

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Định hướng đến năm 2020

- Tiếp tục duy trì và từng bước gia tăng thị phần hoạt động kinh doanh bảo hiểm.
- Hoàn thành tái cơ cấu mô hình quản trị của BIC theo mô hình BIC Holdings.
- Củng cố, nâng cao hiệu quả hoạt động của từng đơn vị thành viên, tăng cường vai trò quản lý, hỗ trợ của Trụ sở chính đối với khối Công ty thành viên.
- Tối ưu hóa danh mục sản phẩm nhằm tận dụng tối đa các lợi thế của BIC phù hợp với xu thế của thị trường.
- Tập trung khai thác triệt để tiềm năng bảo hiểm đối với nhóm khách hàng của BIDV đồng thời mở rộng

khai thác ra các đối tượng khách hàng bên ngoài (đặc biệt là các nhóm khách hàng cá nhân có thu nhập cao tại các khu vực đô thị) để từng bước tạo lập cơ sở khách hàng bền vững.

- Tiếp tục phát triển mạng lưới của BIC gắn kết với mạng lưới sẵn có của BIDV theo mô hình Ngân hàng - Bảo hiểm.
- Quản lý danh mục đầu tư linh hoạt để đạt mục tiêu cân bằng lợi nhuận và rủi ro.
- Hoàn thành việc tìm kiếm đối tác chiến lược và phát hành cổ phiếu tăng vốn cho cổ đông chiến lược để nâng cao năng lực tài chính và mở rộng hoạt động.

Giai đoạn 2013 - 2015

- Tập trung xây dựng mô hình BIC Holdings gắn liền với tìm kiếm cổ đông chiến lược và phát hành cổ phiếu tăng vốn điều lệ
- Xây dựng lộ trình tăng vốn tại Công ty Liên doanh Bảo hiểm Lào Việt (LVI) và việc tiếp nhận vốn tại Công ty Bảo hiểm Cambodia Việt Nam (CVI)

Giai đoạn 2016 - 2020

- Tiếp tục củng cố và hoàn thiện mô hình BIC Holdings
- Từng bước đẩy mạnh hoạt động kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ thông qua lộ trình tiếp nhận vốn tại Liên doanh Bảo hiểm Nhân thọ BIDV MetLife.
- Có lộ trình tăng vốn phù hợp với chiến lược mở rộng thị phần, sản phẩm, quy mô hoạt động.
- Giành lại vị trí thứ sáu trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt nam
- Tăng trưởng doanh thu bảo hiểm hợp nhất trên 20%.

HOẠT ĐỘNG
KINH DOANH 2013



Năm 2013 là năm thứ 6 nền kinh tế Việt Nam rơi vào trì trệ, tăng trưởng dưới mức tiềm năng, tăng trưởng GDP chỉ đạt 5,42% - thấp hơn mức kỳ vọng 5,5%. Năm 2013 cũng là bước tiếp nối của giai đoạn Việt Nam đối mặt với bất ổn kinh tế vĩ mô kéo dài nhất kể từ thập niên 1990.

THỊ TRƯỜNG 2013 VÀ DỰ BÁO 2014

NỀN KINH TẾ VIỆT NAM 2013 VÀ DỰ BÁO 2014

Ổn định trong khó khăn

Năm 2013 là năm thứ 6 nền kinh tế Việt Nam rơi vào trì trệ, tăng trưởng dưới mức tiềm năng, tăng trưởng GDP chỉ đạt **5,42%** - thấp hơn mức kỳ vọng **5,5%**¹. Năm 2013 cũng là bước tiếp nối của giai đoạn Việt Nam đối mặt với bất ổn kinh tế vĩ mô kéo dài nhất kể từ thập niên 1990. Các thách thức của nền kinh tế 2013 phải đối mặt gồm:

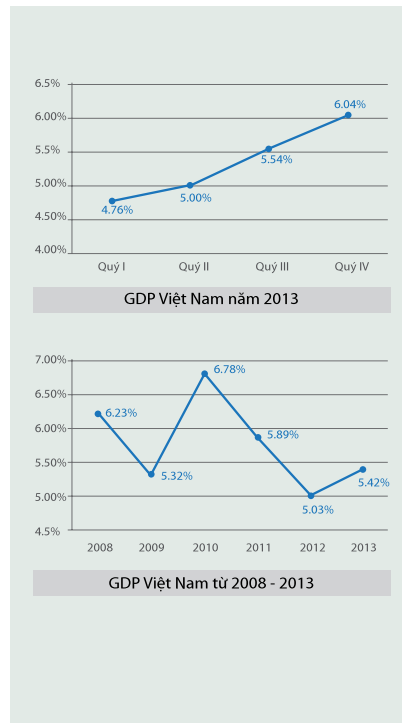
Thứ nhất, nguy cơ lạm phát tăng cao vẫn luôn “rình rập” bởi nguyên nhân bên trong nền kinh tế chưa được giải quyết triệt để.

Thứ hai, tình hình nợ xấu chưa được cải thiện, nên dòng tín dụng vẫn bị tắc nghẽn, nền kinh tế không hấp thụ được vốn. Tình trạng thừa tiền, thiếu vốn còn kéo dài. Khả năng tiếp cận vốn của doanh nghiệp vẫn còn khó khăn, nhất là doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Thứ ba, lãi suất cho vay vẫn còn khá cao, nhất là lãi suất vay trung - dài hạn, dẫn tới không kích thích được các doanh nghiệp đang có thị trường mở rộng đầu tư và vẫn là nguy cơ làm tăng nợ xấu đối với những doanh nghiệp đang nỗ lực phục hồi sản xuất.

Thứ tư, những nỗ lực để làm “ấm” thị trường bất động sản chưa thể mang lại kết quả, dẫn tới thanh khoản của thị trường này khó được cải thiện. Gói hỗ trợ lãi suất **30.000** tỷ đồng để hỗ trợ thị trường bất động sản cho đến nay chưa mang lại kết quả đáng kể. Một khi thanh khoản của thị trường bất động sản chưa cải thiện, thì việc xử lý nợ xấu của ngân hàng thương mại cũng sẽ khó khăn.

Cộng với đó là, trong năm 2013 tình hình kinh tế thế giới còn diễn biến thất thường, có tác động bất lợi đối với nền kinh tế Việt Nam.



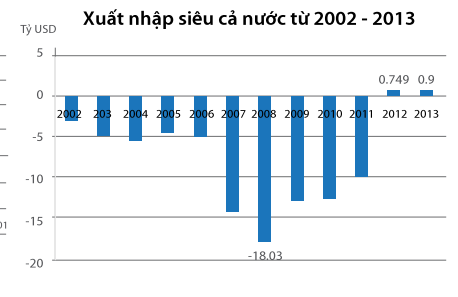
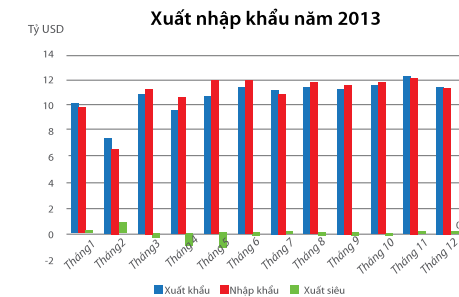
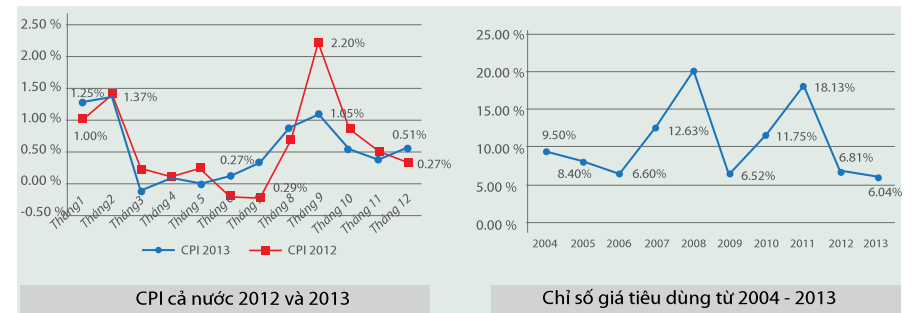
Với tình hình trên, tại Kỳ họp thứ 4, Quốc hội khóa XIII đã xác định mục tiêu kinh tế tổng quát của năm 2013 là: “Tăng cường ổn định kinh tế vĩ mô; lạm phát thấp hơn, tăng trưởng cao hơn năm 2012. Đẩy mạnh thực hiện 3 đột phá chiến lược gắn với tái cơ cấu nền kinh tế, chuyển đổi mô hình tăng trưởng...”, với tốc độ tăng GDP khoảng **5,5%** và kiểm soát CPI dưới **8%**.

(1): Nguồn: Tổng Cục Thống kê

Để thực hiện các mục tiêu trên, Chính phủ đã có nhiều nỗ lực để tạo niềm tin cho thị trường thông qua một “gói giải pháp hỗ trợ thị trường” nhằm: giải quyết hàng tồn kho; xử lý nợ xấu và tháo gỡ khó khăn cho thị trường bất động sản. Cụ thể gồm các giải pháp về tín dụng cho doanh nghiệp vừa và nhỏ; mở rộng tín dụng tiêu dùng; giảm lãi suất huy động tiền gửi và lãi suất cho vay; áp dụng nhiều biện pháp để xử lý nợ xấu,

trong đó có việc thành lập định chế mua bán nợ của Nhà nước (VAMC).

Nhờ vậy, từ nửa cuối năm 2013, thị trường có một số dấu hiệu phục hồi, đáng chú ý là lạm phát được duy trì ở mức thấp nhất trong 10 năm trở lại đây (6% so với mục tiêu 7-8%), lãi suất ngân hàng cũng giảm xuống mức rất thấp với lãi suất cho vay ngắn hạn chỉ ở mức **8 – 9%**/năm, tỷ giá được duy trì khá ổn định trong thời gian dài. Thị trường chứng khoán cũng đang trên đà phục hồi và tăng trưởng tương đối mạnh với chỉ số VN-Index tăng **22,2%** so với năm 2012. Cán cân thương mại được cải thiện đáng kể: kim ngạch xuất khẩu cả năm ước đạt **132,2 tỷ USD**, tăng **15,4%** so với năm 2012. Kim ngạch hàng hóa nhập khẩu năm 2013 đạt **131,3 tỷ USD**, tăng **15,4%** so với năm trước. Như vậy, Việt Nam tiếp tục xuất siêu hơn **0,9 tỷ USD**, sau khi đã xuất siêu 780 triệu USD vào 2012. Dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), theo số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 2013 đăng ký ước đạt **21,6 tỷ USD**, tổng vốn giải ngân ước **11,5 tỷ USD**. Đây là các mức cao nhất trong 4 năm qua của dòng vốn FDI.



Nguồn: Tổng Cục Thống kê

Như vậy, những tháng cuối năm 2013 nền kinh tế Việt Nam đã có nhiều điểm sáng, hứa hẹn một bức tranh “sáng sủa” hơn cho năm 2014. Cùng với đà phục hồi từ nửa cuối năm 2013, năm 2014, Chính phủ đặt mục tiêu tăng trưởng GDP là 5,8%, điều này đã thể hiện quyết tâm của Chính phủ đưa nền kinh tế vào quỹ đạo tăng trưởng, đồng thời cũng đã cho thấy sự lạc quan của Chính phủ về khả năng phục hồi của nền kinh tế.

BIC cho rằng 2014 sẽ là năm bản lề quan trọng, đánh dấu triển vọng “**thoát đáy**” của nền kinh tế.

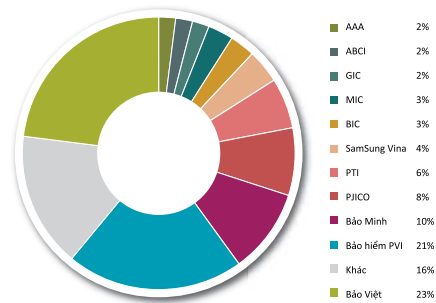
THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM PHI NHÂN THỌ 2013 VÀ DỰ BÁO 2014

Năm 2013, mặc dù các doanh nghiệp bảo hiểm đã chú trọng đến hiệu quả kinh doanh bảo hiểm và đầu tư hơn là chạy đua doanh thu nhưng thị trường bảo hiểm phi nhân thọ vẫn chứng kiến sự suy giảm đáng kể. Năm 2013, tổng doanh thu phí bảo hiểm gốc của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ chỉ đạt **24.426 tỷ đồng**, tăng trưởng **7%** so với năm 2012. Đây là mức tăng trưởng thấp nhất trong 4 năm qua khi tốc độ tăng trưởng của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ trong các năm 2010, 2011, 2012 đều đạt lần lượt **24,5%, 17,5%, 10,5%**. Tổng số tiền đầu tư trở lại nền kinh tế của các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ đạt **24.265 tỷ đồng**, tăng trưởng **14%** so với cùng kỳ ².

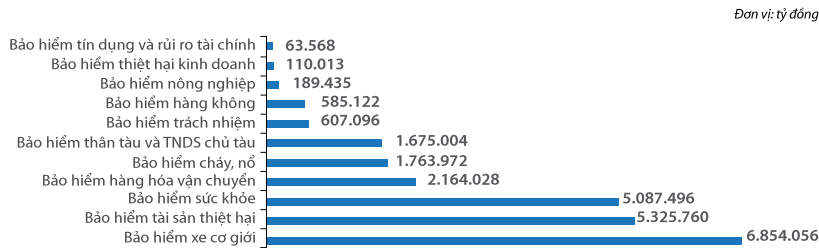
Nguyên nhân của sự suy giảm này chủ yếu là do khó khăn chung của nền kinh tế, đầu tư, chi tiêu công bị tiết giảm, tăng trưởng tín dụng thấp, nhiều cơ sở ngừng trệ làm giảm nhu cầu bảo hiểm và khả năng thanh toán phí bảo hiểm. Ngoài ra, việc cạnh tranh hạ phí bảo hiểm để thu hút khách hàng, dịch vụ bảo hiểm, cũng khiến doanh thu của khối bảo hiểm phi nhân thọ bị giảm sút, ảnh hưởng tới lợi nhuận.

Mặc dù vậy, thị trường bảo hiểm phi nhân thọ năm 2013 vẫn ghi nhận những điểm sáng. Đó là sự chuyên nghiệp của lực lượng đại lý. Các kênh phân phối ngày càng được đa dạng, tối ưu hóa giúp khách hàng có thể tiếp cận các

sản phẩm bảo hiểm một cách thuận lợi nhất. Bên cạnh đó, nỗ lực mở rộng mạng lưới, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ khách hàng, đáp ứng được nhu cầu tài chính ngày càng đa dạng của người dân, mạnh dạn thu hẹp quy mô kinh doanh của các nghiệp vụ bảo hiểm gây thua lỗ, “nói không” với tăng trưởng nóng... đã giúp nhiều doanh nghiệp duy trì mức tăng trưởng ổn định trong năm 2013, tạo tiền đề tăng trưởng cao trong năm 2014.



Biểu đồ thị phần 2013



Doanh thu phí bảo hiểm gốc toàn thị trường theo nghiệp vụ năm 2013

(2): Nguồn: Bộ Tài chính

Năm 2014, dự kiến tổng doanh thu phí bảo hiểm sẽ tăng trưởng khoảng 10 – 11% so với năm 2013. Một số tín hiệu tích cực mà BIC cho rằng sẽ có tác động tốt tới sự phát triển chung của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ gồm:

- Kể từ ngày 1/1/2014, Thông tư số 232/2013/TT-BTC, quy định một số chế độ kế toán mới đối với doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ, doanh nghiệp tái bảo hiểm và chi nhánh doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ nước ngoài chính thức có hiệu lực. Theo đó có khá nhiều điểm mới trong quy định về hạch toán tương đối có lợi cho các doanh nghiệp bảo hiểm như: không bù trừ các khoản dự phòng trên báo cáo tài chính, quy định về kế toán đối với các khoản đầu tư tài chính... Với các thay đổi trong cách hạch toán và thể hiện trong báo cáo tài chính, kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm sẽ được điều chỉnh theo chuẩn mực quốc tế và cũng sẽ được cải thiện đáng kể.
- Để án thực hiện cơ sở dữ liệu về bảo hiểm TNDS chủ xe cơ giới đã hoàn tất, khi đi vào thực thi sẽ là một tiền đề quan trọng để hạn chế trục lợi bảo hiểm, tạo sự thay đổi cả về chất và lượng cho thị trường.
- Thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt nam trong năm 2013 đã cho thấy sự thay đổi khá tích cực khi các doanh nghiệp bảo hiểm đã bắt đầu áp dụng một loạt các biện pháp quản lý nghiệp vụ chặt chẽ, một mặt để đáp ứng các yêu cầu của chính sách tái bảo hiểm, mặt khác để tăng cường hiệu quả cho kinh doanh bảo hiểm gốc. Điều này đã góp phần cải thiện đáng kể hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp, mặc dù 2013 được đánh giá là năm kỷ lục về tấn suất và sức tàn phá của thiên tai. Đây là xu hướng rất tích cực để hướng đến một thị trường cạnh tranh lành mạnh hơn. Mặt khác, với hiệu quả kinh doanh được cải thiện sẽ là cơ sở để chúng ta kỳ vọng một mùa tái tục các hợp đồng tái bảo hiểm “dễ thở” hơn đối với các doanh nghiệp trong năm 2014.
- Đối với các doanh nghiệp bảo hiểm, năm 2014 sẽ tiếp tục là năm để họ tập trung vào yếu tố hiệu quả kinh doanh thông qua các giải pháp mang tính dài hạn như tái cấu trúc, đầu tư cho việc nghiên cứu phát triển các sản phẩm hiệu quả, đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đa dạng các kênh phân phối, tăng cường chất lượng dịch vụ,... Chính vì vậy, BIC cho rằng 2014 sẽ là năm để các doanh nghiệp bảo hiểm xây dựng được một nền tảng vững chắc về quản lý điều hành, củng cố năng lực cạnh tranh và là năm mà toàn thị trường sẽ có sự thay đổi đáng kể về chất.



KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA BIC NĂM 2013

HOẠT ĐỘNG KINH DOANH BẢO HIỂM

Mặc dù 2013 là một năm khó khăn đối với thị trường bảo hiểm nói chung và BIC nói riêng nhưng với sự quyết tâm của toàn hệ thống BIC và bằng các giải pháp kinh doanh hiệu quả, kết quả kinh doanh của BIC tương đối khả quan và đã hoàn thành hầu hết các chỉ tiêu kế hoạch.

Kết quả kinh doanh hợp nhất

Sau khi tăng tỷ lệ sở hữu tại Công ty Liên doanh Bảo hiểm Lào Việt (LVI) lên 65%, BIC đã hợp nhất kết quả kinh doanh và phát hành báo cáo tài chính hợp nhất kể từ Quý 3/2013. Mặc dù kết quả kinh doanh chỉ hợp nhất từ ngày 2/8/2013, nhưng sự tăng trưởng khá của LVI tại hải ngoại cũng đã đóng góp đáng kể vào kết quả kinh doanh hợp nhất của BIC năm 2013. Cụ thể:

- Tổng doanh thu hợp nhất toàn Tổng Công ty đạt 1.206,172 tỷ đồng, tăng trưởng gần 20% so với năm 2012. Trong đó, doanh thu phí bảo hiểm gốc đạt 855,868 tỷ đồng, doanh thu phí tái bảo hiểm đạt 83,657 tỷ đồng.
- Lợi nhuận trước thuế hợp nhất đạt 125,593 tỷ đồng.
- Tổng tài sản hợp nhất đạt 1.755,769 tỷ đồng.
- Vốn chủ sở hữu hợp nhất đạt 791,936 tỷ đồng.
- Tổng quỹ dự phòng nghiệp vụ đạt 482,26 tỷ đồng

Kết quả kinh doanh của Công ty mẹ

Tăng trưởng doanh thu

Tổng doanh thu phí bảo hiểm của Công ty mẹ năm 2013 đạt **894,94 tỷ đồng**, tăng trưởng **18,7%** so với năm 2012, hoàn thành 105,3% kế hoạch cả năm, trong đó doanh thu phí gốc đạt 792,26 tỷ đồng, tăng 18,2%; doanh thu phí nhận tái đạt **102,68 tỷ đồng**, tăng **22,4%**.

Với định hướng tập trung đẩy mạnh bán lẻ, doanh thu các dòng sản phẩm xe cơ giới, con người của BIC tăng trưởng mạnh, tương ứng **26,4%** và **25%**. Bên cạnh đó, nhóm sản phẩm bảo hiểm hàng hóa, do các biện pháp thúc đẩy hiệu quả đã tăng gần 60%. Đây là các động lực tăng trưởng chính của doanh thu phí bảo hiểm BIC trong năm 2013. Đặc biệt, doanh thu bảo hiểm xe máy (là sản phẩm bán lẻ được tập trung triển khai mạnh trong năm 2012, 2013) đã tăng trưởng gấp hơn 2 lần so với cùng kỳ năm 2012.

Cơ cấu doanh thu phí bảo hiểm gốc

Đơn vị: tỷ đồng

TT	Nghiệp vụ	2012		2013	
		Doanh thu	Tỷ trọng %	Doanh thu	Tỷ trọng %
1	Tài sản và thiệt hại	173,654	25,90	187,770	23,70
2	Xe cơ giới	244,024	36,40	308,374	38,92
3	Thần tàu và TNDS chủ tàu	51,153	7,63	36,183	4,57
4	Cháy nổ	80,629	12,03	96,514	12,18
5	Hàng hóa vận chuyển	33,466	4,99	53,293	6,73
6	Sức khỏe và tai nạn con người	65,831	9,82	82,150	10,37
7	Trách nhiệm	3,691	0,55	4,392	0,55
8	Hàng không	6,046	0,90	17,051	2,15
9	Thiệt hại kinh doanh	1,476	0,22	4,986	0,63
10	Tín dụng và rủi ro tài chính	10,406	1,55	1,550	0,20
Tổng		670,377		792,263	

Lợi nhuận

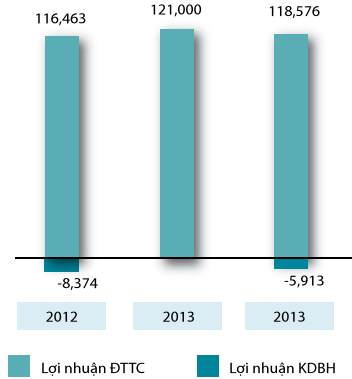
Nhờ các nỗ lực kiểm soát chi phí, giảm tỷ lệ bồi thường, kiểm soát công nợ phí bảo hiểm,... tổng lợi nhuận trước thuế của Công ty mẹ năm 2013 đạt 113,28 tỷ đồng, tăng 4,3% so với cùng kỳ 2012, trong đó:

- Hoạt động kinh doanh bảo hiểm chưa có lãi do ảnh hưởng bởi tình hình chung của thị trường, hoa hồng nhượng tái bảo hiểm bình quân năm 2013 đạt 26,5% giảm 2,5% so với năm 2012, đồng thời do ảnh hưởng dồn dập của các cơn bão lớn trong năm 2013 (Wutip) và vụ tổn thất máy bay tại Lào đã ảnh hưởng tới chi phí bồi thường.
- Hoạt động đầu tư tài chính đóng góp 118,57 tỷ đồng. Tuy nhiên đây chưa phải là kết quả kỳ vọng của BIC do lãi suất trên thị trường năm 2013 sụt giảm nhanh và mạnh ngoài dự đoán.

Quy mô tài sản và nguồn vốn

Tổng tài sản Công ty mẹ tính tại 31/12/2013 là 1.574,98 tỷ đồng, tăng 12,1% so với năm 2012. Trong đó chiếm tỷ trọng lớn nhất là các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn, chiếm 64% tổng tài sản BIC, các khoản đầu tư tài chính dài hạn chiếm khoảng 15% tổng tài sản của BIC.

Vốn chủ sở hữu của Công ty mẹ năm 2013 đạt 777,95 tỷ đồng, tăng trưởng hơn 2% so với năm 2012. Tổng quỹ dự phòng nghiệp vụ đạt 440,78 tỷ đồng, tăng gần 20% so với năm 2012, khẳng định khả năng thanh khoản của BIC luôn được duy trì tốt, sẵn sàng chi trả cho các tổn thất lớn phát sinh.



HOẠT ĐỘNG ĐẦU TƯ VÀ DỊCH VỤ TÀI CHÍNH

Cơ cấu danh mục đầu tư năm 2013

Đơn vị: tỷ đồng

TT	Nội dung	31/12/2012		31/12/2013	
		Giá trị	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ trọng
I	Đầu tư ngắn hạn	900,090		1.000,717	
1	Cổ phiếu niêm yết	35,349	3.07%	50,169	4.35%
2	Cổ phiếu chưa niêm yết	34,7010	3.01%	5,438	0.47%
3	Tiền gửi	815,828	70.74%	901,000	78.13%
4	Trái phiếu công ty ngắn hạn	27,000	2.34%	44,900	3.89%
5	Dự phòng GGCK	(12,797)		(789,797)	
II	Đầu tư dài hạn	253,133		243,613	
1	Trái phiếu chưa niêm yết	170,146	14.75%	150,146	13.02%
2	Đầu tư vào công ty liên doanh	23,837	2.07%	34,660	3.01%
3	Đầu tư, góp vốn cổ phần khác	76,090	6.60%	76,090	6.60%
4	Dự phòng GGCK dài hạn	(16,940)		(17,283)	
Tổng cộng danh mục		1.153,222	100%	1.244,330	100%

Với nguyên tắc đầu tư an toàn, hiệu quả, năm 2013, BIC đã bám sát các diễn biến thị trường để cơ cấu danh mục đầu tư phù hợp với xu hướng của lãi suất tiền gửi, lãi suất trái phiếu. Theo đó, cơ cấu danh mục của BIC tiếp tục được duy trì ổn định, an toàn so với các năm trước, với tỷ trọng hơn 70% là tiền gửi, 16% là trái phiếu, còn lại là cổ phiếu và các khoản góp vốn. Giá trị tổng danh mục tăng trưởng 7,9% so với cùng kỳ 2012.

Năm 2013, do lãi suất giảm thấp, thu lãi tiền gửi giảm 15,8% so với năm 2012, nhưng thu nhập tiền gửi vẫn đóng góp đến 72% tỷ trọng thu nhập tài chính của BIC. Cùng với nguồn thu từ trái phiếu chiếm 21%, tổng thu nhập từ tài sản cố định của BIC chiếm 93% cơ cấu thu nhập.

Đồng thời, do thị trường chứng khoán khởi sắc, thu nhập từ cổ phiếu và góp vốn của BIC năm 2013 đã cải thiện đáng kể, đạt lãi 7,410 tỷ đồng.



Trong năm 2013, BIC đã mua lại thêm 14% vốn tại Công ty liên doanh Bảo hiểm Lào Việt, nâng tỷ lệ sở hữu của BIC tại LVI lên 65% và đã thực hiện hợp nhất báo cáo tài chính từ quý 3/2013. Kết quả kinh doanh khả quan của LVI năm 2013 đã đóng góp đáng kể vào kết quả kinh doanh hợp nhất của BIC.

Kết quả hoạt động tài chính của Công ty mẹ BIC năm 2013

TT	Khoản mục	Năm 2012 (tỷ VND)	Năm 2013 (tỷ VND)	+/- 2013 so với 2012	
				Số tiền	Tỷ lệ
1	Tiền gửi	103,684	87,336	(16,348)	- 15.8%
2	Trái phiếu	20,215	24,982	4,766	23.6%
3	Cổ phiếu, góp vốn	(6,095)	7,410	13,505	- 221.6%
4	Lãi/lỗ tỷ giá hối đoái	0,232	(0,248)	(0,480)	- 206.8%
5	Khác	(1,573)	(0,904)	0,669	- 42.5%
6	Tổng cộng	116,463	118,576	2,112	1.8%

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



TỔNG QUAN VỀ LVI

LVI được thành lập và chính thức hoạt động vào 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 quá trình hoạt động LVI đã đạt được tốc độ phát triển nhanh chóng về cả nhân sự cũng như hệ thống trên toàn nước Lào. Với mục tiêu phát triển bền vững, LVI đã đầu tư mạnh vào công nghệ và phát triển các kênh phân phối sản phẩm mới và đã trở thành Công ty bảo hiểm đầu tiên triển khai sản phẩm Bancassurance tại Lào. LVI luôn coi chất lượng bồi thường là ưu tiên hàng đầu để bảo đảm quyền lợi khách hàng cũng như uy tín của LVI tại thị trường Lào.

Hiện 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 HOẠT ĐỘNG CỦA LVI NĂM 2013

Kết quả kinh doanh

2013 là năm mà điều kiện thiên nhiên ở Lào hết sức khắc nghiệt, hàng loạt cơn bão lớn đổ bộ vào Lào, gây ra nhiều thiệt hại nghiêm trọng tới tài sản của nhà nước, doanh nghiệp và nhân dân đang tham gia bảo hiểm tại LVI. Nhiều tai nạn thảm khốc xảy ra đã phá hủy tài sản và cướp đi sinh mạng của nhiều người đang được bảo hiểm tại LVI. Mặc dù chịu nhiều thách thức và gặp phải nhiều khó khăn như vậy nhưng 2013 vẫn là một năm thành công rực rỡ của LVI:

- Doanh thu phí bảo hiểm năm 2013 đạt 9.068.704 USD, tăng 34% so với năm 2012, đạt 103% kế hoạch HDQT giao cả năm 2013.
- Tỷ lệ bồi thường/TNGL năm 2013 giảm mạnh xuống 37%; Tổng chi bồi thường giảm 28%.
- Tổng lợi nhuận trước thuế năm 2013 tăng đột biến: lợi nhuận trước thuế tăng trưởng 26% đạt 750.726 USD, vượt kế hoạch HDQT giao 10%.
- Tổng tài sản tại thời điểm 31/12/2013 đạt 11.782.094 USD, tăng 90% so với thời điểm 31/12/2012;
- Vốn chủ sở hữu đạt 3.875.812 USD, tăng 17% so với thời điểm 31/12/2012;
- Tổng quỹ dự phòng nghiệp vụ đạt 2.055.230 USD, tăng 38% so với thời điểm 31/12/2012.

Kết quả các mặt 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: Đã đưa vào bán sản phẩm mới là Bảo hiểm vật chất xe theo số km xe chạy (LVI KM), bước đầu mang lại lượng doanh thu khá lớn. 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: Logo LVI đã có mặt ở hầu hết các tỉnh trên toàn quốc, trên tất cả các máy bay, bay quốc tế của LaoAirlines. Công ty thường xuyên quảng cáo trên báo và đài phát thanh. 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 hơn 120 điểm bán Bancassurance thông qua việc ký hợp đồng hợp tác với LVB, APB, STbanks, Indochinabank;
- Ghi nhận của Chính phủ Lào: Trong năm 2013 LVI vinh dự được nhận bằng khen của Chủ tịch Quốc hội và Thủ tướng Chính phủ Lào.

ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG 2014

Mặc dù có nhiều khó khăn thách thức nhưng LVI xác định 2014 sẽ là năm tập trung mở rộng được thị trường, tạo thể đứng vững chắc, nâng cao tính cạnh tranh trên các mặt sản phẩm, chất lượng dịch vụ... Các mục tiêu chính của năm 2014 gồm:

- **Tiếp tục phát triển kênh Bancassurance:** Tiếp tục mở rộng địa bàn, tăng số lượng các điểm bán Bancassurance thông qua việc hợp tác với các ngân hàng khác như BCEL, Indochinabank.
- **Củng cố công tác quản lý:** Tăng cường công tác kiểm tra giám sát hoạt động bồi thường; Tăng cường công tác đào tạo nguồn nhân lực để đáp ứng được yêu cầu của hoạt động kinh doanh; Đầu tư phát triển công nghệ thông tin hỗ trợ hoạt động kinh doanh và kiểm soát rủi ro.
- **Phát triển sản phẩm mới:** Tiếp tục nghiên cứu cho ra đời các sản phẩm bảo hiểm mới đáp ứng nhu cầu của thị trường Lào.

CÔNG TY BẢO HIỂM CAMBODIA VIỆT NAM (CVI)

TỔNG QUAN VỀ 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 kinh nghiệm hơn 57 năm qua trong lĩnh vực tài chính ngân hàng của BIDV, kết hợp kế thừa kinh nghiệm bảo hiểm của Liên doanh BIDV-QBE và BIC qua hơn 10 năm hoạt động tại thị trường Việt Nam và thị trường 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.

Định hướng hoạt động của CVI là nằm trong top đầu trong thị trường bảo hiểm phi nhân thọ tại Campuchia, đồng 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 và hữu nghị lâu đời giữa 2 nước Campuchia và Việt Nam.

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH 2013

Kết quả kinh doanh

- Doanh thu phí bảo hiểm năm 2013 đạt 3.209.990 USD, tăng 8,2% so với năm 2012, đạt 80% kế hoạch cả năm 2013.
- Hoạt động bồi thường của CVI năm 2013 đạt kết quả tốt, tỷ lệ bồi thường đạt 13,36% thấp nhất so với các năm trước, tốc độ xử lý bồi thường được nâng cao.
- Tổng lợi nhuận sau thuế năm 2013 đạt 233.362 USD, tăng 8,4% so với năm 2012, đạt 99% kế hoạch HĐQT giao cả năm 2013.
- Tổng tài sản tại thời điểm 31/12/2013 đạt 8.801.334 USD, tăng 6,8% so với thời điểm 31/12/2012;
- Vốn chủ sở hữu đạt 7.452.872 USD, tăng 3,2% so với thời điểm 31/12/2012;
- Tổng quỹ dự phòng nghiệp vụ đạt 235.594 USD, giảm 21% so với thời điểm 31/12/2012.

Kết quả các mặt 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 2013.
- 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 được tăng cường hỗ trợ đặc lực cho hoạt động kinh doanh, thu hút khách hàng.

Mục tiêu năm 2014

- Doanh thu: 4.332.918 USD, tăng trưởng 35% so với năm 2013.
- Lợi nhuận trước thuế: 506.874 USD, tăng 29% so với năm 2013.
- Thị phần đứng thứ 5/6 các công ty bảo hiểm hoạt động tại thị trường Cambodia
- Tỷ lệ bồi thường thuộc trách nhiệm giữ lại trên phí giữ lại không quá 35%

NHỮNG TIẾN BỘ ĐÃ ĐẠT ĐƯỢC NĂM 2013 CỦA BIC

PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC

Xác định con người là yếu tố trung tâm của mọi thành công, BIC luôn chú trọng tới công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực.



Công tác đào tạo

Với mục tiêu đào tạo nhân viên theo chuẩn mực của BIC, năm 2013, các cán bộ tại BIC đã được tham dự các lớp đào tạo phù hợp để nâng cao trình độ chuyên môn, đáp ứng yêu cầu công việc. Tỷ lệ cán bộ được đào tạo trên tổng số cán bộ toàn Tổng Công ty năm 2013 đạt 89,5%, hoàn thành 106% kế hoạch năm. Nội dung các khóa đào tạo đa dạng, bao trùm các mảng nghiệp vụ bảo hiểm, nghiệp vụ của các bộ phận hỗ trợ như kế toán, nhân sự, Marketing cùng các khóa đào tạo kỹ năng mềm cho mọi cán bộ nhân viên trong toàn Tổng Công ty.

Năm 2013, BIC lần đầu tiên đưa vào sử dụng phần mềm kiểm tra nghiệp vụ trực tuyến. Bước đầu giúp đánh giá thực trạng chuyên môn của các bộ trên toàn hệ thống để có chính sách đào tạo phù hợp.

BIC hiện có đội ngũ giảng viên kiêm chức là những cán bộ chuyên môn và cán bộ lãnh đạo dày dặn kinh nghiệm, kiến thức sâu rộng về các lĩnh vực của ngành bảo hiểm. Thông qua đào tạo nội bộ, kết hợp với các buổi thảo luận, diễn đàn chuyên đề, Ban Lãnh đạo cùng cán bộ nhân viên có thể trao đổi kinh nghiệm, tìm ra phương thức cải tiến để hoạt động của BIC trở nên hiệu quả hơn. Đây cũng là hình thức đào tạo hiện đang được tập trung để phát triển năng lực của cán bộ nhân viên BIC.

Trong năm 2014, BIC sẽ tiếp tục mở rộng các chương trình đào tạo, đặc biệt chú trọng tới đào tạo đội ngũ cán bộ nòng cốt phục vụ cho kế hoạch tăng tốc của BIC trong thời gian tới.

Công tác phát hiện, tuyển dụng, sử dụng và phát triển nguồn nhân lực

Để bổ sung nhân tài cho Tổng Công ty, BIC liên tục tìm kiếm và tuyển dụng cán bộ, đặc biệt là các cán bộ kinh doanh và các chức danh quản lý đã có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực bảo hiểm phi nhân thọ.

Đối với những thành viên đã gia nhập đại gia đình BIC, BIC cam kết mang đến một chương trình đãi ngộ ý nghĩa, độc đáo, cạnh tranh, cân đối giữa thu nhập và các lợi ích khác. BIC chia sẻ lợi ích cho tất cả các thành viên một cách công bằng và thỏa đáng nhằm thu hút và gìn giữ tài năng với các tiêu chí:

- 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 làm việc 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.

Các hoạt động văn hoá, thể thao và xã hội dành cho người lao động

Nhằm chăm lo kịp thời cho cán bộ nhân viên, cố gắng tạo dựng một môi trường sống và làm việc thân ái, đoàn kết, sẻ chia, BIC thường xuyên tổ chức các hoạt động thể thao, văn hóa – xã hội như:

- Các chương trình thể thao: Xác giải bóng đá, tennis thường niên.
- Hội diễn văn nghệ toàn hệ thống BIDV và BIC hàng năm.
- Tặng quà, chăm sóc chị em phụ nữ nhân ngày 8/3 và 20/10.
- Tặng quà và tổ chức chương trình Trung thu cho con em cán bộ, tặng quà các cháu có thành tích học tập tốt, tặng quà nhân dịp Quốc tế thiếu nhi 1/6.
- Thăm hỏi và tặng quà, ủng hộ gia đình cán bộ có hoàn cảnh đặc biệt....

Những hoạt động trên đã góp phần gắn kết các cán bộ nhân viên trong toàn Tổng Công ty, tạo sức mạnh đoàn kết để vượt qua những khó khăn, thử thách.



VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

Văn hóa doanh nghiệp là vấn đề được BIC đặc biệt quan tâm. Qua hơn 8 năm xây dựng và phát triển, những truyền thống, giá trị tốt đẹp của BIC đã được hình thành, đưa BIC trở thành một công ty bảo hiểm với nhiều nét văn hóa đặc sắc, khác biệt trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam.

Văn hóa BIC là sợi dây kết nối mỗi con người BIC, thúc đẩy mỗi cá nhân hăng say làm việc và cống hiến cho sự phát triển của Tổng Công ty. Văn hóa BIC được xây dựng từ các giá trị cốt lõi của thương hiệu BIC, đó là **Chuyên nghiệp, Tin cậy và Công minh**. Trong đó, mỗi cán bộ BIC là một đại sứ thương hiệu, mang các giá trị đó đến gần hơn với khách hàng.

Dịch vụ tiện ích, tư vấn tận tâm

BIC đáp ứng hầu hết các nhu cầu về bảo hiểm của khách hàng với các sản phẩm dịch vụ chất lượng cao dựa trên nền tảng uy tín và thương hiệu của mình. Với đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp, tận tâm, khách hàng đến với BIC sẽ được tư vấn, lựa chọn các sản phẩm phù hợp nhất với nhu cầu và khả năng tài chính. Dịch vụ chăm sóc trước, trong và sau bán hàng cũng được BIC đặc biệt quan tâm nhằm đem tới cho khách hàng một gói dịch vụ hoàn hảo nhất.

Đoàn kết, gắn bó, năng động, sáng tạo

Trong bối cảnh nền kinh tế gặp nhiều khó khăn, BIC vẫn luôn vượt qua các thử thách cam go để hoàn thành xuất sắc kế hoạch kinh doanh. Đó là nhờ sự đoàn kết, gắn bó của một tập thể thống nhất cho một mục tiêu chung. Sự đoàn kết, gắn bó đó không chỉ giới hạn trong nội bộ BIC mà còn được mở rộng trong các mối quan hệ khách hàng theo phương châm **“tôn trọng, hợp tác, cùng phát triển”**.

BIC cũng là một tập thể năng động mà ở đó, mỗi cá nhân là một hạt nhân sáng tạo, thường xuyên đóng góp những sáng kiến có giá trị để cải tiến hoạt động của Tổng Công ty. Đây là một giá trị văn hóa quan trọng mà BIC đã và đang xây dựng trước xu thế hội nhập của thời đại mới.

Chung sức vì cộng đồng

Bên cạnh việc đem tới sự an tâm, tin tưởng cho khách hàng, cổ đông và người lao động, BIC cũng thường xuyên tổ chức các hoạt động an sinh xã hội, thể hiện tinh thần trách nhiệm với cộng đồng. Rất nhiều các chương trình từ thiện như: quyền góp ủng hộ đồng bào lũ lụt, tổ chức trung thu cho trẻ em nghèo, đi bộ vì trẻ em bị nhiễm chất độc màu da cam, mang tiếng hát tới bệnh viện, tài trợ học bổng cho sinh viên nghèo vượt khó... được Đoàn thanh niên, Công đoàn BIC khởi xướng đã thu hút được sự tham gia của các cán bộ BIC trên khắp chiều dài đất nước.

Chính trách nhiệm với khách hàng, cổ đông, người lao động và cộng đồng xã hội đã góp phần tạo nên uy tín và sự tôn trọng cho thương hiệu BIC.

QUẢN LÝ RỦI RO

Cơ chế quản trị

Một cơ chế quản trị rủi ro và quản lý tài chính hiệu quả sẽ bảo vệ các cổ đông trước các sự kiện ảnh hưởng tới các mục tiêu tài chính của Tổng Công ty. Nhận thức được điều này, BIC đã thiết lập một bộ phận quản lý rủi ro với các điều khoản được thống nhất bởi Hội đồng Quản trị và các Ủy ban liên quan. Bộ phận này được bổ sung thêm với một cơ cấu tổ chức rõ ràng bằng các văn bản quy định trách nhiệm và quyền hạn từ Hội đồng Quản trị đến Ban Tổng Giám đốc và các lãnh đạo cấp cao khác. Một khung chính sách được áp dụng, trong đó chỉ ra những rủi ro chủ yếu của Tổng Công ty, các chuẩn mực về quản trị rủi ro, kiểm soát và tổ chức kinh doanh cho các hoạt động của Tổng Công ty. Mỗi chính sách sẽ được một thành viên trong Ban Tổng Giám đốc chịu trách nhiệm giám sát tính tuân thủ trên bình diện toàn Tổng Công ty.

Mục tiêu quản lý rủi ro, các chính sách và quy trình quản lý rủi ro bảo hiểm

Hoạt động bảo hiểm chính của BIC là xây dựng các giá định về rủi ro tổn thất liên quan đến cá nhân hoặc tổ chức là đối tượng liên quan trực tiếp đến rủi ro đó. Các rủi ro để cấp có thể liên quan đến tài sản, trách nhiệm, sức khỏe, rủi ro tài chính hoặc các rủi ro khác có thể phát sinh từ các sự kiện bảo hiểm. Theo đó, BIC chịu các rủi ro bồi thường chưa xác định rõ về thời điểm cũng như mức độ. BIC cũng chịu các rủi ro thị trường thông qua hoạt động bảo hiểm và đầu tư.

BIC quản lý rủi ro bảo hiểm của mình bằng hạn mức khai thác bảo hiểm, các quy trình thủ tục được phê duyệt cho các giao dịch có liên quan đến sản phẩm mới hoặc các giao dịch vượt quá hạn mức, đang dạng hóa rủi ro, đưa ra các nguyên tắc định giá, tái bảo hiểm và giám sát các vấn đề phát sinh.

Quản lý rủi ro vốn và yêu cầu theo luật định

Mục tiêu đầu tiên của BIC trong việc quản lý vốn luôn duy trì nguồn vốn đủ mạnh để hỗ trợ cho sự phát triển trong kinh doanh và đảm bảo yêu cầu về vốn pháp định. BIC nhận thức rõ ràng những tác động đối với lợi nhuận của cổ đông với mức độ góp vốn và tìm cách duy trì mức cân bằng thận trọng.

Yêu cầu về vốn pháp định phát sinh từ các hoạt động nghiệp vụ của BIC và tại Việt Nam yêu cầu BIC phải giữ nguồn vốn vừa đủ để trang trải nợ và đáp ứng các quy định về biên khả năng thanh toán của Việt Nam. Các yêu cầu về đảm bảo khả năng thanh toán áp dụng cho BIC được quy định trong những Quyết định và Thông tư của Bộ Tài chính.

	Biên khả năng thanh toán của BIC (triệu VND)	Biên khả năng thanh toán tối thiểu của BIC (triệu VND)	Tỷ lệ biên khả năng thanh toán (%)	
31/12/2013	657,684	135,140	487%	(16,348)
31/12/2012	715,124	120,695	593%	4,766

Chiến lược kinh doanh bảo hiểm

Chiến lược kinh doanh bảo hiểm của BIC với mục tiêu đa dạng hóa sản phẩm, kênh phân phối và tập trung vào các sản phẩm có hiệu quả cao nhằm đảm bảo sự cân bằng giữa các hoạt động kinh doanh và được dựa trên một danh mục lớn với những rủi ro tương tự trong một số năm, từ đó, làm giảm sự biến động của kết quả kinh doanh.

Chiến lược kinh doanh tái bảo hiểm

BIC tái bảo hiểm một phần các rủi ro bảo hiểm để kiểm soát khả năng lỗ và đảm bảo an toàn vốn, thông qua hợp đồng tái bảo hiểm cố định và tạm thời. Các hợp đồng tái bảo hiểm chuyển giao một phần rủi ro và giới hạn rủi ro với từng hợp đồng bảo hiểm. Mức độ rủi ro giữ lại phụ thuộc vào đánh giá của BIC đối với mỗi loại rủi ro cụ thể, phụ thuộc vào từng hoàn cảnh nhất định, nhằm tối đa hóa mức rủi ro chấp nhận được dựa trên phân tích từng đặc tính của rủi ro. Theo các điều khoản của hợp đồng tái bảo hiểm, nhà tái bảo hiểm đồng ý hoàn trả số tiền nhượng bảo hiểm trong trường hợp có tổn thất bảo hiểm. Tuy nhiên, BIC vẫn có trách nhiệm với chủ hợp đồng cho phần tái nếu nhà tái bảo hiểm không thể thanh toán phần nghĩa vụ của họ.

Đối với các hợp đồng bảo hiểm chứa đựng rủi ro xếp hạng tín nhiệm, để giảm thiểu rủi ro, BIC chỉ lựa chọn những nhà tái bảo hiểm đạt tiêu chuẩn đánh giá tín nhiệm theo các đánh giá công khai của các công ty chuyên về xếp hạng tín nhiệm, hoặc do đánh giá nội bộ, mới được phép tiến hành giao dịch.

CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

BIC coi công nghệ thông tin là một trong những yếu tố cốt lõi để nâng cao năng suất lao động, tăng năng lực cạnh tranh. Trong những năm qua, BIC đã tập trung đầu tư mạnh mẽ vào hệ thống công nghệ thông tin. BIC đã triển khai nghiên cứu, xây dựng, phát triển và ứng dụng các giải pháp mã nguồn mở để sử dụng cho công tác quản lý và phát triển các phần mềm phục vụ các hoạt động kinh doanh của Tổng Công ty như: Sử dụng bộ phần mềm mã nguồn mở SVN Server và TortoiseSVN Client để quản lý dự án phần mềm, sử dụng Framework NHibernate và CodeSmith để phát triển phần mềm làm giảm thời gian và tăng chất lượng phần mềm. Đồng thời, để phục vụ hoạt động, BIC đã phối hợp các công cụ tiên tiến khác nhau để phát triển phần mềm như: Visual Studio 2008, NetAdvantage 2009, Microsoft Sql Server 2008.

Hiện nay, toàn bộ hoạt động của BIC trên toàn quốc được quản lý tập trung, trực tuyến. Tại mọi thời điểm, Trụ sở chính Tổng Công ty quản lý, cập nhật được kết quả kinh doanh toàn hệ thống tất cả các Công ty thành viên. Đến nay, BIC là một trong số ít các Doanh nghiệp bảo hiểm trên thị trường Bảo hiểm Việt nam xây dựng được hệ thống phần mềm lõi quản lý trực tuyến toàn bộ mọi hoạt động như vậy. Hệ thống này đang được nâng cấp để hỗ trợ đắc lực cho công tác quản trị, điều hành và quản lý rủi ro.

Với nền tảng công nghệ tốt, BIC đã triển khai các kênh bán hàng qua hệ thống giao dịch của các Ngân hàng thương mại, qua hệ thống ATM, qua SMS, qua internet, qua điện thoại... để không những tăng doanh số, tăng tiện ích và thuận tiện tối đa cho khách hàng mua bảo hiểm. BIC đã triển khai 05 kênh bán hàng chủ lực: bán hàng trực tiếp, bán qua đại lý, qua môi giới, trực tuyến và qua ngân hàng (Bancassurance). Hiện nay, BIC là Doanh nghiệp bảo hiểm dẫn đầu thị trường về kênh bảo hiểm qua ngân hàng, đồng thời là Doanh nghiệp tiên phong trong việc triển khai bán bảo hiểm trực tuyến.

BIC hiện đang vận hành hệ thống họp trực tuyến Conference Call và đào tạo trực tuyến, đã góp phần tăng cường kết nối giữa Trụ sở chính với các đơn vị trên khắp cả nước, nâng cao hiệu quả công tác quản lý điều hành cũng như góp phần tiết kiệm các chi phí quản lý hành chính cho BIC.

Đặc biệt, trong năm 2014, BIC sẽ nghiên cứu và bước đầu đưa vào 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 quản trị kinh doanh hiệu quả.

Công nghệ thông tin hỗ trợ đắc lực cho BIC trong công tác phát triển các sản phẩm, dịch vụ mới đã và đang có chỗ đứng vững chắc trên thị trường như sản phẩm chăm sóc sức khỏe và tai nạn con người BIC HealthCare, bảo hiểm bảo lãnh, bảo hiểm toàn diện nhà tư nhân, bảo hiểm trọn gói cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, bảo hiểm cây cao su...

ĐA DẠNG SẢN PHẨM DỊCH VỤ VÀ KÊNH PHÂN PHỐI

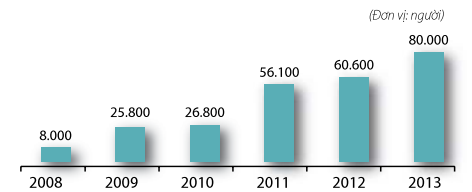
Trong bối cảnh kinh doanh khó khăn, tăng trưởng doanh thu từ các nghiệp vụ truyền thống bị chững lại, các giải pháp cơ cấu lại danh mục sản phẩm và khách hàng được BIC thực hiện một cách đồng bộ, hiệu quả, tập trung vào đối tượng khách hàng cá nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua việc phát triển các sản phẩm bán lẻ và đa dạng các kênh phân phối cá nhân phù hợp với yêu cầu thị trường. Nhờ đó, năm 2013, các sản phẩm bán lẻ tiếp tục tăng trưởng khá, đóng góp đáng kể trong tỷ trọng doanh thu của BIC. Với các

nỗ lực xúc tiến bán hàng thông qua các chương trình khuyến mại, chăm sóc khách hàng, tặng quà, giảm phí,... một số sản phẩm của BIC đã thu hút được sự quan tâm của khách hàng và công chúng như bảo hiểm tai nạn và sức khỏe cao cấp BIC Healthcare, bảo hiểm Khách du lịch quốc tế...

Bên cạnh đó, các sản phẩm tiềm năng như bảo hiểm rủi ro tín dụng và rủi ro tài chính và bảo hiểm trách nhiệm cũng tiếp tục được BIC hoàn thiện, đón đầu tiềm năng trong tương lai.

Song song với đa dạng sản phẩm, dịch vụ, phát triển kênh phân phối cũng là một ưu tiên của BIC trong năm vừa qua. Cùng với việc kiện toàn hoạt động của 22 công ty thành viên và hơn 104 phòng kinh doanh trên toàn quốc để đẩy mạnh kênh khai thác trực tiếp, BIC cũng tiếp tục đầu tư củng cố và đẩy mạnh khai thác hai kênh phân phối bán lẻ hiện đại gồm Bancassurance và Bảo hiểm trực tuyến. Nhờ đó, doanh thu từ kênh phân phối các sản phẩm bảo hiểm cá nhân tại quầy giao dịch ngân hàng (Bancassurance) đã tăng trên 20% so với năm 2012. Doanh thu từ kênh bảo hiểm trực tuyến tại website www.baohiemtructuyen.com.vn tiếp tục tăng trưởng hơn 80% so với năm 2012. BIC tiếp tục là doanh nghiệp bảo hiểm đi đầu về Bancassurance cả về số lượng sản phẩm triển khai và mạng lưới ngân hàng cung cấp cũng như là doanh nghiệp bảo hiểm đi đầu trong phát triển bảo hiểm trực tuyến qua website www.baohiemtructuyen.com.vn, với quy trình bán bảo hiểm được thực hiện hoàn toàn trực tuyến từ khâu đăng ký mua tới khâu thanh toán và cấp Giấy chứng nhận bảo hiểm. Một số kênh phân phối khác như: Kênh đại lý cá nhân và Kênh bán hàng qua điện thoại (Telesales) đã và đang được BIC triển khai và bước đầu có kết quả tích cực trong năm 2013.

Số lượng khách hàng đã phục vụ qua kênh Bancassurance



DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG VÀ CÔNG TÁC GIÁM ĐỊNH BỒI THƯỜNG

Dịch vụ khách hàng

Năm 2013, công tác dịch vụ khách hàng của BIC đã có những bước tiến rất đáng ghi nhận.

Nổi bật trong số đó là công tác đo lường sự hài lòng của khách hàng. Tính đến hết tháng 12/2013, BIC đã thực hiện đo lường sự hài lòng của 13.200 khách hàng từng được xử lý bồi thường. Qua hệ thống Call Center, BIC cũng đã tiếp nhận

và xử lý 7.060 cuộc gọi tới của khách hàng và thực hiện 13.300 cuộc gọi đi trong năm 2013.

Các chương trình chăm sóc khách hàng như VIP Care 2013, Chương trình cảm ơn KH thân thiết, Tháng tri ân - tặng bùing quà tặng... cũng đã trở thành các chương trình chăm sóc khách hàng định kỳ của BIC, đem lại rất nhiều giá trị gia tăng cho khách hàng.

Với những nỗ lực này, tỷ lệ tái tục của BIC năm 2013 đạt được những kết quả rất khả quan với 70% tính theo số đơn bảo hiểm và 73% tính theo mức phí bảo hiểm.

Năm 2014, BIC sẽ tiếp tục đẩy mạnh công tác dịch vụ khách hàng với những nội dung trọng điểm như sau:

- Tăng cường công tác quản lý, theo dõi tỷ lệ tái tục, đảm bảo kết quả tỷ lệ tái tục trung bình toàn hệ thống năm 2014 đạt trên 72%;
- Xây dựng Chính sách sách khách hàng mới, triển khai đồng bộ và hiệu quả trên toàn hệ thống;
- Hoàn thiện công tác đo lường sự hài lòng khách hàng và nội bộ, đảm bảo kết quả đo lường ngày càng gắn liền với thực tế nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ toàn hệ thống;
- Đảm bảo việc quản lý nhập thông tin khách hàng toàn hệ thống một cách đầy đủ và chính xác;
- Ngoài ra, trong năm 2014, BIC sẽ tiếp tục hoàn thiện hệ thống Call Center 24/7, trang bị máy chủ hỗ trợ nhân tin tự động và phần mềm quản lý các cuộc gọi ra, nâng cấp hệ thống kỹ thuật đồng thời dần chuyển đổi sang sử dụng đầu số 1900.9456.

Giám định bồi thường

Năm 2013, những thảm họa thiên nhiên lớn chưa từng có đổ bộ vào Việt Nam như bão Haiyan, bão Wutip, bão Nari... đã khiến cho số vụ khiếu nại bồi thường của BIC tăng cao. Số vụ khiếu nại phát sinh trong năm 2013 của BIC tăng 23% so với năm 2012. Tuy nhiên, với nỗ lực không biết mệt mỏi cùng tôn chỉ Nhanh chóng, dứt điểm, thỏa đáng, BIC đã kịp thời giải quyết xấp xỉ 100% số vụ phát sinh và được khách hàng đánh giá cao về chất lượng và thái độ làm việc. Theo một số kết quả đo lường, tỷ lệ khách hàng hài lòng về công tác bồi thường của BIC trong năm 2013 đạt trên 90%, tăng 10% so với năm 2012.

Bên cạnh đó, năng lực và kinh nghiệm của các cán bộ Giám định bồi thường (GĐBT) BIC cũng không ngừng được nâng cao nhờ việc cọ sát với nhiều tình huống thực tế và trao đổi kinh nghiệm qua đào tạo. Một số vụ tổn thất lớn, phức tạp đã có cán bộ GĐBT Trụ sở chính tham gia trực tiếp làm công tác hiện trường ngay từ đầu nên có thể nắm bắt rõ quy trình quản lý của khách hàng, từ đó đưa ra được hướng dẫn cụ thể các thủ tục bồi thường và kiểm soát chặt chẽ mức độ thiệt hại.

Mạng lưới dịch vụ phụ phục vụ công tác GĐBT bao gồm các Garage (cứu trợ, giám định, sửa chữa), các bệnh viện/ cơ sở y tế liên kết cũng được củng cố, mở rộng.

Tỷ lệ bồi thường của BIC trong năm 2013 tiếp tục được duy trì ở mức tốt, thấp hơn năm 2012 và thấp hơn mức bình quân chung của thị trường.

TRUYỀN THÔNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU

Xác định thương hiệu là yếu tố then chốt góp phần tạo dựng niềm tin trong tâm trí khách hàng mục tiêu, hàng năm, BIC đã tập trung một nguồn ngân sách đáng kể cho công tác phát triển thương hiệu. Năm 2013, trong bối cảnh nền kinh tế gặp nhiều khó khăn, các doanh nghiệp bảo hiểm đều tập trung cắt giảm chi phí marketing, chi phí quảng cáo. Tuy vậy, BIC vẫn kiên định với chiến lược xây dựng thương hiệu của mình với tổng ngân sách đầu tư lên tới hàng chục tỷ đồng.

Hình ảnh thương hiệu BIC xuất hiện trên khắp chiều dài đất nước với các 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. Với đặc điểm là một công ty bảo hiểm trẻ trung, năng động, BIC cũng mạnh dạn ứng dụng các kênh quảng cáo hiện đại, tiên tiến (quảng cáo từ khóa google, quảng cáo qua mạng xã hội facebook và các phương tiện điện tử khác...). Điều này giúp cho thương hiệu BIC không chỉ được biết tới ở trong nước mà còn được lan tỏa ra thị trường nước ngoài. Song song với các kênh quảng cáo, BIC cũng triển khai rất nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn dành cho khách hàng, thông qua đó, giúp cho thương hiệu được khách hàng biết đến nhiều hơn. Hình ảnh thương hiệu BIC cũng thường xuyên xuất hiện song hành với thương hiệu Ngân hàng BIDV tại các điểm giao

dịch của BIDV trên toàn quốc, trong các sự kiện, hội trợ, triển lãm, các chương trình từ thiện... Những yếu tố trên kết hợp với nền tảng chất lượng dịch vụ đã được khẳng định góp phần giúp cho thương hiệu BIC ngày càng được khách hàng đón nhận và ưa chuộng.

Bên cạnh các chương trình truyền thông ra bên ngoài, BIC cũng chú trọng truyền thông nội bộ nhằm xây dựng văn hóa doanh nghiệp, xây dựng tập thể BIC đoàn kết, vững mạnh. Trang web nội bộ Làng BIC, ngày càng được nhiều cán bộ BIC truy cập và chia sẻ thông tin về

cá nhân và hoạt động của đơn vị, bước đầu tạo thành một diễn đàn tham khảo thông tin về tập thể BIC cho toàn thể cán bộ nhân viên. Các chương trình Xây dựng tinh thần đồng đội (Teambuidling), Lễ trao giải cho tập thể và cán bộ xuất sắc nhất (Sao Kim) được tổ chức thường niên, tạo nên một nét văn hóa riêng có của BIC, được nhiều cán bộ quan tâm, yêu mến...

MỤC TIÊU VÀ KẾ HOẠCH 2014

CÁC CHỈ TIÊU KINH DOANH CHÍNH NĂM 2014

Chỉ tiêu	Đơn vị	KH 2014
Tổng doanh thu phí bảo hiểm	Tỷ đồng	1.000
Lợi nhuận trước thuế (*)	Tỷ đồng	130

(*) là lợi nhuận hợp nhất, không bao gồm CVI

MỤC TIÊU 2014

- Tiếp tục xây dựng nền tảng vững chắc hướng tới hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm
- Tăng cường vị thế của BIC trên thị trường bảo hiểm thông qua các giải pháp đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng doanh thu, duy trì lợi nhuận ở mức hợp lý, mở rộng thị phần
- Tăng cường công tác quản lý rủi ro, kiểm soát tốt chi phí, tạo số đồng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động.

CÁC HOẠT ĐỘNG TRỌNG TÂM NĂM 2014

- Tiếp tục tìm kiếm, lựa chọn cổ đông chiến lược và tăng vốn điều lệ.
- Hoàn thành các thủ tục định hàng tín nhiệm quốc tế AM Best.
- Phối hợp với Ngân hàng BIDV hoàn tất các thủ tục đưa Liên doanh bảo hiểm nhân thọ BIDV MetLife đi vào hoạt động.
- Triển khai các thủ tục để nhân chuyển nhượng vốn của Công ty Bảo hiểm Cambodia Việt Nam (CVI). Tập trung hỗ trợ hoạt động của 02 liên doanh LVI, CVI nhằm gia tăng thị phần, hiệu quả hoạt động.