

TRÒ CHUYỆN VỚI DOANH NHÂN

## Chất lượng là sự khác biệt

Theo Bản tin số liệu thị trường bảo hiểm năm 2010 của Hiệp hội Bảo hiểm, Công ty TNHH Bảo hiểm nhân thọ ACE (ACE Life - thành viên tập đoàn ACE của Hoa Kỳ) đứng đầu về số tiền bảo hiểm bình quân trên hợp đồng bảo hiểm. Bên lề buổi lễ ra mắt sản phẩm mới dành cho người mắc bệnh nan y vào tuần trước, ông **LÂM HẢI TUẤN**, Phó chủ tịch cấp cao ACE Life toàn cầu kiêm Tổng giám đốc ACE Life Việt Nam, đã trả lời phỏng vấn của *TBKTSG*.



Ông Lâm Hải Tuấn.

**TBKTSG:** Trong bối cảnh nhiều công ty bảo hiểm nhân thọ gặp khó khăn do khủng hoảng kinh tế thế giới, tình hình kinh doanh của ACE Life có bị ảnh hưởng nhiều không?

- Ông **LÂM HẢI TUẤN:** Cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới hiện vẫn đang còn tiếp tục ảnh hưởng đến nền kinh tế Việt Nam trên nhiều lĩnh vực và có tác động nhất định đến chất lượng cuộc sống của người dân. Trước tình hình vật giá tăng cao, người dân buộc phải thắt chặt chi tiêu, trong đó có chi

phí dành cho bảo hiểm. Tuy nhiên, nhìn chung doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ trên toàn thị trường vẫn có tăng trưởng nhất định cùng với sự xuất hiện nhiều doanh nghiệp mới.

Riêng với ACE Life, chúng tôi vẫn đang tăng trưởng tốt nhờ có một chiến lược hoạt động khác biệt xuyên suốt và hiệu quả, một đội ngũ đại diện kinh doanh tư vấn chuyên nghiệp. Bằng chứng cho điều này là sản phẩm bảo hiểm liên kết chung ngày nay rất được ưa chuộng và hầu như hiện diện ở

tất cả các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ cũ và mới. Khó khăn lớn nhất của chúng tôi trong thời gian qua chính là thất thoát nguồn nhân lực. Nhưng với phương châm phát triển nguồn nhân lực chủ yếu là từ nội lực, có định hướng phát triển cho đội ngũ kế thừa, chúng tôi tin ACE Life sẽ ngày càng mạnh và vững hơn nữa.

**TBKTSG:** Cụ thể là như thế nào, ông có thể cho biết rõ hơn?

- Từ khi thành lập đến nay, ACE Life đã cấp

hơn 200.000 hợp đồng bảo hiểm, còn riêng trong chín tháng đầu năm 2011 đã có thêm hơn 45.000 hợp đồng mới, đạt 319 tỉ đồng, tăng 129% so với cùng kỳ năm 2010. Tính đến hết chín tháng đầu năm 2011, doanh thu phí bảo hiểm đạt 621 tỉ đồng, tăng 135% so với cùng kỳ năm trước.

Mặc dù thời gian hoạt động của ACE Life chỉ mới sáu năm, bằng một nửa thời gian so với nhiều công ty khác, và đội ngũ kinh

Đây là lần đầu tiên sản phẩm "Kế hoạch tài chính cho bệnh nan y", thuộc dòng sản phẩm bảo hiểm liên kết chung (*Universal Life*), được giới thiệu tại thị trường Việt Nam. Sản phẩm được thiết kế nhằm đem lại cho khách hàng một giải pháp bảo vệ các tổn thất tài chính trong trường hợp người trụ cột của gia đình chẳng may mắc bệnh nan y.

Sản phẩm có hai lựa chọn: lựa chọn A với bốn bệnh nan y thường gặp là ung thư đe dọa tính mạng, tai biến mạch máu não, nhồi máu cơ tim, phẫu thuật bắc cầu động mạch vành. Lựa chọn B có số tiền bồi thường bảo hiểm cao hơn, gồm 36 bệnh nan y phổ biến khác nhau như ung thư đe dọa tính mạng, nhồi máu cơ tim, suy thận giai đoạn cuối,

bệnh phổi giai đoạn cuối, hôn mê, bỏng độ 3, bệnh xơ cứng bì tiến triển, phẫu thuật động mạch chủ, bệnh thần kinh vận động, u não, viêm não, liệt tay chân...

Đối tượng khách hàng của sản phẩm này là những người từ đủ 18 tuổi cho đến 55 tuổi và được bảo hiểm đến ngày đáo niên khi khách hàng đạt 70 tuổi. Khách hàng có thể chủ động lên kế hoạch đóng phí bảo hiểm, xác định số tiền đóng phí và thời hạn đóng phí tùy theo hoàn cảnh kinh tế.

Mệnh giá tối thiểu của sản phẩm là 100 triệu đồng, mệnh giá tối đa phụ thuộc sự thẩm định của ACE Life. Ngoài giá trị bảo vệ tài chính bệnh nan y, khách hàng còn được nhận lãi suất không dưới 4%/năm cho giá trị tài khoản hợp đồng.

Năm 2010, ACE Life đứng đầu thị trường về tổng số tiền bảo hiểm trên hợp đồng khai thác mới và số tiền bảo hiểm bình quân của các hợp đồng khai thác trong năm; phí năm đầu thu từ các hợp đồng khai thác trong năm đứng thứ hai trong số các công ty bảo hiểm nước ngoài tại Việt Nam với 439 tỉ đồng. Nếu xét trên tổng số tiền bảo hiểm của tất cả hợp đồng đang còn hiệu lực, ACE Life đứng thứ hai tính trên toàn thị trường; số tiền bảo hiểm bình quân của tất cả hợp đồng đang còn hiệu lực là 326 triệu đồng, đứng đầu thị trường.

*Nguồn: Bản tin số liệu thị trường bảo hiểm năm 2010 của Hiệp hội Bảo hiểm*

doanh cũng chỉ chiếm 5% nguồn nhân lực ngành bảo hiểm nhân thọ nhưng lại đang chiếm hơn 10% phí bảo hiểm khai thác mới toàn thị trường. Điều này chứng tỏ công ty đã không chạy theo thị phần doanh thu mà tập trung vào uy tín và chất lượng tăng trưởng. Đó chính là sự khác biệt của chúng tôi so với nhiều doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ khác.

**TBKTSG: Còn tỷ lệ hủy hợp đồng của khách hàng?**

- Tỷ lệ hủy hợp đồng năm đầu tiên của ACE Life dưới 10%; tỷ lệ hủy hợp đồng trên một năm cao hơn chút ít. Tỷ lệ khách hàng hủy hợp đồng thấp là do sản phẩm của chúng tôi được thiết kế phí đóng linh hoạt, cho phép khách hàng thay đổi mức đóng phí theo điều kiện tài chính của mình.

**TBKTSG: Liệu ACE Life có mạo hiểm khi tung sản phẩm “Kế hoạch tài chính cho bệnh nan y” trong bối cảnh các doanh nghiệp khác**

**đang e dè với việc cung cấp sản phẩm này?**

- Về phương diện kinh doanh thì sản phẩm này sẽ giúp khách hàng có nhiều sự chọn lựa hơn để được bảo vệ. Mặt khác, đây là sản phẩm dành cho người bệnh, giúp họ an tâm điều trị bệnh mà không lo lắng đến tài chính gia đình. Thử nghĩ, nếu có một người trong gia đình chẳng may mắc bệnh nan y, cần thời gian và tiền bạc để điều trị thì họ sẽ như thế nào? Ai cũng biết, điều trị bệnh nan y rất tốn kém, và thời gian dưỡng bệnh rất dài. Chi phí thuốc thang có thể làm cho tài sản của gia đình lần lượt ra đi. Không người bệnh nào có thể chấp nhận gia đình phải khánh kiệt vì mình và cũng không có ai nỡ để người thân của mình phải ra đi mà không được chăm lo hết mức. Họ sẽ cố hết sức, cho dù khánh kiệt để cứu chữa cho người thân đang gặp lúc nguy nan. Vì vậy, chúng tôi tự tin sản phẩm “Kế hoạch tài chính cho bệnh nan y” sẽ bắt đúng mạch thị trường.

**KHANG MINH thực hiện**