

ΤΕΙ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΔΙ.Κ.Σ.Ε.Ο.



Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ ING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΦΥΛΑΚΤΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ: ΣΚΑΡΤΣΟ ΠΟΛΥΞΕΝΗ

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ - ΜΑΙΟΣ 2011

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
Σκοπός.....	8
Δομή.....	8
Υπόθεση.....	9
Μέθοδος.....	9

ΠΡΩΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1. Διοίκηση της ING.....	10
1.1. Καριέρα Ασφαλιστή.....	10
1.2. Το Ανθρώπινο Δυναμικό της Εταιρείας.....	11
1.2.1. Δομικός Ασφαλιστικός Σύμβουλος.....	11
1.2.2. Ασφαλιστικός Σύμβουλος.....	12
1.2.3. Senior Agent.....	13
1.2.4. Executive Agent.....	14
1.3. Ποικιλομορφία.....	15
1.4. ING Business Αρχές.....	16
1.5. Το περιβάλλον των εργαζομένων.....	17

1.6. Η δεοντολογία της ING.....	18
1.7. Οι εργαζόμενοι του ομίλου ING.....	19
1.8. Η Εταιρική Διακυβέρνηση.....	20
1.8.1. Το εποπτικό συμβούλιο.....	21
1.8.2. Η Εκτελεστική Επιτροπή.....	21
1.9. Η τραπεζική στρατηγική της ING.....	22
1.10. Ασφάλειες και Investment Management στρατηγική της ING.....	23
1.11. Διαχείριση κεφαλαίου.....	25
1.11.1. Κεφαλαιακή επάρκεια.....	25
1.11.2. Θεσμικοί επενδυτές.....	27
1.12. Πρόληψη διαχείριση συγκρούσεων.....	28

ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

2. Μάρκετινγκ της ING.....	31
2.1. Τι είναι το Μάρκετινγκ.....	31
2.2. Βασικός στόχος του Μάρκετινγκ.....	32
2.3. Συνέντευξη BRAM BOON, Διευθύνων Σύμβουλος ING Ελλάδος	34
2.4. Ανακρίβειες του Μάρκετινγκ.....	40
2.5. Πέντε αντιλήψεις του Μάρκετινγκ	42

2.6. Ανάλυση των καταναλωτών και της εταιρείας.....	44
2.6.1. Ανάλυση των καταναλωτών.....	44
2.7. Εξυπηρέτηση πελατών	45
2.8. ING Ελλάδα- mystery έρευνα	47

ΤΡΙΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

3. Το κοινωνικό πρόσωπο της ING.....	50
3.1. Εταιρική ευθύνη της ING.....	50
3.2. Η ING ως χορηγός της Φόρμουλα 1.....	51
3.3. Η ING δημοπρατεί για την UNICEF.....	52
3.4. Η συμμετοχή της ING στην προστασία του περιβάλλοντος.....	53
3.4.1. Περιβαλλοντικά μέτρα.....	54
3.5. Η ING Ελλάδος βραβεύεται ως «Superbrand».....	57
3.6. Η ING Ελλάδος κύριος χορηγός του Economist στη «14 ^η Συζήτηση Στρογγυλής Τραπέζης».....	59
3.7. Βράβευση της ING Ελλάδος για την υποστήριξη του προγράμματος Ecomobility, Οικολογική Μετακίνηση.....	61

ΤΕΤΑΡΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

4. Συνέντευξη με τον κ. Αναστασόπουλο Νικόλαο, ασφαλιστικό σύμβουλος

της ING.....64

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....66

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....68

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....76

ΕΙΣΑΓΩΓΗ



Το 1845 ιδρύεται για πρώτη φορά η εταιρεία γενικών ασφαλειών η οποία ονομάστηκε The Netherlands, το 1863 με την σειρά της ιδρύεται η National Life Insurance Bank. Έτσι λοιπόν το 1963 η National Life Insurance Bank και η The Netherlands συγχωνεύονται με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί η Nationale-Nederlanden.

Η ING ιδρύθηκε το 1991 από τη συγχώνευση μεταξύ Nationale-Nederlanden και NMB Postbank ομάδας. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων χρόνων η ING έχει γίνει μια πολυεθνική με διάφορες διεθνείς δραστηριότητες.

Οι ρίζες της ING μπορεί να αποδοθούν στους ασφαλιστές De Nationale levensverzekering Τράπεζα , De Nederlanden van 1845, στις δημόσιες υπηρεσίες της τράπεζας, καθώς και για την Middenstands Nederlandsche Bank. Αυτές είναι οι νόμιμοι προκάτοχοι των «ιδρυτών» της ING: Nationale-Nederlanden και NMB Postbank ομάδας.

Ο παλαιότερος προκάτοχος της είναι η Kooger Doodenbos από Koog στην επαρχία της Βορείου Ολλανδίας, που ιδρύθηκε το 1743. Κατά τη διάρκεια της περιόδου αυτής δημιουργήθηκαν πολλά περιφερειακά ταμεία για την ασφάλιση προσώπων από ορισμένες κοινότητες, τα επαγγέλματα, τις χήρες και τα ορφανά από κακή τύχη. Πολλές από αυτές τις μικρές οργανώσεις είχαν θγει από τις μεγαλύτερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε εθνικό επίπεδο, όπως η De Nationale levensverzekering Τράπεζας. Οι ασφαλιστές πυρός ήταν ο πρώτος που θα αναλάβει τις διεθνείς

δραστηριότητες, αρχίζοντας από την ολλανδική Ινδίες, αλλά αργότερα και στην υπόλοιπη Ασία και στην Αμερική. Αυτό δημιούργησε το ίδρυμα για τη διεθνή εταιρεία της ING που είναι σήμερα.

Η pillarisation της ολλανδικής κοινωνίας, που χωρίζονται σε προτεστάντες, καθολικοί και Σοσιαλιστική / Φιλελευθέρων είναι επίσης ορατή στην ιστορία της ING.

Τράπεζες με καθολική ή προτεστάντικη υπογραφή συγχωνεύθηκαν στην NMB και έγινε μέρος της ING. Επαγγελματικές ομάδες και ενωμένη στις τραπεζικές εργασίες. Οργανισμούς, όπως ο Credietbank για Koffiehuis en Restoranthouders (παμπ και restaurants), η Τράπεζα voor den Diamantenhandel (εμπόριο διαμαντιών) και η Vakbondsspaarbank (Ένωση Ταμιευτήριο) συμμετείχαν σε πολλές συγχωνεύσεις και εξαγορές και, τέλος, έγινε μέρος της ING Bank και ως εκ τούτου μέρος της οικογένειας ING.

Τα ιδρυτικά της ING ως μία εταιρεία ξεκίνησε το 1990 όταν οι νομικοί περιορισμοί σχετικά με τις συγχωνεύσεις μεταξύ των ασφαλιστών και των τραπεζών στις Κάτω Χώρες. Αυτό ώθησε την εταιρεία Nationale Nederlanden ασφαλιστικών και τραπεζικών εταιρεία NMB Postbank Groep να αρχίσει διαπραγματεύσεις. Η συγχώνευση σε Internationale Nederlanden Groep έλαβε χώρα το 1991. Τότε έγινε η συντομογραφία παίρνοντας το όνομά του ως I-N-G. Η εταιρεία ακολούθησε αλλάζοντας το όνομα του νόμου για την ING Groep NV. Από το 1991, η ING έχει εξελιχθεί από μια ολλανδική εταιρία με ορισμένες διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες σε μια πολυεθνική με ολλανδικές ρίζες. Αυτό επιτεύχθηκε μέσω ενός συνδυασμού της οργανικής ανάπτυξης, όπως η δημιουργία της ING Direct από το μηδέν, καθώς και διάφορες μεγάλες εξαγορές. Σήμερα η ING βρίσκεται σε 50 χώρες ,υπάρχουν 54 υποκαταστήματα και γραφεία σε όλη την χώρα, απασχολεί πάνω από 125.000 προσωπικό σε ολόκληρο τον κόσμο ,2.000 συνεργάτες και 550.000 ευχαριστημένους πελάτες.

ΣΚΟΠΟΣ:

Στην ING η επιτυχία μιας Ασφαλιστικής Εταιρείας στηρίζεται σχεδόν αποκλειστικά στη συστηματική δουλειά του Ανθρώπινου Δυναμικού της γιατί <<Εταιρεία>> δεν είναι τα κεφάλαια, τα κτίρια ή τα μηχανήματα, αλλά Εταιρεία είναι οι Άνθρωποι της! Το Ανθρώπινο Δυναμικό των πωλήσεων του της ING είναι το κλειδί της ανάπτυξης της.

Για τον σκοπό αυτό , η ING δημιούργησε τον κανονισμό με όλες τις απαιτούμενες προϋποθέσεις ώστε να διασφαλίζεται με αξιοκρατικά κριτήρια η σταθερή πορεία και η εξέλιξη για τα ικανά, δυναμικά, αποκλειστικής συνεργασίας στελέχη του χώρου των Πωλήσεων(Agents,Κανονισμός Πωλήσεων 2008,σελ 4).

ΔΟΜΗ:

Το ING ως παγκόσμιος Οργανισμός εγγυάται μια πετυχημένη σταδιοδρομία στο δυναμικό και ταχύτατα εξελισσόμενο Επάγγελμα του Ασφαλιστικού Συμβούλου γι' αυτό:

1. Φροντίζουν να παρακολουθούν τις εξελίξεις της ασφαλιστικής επιστήμης στην Ελλάδα και στο εξωτερικό και τις συνθήκες του ανταγωνισμού ώστε να διαθέτουν ευέλικτα, διαχρονικά και υψηλής ποιότητας ασφαλιστικά προγράμματα. Επίσης, φροντίζουν να παρέχουν γρήγορη και αποτελεσματική εξυπηρέτηση στους ασφαλιζόμενους της.
2. Παρέχουν πακέτα Αμοιβών, bonus και ομαδικής ασφάλισης.
3. Δίνουν τη δυνατότητα συμμετοχής σε διαγωνισμούς, συνέδρια και εκπαιδευτικά ταξίδια.
4. Προσφέρουν συνεχή ενημέρωση, εξάσκηση, εξειδίκευση, επαναλαμβανόμενη εκπαίδευση στις σύγχρονες τακτικές ανάπτυξης, ποιοτικής βελτίωσης και διατήρησης χαρτοφυλακίου ασφαλίσεων(Agents,Κανονισμός Πωλήσεων 2009,σελ 4).

ΥΠΟΘΕΣΗ:

Ο κανονισμός προσδιορίζει τους βαθμούς και τους τρόπους εξέλιξης στο δίκτυο πωλήσεων της ING. Επιπλέον θα περιγράψουμε τους όρους για την διατήρηση κάθε βαθμού καθώς και τις προϋποθέσεις για καλύτερη επαγγελματική εξέλιξη.

Οι δυνατότητες εξέλιξης που μπορεί να ακολουθήσει ένας επιτυχημένος συνεργάτης της ING είναι:

1. Του Επαγγελματία Ασφαλιστικού Συμβούλου
2. Του Επαγγελματία Manager

Η κάθε δυνατότητα εξέλιξης εξαρτάται από τις γνώσεις, τις ικανότητες τους στόχους, την δυναμική και τον χαρακτήρα του Συνεργάτη (Agents, Κανονισμός Πωλήσεων 2009, σελ 4).

ΜΕΘΟΔΟΣ:

Όλα τα παραπάνω πραγματοποιούνται σε ένα αναβαθμισμένο κλίμα συνεργασίας, συνέπειας και εμπιστοσύνης που συντελεί βήμα-βήμα, στο <<κτίσιμο>> υψηλών εισοδημάτων και σταθερής επαγγελματικής εξέλιξης με κριτήρια την αποδοτικότητα, την ποιοτική εργασία, την επαγγελματική κατάρτιση και αυτοβελτίωση των Στελεχών των Πωλήσεων (Agents, Κανονισμός Πωλήσεων 2009, σελ 4).

ΠΡΩΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1. Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΗΣ ING



Ο όρος **Διοίκηση** είναι μία ευρύτατη έννοια δια της οποίας προσδιορίζεται γενικά ο τρόπος καλύτερης οργάνωσης ομάδων ανθρώπων προς ταχύτερη επίτευξη συγκεκριμένων στόχων.

Συνεπώς ο όρος προσβλέπει μέσω την βέλτιστης και αποδοτικότερης λειτουργίας των ομάδων (ανθρώπινου δυναμικού) στις οποίες και από τις οποίες αυτή εφαρμόζεται.

1.1. Καριέρα Ασφαλιστή:

Κάθε Ασφαλιστικός Σύμβουλος εντάσσεται σε ένα από τα Γραφεία Πωλήσεων της Εταιρίας όπου εκπαιδεύεται και καθοδηγείται από τα Διευθυντικά Στελέχη .

Ο Ασφαλιστικός Σύμβουλος με την συστηματική και καθημερινή του δουλειά και τη βοήθεια του Manager του αποκτά υψηλό επαγγελματικό επίπεδο και απολαμβάνει όλες ηθικές διακρίσεις και τις υψηλές αμοιβές που παρέχει η ING.

Η συνειδητοποιημένη απόφαση κάθε υποψηφίου να ξεκινήσει την εργασία του Ασφαλιστικού Συμβούλου είναι η βάση για την επιτυχία.

Η πρώτη περίοδος εργασίας είναι πολύ σημαντική και αποφασιστική, γι' αυτό απαιτείται ιδιαίτερη προσπάθεια ,συνέπεια και πειθαρχία από τον Δόκιμο.

Παράλληλα, το Γραφείο και ιδιαίτερα ο Manager που τον εποπτεύει έχει την ευθύνη για την επιτυχή πορεία του Ασφαλιστικού Συμβούλου.

Στους Ασφαλιστές που στοχεύουν αποκλειστική συνεργασία με την ING της Ελλάδας και να σταδιοδρομήσουν στις Πωλήσεις Ασφαλειών, ο Κανονισμός αυτός δίνει αναλυτικά στοιχεία σχετικά με τις υποχρεώσεις και τις προϋποθέσεις με τις οποίες θα μπορέσουν να προγραμματίσουν την καθημερινή τους δράση για την κατάκτηση των στόχων τους(Agents,Κανονισμός Πωλήσεων 2009,σελ 7).

1.2. Το Ανθρώπινο Δυναμικό της Εταιρείας



1.2.1. Δομικός Ασφαλιστικός Σύμβουλος

Απαραίτητα χαρακτηριστικά για την ING

- Ήθος
- Συνέπεια
- Φιλοδοξία
- Ομαδικό πνεύμα
- Διάθεση συνεργασίας

- Εμπιστοσύνη
- Επικοινωνία

1.2.2. Ασφαλιστικός Σύμβουλος

Υποχρεώσεις κατά τις ING:

- Να συμμετέχει σε όλες τις συναντήσεις του Γραφείου, καθώς και σε τυχόν έκτακτες συναντήσεις που θα καλεί ο Διευθυντής του Γραφείου, μετά από σχετική πρόσκλησή του
- Να εργάζεται αποδεδειγμένα για την επίτευξη των στόχων του Γραφείου όπου ανήκει επιδιώκοντας καθημερινά προγραμματισμένα ραντεβού τόσο για νέα παραγωγή όσο και για την εξυπηρέτηση των πελατών του.
- Να εκπαιδεύεται και να παρακολουθεί το πλήρες εκπαιδευτικό πρόγραμμα της Εταιρίας και του Γραφείου.
- Να παρουσιάζει την καλύτερη ασφαλιστική ή επενδυτική λύση προς τους πελάτες του, η οποία θα πρέπει να είναι απολύτως σύμφωνη με τις ανάγκες των πελατών του.
- Να συμμετέχει σε όλες τις εκδηλώσεις της Εταιρίας (ταξίδια, συνέδρια, σεμινάρια, κ. λ .π).
- Να τηρεί όλες τις υποχρεώσεις του, όπως αυτές προκύπτουν από την σύμβαση την οποία έχει υπογράψει με την Εταιρία, καθώς επίσης και από τον Κώδικα Δεοντολογίας της ING. Ο Κώδικας Δεοντολογίας είναι αναπόσπαστο κομμάτι της σύμβασης.
- Να συμμετέχει στις πωλήσεις των προϊόντων όλων των Κλάδων , στους οποίους δραστηριοποιείται η Εταιρία.
- Να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στον τρόπο συμπεριφοράς του στο Υποκατάστημα, έτσι ώστε να υπάρχει: ομαδικότητα, επικοινωνία, καθαριότητα, τάξη και υγιεινή(Agents,Κανονισμός Πωλήσεων 2009.σελ 10).

1.2.3.Senior Agent

Υποχρεώσεις κατά της ING:

- Να συμμετέχει σε όλες τις συναντήσεις του Γραφείου, καθώς και σε τυχόν έκτακτες συναντήσεις που θα καλεί ο Διευθυντής του Γραφείου.
- Να εργάζεται αποδεδειγμένα για την επίτευξη των στόχων του Γραφείου που ανήκει, επιδιώκοντας καθημερινά προγραμματισμένα ραντεβού τόσο για νέα παραγωγή όσο και για την εξυπηρέτηση των πελατών του.
- Να εκπαιδεύεται και να παρακολουθεί πλήρες το εκπαιδευτικό πρόγραμμα της Εταιρίας και του Γραφείου.
- Να παρουσιάζει την καλύτερη ασφαλιστική ή επενδυτική λύση προς τους πελάτες του, η οποία θα πρέπει να είναι απολύτως σύμφωνη με τις ανάγκες των πελατών του.
- Να συμμετέχει σε όλες τις εκδηλώσεις της Εταιρίας(ταξίδια, συνέδρια, σεμινάρια κ.λπ.)
- Να τηρεί όλες τις υποχρεώσεις του, όπως αυτές προκύπτουν από την σύμβαση την οποία έχει υπογράψει με την Εταιρία, καθώς επίσης και από τον Κώδικα Δεοντολογίας της ING. Ο Κώδικας Δεοντολογίας είναι αναπόσπαστο κομμάτι της σύμβασης.
- Να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στον τρόπο συμπεριφοράς του στο Υποκατάστημα (ομαδικότητα, επικοινωνία και θετικό πνεύμα).
- Να συμμετέχει στις πωλήσεις των προϊόντων όλων των Κλάδων , στους οποίους δραστηριοποιείται η Εταιρία(Agents,Κανονισμός Πωλήσεων 2009,σελ 13).

1.2.4 Executive Agent

Υποχρεώσεις κατά της ING:

- Να συμμετέχει σε όλες τις συναντήσεις του Γραφείου, καθώς και σε τυχόν έκτακτες συναντήσεις που θα καλεί ο Διευθυντής του Γραφείου.
- Να εργάζεται αποδεδειγμένα για την επίτευξη των στόχων του Γραφείου που ανήκει, έχοντας καθημερινά προγραμματισμένα ραντεβού τόσο για νέα παραγωγή όσο και για την εξυπηρέτηση των πελατών του.
- Να εκπαιδεύεται και να παρακολουθεί το πλήρες το εκπαιδευτικό πρόγραμμα της Εταιρίας και του Υποκαταστήματος.
- Να παρουσιάζει την καλύτερη ασφαλιστική ή επενδυτική λύση προς τους πελάτες του, η οποία θα πρέπει να είναι απολύτως σύμφωνη με τις ανάγκες των πελατών του.
- Να συμμετέχει σε όλες τις εκδηλώσεις της Εταιρίας(ταξίδια, συνέδρια, σεμινάρια κ.λπ.)
- Να τηρεί όλες τις υποχρεώσεις του, όπως αυτές προκύπτουν από την σύμβαση την οποία έχει υπογράψει με την Εταιρία, καθώς επίσης και από τον Κώδικα Δεοντολογίας της ING. Ο Κώδικας Δεοντολογίας είναι αναπόσπαστο κομμάτι της σύμβασης.
- Να δίνει ιδιαίτερη προσοχή στον τρόπο συμπεριφοράς και λειτουργίας στο κατάστημα (ομαδικότητα, επικοινωνία και θετικό πνεύμα).
- Να συμμετέχει στις πωλήσεις των προϊόντων όλων των Κλάδων , στους οποίους δραστηριοποιείται η Εταιρία(Agents,Κανονισμός Πωλήσεων 2009,σελ 14).

1.3. Ποικιλομορφία



Με δραστηριότητες σε περισσότερες από 40 χώρες, θέλουν το προσωπικό της να αντικατοπτρίζει την πολυμορφία των πελατών της και θέλουν να αξιοποιήσουν τη συλλογική σοφία των ανθρώπων από όλα τα κοινωνικά στρώματα. Η πίστη της στην ένταξη εκτείνεται από εμάς τους ίδιους γι αυτό έχουν επενδύσει σε προγράμματα πολυμορφίας που έχουν εγκριθεί από ανώτερα στελέχη τους.

Η ING αναγνωρίζει ότι η ποικιλομορφία είναι κάτι περισσότερο από την πρόσληψη ατόμων από διάφορες φυλές, εθνικότητας, φύλου, ηλικίας, σεξουαλικού προσανατολισμού, σωματικών ικανοτήτων και την προσωπικών φιλοσοφιών.

Πρόκειται για τη δημιουργία μιας περιεκτικής εταιρικής κουλτούρας η οποία εκφράζει την ικανοποίησή της με το να αναγνωρίζει τις απόψεις, τις προκλήσεις και τα οφέλη της.

Η ING προσπαθεί να δημιουργήσει ένα χώρο εργασίας χωρίς αποκλεισμούς από την αμφισβήτηση νοοτροπίας και την ενθάρρυνση των περισσότερων για ευαισθητοποίηση και την διαφάνεια. Αυτό συμβάλλει στην κατανόηση του πολιτισμού μας, τις επιδόσεις, τη συλλογική σοφία στη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων και, τελικά, τους βοηθά στην καλύτερη σύνδεση με τις σημερινές και τις δυνατότητες των πελατών της.

1.4. ING Business Αρχές

Η ING Business Αρχές εισήχθησαν για πρώτη φορά το 1999 και έχουν θέσει ένα παγκόσμιο πρότυπο για την αναμενόμενη συμπεριφορά του κάθε εργαζομένου. Οι αρχές αυτές έχουν ως σκοπό να ανανεώνονται κάθε χρόνο για να εξασφαλίζεται η ενημέρωσή τους σε ένα μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Οι Αρχές της εκφράζουν αυτό που πιστεύουν και αυτό που επιδιώκουν. Αυτό τους βοηθά να πάρουν αποφάσεις με τις οποίες μπορεί να αντέξει στη δοκιμασία του χρόνου. Ενεργώντας με τον επαγγελματισμό και την ακεραιότητα μπορούν να διατηρήσουν την εμπιστοσύνη των ενδιαφερομένων της και την διατήρηση της φήμης της εταιρίας τους.



Οι Αρχές δεν είναι εθελοντικές προτάσεις. Είναι μη διαπραγματεύσιμες και κάθε υπάλληλος της ING είναι υπεύθυνος επάνω σε αυτές.





περιβάλλοντος και της βιοποικιλότητας, ούτε σε βάρος των ανθρώπων ή των ανθρωπίνων δικαιωμάτων, οπουδήποτε και αν λειτουργεί, θα προσπαθήσει να λάβει μέρος στην κοινωνία σε ένα θετικό και υπεύθυνο τρόπο είτε αυτό είναι στην Ινδία, το Μεξικό, την Αυστραλία ή την Ολλανδία.

Η ING είναι σύμφωνη με τους εθνικούς, διεθνείς νόμους και κανονισμούς. Σε πολλές από τις χώρες όπου δραστηριοποιούνται, οι νόμοι δεν παρέχουν απαντήσεις σε σημαντικά ερωτήματα σχετικά με θέματα όπως η αποψίλωση των δασών, η ρύπανση, η παιδική εργασία και τα όπλα.

Έχουν το δικό τους όραμα για δεοντολογικά ζητήματα, το περιβάλλον, τους ανθρώπους και την κοινωνία. Το όραμα αυτό μεταφράζεται σε πολιτικές που εφαρμόζονται σε όλο τον κόσμο. Με την προώθηση της συνεχούς διαλόγου με τους κοινωνικούς τους εταίρους εργαζόμενους της ING, των πελατών και των μετόχων, αλλά και οι οργανώσεις που ασχολούνται με θέματα που αφορούν τα ανθρώπινα δικαιώματα ή το κλίμα είναι σε θέση να αξιολογούν συνεχώς τις πολιτικές της και να τα προσαρμόσει όπου είναι αναγκαίο.

1.7. Οι εργαζόμενοι του ομίλου ING

Ο όμιλος ING απασχολεί περί τους 450 εργαζόμενους, κατέχει τη δεύτερη θέση στον κλάδο Ζωής με μερίδιο 13%, διαθέτει χαρτοφυλάκιο με 210.000 ασφαλισμένους (στοιχεία 2008) και μετά την απόφασή του να αναπτυχθεί στην Υγεία και τις Γενικές Ασφάλειες μόνο μέσω πρακτορειακής εταιρείας, προχώρησε σε συνεργασίες με τις Interamerican και Ευρωπαϊκή Πίστη για τη διάθεση προϊόντων τους, ενώ μέσω της ING Ομαδικών και Ατομικών Ασφαλειών έχει συνάψει στρατηγική συνεργασία δεκαετούς διάρκειας με την τράπεζα Πειραιώς που, «τρέχει» από το 2007, για τη

διάθεση από το τραπεζικό δίκτυο προϊόντων Ζωής του ING.



Βραδύτερη ανάπτυξη μέσα στο 2010 προβλέπει η ING Investment Management, σημειώνοντας ότι η πρόσφατη κορύφωση των καλών οικονομικών νέων δεν θα σηματοδοτήσει το ξεκίνημα μίας νέας ανόδου, ιδιαίτερα όσο είναι ακόμα έντονες οι επιπτώσεις του κύκλου των αποθεμάτων, της δημοσιονομικής πολιτικής και των εξελίξεων του χρηματοπιστωτικού συστήματος.

Σύμφωνα με τον κ. Valentijn van Nieuwenhuijzen, επικεφαλής της στρατηγικής σταθερού εισοδήματος και οικονομικών της ING IM, ο προηγούμενος χρόνος χαρακτηριζόταν από μία παγκόσμια συγχρονισμένη ύφεση και μία ισχυρή παγκόσμια αντιμετώπιση μέσω δημοσιονομικών μέτρων. Ωστόσο, το υπόλοιπο του 2009 και το 2010 θα χαρακτηρισθούν από μία ανομοιογένεια, με τις χώρες που υπέστησαν ήπια οικονομική επιβράδυνση να σημειώνουν μία σχετικά έντονη ανάκαμψη και μία ανεπαίσθητη πτώση του πληθωρισμού και είναι πιθανό να εφαρμόσουν πιο σύντομα αυστηρότερη νομισματική πολιτική(<http://www.rnews.gr/el/news.php?n=1380>).

1.8. Η Εταιρική Διακυβέρνηση

Η εταιρική διακυβέρνηση είναι ο τρόπος με τον οποίο μια εταιρεία διοικείται και τον τρόπο αντιμετώπισης των διαφόρων συμφερόντων των μετόχων της πελάτες, οι εργαζόμενοι και συνεργάτες και την ευρύτερη κοινωνία.

Η ING πιστεύει ότι η καλή εταιρική διακυβέρνηση προϋποθέτει μια προσεκτική ισορροπία μεταξύ των βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων συμφερόντων της εταιρείας. Έτσι λοιπόν αποσκοπούν ώστε η ING είναι να έχει δομή διακυβέρνησης που είναι διαφανής και να δικαιώνει τα συμφέροντα όλων των ενδιαφερομένων μερών της: πελάτες, τους μετόχους, τους εργαζομένους και την κοινωνία στο σύνολό της.

Η εταιρική διακυβέρνηση αποτελείται από το εποπτικό συμβούλιο και την εκτελεστική επιτροπή.



Βασικό έργο της εν λόγω συμβούλιο της επιτροπής εποπτείας αποτελούν τη διενέργεια ετήσιας αξιολόγησης της εταιρικής διακυβέρνησης της ING στο σύνολό του, τη διενέργεια ετήσιας αξιολόγησης της διακυβέρνησης της Εκτελεστικής Επιτροπής, να υποβάλει προτάσεις για το εποπτικό συμβούλιο και στη Γενική Συνέλευση των Μετόχων για τη βελτιώσεις και να διασφαλίσει ότι η εταιρική διακυβέρνηση της ING ως συνόλου και της πολιτικής επί των οποίων στηρίζεται είναι απολύτως διαφανείς και ανακοινώνονται στην ετήσια έκθεση και την ετήσια Γενική Συνέλευση των Μετόχων.

1.8.1. Το Εποπτικό Συμβούλιο

Το Εποπτικό Συμβούλιο είναι υπεύθυνο για τον έλεγχο των επιδόσεων της διαχείρισης της εταιρείας και να συμβουλεύει την εκτελεστική επιτροπή. Το εποπτικό συμβούλιο αποτελείται αποκλειστικά από τους διευθυντών.

Το εποπτικό συμβούλιο έχει καταρτίσει έναν Χάρτη ο οποίος περιλαμβάνει τις εξουσίες της, τα καθήκοντα και τις μεθόδους εργασίας και πληροφορίες σχετικά με

τις σχέσεις της με την Εκτελεστική Επιτροπή, οι μέτοχοι και οι κάτοχοι θεματοφύλακα παραλαβής και των Συμβουλίων Έργων.

Σύμφωνα με τον Απρίλιο του 2009 ανακοίνωση της στρατηγικής, η ING έχει λάβει μέτρα για την απλοποίηση της διακυβέρνησης. Για να αυξηθεί η εστίαση των επιχειρήσεων της ηγεσίας του Ομίλου, τραπεζικών και ασφαλιστικών τώρα έχουν το δικό τους διοικητικό συμβούλιο αποτελούμενο από Διευθύνων Σύμβουλος του Ομίλου και τις θέσεις των τριών μελών.

1.8.2. Η Εκτελεστική Επιτροπή

Η Εκτελεστική Επιτροπή είναι υπεύθυνη για την τρέχουσα διαχείριση της επιχείρησης και την μακροπρόθεσμη στρατηγική.

Η Ελεγκτική Επιτροπή συμβουλεύει το εποπτικό συμβούλιο κατά την άσκηση της ευθύνης της να διασφαλίσει ότι είναι χρηματοπιστωτικά συστήματα ING Group παρέχει ακριβείς και ενημερωμένες πληροφορίες σχετικά με τη θέση της οικονομικής κατάστασης και ότι οι δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις αντιπροσωπεύουν μια πραγματική και δίκαιη αντανάκλαση αυτής της θέσης. Η επιτροπή συμβουλεύει επίσης το εποπτικό συμβούλιο για την εξασφάλιση κατάλληλων λογιστικών πολιτικών, των εσωτερικών δημοσιονομικών ελέγχων και των διαδικασιών συμμόρφωσης είναι στη θέση τους.

1.9. Η τραπεζική στρατηγική της ING



Μακροπρόθεσμος στόχος της ING είναι να έχει την κορυφαία ευρωπαϊκή λιανική και εμπορική τράπεζα. Οι τραπεζικές δραστηριότητες της θα πρέπει να βασίζονται από διαπιστωμένα πλεονεκτήματα στη συγκέντρωση αποταμιεύσεων, την ηγεσία της διανομής, σε απλές προτάσεις και στο ισχυρό μάρκετινγκ.

Με την πάροδο του χρόνου, θα αξιοποιήσει τις ήδη ισχυρές θέσεις στην αγορά για να διατηρήσει τις οικονομικές επιδόσεις της, μέσω της εμπορικής, την άψογη λειτουργικότητα, τον υψηλό βαθμό ικανοποίησης των πελατών και την ισχυρή κεφαλαιακή θέση

(http://translate.google.gr/translate?hl=el&langpair=en|el&u=http://www.ing.com/group/showdoc.jsp%3Fdocid%3D074085_EN, 2 Ιανουάριου 2011).

1.10. Ασφάλειες και Investment Μάνατζμεντ στρατηγική της ING

Η ασφαλιστική εταιρεία της ING κατέχει ηγετική θέση στον τομέα των υπηρεσιών συνταξιοδότησης, με ένα ελκυστικό μείγμα των ώριμων αγορών και την ανάπτυξη. Η εξασφάλιση της βελτίωσης των οικονομικών επιδόσεων των επιχειρήσεων ασφάλισης είναι ένα βασικό στοιχείο της στρατηγικής της.

Οι ασφαλιστικές εργασίες της θα επικεντρωθούν σε μακροπρόθεσμες διαρθρωτικές ηγετικές θέσεις στη ζωή μας και των υπηρεσιών συνταξιοδότησης. Η επιχείρηση θα γίνεται σε περιφερειακό επίπεδο, με βασικές δομικές μονάδες, συμπεριλαμβανομένων των εργασιών στις χώρες της Μπένελουξ , ΗΠΑ, Κεντρική Ευρώπη, τη Λατινική Αμερική και την Ασία.

Το Investment Μάνατζμεντ θα συνεχίσει να ακολουθεί τη στρατηγική της να γίνει μια ολοκληρωμένη, σε παγκόσμιο επίπεδο που διαχειρίζεται διαχειριστής ενεργητικού, που συνδυάζει τρεις περιφερειακά ενέργειες και η ING Real Estate Investment Μάνατζμεντ. Υπεύθυνη για τη διαχείριση ως ένα ξεχωριστό κέντρο διαχείρισης, θα παρέχει υπηρεσίες σε τρίτους πελάτες μέρους καθώς και ασφαλιστικές και τραπεζικές θυγατρικές. Αν και η διαχείριση σε παγκόσμιο επίπεδο, Investment Μάνατζμεντ αναγνωρίζει τη σημασία του να έχουμε μια ισχυρή τοπική παρουσία στις βασικές αγορές.

Η ING IM εξυπηρετεί θεσμικούς πελάτες, όπως τα συνταξιοδοτικά ταμεία, τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρείες, τα ιδρύματα και οι διανομείς των επενδυτικών κεφαλαίων και των πελατών τους. Η ING IM είναι αφοσιωμένοι στο να παρέχουν στοχαστικό και καινοτόμες λύσεις για την αντιμετώπιση των ατομικών αναγκών των πελατών και βρίσκεται σε περισσότερες από 34 χώρες σε όλο τον κόσμο, η ING Investment Management παρέχει στην οργάνωση παγκόσμια εμβέλεια διατηρώντας παράλληλα την τοπική εστίαση. Περισσότερο από 883 επαγγελματίες επενδύσεων που συμμετέχουν στην καθημερινή παρακολούθηση και την εφαρμογή των επενδυτικών στρατηγικών τους (http://translate.google.gr/translate?hl=el&langpair=en|el&u=http://www.ing.com/group/showdoc.jsp%3Fdocid%3D074085_EN, 8 Ιανουάριου 2011).

1.11. Διαχείριση κεφαλαίου



Ισχυρή κεφαλαιακή θέση και την αποτελεσματική κατανομή των κεφαλαίων ING επιδιώκει να διατηρήσει μια ισχυρή κεφαλαιακή θέση και να διαθέτουν κεφάλαια αποτελεσματικά. Προσπαθούν να βοηθήσουν στη στήριξη της ανάπτυξης, αντέχουν οικονομική πίεση και τελικά βοηθούν στην υλοποίηση αξία για τους μετόχους. Το 2007, θα ενισχυθεί ισχυρή κεφαλαιακή θέση τους, χάρη στην ισχυρή κερδοφορία των επιχειρήσεων και των μέτρων κεφαλαιακής επάρκειας στο πλαίσιο της διαχείρισης κεφαλαίων. Η ING απασχολούνται περίσσεια κεφαλαίου, για τις εξαγορές, για την επαναγορά μετοχών και να πληρώνουν ελκυστικά μερίσματα στους μετόχους. Σε γενικές γραμμές, η ING ήταν σε θέση να διευρύνει την επιρροή της, ανταλλακτικά από το ένα τρίτο, την περαιτέρω διασφάλιση της κεφαλαιακής βάσης και την παροχή χρηματοδοτικής μέγιστη ευελιξία για να συνεχίσει τη στρατηγική στόχων(<http://www.ing.gr/Default.aspx?tabid=164&language=el-GR> ,5 Φεβρουάριου 20011).

1.11.1. Κεφαλαιακή επάρκεια

Η κύρια αποστολή της λειτουργίας διαχείρισης κεφαλαίων Ομίλου είναι να παρακολουθεί, να διαχειρίζεται και να προγραμματίζει την επάρκεια των ιδίων κεφαλαίων του Ομίλου ING, ING Bank και της ING Ασφαλίσεων και να εκτελέσουν όλες τις σχετικές αγορές κεφαλαίων συναλλαγές. Τα οφέλη από μια κεντρική λειτουργία διαχείρισης κεφαλαίων είναι η μέγιστη οικονομική ευελιξία που έχει

δημιουργηθεί για να συνεχίσει τη στρατηγική και τους στόχους για να αντέχουν οικονομική πίεση και ότι οι διαφορετικές απαιτήσεις των μετόχων, των ρυθμιστικών αρχών, οι οργανισμοί αξιολόγησης και εσωτερικών οικονομικών μοντέλων κεφαλαίου μπορεί να είναι σωστά ισορροπημένα. Στην αρχή κάθε έτους, ένα σχέδιο χρηματοδότησης και ένα σχέδιο τιτλοποίησης είναι διατεθειμένο περιγράφει όλες τις προβλεπόμενες χρηματοδοτήσεις και άλλες συναλλαγές στην αγορά κεφαλαίων. Η ING προσπαθεί να χρησιμοποιεί το δυναμικό του κατά τον πλέον βέλτιστο τρόπο. Είναι επομένως σημαντικό ότι οι επιχειρηματικές μονάδες να λαμβάνουν τα κατάλληλα κίνητρα για να διαθέτουν μόνο κεφαλαία που είναι αναγκαία για την υποστήριξη των κινδύνων στις επιχειρήσεις τους. Με τη σειρά τους θα πρέπει να μπορούν να υπολογίζουν σε μια εισφορά κεφαλαίου εάν η επιχείρησή τους μπορεί να αναπτυχθεί κερδοφόρα.

Δωρεάν πλεόνασμα είναι το μέρος των διαθέσιμων οικονομικών πόρων που υπερβαίνει την οικονομική απασχολούμενου κεφαλαίου. Κατά το 2007 συνολικά 5,8 δις ευρώ των μερισμάτων που καταβλήθηκαν από την ING ασφαλιστική της Ολλανδίας. Στις 31 Δεκεμβρίου, παρέμεινε εκεί δεμένα χωρίς πλεόνασμα των 3,5 δις. ευρώ και φερεγγυότητας της ΕΕ κατά 150% στην ING ασφαλιστική της Ολλανδίας. Σημαντικό έργο τέθηκε υπό τη διαχείριση της εταιρικής Ασφαλίσεων γραμμή κατά τη διάρκεια του 2007. Η εταιρική γραμμή περιέχει τη διαχείριση κεφαλαίων και γενικά θέματα διαχείρισης που ξεφεύγουν από τον έλεγχο της διαχείρισης των επιχειρηματικών μονάδων, όπως είναι η χρηματοδότηση του κεφαλαίου, πάνω κάτω φράκτες και ειδικές δαπάνες που δεν σχετίζονται άμεσα με την επιχείρηση. Μια νέα εξωτερική πολιτική της μετατροπής των κινδύνων εγκρίθηκε επίσης και το νέο επιτόκιο της πολιτικής διαχείρισης κινδύνων τέθηκε σε εφαρμογή.

Στις αρχές του 2007 περίπου 17 δισεκατομμύρια ευρώ των ενυπόθηκων δανείων είχαν συσσωρευτεί εντός της ING ασφαλιστικής στην Ολλανδία, ως επί το πλείστον σε μια θυγατρική υποθήκη. Η οντότητα αυτή μεταφέρθηκε στην ING Bank, όπου τα περιουσιακά στοιχεία μπορούν να χρηματοδοτηθούν πιο φθηνά και τα συστήματα είναι σε θέση να διαχειρίζεται ενεργά τον κίνδυνο προπληρωμής.

1.11.2. Θεσμικοί Επενδυτές



Η ING Investment Management με διαφάνεια, διεθνή εμπειρία και προηγμένη τεχνογνωσία παρέχει συστηματικά ολοκληρωμένες και αξιόπιστες επενδυτικές υπηρεσίες σε **θεσμικούς επενδυτές** και οργανισμούς. Η διαχείριση χαρτοφυλακίου και η παροχή επενδυτικών υπηρεσιών υψηλής ποιότητας είναι οι τομείς δραστηριότητας της ING.

Θεσμικοί επενδυτές, όπως ασφαλιστικά ταμεία, εταιρίες επενδύσεων χαρτοφυλακίου, ασφαλιστικές εταιρίες, ταμεία επαγγελματικής ασφάλισης, αμοιβαία κεφάλαια, ιδρύματα και μία σειρά οργανισμών, αλλά και ιδιωτών αποτελούν την αγορά στην οποία δραστηριοποιείται η ING Investment Management.

Η εξυπηρέτηση θεσμικών χαρτοφυλακίων στην ING Investment Management έχει επίκεντρο τον κάθε πελάτη ξεχωριστά και με απολύτως διαφανείς διαδικασίες διαχείρισης προσφέρουν υψηλής ποιότητας υπηρεσίες, αξιοποιώντας τη διεθνή και πολύχρονη εμπειρία τους.

Οι υπηρεσίες διαχείρισης χαρτοφυλακίου είναι προσαρμοσμένες στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του κάθε πελάτη ξεχωριστά. Οι υπηρεσίες αυτές συμπεριλαμβάνουν τον προσδιορισμό των αναγκών του κάθε μεμονωμένου πελάτη και την επιθυμητή σχέση ρίσκου / απόδοσης, τη διαμόρφωση του χαρτοφυλακίου του και τη συνεχή διαχείρισή του και ενημέρωση από τα εξειδικευμένα στελέχη της ING Investment Management(http://www.ingim.gr/ingim/article4.asp?cat_id=400 , 26 Μαρτίου 2010).

1.12. Πρόληψη και διαχείριση συγκρούσεων συμφερόντων

Η Εταιρία εφαρμόζει μέτρα που στοχεύουν ειδικά στη πρόληψη και διαχείριση καταστάσεων σύγκρουσης συμφερόντων. Επίσης, παρακολουθεί διαρκώς τις δραστηριότητες που ασκούνται προκειμένου να διαβεβαιώσει ότι οι εσωτερικές διαδικασίες ελέγχου σε αυτό το θέμα είναι οι κατάλληλες.

Ο έλεγχος της εφαρμογής και παρακολούθησης των διαδικασιών πρόληψης και διαχείρισης καταστάσεων σύγκρουσης συμφερόντων διενεργείται σε τρία επίπεδα: α) σε επίπεδο διαχείρισης κινδύνων β) σε επίπεδο κανονιστικής συμμόρφωσης και γ) σε επίπεδο εσωτερικού ελέγχου.

Η Εταιρία διασφαλίζει την αυτονομία της διαχείρισης και τον εμπιστευτικό χαρακτήρα των επενδυτικών αποφάσεων, ιδίως στο εσωτερικό του ομίλου στον οποίο ανήκει, θεσπίζοντας κανόνες για την αποφυγή καταστάσεων σύγκρουσης συμφερόντων και λαμβάνοντας μέτρα για τη διευθέτηση τέτοιων καταστάσεων που ενδέχεται να παρουσιαστούν κατά την ενάσκηση της διαχείρισης.

Για την εκπλήρωση της παραπάνω υποχρέωσης, η εταιρία λαμβάνει τα κατάλληλα μέτρα ώστε να διασφαλίζεται η αυτονομία της διαχείρισης από τις λοιπές δραστηριότητες διαχείρισης του ομίλου στον οποίο ανήκει.

Η τήρηση του απορρήτου αποτελεί βασική αρχή της Εταιρίας. Τα στελέχη, όργανα και γενικά υπάλληλοι της Εταιρίας οφείλουν να επιδεικνύουν την αναγκαία εχεμύθεια επί των πληροφοριών που περιέχονται σε γνώση τους από τους πελάτες.

Οι πράξεις διαχείρισης διενεργούνται αποκλειστικά από την εταιρία, εκτός εάν υφίσταται ειδική έγγραφη σύμβαση ανάθεσης της διαχείρισης του συνόλου ή μέρους του χαρτοφυλακίου. Σε κάθε περίπτωση η Εταιρία εξακολουθεί να φέρει πλήρη ευθύνη για τη διαχείριση.

Τα μέλη του διοικητικού συμβουλίου της Εταιρίας δεν μπορούν να είναι μέλη του διοικητικού συμβουλίου, χρηματοπιστωτικοί εκπρόσωποι, αντικριστές, εσωτερικοί ελεγκτές ή να ασκούν καθήκοντα αντίστοιχα προς αυτά του διαχειριστή σε Εταιρείες Παροχής Επενδυτικών Υπηρεσιών (ΕΠΕΥ), εξαιρουμένων των πιστωτικών ιδρυμάτων.

Ο εσωτερικός ελεγκτής της Εταιρίας δεν μπορεί να είναι μέλος του διοικητικού συμβουλίου ή εσωτερικός ελεγκτής άλλης Εταιρίας ή ΕΠΕΥ ή ασφαλιστικής εταιρίας. Επίσης δεν μπορεί να είναι χρηματοπιστωτικός εκπρόσωπος ή αντικριστής ΕΠΕΥ. Τέλος δεν μπορεί να ασκεί καθήκοντα αντίστοιχα με αυτά του διαχειριστή σε άλλη Εταιρία, σε ΕΠΕΥ ή σε ασφαλιστική εταιρία.

Ο διαχειριστής δεν μπορεί να δέχεται παροχές ή άλλα προνόμια από οποιοδήποτε τρίτο φυσικό ή νομικό πρόσωπο που θα μπορούσαν να θέσουν υπό αμφισβήτηση την ανεξαρτησία των αποφάσεών του, εκτός εάν έχει προηγούμενη άδεια της εταιρίας. Τέλος, ο διαχειριστής οφείλει να μην αποδέχεται την ενάσκηση καθηκόντων που θα μπορούσε να παρεμποδίσει την ανεξάρτητη λήψη αποφάσεων που σχετίζονται με τα καθήκοντά του ως διαχειριστή. Ο διαχειριστής εξάλλου δε θα εμπίπτει στα τυχόν πρόσθετα ασυμβίβαστα που κάθε φορά προβλέπονται από την ισχύουσα νομοθεσία, ή από τον παρόντα εσωτερικό κανονισμό.

Οι πράξεις διαχείρισης χαρτοφυλακίων διενεργούνται και οι επενδυτικές συμβουλές παρέχονται πάντοτε με γνώμονα το συμφέρον των επενδυτών / πελατών και ανεξάρτητα από το συμφέρον άλλων προσώπων. Ειδικότερα:

Οι πράξεις διαχείρισης και οι επενδυτικές συμβουλές είναι σύμφωνες με την επενδυτική πολιτική και το σκοπό του υπό διαχείριση χαρτοφυλακίου ή του πελάτη που αφορούν και οι επενδυτικές επιλογές διενεργούνται, εντός των πλαισίων που

θέτει η νομοθεσία και το προφίλ του πελάτη.

Η επιλογή του διαχειριστή ή του επενδυτικού συμβούλου βασίζεται αποκλειστικά σε κριτήρια που συνάδουν με το συμφέρον και την αυτονομία του υπό διαχείριση χαρτοφυλακίου ή της παρεχόμενης επενδυτικής συμβουλής.

Μέτρα λαμβάνονται επίσης για να επιβεβαιωθεί η αυτοτελής διαχείριση των πληροφοριών και η ασφάλεια των εμπιστευτικών πληροφοριών, με μέτρα και διαδικασίες τόσο εγκρίσεων πρόσβασης μόνο σε εκείνα τα άτομα που τις χρειάζονται για την εκτέλεση των επαγγελματικών τους καθηκόντων. Αναλυτικότερα στα πλαίσια των εσωτερικών διαδικασιών λειτουργίας και των υποχρεώσεων των καλυπτόμενων προσώπων σύμφωνα με τον κώδικα συμπεριφοράς που έχει θεσπίσει η εταιρία, η Εταιρία εφαρμόζει πολιτική πληροφόρησης των στελεχών της στο μέτρο του απόλυτα αναγκαίου της γνώσης από το συγκεκριμένο στέλεχος της συγκεκριμένης πληροφορίας. Κατά συνέπεια, η δυνατότητα πρόσβασης των χρηστών στα στοιχεία και τη λειτουργία του μηχανογραφικού συστήματος υφίσταται μόνο ως προς τα στοιχεία που αφορούν τα καθήκοντα τη συγκεκριμένης διεύθυνσης ή τομέα της Εταιρίας, στην οποία ανήκει ο χρήστης. Το μηχανογραφικό σύστημα επιτρέπει την ανίχνευση των προσβάσεων, των κινήσεων, των τροποποιήσεων και, γενικότερα, των επεμβάσεων κάθε χρήστη του συστήματος. Η Εταιρία διαθέτει επιπλέον διαδικασίες διαχείρισης της εμπιστευτικότητας των πληροφοριών που αφορούν τους πελάτες και τις παρεχόμενες επενδυτικές υπηρεσίες. Πληροφορίες που κατέχει η εταιρία ως προς ένα πελάτη της δεν χρησιμοποιούνται για την παροχή υπηρεσιών σε άλλο πελάτη, χωρίς την έγγραφη συναίνεση του πρώτου.

Κατά τη παροχή επενδυτικών υπηρεσιών, η πολιτική της Εταιρίας προβλέπει την πληροφόρηση του πελάτη για τις επενδυτικές επιλογές της και δεν αποκρύπτει τυχόν ιδιαίτερο επιχειρηματικό ενδιαφέρον της ίδιας υπέρ της επιλογής μίας εκ των προτεινομένων επενδυτικών λύσεων. Ιδίως, θα λαμβάνεται μέριμνα για την ενημέρωση των πελατών της Εταιρίας σε περίπτωση που τα συμφέροντά τους θίγονται από αλλαγή στις επενδυτικές επιλογές της Εταιρίας ή από συμμετοχή της Εταιρίας σε πράξεις ή συναλλαγές που ενδέχεται να τη φέρουν σε σύγκρουση με τα συμφέροντά τους.

ΔΕΥΤΕΡΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

2. ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ ING



Εικόνα: Bram Boon, ασφαλιστικός σύμβουλος στην Ελλάδα.

2.1. Τι είναι το μάρκετινγκ

Ε Π Ι Σ Τ Η Μ Ο Ν Ι Κ Ο
M A R K E T I N G
M A N A G E M E N T

Το μάρκετινγκ συνίσταται στην οργανωμένη προσπάθεια μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού να ικανοποιήσει τις ανάγκες αλλά και τις επιθυμίες των καταναλωτών. Προσπαθεί δηλαδή, με κύριο εργαλείο την έρευνα αγοράς, να αντιστοιχίσει τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που παράγει με τον πελάτη-στόχο που τα χρειάζεται ή τα επιθυμεί, ή ακόμα καλύτερα αφού κατανοήσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες του, να κατασκευάσει τα αντίστοιχα προϊόντα / υπηρεσίες με τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες που ο πελάτης επιθυμεί, να του τα γνωστοποιήσει (διαφήμιση και προώθηση), να τα καταστήσει διαθέσιμα μέσα από τα κανάλια διανομής (τα μαγαζιά και οι τοποθεσίες που αυτά είναι διαθέσιμα) στην τιμή που θα πρέπει αυτά να πωλούνται.

2.2. Βασικός στόχος του Μάρκετινγκ

Ο βασικός στόχος του μάρκετινγκ, ειδικότερα όσον αφορά τα καταναλωτικά αγαθά, δηλαδή αυτά που απευθύνονται στους τελικούς καταναλωτές (και όχι σε άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς, οπότε και γίνεται λόγος για βιομηχανικά προϊόντα/ υπηρεσίες) είναι οι επαναλαμβανόμενες πωλήσεις. Ειδικότερα τα στελέχη μάρκετινγκ μίας επιχείρησης ή ενός οργανισμού προσπαθούν να δημιουργήσουν μία μακροχρόνια σχέση με τον πελάτη προσφέροντας υψηλή αξία στα προϊόντα τους, αξία υψηλότερη από τα αντίστοιχα προϊόντα του ανταγωνισμού. Μέσα από την υψηλότερη αυτή αξία επιτυγχάνεται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης, δηλαδή η υπεροχή της ίδιας και των προϊόντων της έναντι του ανταγωνισμού. Όλα τα παραπάνω με τη σειρά τους οδηγούν σε πιστότητα των πελατών και τελικά σε επαναλαμβανόμενες πωλήσεις των προϊόντων / υπηρεσιών της επιχείρησης.

Έτσι λοιπόν υπάρχει ο Πίνακας περιεχομένων, ο οποίος περιλαμβάνει:

A) Το προϊόν

B) Την τιμή

Γ) Τη διανομή

Δ) Την προώθηση

A) Προϊόν:

Αναλυτικότερα για το προϊόν, το στέλεχος του τμήματος μάρκετινγκ πρέπει να λάβει υπόψη του τα χαρακτηριστικά του, τις ιδιότητες του, την αξία που προσφέρει στον καταναλωτή τόσο χρηστική (δηλαδή με τη χρήση του προϊόντος) όσο και τη συναισθηματική (το στυλ, κύρος του προϊόντος όπως π.χ. ένα γρήγορο αυτοκίνητο).

B) Τιμή:

Όσον αφορά την τιμολόγηση αυτή πρέπει να είναι αντίστοιχη του προϊόντος, της ποιότητας κατασκευής του και της αξίας που προσφέρει στον καταναλωτή (τόσο χρηστική αξία όσο και συναισθηματική). Έτσι μπορεί ένα απλό αντικείμενο με πολύ μικρό κόστος κατασκευής, μεσαίας ποιότητας και χωρίς μεγάλη χρησιμότητα (π.χ. ένα μπρελόκ) να πωλείται ακριβά λόγω της συναισθηματικής αξίας που προσφέρει (π.χ. ένα μπρελόκ με το σήμα της Ferrari).

Γ) Διανομή:

Τα κανάλια διανομής (τόπος) συνίστανται στην εξεύρεση των κατάλληλων σημείων πώλησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών μας. Επίσης συνίστανται στη γεωγραφική κάλυψη που προσφέρουμε. Για παράδειγμα θα πωλούμε τα κρουασάν που κατασκευάζουμε, σε super market, σε περίπτερα, στην Αττική και σε όλη την υπόλοιπη Ελλάδα. Αποφάσεις που σχετίζονται με τα κανάλια διανομής έχουν πολύ μεγάλη σημασία διότι τα μέρη στα οποία διατίθενται ή όχι τα προϊόντα μας επηρεάζουν άμεσα τις πωλήσεις μας.

Δ) Προώθηση:

Τέλος η προώθηση ή αλλιώς το μίγμα προβολής και επικοινωνίας (ή μίγμα επικοινωνίας) συνίσταται στην: **Διαφήμιση, Προσωπική Πώληση, Προώθηση Πωλήσεων** και στις **Δημόσιες σχέσεις**. Η διαφήμιση μπορεί να γίνει με πολλά μέσα π.χ. τηλεόραση, αφίσες, περιοδικά, ραδιόφωνο κ.α. Η προσωπική πώληση γίνεται μέσω της πωλητών της επιχείρησης. Η προώθηση συνίσταται σε ενέργειες που σκοπό έχουν να επιτύχουν μεγαλύτερες πωλήσεις π.χ. κουπόνια, δωρεάν δείγματα, προώθηση μέσα στο κατάστημα κ.α. Τέλος οι δημόσιες σχέσεις αποσκοπούν στη δημιουργία δημοσιότητας και θετικής εικόνας για την επιχείρηση και τα προϊόντα που διαθέτει.

2.3. BRAM BOON

**Διευθύνων Σύμβουλος ING Ελλάδος
ΑΠΑΙΤΟΥΝΤΑΙ ΤΡΕΙΣ ΓΡΑΜΜΕΣ
ΑΜΥΝΑΣ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ**



(Συνέντευξη στον Ανδρέα Αναστασίου)

Μόλις δύο μήνες βρίσκεται στην Ελλάδα, ο νέος διευθύνων σύμβουλος της θυγατρικής της ING στη χώρα μας, αλλά με διεθνή εμπειρία τέτοια που τον βοηθά στον γρήγορο εγκλιματισμό του. Ανταποκρίθηκε πρόθυμα στην πρόσκλησή μας για μία συνέντευξη, σε

αντίθεση με συναδέλφους του, στο εξωτερικό αλλά και στην Ελλάδα, που - εν μέσω της κρίσης - δεν θεωρούν ότι θα τους βοηθούσε η έκθεσή τους στον Τύπο. Με την παρατήρηση αυτή ξεκινά η συζήτησή μας.

ΧΡΗΜΑ: Μετά την επέκταση της πιστωτικής κρίσης, οι περισσότεροι επί κεφαλής χρηματοοικονομικών ιδρυμάτων αποφεύγουν τη δημοσιότητα. Εσείς είστε πιο γενναίος ή μήπως η ING είναι τόσο άθικτη από το πρόβλημα που ολόκληρο το σύστημα αντιμετωπίζει;

BRAM BOON: Η ανταπόκρισή μου στην πρόσκλησή σας γι' αυτή τη συζήτηση δεν δείχνει γενναιότητα. Θα έλεγα ότι δείχνει:

- αφ' ενός αυτοπεποίθηση, επειδή η επενδυτική δραστηριότητα και η όλη διαχείριση της ING γίνεται πάντα με τρόπο εξαιρετικά συνετό και οπωσδήποτε κατά συμμόρφωση με όλες τις ισχύουσες κανονιστικές διατάξεις,
- αφ' ετέρου το "πιστεύω" μας, που ορίζει ότι, ειδικά σε δύσκολους καιρούς, οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί οφείλουν να επικοινωνούν ειλικρινά με το κοινό. Το κοινό δικαιούται να έχει έγκυρη ενημέρωση. Αν εμείς αποφεύγαμε να απαντήσουμε στις ανησυχίες του, η στάση μας δεν θα ήταν υπεύθυνη.

Χ: Η ING έχει σημαντική έκθεση στην αγορά των ΗΠΑ, ενώ επίσης εμπλέκεται σε επενδύσεις αλλά και στη χονδρική τραπεζική σε παγκόσμια κλίμακα. Ποια ήταν, ως εκ τούτου, η επίδραση που η κρίση είχε στον Όμιλο και πώς αυτός αντιμετωπίζει την κατάσταση;

B.B.: Το πρόβλημα, όπως είπατε κι εσείς προηγουμένως, αγγίζει ολόκληρο το χρηματοπιστωτικό σύστημα, άρα και την ING και αυτό δεν το κρύβουμε. Βέβαια, εμάς μας αγγίζει εμμέσως, υπό την έννοια του γνωστού ζητήματος που έχει προκύψει και επηρεάζει τη ρευστότητα των πάντων, άλλου λιγότερο άλλου περισσότερο. Ευτυχώς, η ING είναι από αυτούς που δεν αντιμετωπίζουν σοβαρό πρόβλημα, καθώς δεν είχε έκθεση στα λεγόμενα τοξικά προϊόντα και άλλους τίτλους πολύ υψηλού κινδύνου. Φυσικά, η αξία του ενεργητικού μας έχει μειωθεί αισθητά, κάτι όμως που ισχύει και για όλους τους άλλους.

Για την αντιμετώπιση της κατάστασης αυτής, θα κάνουμε χρήση - όπως είναι γνωστό

- σχετικού προγράμματος της ολλανδικής κυβέρνησης. Σύμφωνα με αυτό, θα λάβουμε χρηματοδοτική ενίσχυση 10 δισ. ευρώ, η οποία είναι αρκετή για να καλύψει τις ανάγκες ρευστότητας και κεφαλαιακής επάρκειας του Ομίλου.

X: Αναφερθήκατε σε κανονιστικές διατάξεις. Θα ήθελα ένα σχόλιό σας περί του Solvency II, κανονιστικού πλαισίου της ΕΕ για τις ασφαλιστικές εταιρίες. Το θεωρείτε αυστηρό, κατάλληλο, ανεπαρκές...

B.B.: Το θεωρώ απολύτως κατάλληλο. Η καθιέρωση πανευρωπαϊκών κανόνων ήταν απαραίτητη, ώστε οι ασφαλιστές να "μιλούν τη ίδια γλώσσα" σε όλες τις χώρες της ΕΕ. Το θεωρώ, επίσης, χρησιμότερο, υπό την έννοια ότι δημιουργεί αίσθημα ασφάλειας στο κοινό, επενδυτικό ή πελατειακό, που σχετίζεται με τις ασφαλιστικές εταιρίες, και τελικά διαμορφώνει σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ όλων των πλευρών.

X: Θα αποτρέψει, όμως, το Solvency II κάθε πιθανότητα επανάληψης του φαινομένου των καταρρεύσεων (ή παρ' ολίγον καταρρεύσεων) κολοσσιαίων εταιρικών οντοτήτων, που ζήσαμε προσφάτως;

B.B.: Δεν πιστεύω ότι οποιοδήποτε σύνολο κανόνων, υποχρεωτικών ή μη, μπορεί να προστατεύσει μία εταιρία κατά 100% απ' όλους τους πιθανούς κινδύνους. Η μεγαλύτερη προστασία μπορεί να προέρχεται από την εσωτερική οργάνωση και λειτουργία της ίδιας της εταιρίας.

X: Συμφωνείτε, λοιπόν, με την άποψη ότι δεν είναι τόσο η κεφαλαιακή επάρκεια καθ' αυτή που διασφαλίζει από τους κινδύνους όσο η διοικητική επάρκεια των ιθυνόντων της εταιρίας;

B.B.: Θα ήθελα να το επεκτείνω αυτό που είπατε. Απαιτείται, πράγματι, σοβαρή και μελετημένη προετοιμασία για την αντιμετώπιση των κινδύνων, που δεν μπορεί παρά να ξεκινά από τη διοίκηση. Αυτό, όμως, δεν αρκεί. Χρειάζεται οι γραμμές άμυνας να είναι περισσότερες από μία. Στην ING έχουμε τρεις τέτοιες γραμμές: σε επίπεδο ανώτατης διοίκησης, σε επίπεδο ανώτερων στελεχών, αλλά και σε επίπεδο μεσαίων

και χαμηλότερων. Η αντίληψη και η νοοτροπία εκτίμησης του κινδύνου οφείλει να διαπνέει ολόκληρη την εταιρία και τη δομή της. Στην περίπτωση της Lehman Brothers, ας πούμε, προφανώς αυτό δεν τηρήθηκε. Πιστεύω ότι, μέσα στη Lehman, πολλά στελέχη έβλεπαν τον κίνδυνο και μπορούσαν να δουν προς τα πού πήγαινε το πράγμα. Η δομή, όμως, της εταιρίας δεν βοηθούσε ώστε οι ανησυχίες αυτές να προσεγγίσουν, εγκαίρως και με πειστικό τρόπο, αυτούς που είχαν την ευθύνη των τελικών αποφάσεων.

Από τη στιγμή, λοιπόν, που τα τοξικά προϊόντα έγιναν κατ' αρχήν δεκτά, μετά λειτούργησαν σαν ιός, ο οποίος - αφού αρχίσει να μεταδίδεται ραγδαία - δεν μπορεί πλέον να αντιμετωπισθεί αποτελεσματικά.

X: Ενώ όλα αυτά συνέβαιναν, όμως, οι οργανισμοί που κατόπιν κατέρρευσαν ετύγχαναν πιστοληπτικής αξιολόγησης του υψηλότερου βαθμού: AAA. Τώρα, λοιπόν, βλέπουμε ότι η ING προβάλλει τις δικές της υψηλές βαθμολογίες, που λαμβάνει από τους ίδιους οίκους αξιολόγησης. Ισχυρίζεσαι ότι το AA ή το A+ τα λέει όλα;

B.B.: Πολλοί είναι αυτοί που ψέγουν τους οίκους αξιολόγησης για την κρίση. Δεν λέω ότι όλα λειτούργησαν άψογα, αλλά - σε κάθε περίπτωση - δεν ήταν η δική τους δουλειά που έφερε ή που δεν απέτρεψε την κρίση. Τώρα, πάντως, και οι οίκοι αυτοί διδάχθηκαν πολλά, και είναι πλέον πολύ πιο αξιόπιστοι. Αυτό που είναι σημαντικό, όμως, παράλληλα με οποιονδήποτε εξωτερικό έλεγχο, είναι - όπως είπα και πριν - να λειτουργεί εσωτερικό, καλά οργανωμένο σύστημα εκτίμησης και αντιμετώπισης των κινδύνων.

Αναφορικά με τις βαθμολογίες, λοιπόν, όχι δεν θα έλεγα σε οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο να βασίζεται τυφλά επάνω τους. Αυτό που θα παρείχε περισσότερη σιγουριά θα ήταν η πληροφόρηση ότι το σύνολο του προσωπικού μιας εταιρίας διαθέτει ενημέρωση και την απαραίτητη κατάρτιση, αναλόγως θέσεως, για τη διαχείριση των όποιων κινδύνων.

X: Παρατηρείται, ιδιαίτερα μάλιστα στην Ελλάδα το τελευταίο διάστημα, τάση διαχωρισμού των τραπεζικών από τις ασφαλιστικές δραστηριότητες μεγάλων

χρηματοοικονομικών ομίλων. Η ING, αντιθέτως, διατηρεί και τις δύο αυτές δραστηριότητες, παράλληλα μάλιστα με τις επενδυτικές και τις μεσιτικές. Υπάρχει κάποια δεύτερη σκέψη περί αυτού, υπό την επιρροή ίσως μιας γενικότερης τάσης;

B.B.: Όχι. Θεωρούμε το μοντέλο ανάπτυξης του Ομίλου ισορροπημένο, καθώς - ειδικά σε περιστάσεις κρίσεων - ο κίνδυνος διασπείρεται αποτελεσματικότερα. Πιστεύουμε ότι με τον τρόπο αυτόν επενδύουμε τα χρήματα των πελατών μας με καταλληλότερο τρόπο. Και η ζωή δεν μας έχει διαψεύσει. Θεωρούμε ότι ο τομέας του bancassurance είναι και θα συνεχίσει να είναι αποδοτικός.

X: Έχετε θητεύσει σε ανώτατες διοικητικές θέσεις στην Ολλανδία, στην Ινδονησία, στη Ρουμανία και, τώρα, στην Ελλάδα: χώρες με διαφορετικό επίπεδο ανάπτυξης, αλλά και επιχειρηματικής κουλτούρας. Περισσότερες διαφορές ή περισσότερες ομοιότητες διακρίνετε στους τρόπους επιχειρείν στις αγορές αυτές;

B.B.: Φυσικά και υπάρχουν αρκετές και σημαντικές διαφορές. Στην Ινδονησία, ας πούμε, όπου η τεράστια πλειονότητα του κόσμου είναι Μουσουλμάνοι, βαθιά θρησκευόμενοι, και θεωρούν - λίγο πολύ - πως όλα τα καλά και τα κακά που τους συμβαίνουν είναι θεόσταλτα, το να μιλά κανείς για ασφάλειες κατά διαφόρων κινδύνων δεν προκαλεί την ίδια εντύπωση που προκαλεί στη Δυτική Ευρώπη. Όλα, όμως, είναι ζητήματα χειρισμού. Όλος ο κόσμος, σε οποιαδήποτε χώρα θέλει γενικά να προστατεύσει την υγεία, τον κόπο ή την περιουσία του. Σε τελική ανάλυση, λοιπόν, οι τάσεις μάλλον προσεγγίζουν παρά αποκλίνουν.

Θα ήθελα να αναφερθώ στην εμπειρία μου από τη Ρουμανία. Μέχρι πριν από λίγα χρόνια, υπό την προηγούμενη πολιτική κατάσταση, η κοινωνία έδειχνε πολύ διαφορετική από τις δυτικές. Με την πολιτική μεταβολή, όμως, απελευθερώθηκε μία τεράστια ποσότητα κοινωνικής ενέργειας, ειδικά από τη νέα γενιά, η οποία καθιστά τη ρουμανική κοινωνία εξαιρετικά δυναμική.

X: Μιλώντας για τη Ρουμανία... Εργασθήκατε και προωθήσατε αποτελεσματικά την επιτυχή είσοδο της ING στον δεύτερο πυλώνα του ασφαλιστικού

συστήματος της χώρας, αυτού των επαγγελματικών ταμείων. Η συγκεκριμένη αυτή εμπειρία σας νομίζετε ότι θα αποβεί ιδιαίτερα χρήσιμη και για τον σχεδιασμό της εταιρίας στην Ελλάδα;

B.B.: Η Ρουμανία είχε μεγαλύτερη και πιο επείγουσα ανάγκη του εν λόγω πυλώνα, αν σκεφθεί κανείς ότι υπάρχουν συνταξιούχοι που καλούνται να επιβιώσουν με 30 ευρώ μηνιαίως. Στην Ελλάδα η κατάσταση δεν είναι τέτοια. Είναι φανερό, όμως, ότι το σύστημα των κοινωνικών ασφαλίσεων - όπως και σε πολλές άλλες χώρες - αντιμετωπίζει πρόβλημα και κάποτε δεν θα μπορεί, πλέον, να ανταποκριθεί στις "κεκτημένες" προσδοκίες. Θα έλεγα, λοιπόν, ότι δεν θα πρέπει να χάσουμε χρόνο, περιμένοντας τις συνθήκες να επιδεινωθούν δραστικά. Οι ενδιαφερόμενοι καλό θα ήταν να λάβουν τα μέτρα τους από τώρα.

X: Καθώς, λοιπόν, μιλάμε για τη Ελλάδα, πείτε μας ποιες από τις δραστηριότητες του ομίλου προωθείτε με μεγαλύτερη έμφαση στη χώρα μας.

B.B.: Ενδιαφερόμαστε να αναπτύξουμε τις εργασίες μας σε όλους τους τομείς δραστηριότητας του Ομίλου και θεωρώ ότι οι κινήσεις μας είναι σωστές, ώστε οι κατάλληλες ομάδες του κοινού να έρθουν σε επαφή με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που τις αφορούν.

X: Στο πλαίσιο αυτό, προφανώς, εντάσσεται και η συμφωνία δεκαετούς διάρκειας που έχετε συνάψει με την Τράπεζα Πειραιώς. Τι αποδίδει αυτή η συνεργασία και τι ακόμη προσδοκάτε από αυτήν;

B.B.: Η συνεργασία μας αυτή είναι ήδη καρποφόρα, καθώς μας δίνει ένα βήμα προσέγγισης του κοινού μέσω εκατοντάδων σημείων σε ολόκληρη τη χώρα. Αλλά είναι, επίσης, και πολύ υποσχόμενη, καθώς μας ενδιαφέρει η επέκτασή μας στους τομείς του bancassurance και των συμβουλευτικών υπηρεσιών. Είμαστε ικανοποιημένοι από τις μέχρι τώρα επιδόσεις, αλλά θεωρούμε ότι υπάρχει σημαντικό περιθώριο για περαιτέρω ανάπτυξη(<http://www.hrma.gr/article.asp?view=569&ref=564> , 2 Απριλίου 2010).

2.4. Ανακρίβειες του Μάρκετινγκ:

Ανακρίβεια 1: Το μάρκετινγκ είναι εκλεπτυσμένη μορφή πώλησης.

Ωστόσο, το μάρκετινγκ δεν είναι η πώληση αν και η πώληση είναι μέρος του μάρκετινγκ. Η πώληση είναι να κάνεις τον καταναλωτή να αγοράσει αυτό που πουλάς, ενώ το μάρκετινγκ είναι να πουλήσεις στον καταναλωτή αυτό που θέλει.

Με άλλα λόγια, το μάρκετινγκ προϋπάρχει της πώλησης με την έννοια ότι ξεκινάει πολύ πριν δημιουργηθεί το προς πώληση προϊόν. Πρώτα εξακριβώνονται οι ανάγκες και οι επιθυμίες των καταναλωτών καθώς και η δυνατότητα της επιχείρησης να τις καλύψει επικερδώς και ύστερα δημιουργείται το προϊόν.

Βρίσκεται σε συνεχή αλληλεπίδραση με την αγορά και μετά την δημιουργία του προϊόντος.

Ανακρίβεια 2: Το μάρκετινγκ είναι η διαφήμιση, η προώθηση πωλήσεων, οι δημόσιες σχέσεις κ.λπ.

Όπως και παραπάνω έτσι και εδώ μπορούμε να πούμε ότι το μάρκετινγκ εμπεριέχει αυτές τις δραστηριότητες αλλά δεν περιορίζεται σε αυτές.

Γεγονός παραμένει, πάντως, ότι η καλύτερη διαφημιστική καμπάνια δεν μπορεί να στηρίξει ένα κακό προϊόν, ένα προϊόν δηλαδή που έχει σχεδιαστεί χωρίς να έχουν ληφθεί υπόψη οι ανάγκες και οι επιθυμίες των καταναλωτών στην πραγματικότητα θα το «σκοτώσει» έτσι γρηγορότερα.

Πολλές φορές, δυστυχώς, οι εταιρίες προσπαθούν να λύσουν θέματα που άπτονται του *μάρκετινγκ* απλά και μόνο ξοδεύοντας τεράστια ποσά σε διαφημιστικές καμπάνιες που μπορεί μεν να κερδίζουν βραβεία δημιουργικότητας αλλά δεν έχουν καμία θετική επίδραση στην προώθηση του προϊόντος γιατί έχουν σχεδιαστεί χωρίς να έχει προηγουμένως υπάρξει ο σωστός σχεδιασμός *μάρκετινγκ*. Όταν η διαφήμιση καλείται να λύσει προβλήματα *μάρκετινγκ* (και όχι προβλήματα *επικοινωνιακά*) αποτυγχάνει οικτρά.

Ανακρίβεια 3: Μάρκετινγκ είναι αυτό που κάνει το τμήμα μάρκετινγκ.

Στον ορισμό αυτόν πρέπει να προσθέσουμε τις λέξεις: όταν υπάρχει. Λίγες είναι οι επιχειρήσεις που έχουν οργανωμένο τμήμα *μάρκετινγκ* ενώ ακόμη και αυτές που έχουν τέτοιο τμήμα τις περισσότερες φορές έχουν τμήμα πωλήσεων και όχι *μάρκετινγκ*.

Ακόμη, όμως, και η ύπαρξη ενός πραγματικού τμήματος *μάρκετινγκ* δεν σημαίνει ότι «*μάρκετινγκ* είναι αυτό που κάνει το τμήμα *μάρκετινγκ*» διότι το *μάρκετινγκ* δεν είναι δουλειά ενός τμήματος αλλά μια φιλοσοφία που πρέπει να εμποτίζει κάθε κύτταρο της επιχείρησης.

2.5. Οι πέντε αντιλήψεις του μάρκετινγκ



Γενικά μπορούμε να πούμε ότι το μάρκετινγκ έχει περάσει από διάφορες φάσεις μέχρι να εξελιχθεί στην σημερινή του μορφή, αυτή που ονομάζουμε αντίληψη (ή φιλοσοφία) του μάρκετινγκ.

1. Η αντίληψη της παραγωγής (production concept).

Σύμφωνα με αυτήν οι καταναλωτές θα προτιμήσουν εκείνα τα προϊόντα που είναι ευρέως διαθέσιμα και έχουν χαμηλή τιμή. Ωστόσο, στην εποχή μας η παραγωγή των προϊόντων είναι εύκολη υπόθεση για τις περισσότερες εταιρίες. Το πρόβλημα δεν είναι τεχνικό, το πρόβλημα είναι να παραχθούν τα προϊόντα που χρειάζονται και επιθυμούν οι καταναλωτές.

2. Η αντίληψη του προϊόντος (product concept).

Σύμφωνα με αυτήν, οι καταναλωτές θα προτιμήσουν εκείνα τα προϊόντα που προσφέρουν την καλύτερη ποιότητα, χαρακτηριστικά κ.λπ.

Το πρόβλημα με αυτήν την αντίληψη είναι ότι πολλές φορές η ποιότητα καθορίζεται από τους κατασκευαστές του προϊόντος και όχι από τους πελάτες. Η επιχείρηση ερωτεύεται το προϊόν της αντί να ερωτευθεί τους πελάτες της και θεωρεί ότι «ξέρει καλύτερα». Διακατέχεται από μια εσωστρέφεια ενώ θα έπρεπε να παρακολουθεί τις ανάγκες και τις επιθυμίες των καταναλωτών και να δημιουργεί τα ανάλογα προϊόντα.

3. Η αντίληψη της πώλησης (selling concept).

Σύμφωνα με αυτήν την αντίληψη, οι καταναλωτές πρέπει να πιεστούν ώστε να αγοράσουν το προϊόν. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η αντίληψη αυτή συνίσταται στο να πουλήσουμε αυτό που φτιάχνουμε και όχι αυτό που θέλουν οι πελάτες.

Η αντίληψη αυτή είναι προφανές ότι δεν συνεισφέρει στην επιτυχία της επιχείρησης και αυτό διότι επικεντρώνεται στις ανάγκες του πωλητή, απασχολείται κυρίως δηλαδή με την ανάγκη του πωλητή να μετατρέψει σε χρήμα τα προϊόντα του και όχι με τις ανάγκες του πελάτη.

Η αντίληψη της πώλησης έχει εσωτερική και εξωτερική κατεύθυνση. Εκκινεί, δηλαδή, από το εσωτερικό της επιχείρησης, επικεντρώνεται στα προϊόντα της επιχείρησης, απαιτεί ένταση της προσπάθειας πώλησης και της προώθησης και εξασφαλίζει κέρδη μέσω των πωλήσεων.

Το πρόβλημα με την αντίληψη της πώλησης είναι ότι, ακόμη και αν πεισθούν οι καταναλωτές να αγοράσουν το προϊόν, δεν θα μείνουν ικανοποιημένοι από αυτό αν

δεν καλύπτει τις ανάγκες τους με αποτέλεσμα να χάσουν την εμπιστοσύνη τους στην εταιρία αλλά και να κάνουν δυσμενή σχόλια γι αυτήν σε άλλους εν δυνάμει πελάτες.

4. Η αντίληψη του μάρκετινγκ (marketing concept).

Σύμφωνα με την αντίληψη αυτή, το κλειδί για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης συνίσταται στον καθορισμό των αναγκών και επιθυμιών των αγορών – στόχων και στην εξασφάλιση της απαραίτητης ικανοποίησής τους, περισσότερο επιτυχημένα και αποδοτικά από ο,τι οι ανταγωνιστές μπορούν να το κάνουν.

Σε αντίθεση με την αντίληψη της πώλησης, η αντίληψη του μάρκετινγκ ,εκκινεί από το περιβάλλον της επιχείρησης, δηλαδή από τη διερεύνηση της αγοράς, επικεντρώνεται στις ανάγκες του πελάτη, απαιτεί ένταση της συνολικής προσπάθειας μάρκετινγκ και εξασφαλίζει κέρδη μέσω της ικανοποίησης των πελατών.

5. Η αντίληψη του κοινωνικού μάρκετινγκ (societal marketing concept).

Σύμφωνα με αυτήν, την νεότερη αντίληψη του μάρκετινγκ, ισχύει ό,τι και στην προαναφερθείσα αντίληψη του μάρκετινγκ με την διαφορά ότι πρέπει να λαμβάνεται υπόψη και η μακροπρόθεσμη ευημερία του καταναλωτή αλλά και της κοινωνίας στο σύνολό της.

2.6. Ανάλυση των καταναλωτών και της εταιρείας.

2.6.1. Ανάλυση των καταναλωτών:

Φυσικά, όταν μιλάμε για καταναλωτές δεν αναφερόμαστε στο σύνολο των καταναλωτών μιας αγοράς. Είναι σπανιότατο το φαινόμενο να μπορεί μια επιχείρηση να ικανοποιήσει το σύνολο της αγοράς. Σκοπός, επομένως, της συγκεκριμένης

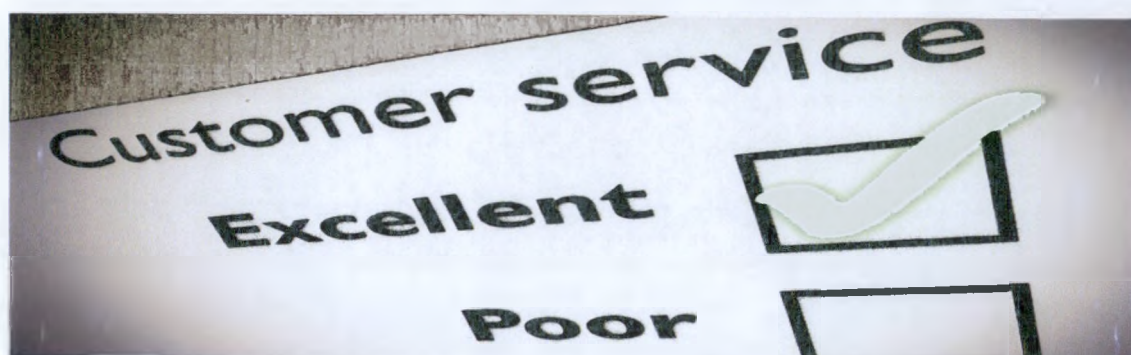
ανάλυσης είναι, μεταξύ άλλων, ο χωρισμός της αγοράς σε τμήματα η λεγόμενη τμηματοποίηση.

Για παράδειγμα, τα κριτήρια που οδηγούν έναν καταναλωτή στην αγορά ενός υπολογιστή είναι πολλά και διάφορα άλλος θέλει ο υπολογιστής για να κάνει δουλειές γραφείου, άλλος για να παίζει παιχνίδια, άλλος για να σχεδιάζει κ.λπ.. Επομένως, η αγορά των υπολογιστών χωρίζεται σε τμήματα, τα οποία ο τμηματάρχης θα πρέπει να μελετήσει, ώστε να διαπιστώσει ποιο από όλα αυτά τα τμήματα προσφέρει την μεγαλύτερη ευκαιρία για την επιχείρηση και ακολούθως να στοχεύσει σε αυτό. Τα κριτήρια που χρησιμοποιούν οι τμηματάρχες για την διαχώριση της αγοράς είναι δημογραφικά, ψυχογραφικά κ.λπ.

2.7. Εξυπηρέτηση Πελατών



ING υποστηρίζει 85 εκατομμύρια πελάτες σε όλο τον κόσμο ιδιώτες, εταιρείες, οργανισμούς και κυβερνήσεις για να διαχειριστούν το οικονομικό μέλλον τους. Το κάνουν αυτό από τη θέση των πελατών τους πρώτα, την ανάπτυξη μακροχρόνιων σχέσεων και την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών που είναι ανταγωνιστικές και εύκολα κατανοητές. Είναι δεσμευμένοι για την αντιμετώπιση των πελατών της δίκαια και να ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους.



Αυτός είναι ο λόγος:

* Θέλουν να διασφαλίσουν στους πελάτες ότι τους παρέχουν το δικαίωμα προϊόντων και υπηρεσιών.

* Θέλουν να μειωθεί η περιπλοκότητα και να παρέχουν σαφή και διαφανή ενημέρωση και εύκολη πρόσβαση.

* Θα χειρίζονται τις πληροφορίες με φροντίδα και σεβασμό της ιδιωτικής ζωής των πελατών.

* Έχουν επενδύσει στην ανάπτυξη και τη βελτίωση της χρηματοοικονομικής ικανότητας των πελατών τους, παρέχοντάς τους με διάφορα χρηματοδοτικά εργαλεία εκπαίδευσης.

Η ING έχει ως στόχο να προσφέρει χρηματοοικονομικά προϊόντα και τις υπηρεσίες της με τον τρόπο τους πελάτες της επιθυμούν να παραδίδονται: με υποδειγματική εξυπηρέτηση, άνεση και σε ανταγωνιστικές τιμές. Αυτό αντικατοπτρίζεται στην ανακοίνωση της αποστολής μας: για να ρυθμίσετε το επίπεδο, βοηθώντας τους πελάτες μας διαχειρίζονται το οικονομικό μέλλον τους.

2.8. ING Ελλάδος MYSTERY ΕΡΕΥΝΑ



Η ING σε συνεργασία με την Εταιρεία Ερευνών Focus Bari, διεξήγαγε για πρώτη φορά Έρευνα Αγοράς «Mystery Shopping» μεταξύ 100 Συνεργατών του Δικτύου της, στον Νομό Αττικής, από τις 3 Μαρτίου έως τις 11 Απριλίου και με την συμμετοχή 26 Ερευνητών. Η Αξιολόγηση των Συνεργατών συμπεριλάμβανε κάθε στάδιο του Κύκλου Πώλησης, δηλαδή την προσέγγιση μέσω Τηλεφωνικής Συνομιλίας, το διάστημα που μεσολαβεί μεταξύ Προσωπικών Συναντήσεων καθώς και την Πρόταση του Προγράμματος, σύμφωνα με τις ανάγκες του Πελάτη.

Τα Αποτελέσματα έδειξαν ότι, στο Πρώτο Στάδιο της Προσέγγισης και σε Ποσοστό 98% και άνω, οι Συνεργάτες ήταν Ευγενικοί και Πρόθυμοι ενώ σε Ποσοστό 91% και άνω ήταν Ακριβείς και Ευχάριστοι κατά τη τηλεφωνική επαφή. Πολύ σημαντικό είναι το γεγονός ότι μετά την τηλεφωνική επαφή, οι «Ερευνητές-Πελάτες» έκριναν ότι θα τους ενδιέφερε να προχωρήσουν σε μια Προσωπική Συνάντηση με ποσοστό 91% των Αξιολογούμενων Συνεργατών της ING. Στο Δεύτερο Στάδιο της Συνάντησης με

Υποψήφιο Πελάτη (Προσωπική Επαφή), το 86% των Ασφαλιστικών Συμβούλων προσανατόλισαν τη συζήτηση στη διερεύνηση των Προσωπικών Ασφαλιστικών Αναγκών των «Ερευνητών-Πελατών»

Βάσει του σχεδιασμού της Έρευνας, οι ανάγκες των «Ερευνητών-Πελατών» ήταν η ανάγκη της Σύνταξης και η ανάγκη της Υγείας.

Κατά τη διερεύνηση των Ασφαλιστικών Αναγκών των «Ερευνητών-Πελατών» για Συνταξιοδοτικό ή Επενδυτικό-Ασφαλιστικό Πρόγραμμα, οι Συνεργάτες της ING πρόσφεραν ένα ευρύ φάσμα Επιλογών για Συνταξιοδοτικά ή Επενδυτικά Προγράμματα, τονίζοντας, το 92% εξ αυτών, τη δυνατότητα Επιλογής μεταξύ εγγυημένης ή μη εγγυημένης απόδοσης. Σε ποσοστό 96% οι Σύμβουλοι ανέφεραν τα χαρακτηριστικά των προγραμμάτων.

Κατά την διερεύνηση των Ασφαλιστικών Αναγκών των «Ερευνητών-Πελατών» για την Υγεία, οι Συνεργάτες της ING πρόσφεραν πολλαπλές Επιλογές για Νοσοκομειακά και Εξωνοσοκομειακά Προγράμματα, όπου, σε απόλυτο ποσοστό 100%, ανέφεραν τα χαρακτηριστικά των προγραμμάτων, όπως την κάλυψη των ιατρικών αμοιβών. Ένα 98% των Συνεργατών της ING εστίασε στην Εξωνοσοκομειακή Κάλυψη, στην Απ' ευθείας Κάλυψη των εξόδων σε Συμβεβλημένα Νοσοκομεία, στην Κάλυψη Νοσηλείας στο Εξωτερικό και στην Κάλυψη του Κόστους Επέμβασης χωρίς Νοσηλεία.

Τέλος, κατά την Προσωπική Συνάντηση, όλοι οι Συνεργάτες της ING ήταν ευγενικοί (100%), το 99% μιλούσε με απλές και κατανοητές λέξεις, το 95% ήταν καλά πληροφορημένο, το 95% έδωσε αναλυτικές επεξηγήσεις, το 94% ήταν σαφές, το 91% θεωρήθηκε από τους «Ερευνητές -Πελάτες» ότι ήταν Αξιόπιστο, το 86% ήταν Περιεκτικό στο Τρόπο Παρουσίασης και το 85% πρότεινε Πρόγραμμα «Κομμένο και Ραμμένο» στις Ανάγκες του «Ερευνητή-Πελάτη».

Οι Ερευνητές ανέφεραν ότι πείστηκαν για την Αγορά του προτεινόμενου Προγράμματος της ING μέσα στο επόμενο εξάμηνο από το 85% των συνεργατών (αν υποθέσουμε ότι ελάμβανε χώρα μία τέτοια κίνηση), ενώ το 92% δήλωσε ότι θα συνιστούσε τον συνεργάτη της ING με τον οποίο ήρθε σε επαφή σε συγγενείς και φίλους.

Το «Mystery Shopping» ως μέθοδος Έρευνας περιλαμβάνει τη χρήση Εκπαιδευμένων Ατόμων με σκοπό την Αξιολόγηση Διαδικασιών Εξυπηρέτησης Πελατών. Δρώντας

ως δυνητικοί πελάτες, στη συνέχεια οι Ερευνητές αναφέρουν με Αντικειμενικό και Αξιόπιστο τρόπο την Εμπειρία τους. Η συγκεκριμένη Ερευνητική Μέθοδος στοχεύει στην Καταγραφή και την Αξιολόγηση του βαθμού στον οποίο τηρούνται οι Προδιαγραφές που θέτει η Εταιρεία σ' όλα τα στάδια της Πώλησης, και στην ουσία απεικονίζει τον τρόπο που λειτουργεί η Εταιρεία

(<http://www.insurancedaily.gr/blog/?p=520> ,7 Μαρτίου 2010).

ΤΡΙΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

3. Το κοινωνικό πρόσωπο της ING.



3.1. Εταιρική ευθύνη της ING

ING δραστηριοποιείται επί τη βάσει των σαφώς καθορισμένων αρχών των επιχειρήσεων. Σε όλες τις δραστηριότητές της, έχουν σταθμίσει προσεκτικά τα συμφέροντα των διαφόρων ενδιαφερομένων της: τους πελάτες, υπαλλήλους, τις κοινότητες και τους μετόχους. ING επιδιώκει να είναι ένας καλός εταιρικός πολίτης.

ING θέλει να συνεχίσει το κέρδος με βάση την υγιή επιχειρηματική δεοντολογία και ο σεβασμός των ενδιαφερομένων. Εταιρική ευθύνη εκ τούτου, είναι θεμελιώδες μέρος της στρατηγικής της ING: ηθικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών παραγόντων διαδραματίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο στις επιχειρηματικές αποφάσεις της.

3.2. Η ING ως χορηγός της Φόρμουλα



Στη φωτογραφία: η ομάδα της Renault F1

Για τον Όμιλο ING, η Χορηγία στη Φόρμουλα 1 συντέλεσε στην Αύξηση της Αναγνωρισιμότητάς του ως Παγκόσμιος Παροχέας Ασφαλιστικών, Συνταξιοδοτικών και Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών καθώς και στην Ανάπτυξη των Εργασιών του. Επιπλέον, η ING κατέκτησε την πρώτη θέση ως επίσημος χορηγός αγώνων σε θέματα Προβολής και Αναγνωρισιμότητας. Η ING Ελλάδος έφερε για πρώτη φορά το αυθεντικό μονοθέσιο της Ομάδας ING Renault F1 (το μονοθέσιο του Φερνάντο Αλόνσο) στη χώρα μας για να ζήσουν οι Έλληνες οπαδοί την αληθινή εμπειρία της Φόρμουλα 1. Ο κόσμος είχε την ευκαιρία να φωτογραφηθεί με το μονοθέσιο της ING Renault F1, να διαγωνιστεί σε προσομοιωτές και να κερδίσει αυθεντικά δώρα Formula(<http://www.insurancedaily.gr/blog/?p=1987> ,23 Σεπτεμβρίου 2010).



Ο Γιάννης Σηφάκης, Marketing & Sales Director της ING Bancassurance, και ο Γενικός Διευθυντής της ING Bancassurance Σταύρος Κωνσταντάς με τον Σταύρο Λεκκάκο, Διευθύνοντα Σύμβουλο της Τράπεζας Πειραιώς.

3.3. Η ING δημοπρατή για τη UNICEF σε σχολικό πρόγραμμα



Εικόνα: f.l.t.r. Nick Jue (chairman ING Netherlands), Annabelle Birnie (director ING Art Management), Wendeline Thole (curator ING Art Management) and Jan Bouke Wijbrandi (director UNICEF).

Περισσότερα από 150.000 ευρώ έχουν τεθεί σε δημοπρασία τέχνης της ING, τα οποία οργανώνονται μέσω του eBay σε συνεργασία με το museumveiling με αποτέλεσμα να επιτρέπουν σε 5.000 παιδιά να πάνε στο σχολείο για ένα χρόνο.

Τον Νοέμβριο του 2008, η ING Τέχνης Διοίκηση άρχισε την δημοπρασία έργων τέχνης από τη συλλογή της μέσω eBay. Η ING έχει συλλέξει από το 1974 σύγχρονης εικονιστική τέχνη και η συλλογή της σήμερα αποτελείται από περισσότερα από 25.000 έργα τέχνης. Από αυτή τη συλλογή, την ING δημοπρατούνται τέχνη που δεν είναι πλέον κατάλληλα τη στρατηγική της συλλογής (κυρίως έργα γραφικής τέχνης) ή τα είδη που απασχολούνται σε υπερβολικό βαθμό.

Με την δημοπράτηση των έργων τέχνης μέσω του eBay, η τέχνη γίνεται διαθέσιμη σε μια ευρύτερη ομάδα ανθρώπων και η ING, επίσης, ανοίγει ορίζοντες σε ένα ευρύτερο ακροατήριο φιλότεχνων .

Annabelle Μπίρνι, διευθυντής της ING Art Management: "Είμαι περήφανος για την επίτευξη δύο στόχων μέσω του εν λόγω δημοπρασία: με τα έσοδα που μπορούμε να προσφέρουμε στα παιδιά πρόσβαση στην εκπαίδευση μέσω της UNICEF και της τέχνης από τη συλλογή μας βρίσκει ένα νέο σπίτι ανάμεσα σε ένα ευρύτερο κοινό." Στις 2 Νοεμβρίου, ο Νικ Jue, πρόεδρος της ING Ολλανδίας, παρουσίασε μια συμβολική έλεγχο για να χρηματοδοτήσει την εκπαίδευση των 5.000 παιδιά στον διευθυντή της UNICEF.

Η δημοπρασία συνεχίζεται μέχρι τις 23 Νοεμβρίου 2009. Κάθε εβδομάδα, περίπου 50 νέα έργα τέχνης σε πλειστηριασμό

3.4. Η συμμετοχή της ING στην προστασία του περιβάλλοντος

Η ING έχει δεσμευτεί να διεξάγει τις δραστηριότητές της με υπευθυνότητα και η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί θεμελιώδες στοιχείο της δέσμευσης αυτής. Ως εκ τούτου, θα ρίξουμε μια κριτική ματιά τις επιχειρηματικές της δραστηριότητες.

1)Ο Δανεισμός και οι επενδυτικές πολιτικές

Οι δεοντολογικές πολιτικές της να καθοδηγηθούν ώστε να διασφαλίσουν ότι δεν χρηματοδοτεί δραστηριότητες που βλάπτουν ανεπανόρθωτα το περιβάλλον.

2)Πράσινα προϊόντα

Αναπτύσσουν προϊόντα και υπηρεσίες που βοηθούν τους πελάτες της για την σωστή διαχείριση των περιβαλλοντικών της ιχνών.

3)Εναισθητοποίηση εργαζομένων και συμμετοχή της κοινότητας

Προσκαλούν τους υπαλλήλους της να ενταχθούν στη δέσμευσή της για τη φροντίδα του περιβάλλοντος.

4)Επιχειρησιακή διαχείριση

Αναλαμβάνουν την περιβαλλοντική πρόκληση όσον αφορά τη λειτουργική διαχείριση της.

3.4.1. Περιβαλλοντικά μέτρα:

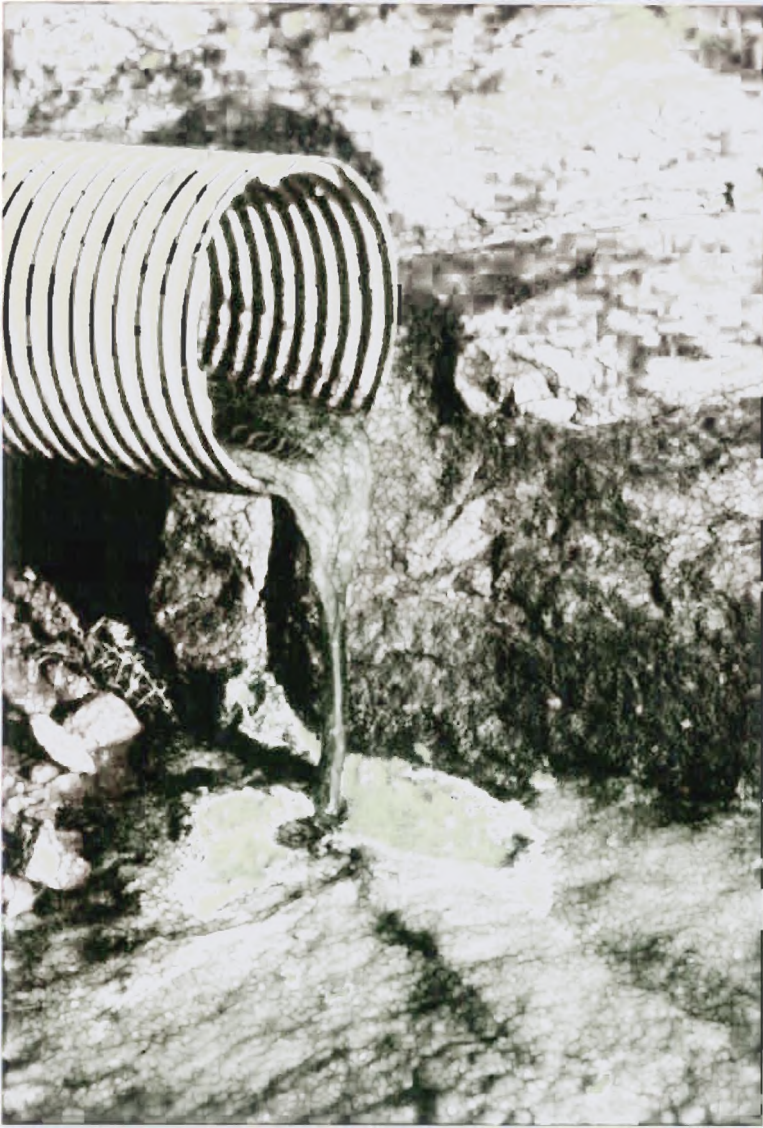


Οι αλλαγές του κλίματος:

Η αλλαγή του κλίματος θεωρείται ευρέως ως μία από τις μεγαλύτερες προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο πλανήτης μας. Η ING πιστεύει ότι έχει ένα ρόλο να διαδραματίσει με την ανάπτυξη στρατηγικών για τη διαχείριση των αυξανόμενων κινδύνων και τις ευκαιρίες που παρουσιάζει αυτή την πρόκληση.

Για να κερδίσει μια καλύτερη κατανόηση του θέματος, η ING έγινε μέλος της Παγκόσμιας Στρογγυλή Τράπεζα για την Κλιματική Αλλαγή. Η στρογγυλή τράπεζα συγκεντρώνει υψηλού επιπέδου παράγοντες στην προσπάθεια για την επίτευξη συναίνεσης σε βασικές επιστημονικές, οικονομικές και πολιτικά θέματα κρίσιμα για τη διαμόρφωση υγιών δημόσιων πολιτικών για την κλιματική αλλαγή. Στις 20 Φεβρουαρίου 2007, η ING υπέγραψε την κοινή δήλωση του Global Στρογγυλή Τράπεζα για την Κλιματική Αλλαγή: Ο δρόμος για να Βιωσιμότητα του κλίματος. Η δήλωση αυτή καλεί την κοινωνία να ενημερώνεται επιστημονικά στόχους για τη συγκέντρωση των αερίων του θερμοκηπίου και να αναλάβει άμεση δράση για την επίτευξη των στόχων αυτών. Μάθετε περισσότερα σχετικά με την κοινή δήλωση.

ING τιμήθηκε ως "Best in Class" στην αντιμετώπιση της αλλαγής του κλίματος σε μια έκθεση που δημοσιεύεται από το Carbon Disclosure Project. Η ING έχει επίσης συμπεριληφθεί στην κλιματική Leadership Index, που αποτελείται από 68 από τις εταιρείες FT500 που οδηγούν στις απαντήσεις τους στην αλλαγή του κλίματος.



3.5. Η ING Ελλάδος βραβεύεται ως «Superbrand»!



Στη φωτογραφία ο κ.Κωσταντίνος Λαμπρινόπουλος, Πρόεδρος της Ε.Ε.Δ.Ε. Απονέμει βραβείο Superbrands στον κ.Μάνο Χειράκη, Γενικό Διευθυντή Marketing ING Ελλάδος.

Η ING Ελλάδος βραβεύτηκε ως μία από τις Κορυφαίες Εταιρικές Επωνυμίες στην Ελλάδα από το θεσμό των Superbrands Greece, σε εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε την Τρίτη 20 Απριλίου 2010 στο συνεδριακό κέντρο του Μεγάρου Μουσικής Αθηνών.

Το βραβείο παρέλαβε ο κ. Μάνος Χειράκης, Γενικός Διευθυντής Marketing ING Ελλάδος, ο οποίος δήλωσε ότι: «Η ανάδειξη της ING ως μία από τις Κορυφαίες Εταιρικές Επωνυμίες στην Ελλάδα αποτελεί μεγάλη τιμή για τους ανθρώπους της, όχι όμως και έκπληξη. Αυτή η διάκριση υπογραμμίζει τη δύναμη των αξιών που προσβύει το brand ING παγκοσμίως, καθώς και στην ελληνική αγορά. Αυτή η βράβευση, ενισχύει την ευθύνη μας απέναντι στους πελάτες, τους εργαζομένους, τους συνεργάτες μας και ευρύτερα στην κοινωνία.»

Στην ING αποστολή μας είναι «να θέσουμε τα πρότυπα στη διαχείριση του χρηματοοικονομικού μέλλοντος των πελατών μας», ώστε να παρέχουμε

επαγγελματική συμβουλή υψηλού επιπέδου σε υπηρεσίες ασφαλειών ζωής και σύνταξης στην Ελλάδα. Στο πλαίσιο αυτό, αποτελεί βασικό μας μέλημα να συνεχίσουμε να λειτουργούμε επενδύοντας στις αξίες που πρεσβεύει η ING, και σε ιδανικά που μας οδηγούν στο να προσφέρουμε μία ξεχωριστή εμπειρία για τον πελάτη.

Στόχο του θεσμού των Superbrands αποτελεί η προώθηση και η επιβράβευση των κορυφαίων brands κάθε χώρας, οι οποίες συμβάλλουν στην τοποθέτηση, στην προώθηση και στην αναγνωσιμότητα ποιοτικών αγαθών και υπηρεσιών



Στην επισυναπτόμενη φωτογραφία, η ομάδα Marketing της ING μετά τη βράβευση της εταιρίας (marketing team 2010).

Η ING Ελλάδος βραβεύτηκε ως μία από τις **Κορυφαίες Εταιρικές Επωνυμίες στην Ελλάδα** από το θεσμό των Superbrands Greece, σε εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε την Τρίτη 20 Απριλίου 2010 στο συνεδριακό κέντρο του Μεγάρου Μουσικής Αθηνών.

Το βραβείο παρέλαβε ο κ. Μάνος Χειράκης, Γενικός Διευθυντής Marketing ING Ελλάδος, ο οποίος δήλωσε ότι: «Η ανάδειξη της ING ως μία από τις Κορυφαίες Εταιρικές Επωνυμίες στην Ελλάδα αποτελεί μεγάλη τιμή για τους ανθρώπους της, όχι όμως και έκπληξη. Αυτή η διάκριση υπογραμμίζει τη δύναμη των αξιών που

πρεσβεύει το brand ING παγκοσμίως, καθώς και στην ελληνική αγορά. Αυτή η βράβευση, ενισχύει την ευθύνη μας απέναντι στους πελάτες, τους εργαζομένους, τους συνεργάτες μας και ευρύτερα στην κοινωνία.»

Στην ING αποστολή μας είναι «να θέσουμε τα πρότυπα στη διαχείριση του χρηματοοικονομικού μέλλοντος των πελατών μας», ώστε να παρέχουμε επαγγελματική συμβουλή υψηλού επιπέδου σε υπηρεσίες ασφαλειών ζωής και σύνταξης στην Ελλάδα. Στο πλαίσιο αυτό, αποτελεί βασικό μας μέλημα να συνεχίσουμε να λειτουργούμε επενδύοντας στις αξίες που πρεσβεύει η ING, και σε ιδανικά που μας οδηγούν στο να προσφέρουμε μία ξεχωριστή εμπειρία για τον πελάτη.

Στόχο του θεσμού των Superbrands αποτελεί η προώθηση και η επιβράβευση των κορυφαίων brands κάθε χώρας, οι οποίες συμβάλλουν στην τοποθέτηση, στην προώθηση και στην αναγνωσιμότητα ποιοτικών αγαθών και υπηρεσιών(<http://www.ing.gr/Default.aspx?tabid=462&language=el-GR>, 23 Σεπτεμβρίου 2010).

3.6. Η ING Ελλάδος κύριος χορηγός του Economist στη «14η Συζήτηση Στρογγυλής Τραπέζης».

Η ING Ελλάδος είναι ο κύριος χορηγός στο συνέδριο του Economist με θέμα «Τι διαμορφώνει την παγκόσμια ατζέντα», το οποίο θα διεξαχθεί στην Αθήνα από 28-30 Απριλίου 2010.



Πρόκειται για τη 14η Συζήτηση Στρογγυλής Τραπέζης με την Κυβέρνηση της Ελλάδος που διεξάγεται στη χώρα μας, τοποθετώντας την σε κομβικό σημείο στη συζήτηση για την παγκόσμια πραγματικότητα, με τη συμμετοχή υψηλών κυβερνητικών και επιχειρηματικών εκπροσώπων. Τα Συνέδρια του Economist, άλλωστε, αποτελούν έναν καταξιωμένο θεσμό δημόσιου διαλόγου όντας αναγνωρισμένα σε παγκόσμιο επίπεδο ως συναντήσεις κύρους και αξιοπιστίας. Στο γενικότερο κλίμα αναμόρφωσης, η ING Ελλάδα έχει ως στόχο να σταθεί δίπλα στην πολιτεία και να συνεισφέρει με την πολύχρονη πολυεθνική εμπειρία και τεχνογνωσία της στα μείζονα θέματα που αφορούν την χρηματοοικονομική και ασφαλιστική αγορά.

Ο Όμιλος ING αποτελεί έναν παγκόσμιο χρηματοοικονομικό οργανισμό, ολλανδικής προέλευσης, με σημαντική διεθνή παρουσία, παρέχοντας τραπεζικές, επενδυτικές, ασφαλιστικές και συνταξιοδοτικές υπηρεσίες σε περισσότερους από 85 εκατομμύρια ιδιώτες και οργανισμούς.

Στην Ελλάδα, ο Όμιλος ING δραστηριοποιείται από το 1980 και σήμερα συγκαταλέγεται ανάμεσα στους πιο ισχυρούς χρηματοοικονομικούς οργανισμούς στη χώρα. Η ING στην Ελλάδα έχει 10ετή στρατηγική συμφωνία με την Τράπεζα Πειραιώς στην προώθηση ασφαλιστικών προγραμμάτων μέσω των καταστημάτων της Τράπεζας σε όλη την ελληνική επικράτεια. Επιπλέον, διαθέτει ένα από τα πλέον εξειδικευμένα δίκτυα Χρηματοοικονομικών Συμβούλων της χώρας με περισσότερους από 1.300 ασφαλιστικούς συμβούλους, 21 υποκαταστήματα και 28 γραφεία, προσφέρει με διαφάνεια, αξιοπιστία και ευελιξία τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες

του σε περισσότερους από 200.000 πελάτες(<http://www.ing.gr/Default.aspx?tabid=459&language=el-GR> ,23 Σεπτεμβρίου 2010).



3.7.Βράβευση της ING Ελλάδος για την υποστήριξη του προγράμματος Ecomobility, Οικολογική Μετακίνηση

Το Σάββατο 4 Απριλίου 2009 η ING Ελλάδος βραβεύτηκε για την υποστήριξη του προγράμματος «ECOMOBILITY, ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΗ», κατά τη διάρκεια τελετής που πραγματοποιήθηκε στο Αμφιθέατρο του Υπουργείου Μεταφορών και Επικοινωνιών. Η ING Ελλάδος συνεχίζει να είναι υποστηρικτής του προγράμματος για την οικολογική μετακίνηση, στο οποίο συμμετέχουν μαθητικές ομάδες γυμνασίων από όλη την Ελλάδα.



Μετά από μια σειρά εκδηλώσεων που ολοκληρώθηκαν το δίμηνο Φεβρουαρίου-Μαρτίου, έφτασε η μεγάλη στιγμή των αποτελεσμάτων από το διαγωνισμό που συμμετείχαν ομάδες μαθητών από 27 πόλεις της Ελλάδας. Με την παρουσία εκπροσώπων της Πολιτείας, των Επιστημονικών Φορέων, της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, συνεργαζόμενων Φορέων, καθηγητών, μαθητών και γονέων έγινε η ανακοίνωση των δέκα καλύτερων εργασιών και η γνωστοποίηση της ομάδας των νικητών που θα ταξιδέψουν στις Βρυξέλλες.

Το Βραβείο για την Καλύτερη Εργασία για την οικολογική μετακίνηση στην πόλη είναι ένα ταξίδι στις Βρυξέλλες, όπου η νικήτρια ομάδα και ο καθηγητής της θα έχουν την ευκαιρία να ενημερωθούν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τον περιβαλλοντικό προσανατολισμό της, να περιηγηθούν στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και να επισκεφθούν το Γραφείο του Επιτρόπου Περιβάλλοντος. Οι ομάδες μαθητών με τις πιο δημιουργικές προτάσεις παρέλαβαν βραβεία και τιμητικούς επαίνους, ενώ το καλοκαίρι θα φιλοξενηθούν στο ECOCAMP, την Περιβαλλοντική Κατασκήνωση που διοργανώνει κάθε χρόνο το ECOCITY.

Η Εκστρατεία, που διοργανώνεται από το ECOCITY για έκτη χρονιά, υλοποιήθηκε στη διάρκεια της σχολικής περιόδου 2008–9 και τελεί υπό την αιγίδα του Υπουργείου Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, του Υπουργείου Μεταφορών και Επικοινωνιών, του Υπουργείου Ανάπτυξης, του Υπουργείου Ναυτιλίας και της Αντιπροσωπείας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην

Ελλάδα(<http://www.ing.gr/Default.aspx?tabid=270&language=el-GR> , 23
Σεπτεμβρίου 2010).

ΤΕΤΑΡΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ

**ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΤΟΝ Κ. ΑΝΑΣΤΑΣΟΠΟΥΛΟ ΝΙΚΟΛΑΟ,
ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΤΗΣ ING.**

7 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2011

Πολυξένη Σκάρτσου : Γιατί επιλέξατε την ING ως χώρο εργασίας?

Αναστασόπουλος Νικόλαος Στην περίπτωση μου, μου είχε γίνει μια πρόταση από ασφαλιστικό σύμβουλο της εταιρείας να εργασθώ ως ασφαλιστικός και επενδυτικός σύμβουλος. Καθώς λοιπόν περνούσε ο καιρός και έβλεπα το πόσο καλά είναι δομημένη η εταιρεία αποφάσισα να παραμείνω ως ασφαλιστικός σύμβουλος και σε επαγγελματικό επίπεδο.

Π. Σ. Ως στέλεχος της ασφαλιστικής ING, πιστεύεται ότι η διοίκηση της λειτουργεί σε υψηλό επίπεδο;

A. N. Ο τρόπος διοίκησης είναι το άλφα και το ωμέγα σε μία εταιρεία όπως ανέφερα και παραπάνω η ING ως εταιρεία σωστή δομή και διοίκηση. Είναι πάντα στο πλευρό του ασφαλιστικού συμβούλου για να επιλύσει τα προβλήματα του. Επίσης φροντίζει και για την επιμόρφωση των συνεργατών τους με σεμινάρια έτσι ώστε να είναι ανταγωνιστική και επίκαιρη.

Π. Σ. Πιστεύεται ότι το μάρκετινγκ της ING είναι ικανοποιητικό όσον αφορά την διαχείριση του;

A. N. Το μάρκετινγκ γενικότερα της ing είναι σε ικανοποιητικό βαθμό και αυτό γιατί φροντίζει να διαφημίζει κάθε νέο προϊόν στον κόσμο, έτσι ώστε όταν εμείς πλησιάζουμε τον πελάτη να μην του είναι τελείως άγνωστο το προϊόν και στις περισσότερες περιπτώσεις να έρχεται ο ίδιος ο πελάτης και να μας το ζητάει.

Π.Σ. Όσον αφορά τα δημοσιεύματα για το κλείσιμο των νοσοκομειακών προγραμμάτων , είχαν επιρροή στους πελάτες;

A. N. Ήταν αναμενόμενο να υπάρχει επιρροή στους πελάτες μας και των ασφαλίσεων από τα δημοσιεύματα, καθώς το μεγαλύτερο μέρος του χαρτοφυλακίου των ασφαλίσεων μας ήταν τα νοσοκομειακά. Ωστόσο ακόμα και σε αυτήν την περίπτωση υπήρχε άμεση ανταπόκριση της ing Ελλάδος, φροντίζοντας να κάνει συμφωνίες με τις μεγαλύτερες εταιρείες που παρέχουν νοσοκομειακά προγράμματα στην Ελλάδα (όπως η interamerican ως μεσιτική) με αποτέλεσμα να μην υπάρξει ούτε μια μέρα που να μην παρέχουμε νοσοκομειακά.

Π. Σ. Η ING έχει πληγεί από την οικονομική κρίση;

A. N. Όπως όλοι οι κλάδοι έτσι και ο κλάδος των ασφαλίσεων έχει πληγεί από την οικονομική κρίση, κατόπιν τούτου και η ING. Παρόλα αυτά έχουν γίνει τα απαραίτητα βήματα και εργασίες προκειμένου η εταιρεία να βγει δυνατότερη από την κρίση αυτή και όπως φαίνεται τα έχει καταφέρει.

Π. Σ. Γιατί ένας πελάτης να επιλέξει την ING ;

A.N. Ένας πελάτης πρέπει να επιλέξει την ING ,γιατί πρώτα από όλα είναι μεγάλη και δυνατή εταιρεία η οποία έχει την απαραίτητη κεφαλαιακή επάρκεια που αυτό σημαίνει, ότι ο πελάτης δεν θα έχει τον φόβο ότι μπορεί κλείσει . Επίσης τα προγράμματα της ING είναι από τα καλύτερα της ασφάλισης που κυκλοφορούν στην αγορά από το κόστος της μέχρι και την ποιότητα προγραμμάτων. Έχει πάντοτε στο πλευρό του τον ασφαλιστή του και συνεχές ενημέρωση μέσω του ασφαλιστικού συμβούλου για οποιαδήποτε αλλαγή προς όφελος του.

Π.Σ. Έχετε σκεφτεί ποτέ να κάνετε αλλαγές στη διοίκηση και το μάρκετινγκ, αν αυτό έχει αντίκτοίπο καλύτερα αποτελέσματα;

A. N. Κάθε μέρα η διοίκηση της εταιρείας προσπαθεί να μας έχει στην πρώτη θέση της αγοράς μέχρι στιγμής και το έχει καταφέρει σε υψηλό επίπεδο. Δεν γνωρίζω αν άλλη στρατηγική θα έφερνε καλύτερα η χειρότερα αποτελέσματα στην διοίκηση και το μάρκετινγκ. Δεν πιστεύω ότι θα πρέπει να το διακινδυνέψουμε αφού μέχρι την ώρα δείχνει να κυλάει σωστά, αφού έχει το μεγαλύτερο δίκτυο πωλήσεων από όλες τις ασφαλιστικές.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Γενική αποστολή της ING είναι να βοηθήσει τους πελάτες να διαχειριστούν το οικονομικό μέλλον τους. Την αξιοποίηση στις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των πελατών και την αξιοποίηση των στερεών των επιχειρηματικών ικανοτήτων της, η στρατηγική επικέντρωση της ING είναι σε τραπεζικές, επενδυτικές και συνταξιοδοτικές υπηρεσίες. Θέλει να παρέχει στους ιδιώτες πελάτες με τα προϊόντα που χρειάζονται κατά τη διάρκεια της ζωής τους να αναπτυχθούν οι οικονομίες, η διαχείριση των επενδύσεων και να προετοιμαστούν για συνταξιοδότηση με εμπιστοσύνη. Με την μεγάλη γκάμα των προϊόντων της, καινοτόμων μοντέλων διανομής και ισχυρή στις αναπτυσσόμενες αγορές, έχει την μακροπρόθεσμη οικονομική, τεχνολογική και δημογραφική τάση από την πλευρά της .Η ευθυγράμμιση της επιχειρηματικής στρατηγικής της γύρω από μια καθολική αποταμίευση και επένδυση για το μέλλον πρέπει να είναι ευκολότερη. Αν και η διεύθυνση της επιχείρησης, λόγω της ταραγμένης εποχής, θα εκτελέσει τις προσπάθειες σε όλες τις γραμμές ,για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των πελατών και να ανταποκρίνεται στις ανάγκες τους, να διατηρηθεί μια ισχυρή κεφαλαιακή θέση, περαιτέρω περιορισμό των κινδύνων και θα φέρει το κόστος της, σύμφωνα με τις προσδοκίες των εσόδων. Αξίζει να σημειωθεί ότι η ING στις Νοτιοανατολικές χώρες της Ευρώπης, όπου περιλαμβάνεται φυσικά και η Ελλάδα, κατέχει ηγετική θέση στην παροχή Συνταξιοδοτικών προγραμμάτων. Το πλαίσιο της εναρμόνισης της ING Ελλάδος με τη στρατηγική του Group θα είναι μέσα στο 2009 η ING Ελλάδος να συνάψει συμφωνίες με τρίτους παροχείς Προγραμμάτων Υγείας, έτσι ώστε το δίκτυό της να συνεχίσει να παρέχει στους πελάτες της αξιόπιστα προϊόντα και υπηρεσίες Υγείας, ενώ παράλληλα να φροντίσει να μη μειωθούν οι αμοιβές του. Με αυτόν τον τρόπο το Δίκτυο Πωλήσεων της ING, το οποίο είναι ένα από τα πιο παραγωγικά και ποιοτικά δίκτυα της αγοράς, και οι μελλοντικοί πελάτες θα εξακολουθήσουν να έχουν στη διάθεσή τους τις καλύτερες δυνατές ποιοτικές λύσεις.

Η ING στις χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης θα ενισχύει περαιτέρω το Δίκτυο Πωλήσεων Agency, που είναι και παραμένει η αιχμή του δόρατος των Δικτύων της Εταιρείας. Στρατηγικός στόχος της ING Ελλάδος ήταν και παραμένει η συνεχής ανάπτυξη και η υποστήριξη του Agency System. Ένας άλλος Στρατηγικός Στόχος της Εταιρείας είναι η ενίσχυση του Bancassurance με την Τράπεζα Πειραιώς και η αναδιοργάνωση των Κεντρικών Υπηρεσιών. Σε ερώτηση δημοσιογράφου πόσοι υπάλληλοι απολύθηκαν πέρυσι και πόσοι θα απολυθούν φέτος ο Β. Βοον δήλωσε ότι πέρυσι απολύθηκαν 60 εργαζόμενοι και ότι και φέτος θα κάνουν και άλλες απολύσεις, χωρίς να προσδιορίσει τον αριθμό

Κάνει ό, τι είναι δυνατόν για να εξασφαλίσει τη διαρκή επιτυχία των δύο τραπεζών της και της ασφαλιστικής της εργασίας. Η διασφάλιση των επιχειρήσεων συνεχίζεται κανονικά για τους πελάτες της και ότι κατά τη διάρκεια της διαδικασίας αναδιοργάνωσης που προστατεύουν αξία για τους μετόχους, παράλληλα, τηρούν τα ευρύτερα συμφέροντα των εργαζομένων της και πολλά άλλα ενδιαφερόμενα μέρη. Θα συνεχίσουν να λειτουργούν και να επενδύουν σε επιχειρήσεις ασφάλισης της σαν να είμαστε οι μακροπρόθεσμες ιδιοκτήτες χρόνου κατά τρόπο που να ενισχύει τη θέση της στην αγορά και των οικονομικών επιδόσεων.

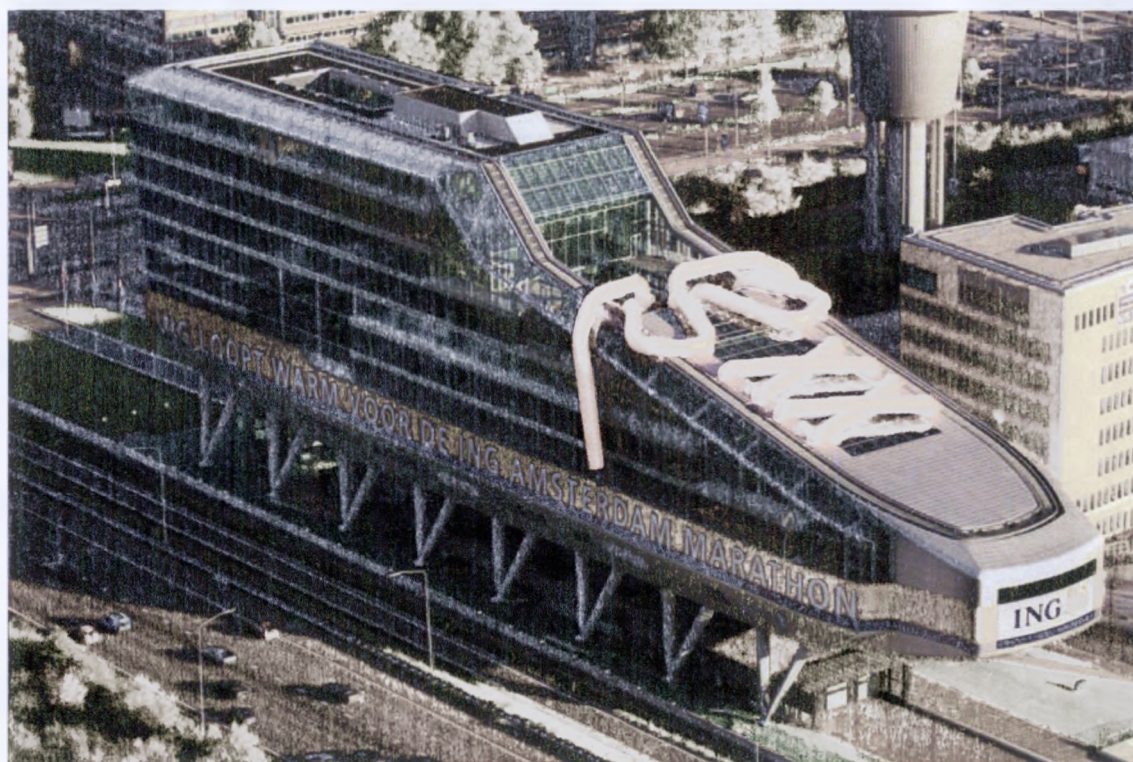
Σε όλες τις τραπεζικές και ασφαλιστικές εργασίες, θα συνεχίσουν την πορεία που καθορίστηκε κατά την πρώτη φάση του " Back to Basics" το πρόγραμμα. Αυτό θα περιλαμβάνει τη συνεχιζόμενη απλούστευση και την τυποποίηση των διαδικασιών και των συστημάτων, η εξοικονόμηση πόρων προμηθειών, και διαρκή βελτίωση της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητας των συστημάτων.

Το ING Group ατενίζει τις προκλήσεις του 21^{ου} αιώνα με αισιοδοξία και αυτοπεποίθηση. Η μακρά εταιρική παράδοση, το καινοτόμο πνεύμα, οι σύγχρονες στρατηγικές διοίκησης που επικεντρώνονται στην επίτευξη ενός άριστου μείγματος μεταξύ της διατηρησιμότητας και της ανάπτυξης αποτελούν στόχους εταιρικής αφοσίωσης. Παράλληλα, ο σεβασμός τόσο στις ανθρώπινες αξίες, στη διαφορετικότητα, στην κοινωνική αλληλεγγύη, η πίστη στην εταιρική ευθύνη και στον σύγχρονο ρόλο που καλείται ένας οργανισμός με παγκόσμια, ηγετική παρουσία να ανταποκριθεί, είναι αντικείμενο όχι μόνο δέσμευσης αλλά και έμπνευσης για το ING Group.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

1) Το κτίριο της ING στο Amsterdam

Το ING House είναι η έδρα του Ομίλου της ING στο Άμστερνταμ. Το ING Σπίτι περιέχει την αίθουσα του σκάφους, τα γραφεία των ανώτερων στελεχών και μια σειρά από εταιρικά τμήματα.



Το κτίριο σχεδιάστηκε έτσι ώστε να αναδεικνύεται η εικόνα των ING: καινοτόμες και διαφανείς, δυναμική και βιώσιμη. Έχει ανοιχτούς και γυάλινους τοίχους για να βοηθήσει τη διευκόλυνση της επικοινωνίας των υπηρεσιών.

Το ING σπίτι σχεδιάστηκε από τους αρχιτέκτονες Meyer και Van Schooten. Έχει αεροδυναμικό σχήμα σε αναδιώμενο αλουμίνιο και γυαλί και είναι κατασκευασμένη σαν ένα τραπέζι με 16 ατσάλινα πόδια. Τα πόδια στέκονται ελεύθερα με μεγάλους τσιμεντόλιθους στο έδαφος, μια τεχνική που χρησιμοποιείται στην κατασκευή γεφυρών.

Το κτίριο έχει 28 μέτρα πλάτος, 138 μέτρα μήκος και στο υψηλότερο σημείο των ορόφων του 10, 48 μέτρα ύψος. Η συνολική έκταση είναι 5.600 m. Το ING House διαθέτει ένα λόμπι, 250 αμφιθέατρο του καθίσματος, φουαγιέ, εστιατόριο, βιβλιοθήκη, πάνω από 800m² των συνεδριακές αίθουσες και 160 θέσεις στάθμευσης.

Το εσωτερικό του κτιρίου είναι το σπίτι σε μια εντυπωσιακή συλλογή έργων τέχνης και περίπου το ήμισυ του συνολικού χώρου γραφείων είναι αποκλειστικά για τις «ευέλικτες» θέσεις εργασίας, η οποία παρέχει στους εργαζομένους τη δυνατότητα να αλλάξει το περιβάλλον εργασίας τους. Οι περισσότεροι εργαζόμενοι απολαμβάνουν επίσης θέα ένα από τα έξι εσωτερικό κήπο.

Οι κήποι σχεδιάστηκαν από τον αρχιτέκτονα τοπίου Michael van Gessel και το καθένα έχει το δικό του θέμα. . Οι κήποι είναι ενσωματωμένοι στο σχεδιασμό του κτιρίου. Το λόμπι διαθέτει ένα κήπο μπαμπού σε ένα κρεβάτι από βρύα και πιάτα της βελγικής γαλάζιο ασβεστόλιθο και το κύριο δρόμο της κινεζικής γρανίτη που τρέχει από την κύρια είσοδο μέσω της αίθουσας σε πενήντα μήκους προβλήτα στο νερό της Nieuwe Meer.

Η πρωτοποριακή τελετή πραγματοποιήθηκε στις 16 Νοεμβρίου 1999 και η ING House άνοιξε επισήμως στις 16 Σεπτεμβρίου 2002 από τον πρίγκιπα Willem-Alexander της Ολλανδίας.

2) Ο Όμιλος ING εγκαταλείπει την ασφαλιστική αγορά

Παράγοντες του ING Ελλάδος υπογράμμισαν ότι για τους ασφαλισμένους της εταιρείας επί της ουσίας δεν θα υπάρξουν αλλαγές στο καθεστώς ασφάλισης. Ως κεραυνός εν αιθρία έπεσε στο ING Ελλάδος, όπως εξάλλου και στο σύνολο της ασφαλιστικής αγοράς, η είδηση ότι το ING Group προχωρά σε διάσπαση των τραπεζικών από τις ασφαλιστικές εργασίες, με την προοπτική πώλησης το αργότερο έως το τέλος του 2013 των ασφαλιστικών δραστηριοτήτων.

Πρόκειται για εξέλιξη η οποία επηρεάζει άμεσα το μέλλον και της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς, δεδομένης της πολύ ισχυρής παρουσίας του ING στη χώρα μας. Όπως μετέδιδαν ξένα ειδησεογραφικά πρακτορεία, η απόφαση που έλαβε ο όμιλος για την τύχη του παγκόσμιου ασφαλιστικού δικτύου του, απόφαση η οποία ελήφθη σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση, προβλέπει αλλαγές στην οργανωτική δομή του με τη διάσπασή της σε δύο επιχειρηματικές μονάδες, την

επένδυση του ομίλου από τον κλάδο των ασφαλειών και την αποπληρωμή σχεδόν 5 δισ. ευρώ σε κυβερνητική βοήθεια έως το τέλος του έτους. Από την πλευρά του ο όμιλος ανακοίνωσε επίσης ότι θα προχωρήσει στη διάθεση νέων μετοχών έως 7,5 δισ. ευρώ.

Από τις ανακοινώσεις του ομίλου προκύπτει ακόμη ότι η επένδυση θα πρέπει να γίνει το αργότερο σε διάστημα τεσσάρων ετών, χωρίς σε αυτή τη φάση να προσδιορίζεται η διαδικασία που θα ακολουθηθεί. Πάντως, όπως ανακοινώθηκε χθες, το ING θα προχωρήσει στην πώληση περιουσιακών στοιχείων και δημόσιων εγγραφών στο πλαίσιο των σχεδίων αναδιάρθρωσης που έχει συμφωνήσει με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και την ολλανδική κυβέρνηση.

Παράγοντες του ING Ελλάδος μιλώντας στη «Ν» δήλωσαν ότι ο όμιλος θα κινηθεί προς την κατεύθυνση αναζήτησης στρατηγικού επενδυτή για την πώληση είτε του συνόλου της ασφαλιστικής δραστηριότητας είτε για την τμηματική πώληση της δραστηριότητας, ενώ αν δεν καταλήξει θετικά σε αυτή του την προσπάθεια θα προχωρήσει σε δημόσια πρόταση για την πώληση μετοχών. Δεν αποκλείεται βέβαια για την επένδυση να ακολουθηθούν και οι δύο διαδικασίες.

Η Ελλάδα ανήκει στα γεωγραφικά διαμερίσματα της κεντρικής Ευρώπης, που απαρτίζεται επίσης από τη Βουλγαρία, τη Ρουμανία, την Ουγγαρία, τη Σλοβακία, την Τσεχία, την Πολωνία και την Ισπανία. Οι ίδιοι παράγοντες αναφερόμενοι στο ING Ελλάδος υπογράμμισαν ότι για τους ασφαλισμένους της εταιρείας επί της ουσίας δεν θα υπάρξουν αλλαγές στο καθεστώς ασφάλισης, καθότι σε κάθε περίπτωση τα συμβόλαιά τους θα παραμένουν σε ισχύ με τους ίδιους όρους και μετά την πώληση των ασφαλιστικών δραστηριοτήτων του ING. Σημειώνεται, τέλος ότι το ING ανακοίνωσε χθες τις προβλέψεις του για το τρίτο τρίμηνο του έτους, με την εταιρεία να κάνει λόγο για κέρδη 750 εκατ. ευρώ, έναντι ζημιών 568 εκατ. ευρώ το αντίστοιχο περυσινό διάστημα(<http://www.mnews.gr/el/news.php?n=1380>, 25 Νοεμβρίου 2010).

3) Τελευταίες ενημερώσεις σχετικά με τη στρατηγική εκτέλεσης 25 Νοεμβρίου: Οι μέτοχοι εγκρίνουν το σχέδιο αναδιάρθρωσης

Μετόχων του Ομίλου ING και θεματοφύλακα των κατόχων παραλαβή ενέκρινε την στρατηγική απόφαση να διαχωρίσει τραπεζικές και ασφαλιστικές εργασίες και εξουσιοδότησε το σχεδιαζόμενο θέμα δικαιωμάτων σε Έκτακτη Γενική Συνέλευση.

"Πρόκειται για πολύ σημαντικές αποφάσεις που δεν ήταν εύκολο για εμάς, αλλά έχουν μεγάλη σημασία για την ING," Διευθύνων Σύμβουλος της ING Ian Hommen είπε στην συνάντηση.

18 Νοεμβρίου ότι εγκρίνει το σχέδιο αναδιάρθρωσης.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε επίσης το σχέδιο αναδιάρθρωσης που υποβλήθηκε από την ING. "Η απόφαση αυτή ανοίγει επίσης τον δρόμο για την επόμενη φάση της μας Back to Basics πρόγραμμα." Jan Hommen, Διευθύνων Σύμβουλος, ING.

4) Οι μετοχές και οι νέες τάσεις

Προς το τέλος του 2009 αρκετοί σχολιαστές της αγοράς ήταν πεπεισμένοι ότι το 2010 θα εξελισσόταν σε μια ιδιαίτερα δραστήρια χρονιά όσον αφορά τις συγχωνεύσεις και τις εξαγορές. Άλλωστε οι ισολογισμοί ήταν δυνατοί, τα κόστη δανεισμού χαμηλά, ενώ η σχέση των καθαρών ταμειακών ροών ως προς τις τιμές των μετοχών ελκυστική.

Η πραγματικότητα όμως μάλλον αποδείχτηκε κάπως διαφορετική, τουλάχιστον όσον αφορά το πρώτο εξάμηνο του 2010, καθώς η παγκόσμια δραστηριότητα συγχωνεύσεων και εξαγορών σημείωσε, βάσει στοιχείων της Mergermarket, άνοδο μόνο κατά 8% σε όρους δολαρίου σε σύγκριση με το πολύ φτωχικό πρώτο εξάμηνο του 2009, δηλαδή αρκετά μικρότερη απ ότι αναμενόταν.

Ο πιο πιθανός λόγος για αυτή την έλλειψη κινητικότητας συγχωνεύσεων και εξαγορών είναι το πολύ απλό γεγονός ότι παραμένει σε υψηλά επίπεδα η αβεβαιότητα αναφορικά με τις εξελίξεις στις δυτικές οικονομίες, εκτίμησε ο αναλυτής της ING Ad

van Tiggelen. Η αβεβαιότητα αντικατοπτρίζεται και στους δυνητικούς στόχους εξαγοράς, καθώς πολλές εταιρείες προτιμούν να πληρώσουν υψηλότερη τιμή σε μια σταθερή αγορά παρά μια χαμηλότερη τιμή σε ένα περιβάλλον περιορισμένης ορατότητας.

Εάν στρέψουμε τώρα την προσοχή μας από τις εταιρείες στις μετοχικές αγορές ανακαλύπτουμε ακόμα ένα αντικίνητρο στην αύξηση του μεγέθους των επιχειρήσεων. Τα τελευταία δέκα χρόνια υπήρχε μεγάλη συσχέτιση μεταξύ του μεγέθους μιας εταιρείας και της απόδοσης της μετοχής της: όσο μεγαλύτερη η εταιρεία τόσο χειρότερη η εξέλιξη της τιμής της μετοχής της. Αυτό δεν ίσχυε πάντα. Τη δεκαετία του '90 οι μεγαλύτερες εταιρείες ήταν αυτές με τις θεαματικότερες αποδόσεις, καθοδηγούμενες από τεράστιες εισροές επενδυτικών κεφαλαίων. Όπως αναφερόταν σχετικά... οι «μεγάλες μετοχές» χρειάζονται περισσότερα «καύσιμα».

Αυτή η τάση άλλαξε σημαντικά κατά την τελευταία δεκαετία και κυρίως σε πτωτικές περιόδους, καθώς οι επενδυτές πουλούσαν πρώτα τα ονόματα με τη μεγαλύτερη εμπορευσιμότητα. Οι μεγάλες μετοχές υπέφεραν. Ως αποτέλεσμα οι μετοχές μικρότερης κεφαλαιοποίησης ξεπερνούσαν σε αποδόσεις τις μεγαλύτερες, σχεδόν σε κάθε έτος της τελευταίας δεκαετίας. Ωστόσο σήμερα αντιμετωπίζουμε μια κατάσταση κατά την οποία, όπως υποστηρίζουν οι αναλυτές, οι μεγάλες και σταθερές εταιρείες με δυνατούς ισολογισμούς είναι φθηνότερες και καταβάλλουν υψηλότερα μερίσματα απ' ότι οι μικρότερες και με μεγαλύτερο κίνδυνο εταιρείες.

Έτσι, καθώς οι τάσεις έρχονται και παρέρχονται, ίσως όπως εκτιμά και η ING, η δεκαετία κατά την οποία δεν ήταν σοφό να αγοράζει κανείς μετοχές εταιρειών «μεγαθηρίων» είναι πιθανώς πίσω μας (Το Βήμα, Τάσος Μαντικίδης, Πέμπτη 19 Αυγούστου 2010).

5) Ad van Tiggelen (ING IM): «Χαμένη χρονιά το 2010 για τις μετοχές»



Ad van Tiggelen, Στρατηγικός αναλυτής της ING IM Europe.

Στις αρχές του χρόνου, οι αναλυτές πίστευαν ότι το 2010 θα ήταν ένα έτος υψηλής εταιρικής κερδοφορίας (25%), ικανοποιητικών μετοχικών αποδόσεων και πενιχρών αποδόσεων των κρατικών ομολόγων. Κάνοντας μία αναδρομή, διαπιστώνουμε ότι έκαναν λάθος σε όλες τις εκτιμήσεις τους.

Δεν ήταν αρκετά αισιόδοξοι για την ανάπτυξη της εταιρικής κερδοφορίας, η οποία πρόκειται να ξεπεράσει το 30%, αλλά υπερβολικά αισιόδοξοι για τις μετοχικές αποδόσεις, τουλάχιστον μέχρι τώρα. Και όσον αφορά τα ομόλογα πραγματικά αιφνιδιάστηκαν! Δεν είναι παράξενο ότι ακόμα και κάποιοι από τους πλέον ικανούς διαχειριστές κεφαλαίων αντιστάθμισης κινδύνου έχουν μία άσχημη χρονιά.

Εάν ένας συνδυασμός υψηλής εταιρικής κερδοφορίας, δυνατών ισολογισμών και λογικών αποτιμήσεων δεν κάνει ελκυστικές τις μετοχές, τότε τί τις κάνει; Οι κεφαλαιαγορές προσπαθούν να προεξοφλούν το μέλλον. Δεν νοιάζονται για το παρόν ή το παρελθόν. Αυτό ποτέ δεν ήταν τόσο προφανές όσο τώρα.

Οι επενδυτές υποβαθμίζουν πολλά θετικά στοιχεία και επικεντρώνονται στον κίνδυνο ενός νέου κύματος ύφεσης. Αυτός ο φόβος είναι κατανοητός. Οι επενδυτές πάντα



Faint, illegible text or markings located below the stamp in the upper right quadrant.

A small, faint mark or number located on the right side of the page.

A small, faint mark or number located on the right side of the page, lower down.

γνώριζαν ότι αυτή η δεύτερη φάση ανάκαμψης στις ανεπτυγμένες αγορές θα πρέπει να τροφοδοτηθεί από μία αύξηση των καταναλωτικών δαπανών.

Αυτή η δεύτερη φάση πλησιάζει και οι συμμετέχοντες στη αγορά συνειδητοποιούν ότι οι καταναλωτές έχουν πολύ μικρά περιθώρια για να πάρουν τη σκυτάλη της ανάκαμψης από τον μεταποιητικό κλάδο της οικονομίας. Οι καταναλωτές γνωρίζουν ότι πρόκειται να αντιμετωπίσουν δημοσιονομική λιτότητα μέσα στο 2011. Γνωρίζουν ότι οι αυξήσεις μισθών πιθανότατα θα είναι ισχνές. Φοβούνται ότι οι συνθήκες στην αγορά εργασίας δεν πρόκειται να βελτιωθούν αισθητά άμεσα. Και ίσως το πιο σημαντικό: έχουν αρχίσει να διαπιστώνουν ότι θα πληρώσουν το τίμημα ενός πληθυσμού που γερνά. Η πιθανή επιδείνωση των παροχών των συνταξιοδοτικών συστημάτων θα απασχολεί όλο και περισσότερο τις δημόσιες συζητήσεις.

Γιατί λοιπόν, θα έπρεπε αυτοί οι καταναλωτές να ξεκινήσουν να δαπανούν περισσότερο τώρα; Πολλοί αναλυτές υπαινίσσονται ότι έτσι πρέπει, γιατί έτσι πράττουν φυσιολογικά οι καταναλωτές σε αυτή την φάση του οικονομικού κύκλου. Άλλα μέχρι τώρα σχεδόν τίποτα δεν υπήρξε “φυσιολογικό” σε αυτόν τον οικονομικό κύκλο.

Στο μεταξύ, οι επενδυτές που φοβούνται το ενδεχόμενο νέου κύματος ύφεσης, ρευστοποιούν τις μετοχές και αγοράζουν ομόλογα, μία πράξη που από μόνη της αυξάνει το ενδεχόμενο πραγμάτωσης του φόβου τους.

Αυτοί οι επενδυτές επίσης διαπιστώνουν ότι οι κυβερνήσεις και οι κεντρικές τράπεζες έχουν πλέον λίγα πυρομαχικά για να εμποδίσουν ένα τέτοιο ενδεχόμενο, σε περίπτωση που προκύψει. Τα παραδοσιακά φάρμακα, όπως η νομισματική πολιτική (μειώνοντας τα επιτόκια) και η δημοσιονομική πολιτική (μειώνοντας τους φόρους) έχουν ήδη εξαντληθεί. Μόνο τα «μη συμβατικά» φάρμακα παραμένουν, όπως η εκτόπιση νέου χρήματος ή οι περικοπές φόρων χωρίς την ύπαρξη άλλων πόρων. Μερικές χώρες, όπως οι ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο, έχουν ήδη χρησιμοποιήσει το τυπογραφείο τους αρκετά, αλλά αντιμετωπίζουν το γεγονός ότι δεν είναι τόσο εύκολο να «αναγκάσεις» τους επενδυτές που δεν είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν ρίσκο, να αποταμιεύουν λιγότερο και να δαπανούν περισσότερο. Επομένως, ο Δρ Bernanke ενδέχεται να αυξήσει και άλλο τη δΟΣΟΛΟΓΙΑ του συγκεκριμένου

φαρμάκου.

Συνοψίζοντας, πιστεύουμε ότι η ανησυχία που επικρατεί στις κεφαλαιαγορές για τις μελλοντικές δαπάνες των καταναλωτών είναι εύλογες. Στην πορεία, οι ρυθμοί οικονομικής μεγέθυνσης των ανεπτυγμένων αγορών ενδέχεται να είναι εξαιρετικά ήπιοι, το ίδιο και ο πληθωρισμός. Οι αγορές ομολόγων μπορεί να φαίνεται ότι διαμορφώνουν μία φούσκα, αλλά δεν πιστεύουμε ότι πρόκειται να σκάσει σύντομα. Η αβεβαιότητα κυριαρχεί, έτσι το μέλλον θα έχουν σημαντικό ρόλο η διασπορά (διαφοροποίηση στα χαρτοφυλάκια) και οι μέτριες αποδόσεις. Για τις μετοχές τα παραπάνω συναινούν προς ένα συγκεχυμένο σενάριο, με ελαφρώς περισσότερες πιθανότητες για κάμψη (ιδιαίτερα για τις κυκλικές μετοχές) παρά για ανοδική πορεία. Αλλά μακροπρόθεσμα, εξακολουθούμε να πιστεύουμε ότι οι αναδυόμενες αγορές και οι αμυντικές μετοχές υψηλού μερίσματος προσφέρουν καλές επενδυτικές ευκαιρίες (<http://www.isotimia.gr/default.asp?pid=24&ct=2&artid=86769>).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Agents, Κανονισμός Πωλήσεων 2008, της ING.
- Agents, Κανονισμός Πωλήσεων 2009 της ING.
- Το Βήμα, Τάσος Μαντικίδης , Πέμπτη 19 Αυγούστου 2010.
- <http://www.hrima.gr/article.asp?view=569&ref=564>
- www.hrima.gr.
- www.ing.gr
- <http://www.ing.gr/default.aspx?tabid=156&language=el-GR>
- <http://www.isotimia.gr/default.asp?pid=24&ct=2&artid=86769>
- <http://www.ing.gr/Default.aspx?tabid=164&language=el-GR>
- http://www.ingim.gr/ingim/article4.asp?cat_id=400
- <http://www.insurancedaily.gr/blog/?p=520>
- <http://www.insurancedaily.gr/blog/?p=1987http://www.ing.gr/Default.aspx?tabid=462&language=el-GR>
- <http://www.ing.gr/Default.aspx?tabid=459&language=el-GR>
- <http://www.ing.gr/Default.aspx?tabid=270&language=el-GR>
- <http://www.rnews.gr/el/news.php?n=1380>
- http://translate.google.gr/translate?hl=el&langpair=en|el&u=http://www.ing.com/group/showdoc.jsp%3Fdocid%3D074085_EN