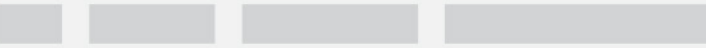


BTA Stratēģija

2022.–2025. gadam

Ko nākotne
nesīs



Jaunais klients

2020. gada notikumiem bijusi fundamentāla ietekme uz dzīvi un sadzīvi, nākas iedziļināties pandēmijas radītajās pārmaiņās gan septiņās cilvēka pamatvajadzībās, gan citās parādībās.

Jaunā klienta vajadzības



Veselība & labbūtība

Higiēna – atkal prioritāte · Preventīva veselības aprūpe · Garīgā veselība · Sportošana mājās · Vairāk telemedicīnas



Saikne

Pāreja uz digitālu sadarbību · Video saziņas platformu popularitātes kāpums · Vairāk sociālo plašsaziņas līdzekļu ikdienā



Ērtības

E-komercijas kāpums · Priekšroka **vietējam** · Vairāk ēdiena piegāžu un **iepirkšanās vienuviet**



Mierīgs prāts

Bažas par nākotni · Rūpes par ģimenes locekļu veselību · Ekonomiski ierobežojumi · Mainīgi noteikumi



Izklaide

Pāreja uz digitālu izklaidi · Datorspēles kļūst par sociālu pasākumu · Metaversa izplešanās · Jauni pasākumi **dzīvajā**



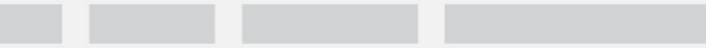
Uzticība

Pandēmija sekmē infodēmiju · Parādās 'domveži' – zinātnieki · Dezinformācija · Tehnoloģiju milži uzticības svaros (jau atkal)



Taisnīgums

COVID-19 pastiprina esošās nevienlīdzības izpausmes · "Black Lives Matter" protestu globāla izplatība · Rūpes par bezdarba tēmu



Nozares tendencies

Nākotne noteikti sagādās ne mazumu pārsteigumu, tomēr tālāk minētajām 10 tendencēm nākamgad varētu būt liela ietekme uz apdrošināšanas nozari. Pamanot tās savlaikus, apdrošinātāji spēs pielāgot savu darbību mainīgajām klientu vajadzībām un radīt jaunus, potenciāli ienesīgus produktus un pakalpojumus.

Nozares tendences

 Veselības un labbūtības pakalpojumu kāpums

 Digitālā vide kļūst par normu

 Izkāpt ārpus apdrošināšanas

 Nišas produktu magnēts

 Milži turpinās augt

Uzticamība vairs nav apspriežama 

Ilgtspēja ir nākotne 

"Zaļās" sacīkstes kāpina tempu 

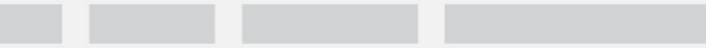
Fiksēta apmēra prēmijas izzūd 

Kriptovalūtas kļūst pievilcīgas 

UZ ko koncentrēsimies mēs

Segmenti





Kādus sevi redzam nākotnē

Mūsu klienti būs pašā centrā itin visā, ko darām, lai mēs kļūtu par nozares tendenču noteicējiem, augtu straujāk par vispārējo tirgus tempu, vienlaikus saglabājot ienesīgumu.

Virzītājspēki

Stratēģiskie virzītājspēki
2019.-2021.

Cilvēki

Inovācijas

Akcenta jomas
2021.

Klientorientācija

Cilvēki

Efektivitāte

Inovācijas

Stratēģiskie virzītājspēki
2022.-2025.

Klientcentriskums

Cilvēki

Efektivitāte & ātrums

Inovācijas & digitalizācija

Ilgospēja

Jaunums

Darbības rezultāti, kas dara mūs lepņus

**Dubultojies
klientu
piesaistes
apjoms**

(pieaugums no
4% līdz 8%)

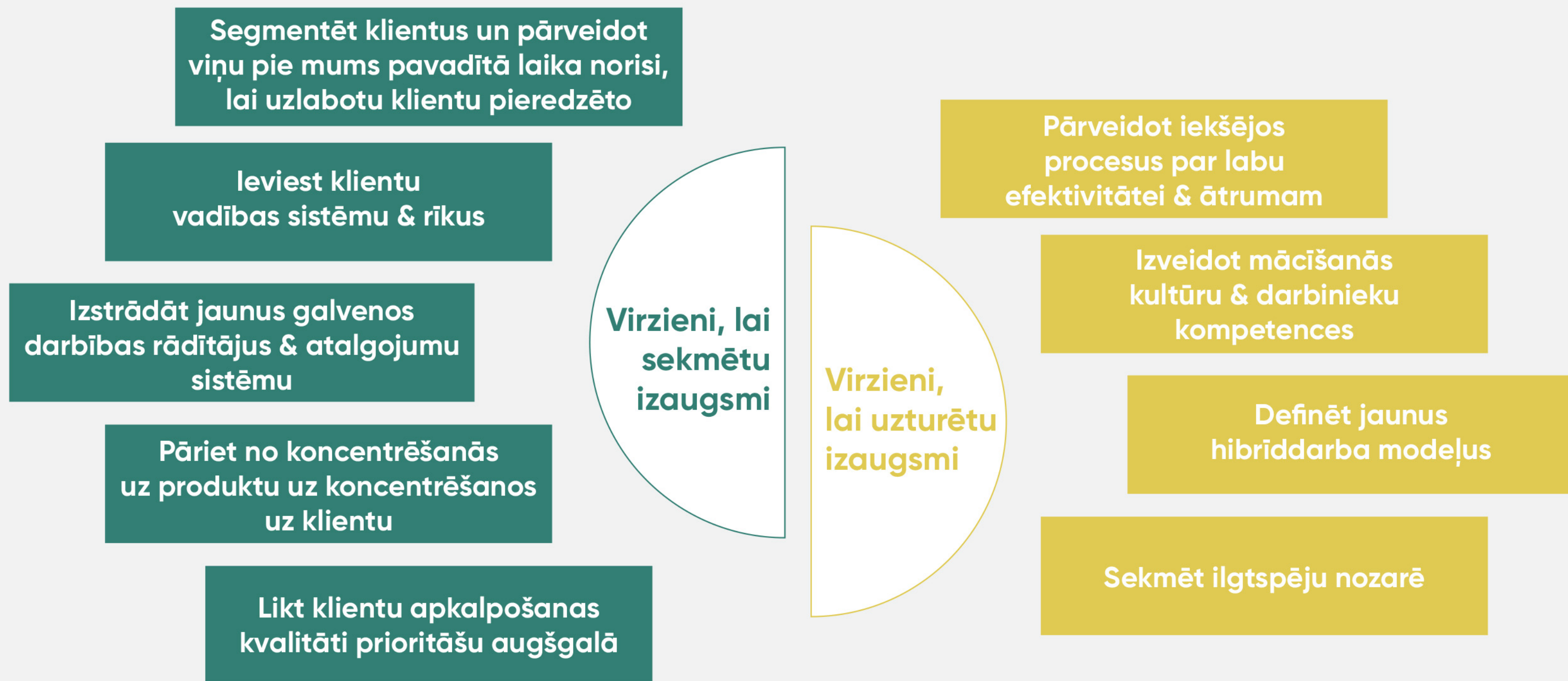
Bruto
parakstītās
prēmijas 2025. g.

300
milj. EUR

Peļņa 2025. g.

15
milj. EUR

9 stratēģiskie virzieni 2022



Viegli büt atbildīgam