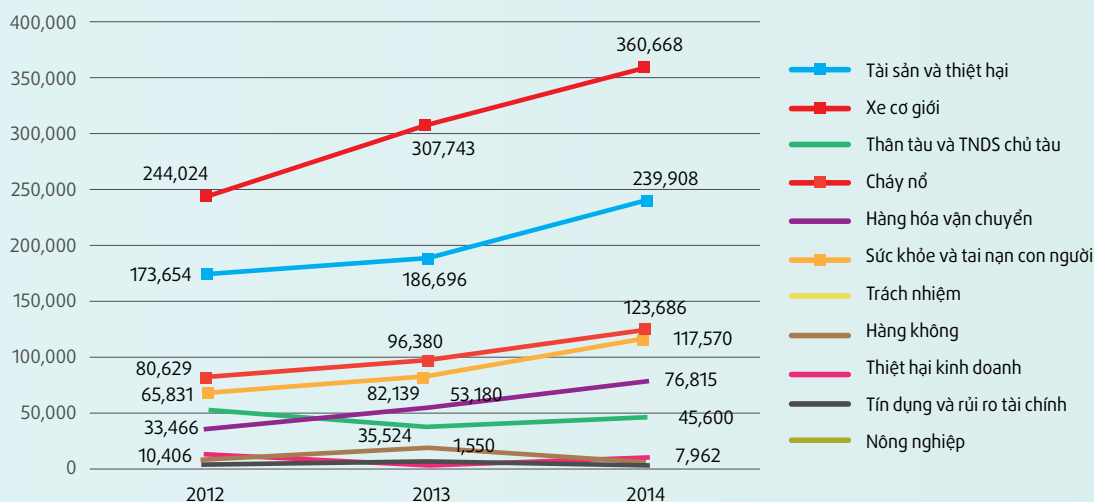
Tại năm thứ 2 hợp nhất kết quả hoạt động của Công ty mẹ BIC và Công ty Liên doanh Bảo hiểm Lào Việt (LVI), với những nỗ lực và sự quyết tâm của toàn hệ thống BIC cùng sự tăng trưởng ấn tượng tại hải ngoại của Công ty Liên doanh Bảo hiểm Lào Việt (LVI), kết quả kinh doanh hợp nhất rất khả quan:

- Tổng doanh thu phí bảo hiểm hợp nhất toàn Tổng Công ty đạt **1.307,756** tỷ đồng, tăng trưởng **39,67%** so với năm 2013. Trong đó, doanh thu phí bảo hiểm gốc đạt **1.219,543** tỷ đồng, doanh thu phí nhận tái bảo hiểm đạt **88,213** tỷ đồng.
- Lợi nhuận trước thuế hợp nhất đạt **138,019** tỷ đồng, tăng trưởng **10%** so với năm 2013.
- Tổng tài sản hợp nhất đạt **3.066,760** tỷ đồng, tăng **21,85%** so với năm 2013.
- Vốn chủ sở hữu hợp nhất đạt **905,402** tỷ đồng, tăng **14,33%** so với năm 2013.
- Tổng quỹ dự phòng nghiệp vụ hợp nhất đạt **1.552,798** tỷ đồng, tăng **17,63%** so với năm 2013.

Kết quả kinh doanh của Công ty mẹ

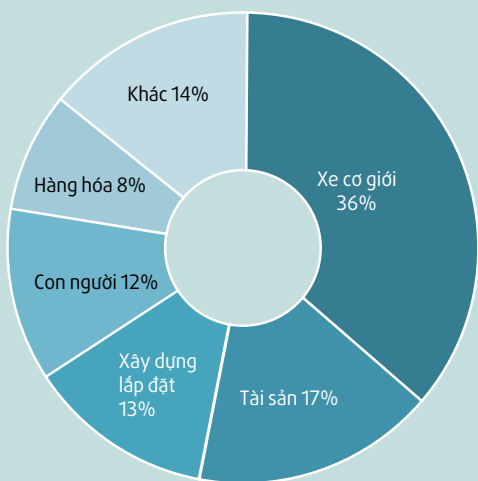
- Tăng trưởng doanh thu
- Tổng doanh thu phí bảo hiểm của Công ty mẹ BIC năm 2014 đạt **1.116,447** tỷ đồng, tăng trưởng **25,18%** so với năm 2013, hoàn thành **111,6%** kế hoạch cả năm, trong đó, doanh thu phí gốc đạt **991,163** tỷ đồng, tăng **25,52%** - đây là mức tăng trưởng tốt nhất của BIC trong 9 năm hoạt động, doanh thu phí nhận tái đạt **125,284** tỷ đồng, tăng **22,54%**.

Bằng các biện pháp thúc đẩy hiệu quả, hầu hết các dòng sản phẩm của BIC đều tăng trưởng ấn tượng. Nhờ chính sách



Doanh thu các nghiệp vụ bảo hiểm

Đơn vị: tỷ đồng



Tỷ trọng doanh thu các nghiệp vụ

ưu tiên xây dựng cơ sở hạ tầng, nền kinh tế phục hồi nên các dự án đầu tư xây dựng được khởi động lại, mặt khác các đơn vị BIC đã tích cực chủ động khai thác được các dịch vụ có doanh thu lớn nên các sản phẩm thuộc nghiệp vụ Bảo hiểm tài sản và thiệt hại tiếp tục tăng trưởng 24,2%, cao hơn so với mức trung bình của thị trường 10,5%.

Đồng thời, khi nền kinh tế hồi phục, hoạt động xuất nhập khẩu khởi sắc, tạo điều kiện cho các sản phẩm bảo hiểm hàng hải của BIC lấy lại tốc độ tăng trưởng tốt hơn so với các năm trước: Bảo hiểm Hàng hóa vận chuyển tăng trưởng ấn tượng 44,42%, Bảo hiểm thân tàu và TNDS chủ tàu tăng trưởng 28,36%.

Trong khi đó, xu hướng bán lẻ trên thị trường thiết lập một bức tranh cạnh tranh khốc liệt giữa các doanh nghiệp bảo hiểm, đặc biệt trong các lĩnh vực Bảo hiểm xe cơ giới và Bảo hiểm con người. Với các chính sách thúc đẩy kinh doanh bán lẻ quyết liệt, các nghiệp vụ này của BIC tăng trưởng rất tốt, đóng góp đáng kể vào tổng doanh thu chung: Bảo hiểm con người

tăng trưởng 43,14%, Bảo hiểm xe cơ giới tăng trưởng 17,2%.

Lợi nhuận

Tổng lợi nhuận trước thuế Công ty mẹ năm 2014 đạt 111,026 tỷ đồng, giảm 2% so với năm 2013.

Sự sụt giảm này chủ yếu do sự sụt giảm của lợi nhuận từ hoạt động đầu tư tài chính. Năm 2014, lợi nhuận từ hoạt động đầu tư tài chính của BIC đạt 109,835 tỷ đồng, giảm 7,4% so với năm 2013. Nguyên nhân là do lãi suất trên thị trường năm 2014 tiếp tục giảm so với năm 2013 ảnh hưởng tới lãi tiền gửi, vốn chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu danh mục đầu tư của BIC.

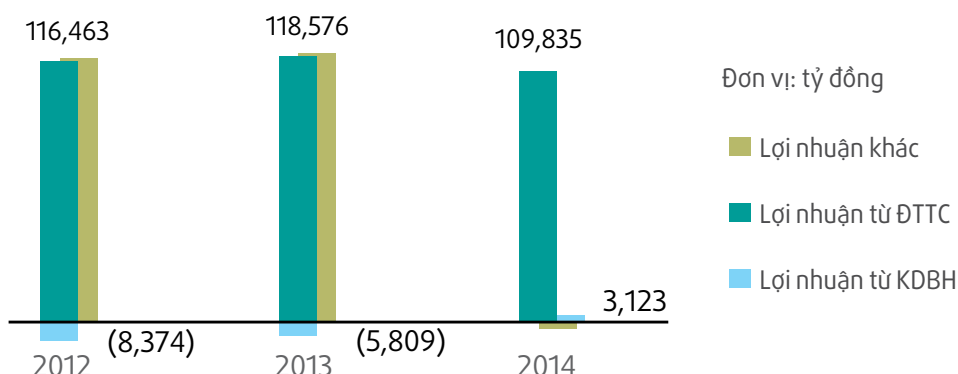
Tuy nhiên, nhờ các nỗ lực kiểm soát chi phí, giảm tỷ lệ bồi thường, kiểm soát công nợ phí bảo hiểm..., năm 2014 Công ty mẹ đã duy trì lãi từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Cụ thể, lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm của BIC năm 2014 đạt 3,123 tỷ đồng. Đây là năm thứ hai BIC có lãi trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm, là một tiền đề rất tốt cho các năm tiếp theo.

Quy mô tài sản và nguồn vốn

Tổng tài sản Công ty mẹ tại thời điểm 31/12/2014 là 2.386,373 tỷ đồng, tăng 25,87% so với năm 2013.

Vốn chủ sở hữu của Công ty mẹ năm 2014 đạt 878,091 tỷ đồng, tăng 12,87% so với năm 2013.

Tổng quỹ dự phòng nghiệp vụ đạt 1.097,430 tỷ đồng, tăng 30,8% so với năm 2013, khẳng định khả năng thanh toán của BIC luôn được duy trì tốt, sẵn sàng chi trả cho các tổn thất lớn phát sinh.



Cơ cấu Lợi nhuận của Công ty mẹ BIC

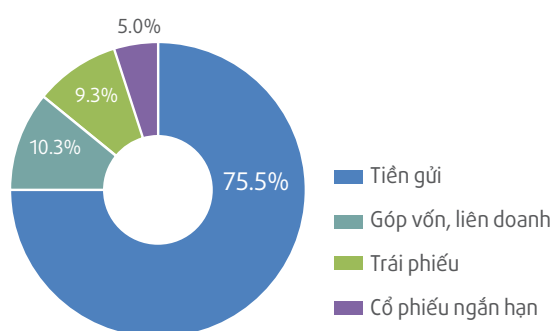
HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH DANH MỤC ĐẦU TƯ CỦA BIC

Đơn vị: tỷ đồng

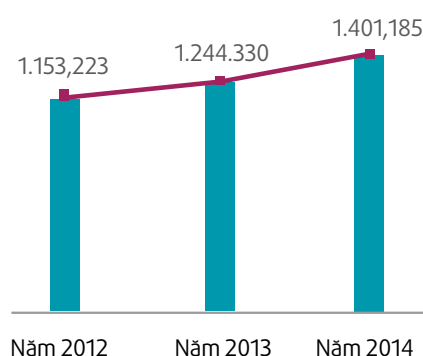
| TT | Nội dung | Năm 2012 | | Năm 2013 | | Năm 2014 | |
|---------------------------|----------------------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
| | | Giá trị | Tỷ trọng | Giá trị | Tỷ trọng | Giá trị | Tỷ trọng |
| I | Đầu tư ngắn hạn | 900,090 | 78,05% | 1.000,717 | 80,42% | 1.126,993 | 80,43% |
| 1 | Cổ phiếu niêm yết | 35,349 | 3,07% | 50,169 | 4,03% | 67,188 | 4,80% |
| 2 | Cổ phiếu chưa niêm yết | 34,710 | 3,01% | 5,438 | 0,44% | 5,438 | 0,39% |
| 3 | Tiền gửi | 815,828 | 70,74% | 901,000 | 72,41% | 1.057,500 | 75,47% |
| 4 | Trái phiếu công ty ngắn hạn | 27,000 | 2,34% | 44,900 | 3,61% | - | 0,00% |
| 5 | Dự phòng giảm giá chứng khoán | (12,797) | (1,11%) | (790) | (0,06%) | (3,133) | (0,22%) |
| II | Đầu tư dài hạn | 253,133 | 21,95% | 243,613 | 19,58% | 274,192 | 19,57% |
| 1 | Trái phiếu dài hạn chưa niêm yết | 170,146 | 14,75% | 150,146 | 12,07% | 130,000 | 9,28% |
| 2 | Đầu tư vào công ty liên doanh | 23,837 | 2,07% | 34,660 | 2,79% | 34,660 | 2,47% |
| 3 | Đầu tư, góp vốn cổ phần khác | 76,090 | 6,60% | 76,090 | 6,11% | 126,090 | 9,00% |
| 4 | Dự phòng GGCK dài hạn | (16,940) | (1,47%) | (17,283) | (1,39%) | (16,558) | (1,18%) |
| Tổng cộng danh mục | | 1.153,223 | 100% | 1.244,330 | 100% | 1.401,185 | 100% |

Tổng giá trị danh mục đầu tư của BIC năm 2014 đạt 1.401,185 tỷ đồng, tăng 12,6% so với năm 2013.

Với phương châm đầu tư an toàn, hiệu quả, đầu tư tiền gửi tiếp tục chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu danh mục đầu tư năm 2014 của BIC (75,5%), tiếp đến là góp vốn, liên doanh (10,3%), trái phiếu (9,3%) và đầu tư cổ phiếu ngắn hạn (5,0%).



Cơ cấu danh mục đầu tư năm 2014



Tăng trưởng giá trị danh mục đầu tư

Đơn vị: Tỷ đồng

Lợi nhuận từ hoạt động đầu tư tài chính năm 2014 đạt

109,835 tỷ đồng, giảm 7,4% so với năm 2013, chủ yếu do lợi nhuận từ hoạt động đầu tư tiền gửi giảm 10,0% so với năm ngoái. Đặc biệt, nhờ thị trường chứng khoán khởi sắc trở lại, lợi nhuận từ cổ phiếu và góp vốn của BIC đã tăng mạnh (159,5%), thu lãi 19,228 tỷ đồng.

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH

Đơn vị: tỷ đồng

| Khoản mục | 2013 | 2014 | Chênh lệch | |
|------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|
| | | | Số tiền | Tỷ lệ |
| Tiền gửi | 87,336 | 78,573 | (8,763) | (10,0%) |
| Trái phiếu | 24,982 | 16,409 | (8,573) | (34,3%) |
| Cổ phiếu, góp vốn | 7,410 | 19,228 | 11,818 | 159,5% |
| Lãi/lỗ tỷ giá hối đoái | (0,248) | (4,051) | (3,803) | 1533,5% |
| Khác | (0,904) | (0,324) | 0,580 | (64,2%) |
| Tổng cộng | 118,576 | 109,835 | (8,741) | (7,4%) |

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG TẠI HẢI NGOẠI CÔNG TY LIÊN DOANH BẢO HIỂM LÀO VIỆT (LVI)



LVI được thành lập và chính thức đi vào hoạt động từ năm 2008 với 03 đối tác trong liên doanh là Tổng Công ty Bảo hiểm BIDV (BIC), Ngân hàng Ngoại thương Lào (BCEL) và Ngân hàng Liên doanh Lào Việt (Lao Viet Bank). Trong suốt 7 năm hoạt động, LVI đã có sự phát triển nhanh chóng cả về nhân sự cũng như mạng lưới kinh doanh trên toàn nước Lào. Với chiến lược phát triển bền vững và hiệu quả, LVI hiện là một trong hai công ty bảo hiểm dẫn đầu thị trường bảo hiểm Lào về doanh thu, thị phần, thương hiệu...

Tính đến hết năm 2014, LVI có hai cổ đông lớn gồm Tổng Công ty Bảo hiểm BIDV (BIC) sở hữu 65% cổ phần và Ngân hàng Ngoại thương Lào (BCEL) sở hữu 35% cổ phần.

KẾT QUẢ KINH DOANH LVI NĂM 2014

Năm 2014, nền kinh tế Lào phải đối mặt với nhiều khó khăn, tốc độ tăng trưởng giảm sút, lạm phát tăng cao, hoạt động sản xuất kinh doanh có dấu hiệu chững lại... Những yếu tố trên ảnh hưởng trực tiếp tới ngành bảo hiểm Lào nói chung và các doanh nghiệp bảo hiểm nói riêng. Mặc dù vậy, vượt qua những thách thức, LVI vẫn đạt được kết quả kinh doanh rất khả quan:

- Doanh thu phí bảo hiểm năm 2014 đạt **11.548.077 USD**, tăng trưởng 27% so với năm 2013.
- Tỷ lệ bồi thường thuộc TNGL năm 2014 giảm mạnh xuống 23,16% so với tỷ lệ 37% của năm 2013.
- Tổng lợi nhuận trước thuế năm 2014 đạt **1.364.945 USD**, tăng trưởng 82% so với năm 2013. Trong đó, lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm đạt **683.941 USD**, một con số ấn tượng nếu so sánh với mặt bằng lợi nhuận kinh doanh bảo hiểm chung tại Việt Nam.
- Tổng tài sản tại thời điểm 31/12/2014 đạt **39.484.562 USD**, tăng 16% so với thời điểm 31/12/2013.
- Vốn chủ sở hữu đạt **4.880.062 USD**, tăng 26% so với thời điểm 31/12/2013.
- Tổng quỹ dự phòng nghiệp vụ đạt **24.880.970 USD**, tăng 2% so với thời điểm 31/12/2013.
- ROE tăng cao so với năm 2013 đạt 23,76%.

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KHÁC

- Quản lý tài chính: Thực hiện tốt các biện pháp thực hành tiết kiệm, kiểm soát chi phí, đóng góp quan trọng vào kết quả kinh doanh của LVI.
- Quản lý nghiệp vụ: Hoàn thành việc đánh giá hiệu quả kinh doanh của từng sản phẩm, nhóm sản phẩm, từ đó lựa chọn ra những sản phẩm, nhóm sản phẩm thế mạnh để đẩy mạnh khai thác. Thực hiện tốt việc đánh giá phân loại, lựa chọn và quản lý rủi ro trong quá trình khai thác.
- Quảng cáo, xây dựng thương hiệu: Nhận diện thương hiệu LVI đã xuất hiện tại hầu hết các tỉnh/thành phố tại Lào. LVI cũng thường xuyên thực hiện quảng cáo trên báo, đài phát thanh, đặc biệt, có nhận diện thương hiệu trên tất cả các máy bay bay nội địa và quốc tế của Lao Airlines. Hiện LVI đã trở thành thương hiệu bảo hiểm thông dụng tại Lào.
- Hoạt động liên kết bán chéo sản phẩm: LVI đã triển khai được 120 điểm bán Bancassurance thông qua việc ký hợp đồng hợp tác với LVB, APB, STBanks, Indochina Bank.

ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG NĂM 2015

Tiếp nối những thành công trong năm 2014, năm 2015, LVI sẽ phấn đấu hoàn thành các chỉ tiêu kinh doanh chính:

- Tổng doanh thu phí bảo hiểm gốc đạt **14,5 triệu USD**.
- Lợi nhuận trước thuế đạt **1,6 triệu USD**.

Bên cạnh đó, LVI cũng sẽ tiếp tục kiện toàn bộ máy kinh doanh thông qua việc thành lập Chi nhánh Pakse, Phòng Bảo hiểm trực tuyến, Trung tâm Dịch vụ Khách hàng; bổ sung thêm một Phó Tổng Giám đốc; tăng vốn điều lệ lên 5 triệu USD, đồng thời, bổ sung thêm cổ đông là Hiệp hội các nhà đầu tư Việt Nam vào Lào (AVIL) để bảo hiểm toàn bộ các dự án do các doanh nghiệp và cá nhân Việt Nam đầu tư kinh doanh tại Lào.



Your belief, our responsibility

CÔNG TY BẢO HIỂM CAMBODIA VIỆT NAM (CVI)

CVI là doanh nghiệp bảo hiểm Phi nhân thọ thứ 7 tại thị trường Campuchia, được hình thành và phát triển dựa trên nền tảng 58 năm hoạt động trong lĩnh vực tài chính ngân hàng của BIDV và hơn 10 năm kinh nghiệm bảo hiểm của Liên doanh BIDV-QBE và BIC tại thị trường Việt Nam và Lào.

Các cổ đồng sáng lập của CVI gồm: IDCC (do BIDV đầu tư 100% vốn), Kasimex, NH Holdings. Bắt đầu đi vào hoạt động từ tháng 9/2009, CVI kinh doanh trong lĩnh vực bảo hiểm phi nhân thọ, tái bảo hiểm, quản lý rủi ro và đầu tư. Hiện CVI hoạt động dưới sự quản lý và giám sát điều hành của BIC. Dự kiến, năm 2015, BIC sẽ hoàn tất việc chuyển

nhượng vốn từ IDCC để nắm cổ phần chi phối trong CVI.

Định hướng hoạt động của CVI là nằm trong top đầu thị trường bảo hiểm phi nhân thọ tại Campuchia, đóng góp cho sự phát triển và thịnh vượng của nền kinh tế Campuchia đồng thời củng cố và tăng cường mối quan hệ hợp tác hữu nghị lâu đời giữa 2 nước Việt Nam và Campuchia.

KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2014

- Doanh thu phí bảo hiểm của CVI năm 2014 đạt **4.364.716 USD**, tăng trưởng 36% so với năm 2013, hoàn thành 100,7% kế hoạch năm.
- Tỷ lệ bồi thường được kiểm soát tốt, ở mức 17,6%, thấp hơn nhiều so với kế hoạch (35%). Tốc độ xử lý bồi thường ngày càng được nâng cao.
- Tổng lợi nhuận trước thuế năm 2014 đạt **431.013 USD**, tăng trưởng 19,4% so với năm 2013. Đặc biệt, năm 2014, CVI có lãi từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm với lợi nhuận ở mức **51.526 USD**.
- Tổng tài sản tại thời điểm 31/12/2014 đạt **9.317.017 USD**, tăng 5,9% so với thời điểm 31/12/2013.
- Vốn chủ sở hữu đạt **7.303.778 USD**, giảm nhẹ 1,6% so với thời điểm 31/12/2013.
- Tổng quỹ dự phòng nghiệp vụ đạt **318.828 USD**, tăng 35,3% so với thời điểm 31/12/2013.
- Kết quả hoạt động khác
- Quản lý tài chính: CVI đã thực hiện tốt các biện pháp thực hành tiết kiệm, kiểm soát chi phí góp phần quan trọng vào kết quả kinh doanh năm 2014.
- Quản lý nghiệp vụ, phát triển dịch vụ: công tác quản lý nghiệp vụ và kiểm soát rủi ro được tăng cường, đảm bảo an toàn, hiệu quả cho hoạt động kinh doanh.
- Quảng cáo xây dựng thương hiệu: CVI đã thực hiện nhiều hoạt động đẩy mạnh thương hiệu tại Campuchia thông qua các công tác An sinh xã hội, quảng cáo, tổ chức các chương trình hội thảo, tư vấn bảo hiểm cho khách hàng, cơ quan quản lý Campuchia. Qua các hoạt động này, hình ảnh, thương hiệu CVI dần trở nên phổ biến và được khách hàng biết đến nhiều hơn tại Campuchia.

ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG NĂM 2015

- Về thị phần bảo hiểm: CVI tiếp tục duy trì vị trí đứng đầu nhóm nghiệp vụ có doanh thu lớn như bảo hiểm hàng không, tích cực phát triển nhóm bảo hiểm nông nghiệp (cây công nghiệp, bảo hiểm chăn nuôi) thông qua nguồn khách hàng tiềm năng là các nhà đầu tư Việt Nam và các khách hàng của Canadia Bank, BIDC.
- Về kênh phân phối, sản phẩm: Tập trung phát triển hệ thống phân phối, đặc biệt là kênh Bancassurance thông qua các ngân hàng như Canadia Bank, BIDC, CP Bank, Sacombank và các tổ chức tín dụng nhỏ. Ngoài ra, tập trung phát triển nhóm bảo hiểm du lịch thông qua việc hợp tác với các hãng hàng không như Cambodia Angkor Air, Cambodia Bayon, Sky Angkor, Apsara Airlines kết hợp bán bảo hiểm kèm theo giá vé.
- Về công tác thương hiệu: Công tác phát triển thương hiệu, tiếp thị cũng như nâng cao chất lượng dịch vụ, chăm sóc khách hàng sẽ tiếp tục được đẩy mạnh tới các đối tượng khách hàng là cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp vừa và nhỏ.

NHỮNG TIẾN BỘ ĐẠT ĐƯỢC CỦA BIC TRONG NĂM 2014

◆ Tăng cường năng lực quản trị điều hành, tiếp cận chuẩn mực quốc tế

Xác định quản trị điều hành là yếu tố cốt lõi để đảm bảo phát triển bền vững, hiệu quả, Tổng Công ty Bảo hiểm BIDV đã xây dựng một cơ cấu quản trị vững mạnh trên cơ sở tuân thủ quy định của pháp luật Việt Nam đồng thời tiếp cận với những chuẩn mực quốc tế.

Cơ cấu quản trị của BIC bao gồm đầy đủ các chủ thể của một công ty niêm yết (Đại hội Đồng cổ đông, Hội đồng Quản trị, Ban Kiểm soát và Ban Điều hành) tuân thủ các quy định của pháp luật và các quy chế quản trị cho công ty đại chúng tại Việt Nam. Mô hình quản trị được xây dựng trên cơ sở vận dụng những mô hình tiên tiến trên thế giới, được điều chỉnh, rà soát thay đổi phù hợp với điều kiện tại Việt Nam.



Năm 2014, BIC đã tập trung thực hiện các giải pháp nhằm tăng cường năng lực quản trị điều hành, cụ thể:

- Về cơ cấu quản trị: Năm 2014, BIC đã liên tục rà soát, hoàn thiện mô hình quản trị, bộ máy điều hành phù hợp với thực tế hoạt động kinh doanh, đồng thời tăng cường, nâng cao năng suất lao động.
- Về minh bạch hóa thông tin: 2014 là năm đầu tiên BIC thực hiện Báo cáo tài chính theo 2 chuẩn mực kế toán: chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS) và chuẩn mực kế toán quốc tế (IFRS) nhằm không chỉ cung cấp thông tin cho nhà đầu tư trong nước mà còn hướng tới những nhà đầu tư nước ngoài, qua đó, đẩy nhanh việc hoàn thành dự án tìm kiếm nhà đầu tư chiến lược. BIC cũng nghiêm túc thực hiện báo cáo tình hình quản trị doanh nghiệp và công bố thông tin theo các quy định của Luật pháp áp dụng cho công ty đại chúng. Các thông tin về tình hình hoạt động kinh doanh của BIC tại Việt Nam và hải ngoại cũng liên tục được cập nhật kịp thời và đầy đủ trên website www.bic.vn và các phương tiện truyền thông đại chúng để khách hàng và nhà đầu tư có thể dễ dàng tiếp cận, tham khảo.
- Về tham gia các chương trình đào tạo: Các thành viên Hội đồng Quản trị và Ban Kiểm soát BIC đã tham gia nhiều chương trình đào tạo về quản trị công ty do Ủy ban Chứng khoán tổ chức cũng như các hội thảo lớn, uy tín trong và ngoài nước. Trên cơ sở đó, nâng cao năng lực quản trị, điều hành Tổng Công ty phát triển bền vững.

◆ Phát triển mạng lưới, tăng cường chất lượng Dịch vụ khách hàng

Năm 2014, BIC đã tiếp tục mở rộng hoạt động kinh doanh theo hướng đảm bảo chất lượng và hiệu quả, bám sát các địa bàn trọng điểm, tiềm năng. Theo định hướng này, BIC đã chuẩn bị các điều kiện cần thiết để mở rộng mạng lưới các Phòng Kinh doanh, đáp ứng yêu cầu tăng trưởng và nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng, đồng thời có phương án tăng cường hiện diện tại các địa bàn trọng điểm. Cuối năm 2014, Bộ Tài chính đã có văn bản chấp thuận

cho BIC thành lập thêm 03 công ty thành viên mới là BIC Tây Bắc, BIC Lào Cai và BIC Cửu Long, mở rộng mạng lưới kinh doanh của BIC lên 25 công ty thành viên và hơn 120 phòng kinh doanh trên phạm vi toàn quốc.

Cũng trong năm 2014, BIC đã tổ chức nhiều đoàn công tác sang Cộng hòa Liên bang Myanmar, gặp gỡ các Cơ quan quản lý và các doanh nghiệp bảo hiểm nội địa để khảo sát và tìm hiểu về cơ hội đầu tư tại thị trường này. Hiện BIC đã được Bộ Tài chính Việt Nam chấp thuận chủ trương để mở Văn phòng Đại diện tại Myanmar trong năm 2015.

➔ Số lượng các Chi nhánh/Công ty thành viên và Phòng KD

| Năm | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Chi nhánh/CTTV | 9 | 12 | 14 | 19 | 19 | 21 | 21 | 22 | 24 |
| Phòng Kinh doanh | 8 | 37 | 47 | 56 | 74 | 91 | 94 | 104 | 120 |

Song song với việc phát triển mạng lưới kinh doanh, tăng cường chất lượng dịch vụ khách hàng cũng được BIC xác định là một giải pháp quan trọng để hoàn thiện sản phẩm dịch vụ, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Công tác đo lường sự hài lòng của khách hàng tiếp tục được BIC chú trọng thực hiện. Năm 2014, BIC đã thực hiện đo lường sự hài lòng của hơn 14.400 khách hàng từng được xử lý bồi thường. Trong đó, 82,32% khách hàng cảm thấy hài lòng và rất hài lòng với chất lượng bồi thường của BIC.

Từ 1/7/2014, BIC chính thức bổ sung đầu số 1900 9456 vào hệ thống đường dây nóng hỗ trợ khách hàng 24/7. Thông qua hệ thống này, BIC đã tiếp nhận và xử lý hơn 17.600 cuộc gọi đến của khách hàng, hỗ trợ khách hàng giải quyết khiếu nại, ghi nhận thông tin tổn thất, đồng thời tư vấn, hướng dẫn khách hàng đặt mua các sản phẩm bảo hiểm phù hợp một cách nhanh chóng và thuận tiện nhất.

Hệ thống nhắn tin SMS mang thương hiệu "Bảo hiểm BIC" tiếp tục được BIC cải tiến và hoàn thiện để sử dụng trong việc chăm sóc khách hàng như: Nhắn tin chúc mừng khách hàng nhân dịp năm mới; Thông báo các chương trình chăm sóc, tặng quà khách hàng; Thông báo bão, mưa lũ để khách hàng phòng tránh tổn thất... Đặc biệt, năm 2014, BIC đã hoàn thiện việc tự động hóa hệ thống này để đáp ứng tốt hơn nhu cầu chăm sóc khách hàng.

Năm 2015, BIC sẽ tiếp tục đẩy mạnh công tác chăm sóc khách hàng với những trọng tâm cụ thể như sau:

- Tăng cường quản lý, theo dõi tỷ lệ tái tục, đảm bảo tỷ lệ tái tục trung bình toàn hệ thống năm 2015 đạt trên 70%;
- Đảm bảo tỷ lệ cuộc gọi đến hệ thống Call Center được trả lời đạt tối thiểu 95%;
- Đảm bảo tỷ lệ khách hàng được gọi điện chăm sóc sau khi được xử lý bồi thường bảo hiểm xe cơ giới, bảo hiểm con người với giá trị trên 1 triệu đồng đạt tối thiểu 90%.

➔ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM VÀ KÊNH PHÂN PHỐI BÁN LẺ

Trong bối cảnh các nghiệp vụ bảo hiểm truyền thống tiếp tục gặp nhiều khó khăn trong năm 2014, BIC đã chủ động cơ cấu lại danh mục sản phẩm một cách đồng bộ, hiệu quả, hướng tới các đối tượng khách hàng cá nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ. Nhờ đó, các sản phẩm bán lẻ của BIC đều tăng trưởng ấn tượng trong năm 2014. Các sản phẩm bảo hiểm mới dành cho đối tượng khách hàng doanh nghiệp như: Bảo hiểm cho người quản lý doanh nghiệp (BIC Bảo An), Bảo hiểm vật nuôi... cũng được khách hàng đón nhận và đánh giá cao.

Bên cạnh đó, trong năm 2014, BIC cũng triển khai nhiều chương trình khuyến mại hấp dẫn dành cho các sản phẩm: bảo hiểm sức khỏe toàn diện, bảo hiểm du lịch, bảo hiểm ô tô... mang tới thêm những giá trị thiết thực cho khách hàng.

BIC là một trong những công ty bảo hiểm phi nhân thọ có hệ thống phân phối đa dạng nhất thị trường, bao gồm: kênh trực tiếp, kênh đại lý, kênh môi giới, kênh bán bảo hiểm qua ngân hàng (Bancassurance), kênh bảo hiểm trực tuyến (E-business) và kênh bán bảo hiểm qua điện thoại (Telesales). Cùng với việc cơ cấu lại danh mục sản phẩm hướng tới đối tượng khách hàng cá nhân, BIC cũng tập trung đẩy mạnh các kênh phân phối bán lẻ nhằm đưa sản phẩm tới gần hơn với khách hàng.

BIC là công ty bảo hiểm đi đầu trong việc phát triển kênh Bancassurance cả về số lượng sản phẩm và mạng lưới ngân hàng cung cấp. Năm 2014, doanh thu của BIC qua kênh này tăng trưởng hơn 15% so với năm 2013. Đặc biệt, năm 2014, BIC đã tiếp tục hoàn thiện phần mềm Bancassurance trực tuyến, giúp cho việc cấp đơn bảo hiểm online tại các điểm giao dịch ngân hàng được thực hiện nhanh chóng, đơn giản chỉ trong vài phút, góp phần tối ưu hóa thời gian và

chi phí cho khách hàng.

Kênh bảo hiểm trực tuyến của BIC tại website www.baohiemtructuyen.com.vn cũng có tốc độ tăng trưởng ấn tượng 43%. Website này đã tiếp tục được cải tiến với giao diện mới, hiện đại, dễ sử dụng. Phương thức nhận Giấy chứng nhận bảo hiểm điện tử cũng được khách hàng đón nhận và đánh giá cao. Điều này góp phần khép kín quá trình mua bảo hiểm hoàn toàn trên môi trường online từ khâu đặt mua, thanh toán tới cấp đơn bảo hiểm, đem tới sự thuận tiện tối đa cho khách hàng.

Đối với kênh đại lý, cùng với sự mở rộng mạng lưới các Công ty thành viên và Phòng Kinh doanh, năm 2014, số lượng đại lý của BIC đã đạt trên 1.500 đại lý, phủ rộng hầu khắp địa bàn các tỉnh/TP trên cả nước. Năm 2014, kênh đại lý tiếp tục là kênh phân phối chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng thể các kênh phân phối của BIC với doanh thu tăng trưởng hơn 26% so với năm 2013.

Đặc biệt, tháng 4/2014, BIC đã chính thức đưa vào triển khai kênh bán bảo hiểm qua điện thoại – Telesales, bổ sung thêm một kênh bán lẻ nhiều tiềm năng và bước đầu đã có kết quả doanh thu khả quan.

➔ PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC

Nhận thức rõ vai trò của con người đối với sự phát triển bền vững của toàn hệ thống, BIC luôn chú trọng tới việc phát triển nguồn nhân lực trên cả 3 khía cạnh: đào tạo, chính sách đãi ngộ và nâng cao đời sống tinh thần cho người lao động.

Đào tạo

Xác định đào tạo là giải pháp quan trọng để giúp cho người lao động nâng cao trình độ chuyên môn, đáp ứng yêu cầu công việc, năm 2014, BIC đã tổ chức 51 khóa đào tạo cho gần 500 lượt cán bộ, nhân viên với tổng ngân sách lên tới hàng tỷ đồng. Nội dung đào tạo đa dạng, bao trùm các mảng: nghiệp vụ bảo hiểm, nghiệp vụ kế toán, nhân sự, marketing cùng các khóa đào tạo kỹ năng mềm cho các cán bộ, nhân viên trong toàn Tổng Công ty.

Trong năm 2014, BIC cũng thường xuyên tổ chức các buổi thảo luận, diễn đàn, chuyên đề (về kinh doanh, giám định bồi thường, Bancassurance, kế toán...) tạo cơ hội cho Ban Lãnh đạo và cán bộ nhân viên có thể trao đổi kinh nghiệm, tìm ra các giải pháp để cải tiến hoạt động kinh doanh của BIC theo hướng hiệu quả hơn.

Song song với việc hỗ trợ cán bộ, nhân viên học tập, nâng cao trình độ, BIC cũng coi trọng công tác kiểm tra, sát hạch thực trạng chuyên môn của các cán bộ trên toàn hệ thống thông qua phần mềm kiểm tra nghiệp vụ trực tuyến, từ đó, đánh giá hiệu quả các chương trình đào tạo, đồng thời hoạch định kế hoạch đào tạo sâu hơn cho cán bộ, nhân viên trong tương lai.

Chính sách đãi ngộ hấp dẫn

Với chính sách đãi ngộ ý nghĩa, độc đáo, cạnh tranh, cân đối giữa thu nhập và các lợi ích khác, BIC mong muốn sẽ trở thành một môi trường lý tưởng để người lao động làm việc và phát triển bản thân thông qua:

- Cơ cấu tiền lương theo cơ chế thị trường, theo kết quả công việc và được đánh giá, xem xét lại hàng năm.
- Chế độ thưởng xứng đáng cho những thành viên đạt kết quả tốt.
- Chính sách ưu đãi và hỗ trợ tài chính trong dài hạn.
- Chia sẻ cơ hội đầu tư thông qua chính sách cổ phiếu hấp dẫn.

Năm 2014, BIC đã phát hành 3,3 triệu cổ phần theo chương trình quyền chọn cho người lao động của BIC (ESOP), được thực hiện trong tháng 3&4/2014. Theo đó, căn cứ trên vị trí công tác, thâm niên,... người lao động BIC được đăng ký mua một số lượng nhất định cổ phiếu của BIC với giá bằng mệnh giá 10.000 đồng/cổ phiếu, không hạn chế chuyển nhượng. Chương trình ESOP được cán bộ nhân viên đón nhận và đã thành công ngoài dự kiến với tỷ lệ đăng ký thực tế của cán bộ vượt 5% tỷ lệ cổ phiếu đang lưu hành.

Nâng cao đời sống tinh thần cho người lao động

Nhằm tạo sức mạnh đoàn kết trong toàn hệ thống, BIC luôn quan tâm đến đời sống tinh thần cho người lao động thông qua các hoạt động thể thao, văn hóa – xã hội như:

- Các chương trình thể thao: các giải bóng đá, tennis thường niên.
- Hội diễn văn nghệ toàn hệ thống BIDV, Hội thi nghiệp vụ BIC.
- Hội thi cắm hoa, trang trí bánh sinh nhật nhân ngày 8/3 và 20/10.
- Tặng quà và tổ chức chương trình Trung thu cho con em cán bộ, tặng quà cho các cháu có thành tích học tập tốt, tặng quà nhân ngày Quốc tế thiếu nhi 1/6.

- Thăm hỏi, tặng quà, ủng hộ các gia đình cán bộ có hoàn cảnh đặc biệt...

➔ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU VÀ AN SINH XÃ HỘI

Phát triển thương hiệu

Năm 2014, trong bối cảnh nền kinh tế nói chung và thị trường bảo hiểm nói riêng gặp nhiều khó khăn, BIC vẫn tiếp tục đầu tư mạnh cho công tác phát triển thương hiệu với ngân sách lên tới hàng chục tỷ đồng.

Hệ thống biển quảng cáo tại cửa ngõ ra vào các Trung tâm kinh tế lớn, trên các quốc lộ huyết mạch hay trong địa phận các tỉnh/thành phố trên cả nước tiếp tục được BIC đầu tư, phát triển. Các kênh quảng cáo tiên tiến, hiện đại như: Quảng cáo từ khóa Google Ads, Quảng cáo qua mạng xã hội Facebook, Quảng cáo qua mạng hiển thị Admicro... được củng cố, đa dạng hóa về hình thức, nội dung, đón đầu xu hướng sử dụng công nghệ của khách hàng. Đặc biệt, duy trì thế mạnh là một thành viên của hệ thống BIDV, năm 2014, BIC tiếp tục tăng cường nhận diện thương hiệu tại các chi nhánh ngân hàng BIDV, góp phần tạo ra một hình ảnh nhất quán, thống nhất, thúc đẩy hoạt động khai thác bảo hiểm qua kênh phân phối bảo hiểm qua ngân hàng (Bancassurance) thêm khởi sắc. Những yếu tố trên kết hợp với nền tảng chất lượng dịch vụ đã được khẳng định đã góp phần giúp cho thương hiệu BIC ngày càng được khách hàng đón nhận và ưa chuộng.

Với chiến lược đẩy mạnh hoạt động kinh doanh tại thị trường hải ngoại, BIC cũng tích cực quảng bá thương hiệu của các liên doanh bảo hiểm tại Lào (LVI) và Campuchia (CVI), góp phần giúp cho thương hiệu của những liên doanh này được công chúng biết đến. Đặc biệt là các doanh nghiệp Việt Nam đã, đang và sắp tới sẽ đầu tư tại thị trường Lào và Campuchia.

Bên cạnh các chương trình truyền thông ra bên ngoài, BIC cũng rất chú trọng tới công tác truyền thông nội bộ nhằm xây dựng văn hóa doanh nghiệp, tạo dựng một tập thể BIC đoàn kết, vững mạnh thông qua các chương trình giao lưu, trao đổi nghiệp vụ giữa các đơn vị thành viên; các sự kiện nội bộ; Lễ trao giải cho các tập thể và cá nhân xuất sắc (Sao Kim) được tổ chức thường niên, tạo nên một nét văn hóa riêng của BIC, thu hút được sự quan tâm, yêu mến của các cán bộ trong hệ thống.

An sinh xã hội

Trong hơn 9 năm hoạt động, BIC luôn là một doanh nghiệp hướng tới cộng đồng và có trách nhiệm với xã hội. Các hoạt động ghi nhận đóng góp an sinh xã hội của BIC luôn được toàn thể cán bộ hưởng ứng nhiệt tình, xuất phát từ chữ Tâm và mang ý nghĩa nhân văn sâu sắc. Tỷ lệ ngân sách dành cho các hoạt động này khoảng 0,05% trong tổng doanh thu. Ngoài ra, BIC luôn có các chương trình quyên góp, ủng hộ tự nguyện do chính cán bộ nhân viên tham gia đóng góp bằng tiền lương của mình.



⇒ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

BIC luôn coi công nghệ thông tin là yếu tố quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh.

Năm 2014, BIC đã tiếp tục nâng cấp hệ thống phần mềm lõi quản lý trực tuyến toàn bộ hoạt động của Tổng Công ty. Tại mọi thời điểm, Trụ sở chính BIC đều có thể quản lý, cập nhật được kết quả kinh doanh của tất cả các đơn vị trên toàn hệ thống. Các hoạt động như quản lý hành chính, tài sản, nhân sự, tiền lương, quản lý đầu tư... đều được thực hiện qua hệ thống phần mềm quản lý nội bộ tạo nên sự thay đổi lớn về năng suất lao động, tiết kiệm chi phí và nhân lực trong toàn hệ thống.

Đặc biệt, năm 2014, BIC đã thực hiện việc chuyển đổi hệ thống CNTT của hai liên doanh LVI, CVI về Việt Nam quản lý, đảm bảo tập trung dữ liệu, an toàn, bảo mật và hợp nhất báo cáo tài chính. Bên cạnh đó, BIC cũng chuyển đổi thành công hệ thống tài chính kế toán theo yêu cầu tại thông tư 232/2012/TT-BTC của Bộ Tài chính đối với doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ, doanh nghiệp tái bảo hiểm và chi nhánh doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ.

Nền tảng công nghệ tốt là cơ sở để BIC phát triển mạnh các kênh bán hàng tiên tiến, hiện đại như: Bancassurance, Bảo hiểm trực tuyến, Telesales... thông qua đó không ngừng tăng trưởng doanh số và gia tăng tiện ích cho khách hàng. Đặc biệt, BIC là một số ít các doanh nghiệp bảo hiểm triển khai thành công hệ thống tra cứu bồi thường online, giúp khách hàng có thể cập nhật từng giờ về tình trạng xử lý hồ sơ bồi thường của mình, các hồ sơ còn thiếu/chưa đầy đủ cũng như được chủ động về thời hạn và số tiền thanh toán bồi thường.

Trong năm 2015, BIC sẽ tiếp tục nghiên cứu và ứng dụng giải pháp tích hợp và khai thác dữ liệu thông minh – Business Intelligence (BI). Đây là giải pháp công nghệ tiên tiến của thế giới, hội tụ 3 yếu tố: thông tin đầy đủ, nhanh chóng và định dạng tốt, giúp BIC có thể khai thác dữ liệu nhanh chóng, đưa ra các báo cáo chính xác và kinh doanh hiệu quả.



MỤC TIÊU VÀ KẾ HOẠCH NĂM 2015

➤ CÁC CHỈ TIÊU KINH DOANH CHÍNH TRONG NĂM 2015

| Chỉ tiêu | Đơn vị | KH 2015 |
|--|---------|---------|
| Tổng doanh thu phí bảo hiểm riêng Công ty mẹ | Tỷ đồng | 1.305 |
| Trong đó: | | |
| - Doanh thu phí bảo hiểm gốc | Tỷ đồng | 1.159 |
| Tỷ lệ bồi thường | % | ≤ 40% |
| Lợi nhuận trước thuế riêng Công ty mẹ | Tỷ đồng | 115 |
| Lợi nhuận trước thuế hợp nhất | Tỷ đồng | 147 |

➤ CÁC HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM NĂM 2015

- Giữ vững/nâng cao mức định hạng tín nhiệm so với mức định hạng tín nhiệm lần đầu do A.M. Best công bố.
- Hoàn thành dự án bán cổ phần cho cổ đông chiến lược nước ngoài;
- Hoàn thành việc nhận chuyển nhượng vốn từ IDCC để sở hữu trực tiếp CVI;
- Tăng vốn điều lệ của LVI lên 5 triệu USD và bổ sung cổ đông mới để tăng cường năng lực tài chính và năng lực khai thác bảo hiểm;
- Thành lập Văn phòng đại diện tại Myanmar, tạo tiền đề cho việc thành lập doanh nghiệp bảo hiểm trong tương lai.

➤ CÁC GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY HOẠT ĐỘNG

- Về mặt quản trị điều hành: Phân cấp cấp thẩm quyền trong Ban điều hành hướng tới mục tiêu quản trị hệ thống hiệu quả, thúc đẩy kinh doanh. Việc phân cấp thẩm quyền sẽ cụ thể đối với từng lĩnh vực hoạt động: nhân sự, nghiệp vụ, kinh doanh theo hướng tập trung phục vụ hoạt động kinh doanh.
- Về mặt địa bàn, mạng lưới kinh doanh: Bổ sung nguồn lực (nhân sự, quan hệ khách hàng,...) cho các địa bàn kinh doanh rộng nhưng lực lượng mỏng, yếu; Thành lập thêm một Công ty tại địa bàn T.p Hồ Chí Minh để tăng năng lực cạnh tranh và tận dụng tối đa tiềm năng của địa bàn rộng lớn này; Hướng dẫn khai thác cho từng địa bàn, cụ thể về việc kinh doanh các sản phẩm, nhóm rủi ro, khách hàng,...
- Về mặt sản phẩm, kênh phân phối: Nâng cao tính cạnh tranh và chất lượng bồi thường của các sản phẩm, đặc biệt là các sản phẩm bán lẻ; Đẩy mạnh các kênh phân phối bán lẻ như Bancassurance, E-Business và Telesales, mở rộng mạng lưới hợp tác phân phối sản phẩm bảo hiểm với các ngân hàng ngoài.
- Về mặt nhân sự: Đánh giá toàn diện chất lượng cán bộ, bổ nhiệm, tuyển dụng và điều động căn cứ trên năng lực cán bộ, đáp ứng yêu cầu kinh doanh; chú trọng đào tạo các kỹ năng bán hàng, chăm sóc khách hàng cho cán bộ kinh doanh và đào tạo nghiệp vụ cho cán bộ phụ trách nghiệp vụ.