

урожая, а с 1 января 2013 года – и к страхованию животных. Страхователи будут платить только 50 процентов страховой премии, а еще 50 процентов будет возмещаться страховой компании из государственного бюджета. То есть если раньше страхователи платили полностью, то теперь финансовое бремя государство делит с ними пополам. Думаю, этот закон защитит интересы отечественных сельхозпроизводителей, которые в свою очередь будут относиться к страхованию с большим вниманием, а не подходить к этому вопросу стихийно. Ведь, например, в Европе и Америке сельхозпроизводители изначально закладывают в свои годовые бюджеты статьи расходов на страхование. Страховщики очень надеются, что и наши аграрии будут относиться к этому вопросу более цивилизованно. После засухи 2010 года, мне кажется, очень многие сделали выводы. Скажем, заплатить за страхование 200 тысяч, а получить выплату 2 миллиона, – это очень существенно. Собственник предприятия должен сам своевременно предусмотреть возможные риски, чтобы сохранить свой бизнес, какие бы неожиданности не возникли.

– И все же многие страховые компании оказались не готовы к природным катаклизмам... «АльфаСтрахование» в этом отношении креативно отличилось в самом хорошем смысле этого слова...

– Я не берусь комментировать деятельность других страховых компаний. А для сотрудников «АльфаСтрахования» важно выполнить обязательства перед своими клиентами, но, думаю, это как раз не стоит относить к креативу, это нормальная каждодневная профессиональная работа. Мы – партнерская компания. Мы клиентоориентированы. Мы за всеобъемлющую заботу о наших клиентах.

Красный вдохновляет на свершения

Сочетание красного и белого – корпоративная цветовая гамма компании «АльфаСтрахование». Красный цвет считается не только воплощением неординарности, но и часто отождествляется с напористостью. Белый же – традиционный символ мудрости и открытости.

В кабинете директора сразу привлекают внимание красно-белые жалюзи, сделанные на заказ (ноу-хау Ольги Качибая).

– Вам нравится красный цвет? – за-



Сотрудники Курского филиала компании «АльфаСтрахование» всегда приветливы и внимательны к своим клиентам

держиваю взгляд на ярко-красном манжуре директора.

– Да. В этом плане мне бренд компании очень подходит. Я очень люблю красный цвет, это цвет жизни, цвет любви.

– А также цвет женщин, которые любят привлекать к себе внимание... Наверное, вне работы вы любите красные платья...

– Любая женщина любит привлекать к себе внимание. И это правильно. Это дано женщине природой априори. Обожаю красные платья. Я выросла на юге, а там любят яркую одежду. Кстати, почему «вне работы»? По брендбуку нашей компании офисное платье может быть красного цвета.

В подтверждение этих слов показывает яркие страницы толстой офисной книги. Многие женщины могут только мечтать о такой «рабочей одежде». Для промперсонала предусмотрено красное элегантное платье для женщин и красные рубашки для мужчин, или красные платки и галстуки для офисных работников.

– Влияние цвета очень важно, – считает Ольга Качибая. – Красный цвет – жизнеутверждающий, он отлично бодрит и поднимает настроение. А вообще у нас принят элегантный и деловой офисный вид, и красный цвет этому не мешает.

– Автомобиль у вас тоже красный?

– Сейчас нет, но раньше действительно был красный.

– А ещё, наверное, любите, когда вам дарят красные розы?

– Розы это прекрасно. Как-то на Новый год деловой партнер подарил

не новогодний в привычном понимании подарок – огромный букет красных роз, очень яркий и красивый букет. Было невероятно приятно. А мои любимые цветы – розовые пионы.

Быть женщиной – это креативно

– Для того, чтобы управлять филиалом большой компании, нужно быть сильной женщиной...

– Нужно быть женщиной... Когда мне говорят про сильных женщин, я возражаю, потому что считаю, что сильных женщин не бывает. На эту тему можно долго и много говорить, но вывод будет один: женщина во все времена была сильна своей слабостью. А вот мужчины рядом должны быть сильными. Меня очень удивляет, что именно слабость современной женщины сегодня стала креативом. В наш сложный мужской век, по-моему, вообще быть женщиной – это креативно.

– А как же мода на сильных женщин?

– Мода приходит и уходит, это веяние времени и только. Женщина должна быть женщиной вне зависимости от моды и от того, чем она занимается.

– Вы любите весну?

– Очень люблю. Я родилась весной, на Благовещение. Это вообще мое любимое, кстати, самое креативное, на мой взгляд, время года. Весной пробуждается жизнь, природа, и надо сохранить этот настрой до следующей весны. Это пора, когда рождаются новые идеи.

Вероника ТУТЕНКО