



Budujeme kvalitní a dlouhodobé vztahy

Nový systém CRM myOVB

Michal Knapp

OVB vnímám jako neskutečnou sílu

Detlef Müller

Korektní komunikace nastavuje rámec kvalitního partnerství

Deutscher Ring 
jistota Vašich obchodních úspěchů

Aktivní ochrana pro aktivní život

Ring úrazové pojištění
„all inclusive“

- Vysoké plnění při trvalých následcích s 500 % progresí
- Plnění při pracovní neschopnosti následkem nemoci nebo úrazu od 1. dne zpětně
- Okamžité plnění
- Závažná onemocnění

Deutscher Ring 

Nechte to na nás.

bezplatná infolinka 800 100 899

www.deutscherring.cz



MILÉ spsopolpracovnice, milí spolupracovníci, milé zaměstnankyně a milí zaměstnanci společnosti OVB,

rok 2009 byl charakterizován zlomovými událostmi a změnami. Samozřejmě ani celosvětová finanční a hospodářská krize nás neminula beze stop, protože jako jeden z předních poskytovatelů finančních služeb v Evropě jsme rovněž neustále ovlivněni obecnými tendencemi v naší branži. Přesto jsme se s tím vypořádali lépe než mnoho ostatních. Rok 2010 pro nás bude rokem nové orientace.

Důvěra zákazníků se projevila právě v těžkých časech. Potřeba soukromého dlouhodobého finančního zaopatření a zajištění vůči rizikům do budoucnosti je již po řadu let zcela nesporná, poptávka po kompetentním poradenství v této oblasti však právě v těchto dobách ještě vzrostla.

Růst našeho podnikání je napájen ze tří zdrojů: z rostoucí poptávky zákazníků po poradenství a finančním zabezpečení, ze získávání nových regionálních trhů s vysokou dynamikou růstu, jakož i z konsolidace naší oblasti činnosti na základě stále se měnících rámcových podmínek. Všechny tyto tři trendy pozitivně ovlivňují náš úspěšný obchodní model. Myslím, že můžeme být se svým obchodem spokojeni. Ve čtvrtém čtvrtletí roku 2009 jsme v rámci celého koncernu opět profesně zakotvili. To také potvrdily výsledky za obchodní rok 2009, které jsme zveřejnili spolu se zprávou o stavu společnosti koncem března.

Děkuji Vám velmi srdečně za Vaši podporu a Vaše nasazení v minulých měsících a spoléhám na naše společné budoucí úspěchy!

Srdečně váš

Wilfried Kempchen,
předseda představenstva
OVB Holding AG

OVV INFO

6
Kniha procesů zjednoduší finančnímu poradci práci a stane se jeho užitečným pomocníkem

7
Malá ochutnávka z nabídky partnerů zahrnutých v benefičním programu

8
Člen představenstva Detlef Müller a ředitel vnitřní správy Roman Daneš mluví o cestě, na kterou se společně vydali



12
Svůj vztah k OVB nám přiblížil nový člen představenstva Michal Knapp



16
Analytický web umožní efektivní analýzu, srovnání a výběr vhodných produktů

20
Průzkumy, které jsme si nechali vypracovat, přinesly zajímavé výsledky

OVV TÝM

22
Cesta vzhůru: blahopřejeme manažerům povýšeným za poslední půlrok

28
Aplaus: přinášíme názory našich úspěšných spolupracovníků

32
Jak se vidí obchodní vedoucí Eva Mikšíčková

34
Den s oblastním ředitelem Janem Gajdou



70
Zkušenosti těch nejlepších českých manažerů OVB Allfinanz, kteří se prosadili i v zahraničí

76
Ptáme se vybraných kolegů, jak budují vztahy s klienty

TÉMA

44
Customer relationship management – řízení vztahů se zákazníky nám může zajistit vyšší tržby

46
Segmentace je jednou z neúčinnějších technik pro řízení komunikace s klienty



48
Cross-selling – dobrý finanční poradce umí k jednomu produktu nabídnout i ty související

52
V ČR byl jako v první zemi, v níž OVB působí, zaveden nový CRM systém myOVB

ANALÝZY

62
Jaké změny se udály na pojistném trhu a co to pro zákazníka znamená



OVB V AKCI

80

Desítky společenských akcí pořádaných jednotlivými zemskými ředitelstvími



PARTNEŘI

98

S místopředsedou představenstva Českomoravské stavební spořitelny Manfredem Kollerem o výhodách stavebního spoření



102

Místopředseda představenstva a obchodní ředitel UNIQA pojišťovny Zbyněk Veselý o kladech a záporech elektronické komunikace



ROZHOVORY

40

LD Miloslav Horký nelituje, že opustil školství a dal se na dráhu finančního poradce



58

LD Hana Hanáková v začátcích pracovala dvanáct až čtrnáct hodin denně



66

LD Eva Jindrová díky OVB poznala hodně nových přátel a ví, že je to týmová práce



5

1 | 10

OVB JOURNAL 1/2010

Vyšlo: 23. 4. 2010 v Praze, vychází 2x ročně, evidenční číslo: MK ČR E 17468

Vydavatel: OVB Allfinanz, a.s., Baarova 1026/2, 140 00 Praha 4-Michle

Šéfredaktor: Jaroslava Matoušková; Náměty a dotazy: redakce@ovbmail.cz

Redakce, grafická úprava, předtisková příprava: Boomerang Publishing, s. r. o., Nad Kazankou 37/708, 171 00 Praha 7

Osvit a tisk: DRJ Tiskárna Resl, s. r. o.

Publikace obsahuje údaje platné k datu vydání. Určeno pro vnitřní potřeby.

Knihy procesů

prostředník mezi centrálou a spolupracovníkem

„Já studoval a studoval a budoucnost si budoval, moje nadání je všestranné, jsem bystrý, a přitom nikdy nepochopím perpetuum mobile. Metodiky, příručky, procesy, definice, sinus, cosinus, deskriptiva, komunikace, pravidla, administrace = komplikace. Nemám IQ vynálezce ani za jménem CSC., ale mám rád lidi a OVB, což je myslím povahový klad. I když jsem v jádru technokrat, na srdce umím zabrnkat. Tak přesto, že jsme vzdělání, teď plivneme si do dlaní a budeme všichni komunikovat, všichni, kolik nás tu je.“ Malá parafráze na Inženýrskou od Rangers odlehčenou formou vysvětluje, proč knihu procesů máme. A proč že ji vlastně máme?

Co je psáno, to je dáno

Knihy procesů OVB Allfinanz je metodickou příručkou popisu procesů, která přímo souvisí s činností spolupracovníka ve vztahu k Centrále OVB. Poskytuje základní nastavení modelu popisu procesů a stává se prospěšným pomocníkem pro vzájemnou spolupráci, komunikaci a pro úspěšnou činnost spolupracovníků.

V Knize procesů jsou popsány tři hlavní procesy: smluvní vztah se spolupracovníky, administrace partnerských smluv, proces výplaty provizí a soubor podpůrných procesů (další popis činností a procesů, které se vážou na kvalitní spolupráci mezi jednotlivými úseky Centrály OVB a spolupracovníky).

Knihy procesů byla připravena s cílem definovat a popsat stávající procesy probíhající v rámci činnosti Centrály OVB Allfinanz ve vztahu k obchodní síti, stabilizovat tyto procesy, zprůhlednit je a minimalizovat nestandardní postupy. A co bylo hlavním záměrem? Poskytnout finančnímu poradci OVB nástroj, který mu zjednoduší práci a stane se jeho užitečným pomocníkem.

Knihy procesů je živý materiál, který bude průběžně aktualizován s možností výměny neaktuálních podkladů právě s ohledem na vývoj potřeb obchodní sítě.

Tvoříme nový obsah

Zodpovědnost za přípravu knihy procesů OVB Allfinanz v rámci Centrály OVB nese úsek ADS.

Členové týmu nejenom připravují podklady, ale jsou postupně zaškoleni do popisovaných procesů tak, aby v rámci podpory obchodních struktur byli schopni tyto procesy promovat, vysvětlovat a školit. Základním úkolem úseku ADS se stává tvorba podpůrných nástrojů pro optimální chod obchodních procesů, jejich definice a supervize. Tvoříme nový obsah a formu podpory prodeje a bez spolupráce, trpělivosti, tolerance, ochoty akceptovat nastavované systémy, můžeme společného cíle – partnerství – dosáhnout daleko později, než si všichni představujeme a chceme.

Knihy procesů OVB Allfinanz najde svůj přínos a uplatnění v podnikání u OVB jako standardní prostředek budování profesionální firmy v prostředí konkurenčního finančního trhu. ■

NÁZEV	POPIS	OBSAH
Úvodní informace	Cíle a smysl knihy procesů a postupů	Definovat a popsat stávající procesy probíhající v rámci činnosti Centrály OVB Allfinanz, a.s., ve vztahu k obchodní síti Stabilizace těchto procesů, průhlednost, minimalizace nestandardních postupů
	Terminologie OVB	Vysvětlení pojmů a názvů a) používaných ve společnosti OVB Allfinanz b) v základní podobě souvisejících s činností MA (finanční trh)
	Organizace Centrály OVB Allfinanz, a.s.	Principy komunikace s Centrálou OVB Organigram Základní popisy činností jednotlivých úseků Recepce Kontakty
Hlavní procesy pro obchodní síť	Smluvní vztah pro spolupracovníky (proces správy MA)	Vznik smluvního vztahu – proces, doklady, formuláře, nástroje Zánik smluvního vztahu – proces, doklady, formuláře, nástroje Neaktivní spolupracovníci
	Administrace partnerských smluv (proces zpracování smluv)	Zasílání smluv na Centrálu OVB, nutné doklady, pravidla přijímání, produkce Systém evidence smluv Identifikace smluv Intervence Doklad o zaplacení
	Provizní systém (proces výplaty provizí)	Typy provizí Výplata provizí – systém odměňování MA Provizní listiny – metodika výpočtu, časová osa výplaty provize Provizní výpisy Reklamace provizí
Podpůrné procesy pro obchodní síť	Plán kariéry	Plán kariéry Proces povyšování a ponižování kariérního stupně Změny ve strukturách
	Základní systém podpory	Rangliste – prostředek hodnocení MA Centrální soutěže a incentive Podpůrné nástroje (Pracovní sešity „10 minut“ a „2 hodiny týdně“, Analýza potřeb klienta, apod.) Reklamní předměty a tiskoviny Používání korporátního designu Interní periodika, práce s médii Webový portál pro MA, produktový Analytický web, korporátní web www.ovb.cz; www.ovbjournal.cz; www.chciuspech.cz IT systémy Sklad OVB Allfinanz
	Benefity pro MA	Katalog služeb a výhod pro spolupracovníky
	Informační systém „myOVB“	Nový systém řízení vztahů se zákazníky a účtování provizí

Rozšiřujeme program benefitů

Benefity poskytují jiný rozměr spolupráce, který posiluje loajalitu a vytváří konkurenční výhodu na trhu práce. Dobrá kompozice benefitů současně posiluje firemní kulturu. Poselstvím firemního benefitního programu OVB je, aby byly jednotlivé výhody přístupné a využitelné pro co nejvíce spolupracovníků. V duchu tohoto hesla se snažíme program neustále inovovat a vylepšovat, aby si naprosto každý mohl vybrat právě to, co mu nejvíce vyhovuje. Hledáte spolehlivého dovozce vozů nebo se právě chystáte na návštěvu ke kadeřníkovi? Připravujeme pro vás aktualizaci a značné rozšíření benefitního programu. Strukturu benefitů, metodiku vstupu do programu výhod a kontaktní osoby najdete v Knize procesů OVB.CZ v kapitole Benefity pro spolupracovníky.

Malá ochutnávka našich partnerů benefitního programu:

Kategorie Auto-moto



Mercedes-Benz

Přímý importér značky Mercedes-Benz. Společnost s mnohaletou zkušeností na trhu.

Sleva 10 a 12 %

Služby se slevou:

Sleva 12 % plus ISP* zdarma na vozy třídy A, B, C, E, CLS, S, GLK, ML, R, GL.
Sleva 10 % plus možnost dokoupit ISP za 1,5 % aktuálně platné ceníkové ceny vozidla na vozy třídy SLK, SL, CL, G, E Coupé, Smart. Sleva se vždy počítá v procentech z aktuálně platné ceny vozidla, včetně příplatkové výbavy. Sleva se vztahuje pouze na shora uvedené modelové řady.

* ISP = integrovaný servisní paket, obsahuje všechny výrobce předepsané pravidelné prohlídky vozidla v rozsahu 6 let/120 000 km (podle toho, co nastane dříve), zahrnuje jak práci, tak materiál.



Společnost MAKO Car s.r.o. vznikla v roce 2001 a dnes patří k tomu nejlepšímu, co český trh v tomto oboru nabízí. Filozofie firmy je jednoduchá – být nejlepší. Proto MAKO Car s.r.o. nabízí výhradně produkty renomovaných světových firem. Moderní technické zázemí, široká nabídka za velmi výhodné ceny a profesionální tým jsou zárukou naprosté spokojenosti každého motoristy.

Sleva 20 %

Služby se slevou:

Sleva se vztahuje na nákup pneumatik, litých kol a příslušenství.

Další prodejci automobilů, např. Autocentrum Háša (Hyundai, Mitsubishi) a další...

Kategorie Wellness



Kadeřnická a kosmetická studia BOMTON poskytují kompletní servis s garancí špičkové péče a služeb již od roku 1995. V průběhu několika let vznikla síť vlasových a kosmetických studií ve vyhlášených pražských lokalitách. S rostoucími nároky zákazníků neustále rozšiřují nabídku poskytovaných služeb. Studia nabízejí kompletní služby v oblasti péče o vlasy, pleť, tělo i nehty. Používají nejlepší vlasové a kosmetické produkty předních světových značek.

Sleva 5 a 10 %

Služby se slevou:

Sleva 10 % – kosmetika, pedikúra, manikúra, masáže, koupele, zábaly, peelingy, solárium, fitness
Sleva 5 % – na nákup produktů

Kategorie IT

DELL

Přední výrobce v oboru výpočetní techniky.

Sleva 20–30 %

Služby se slevou:

Sleva se vztahuje na vybrané zboží – notebooky, desktoopy, tiskárny, LCD monitory, projektory.

Kategorie Gastro

La Casa Argentina

Sleva 25 %

Služby se slevou:

Sleva na konzumaci v restauraci La Casa Argentina.
Sleva na konzumaci v dalších restauračních zařízeních, která patří do skupiny Gastro Group: La Bodeguita del Medio, Hotel Salvatore, La Casa del Habano, Cigar Club, Catering Bodeguita, U Orloje, U Císařů, El Toro Negro, U Zlaté konvice, Grand hotel Praha, Grand café Praha, U Minuty

Kategorie Fashion

Steilmann / STONES

Sleva 10 %

Služby se slevou:

Sleva se vztahuje na nákup oblečení ve všech pobočkách Steilmann po celé ČR.



TEXT: Zdeněk Soudný, Jaroslava Matoušková | FOTO: archiv

Máme dobrý vítr a správný směr

Zásadní změny

- Navýšení provizí
- Implementace systému myOVB
- Analytické centrum a Analytický web
- Kniha procesů jako základní know-how
- Výhody a benefity pro spolupracovníky
- Posílení PR a publikační činnosti Analytického centra
- Posílení značky OVB v českých médiích
- Klientské průzkumy
- Projekt finančního vzdělávání pro veřejnost
- Posílení vztahu s partnerskými společnostmi



OVB Allfinanz má za sebou přelomové období roku 2009. Kompletně se vyměnilo vedení společnosti, odešli někteří spolupracovníci. Na nedávnou minulost i budoucnost se ptáme člena představenstva Detlefa Müllera a ředitele vnitřní správy Romana Daneše. Oba shodně říkají, že všichni v OVB spojili své síly a vydali se na cestu k úspěchu.

Uplynulý rok byl pro OVB v České republice v mnohém přelomový. Nabrala loď OVB správný směr a vane jí do plachet dobrý vítr?

D. Müller: Z našeho pohledu byl uplynulý rok nejen přelomovým, ale především dobrým rokem, neboť jsme provedli důležité změny. Teď fouká dobrý vítr a plachty jsme nastavili správným směrem. Jak víte, lodě mají ráhna a stěžně a čím je stěžňů více, tím jsou lodě silnější, jistější a lépe se na nich upevňují plachty. Některé stěžně jsme museli vyměnit, jiné postavit. Díky tomu jsme v druhém pololetí roku 2009 dosáhli lepšího obrátu než ve druhém pololetí roku 2008 a obrát je jednoznačně jedním z nejdůležitějších měřítek úspěchu. Proto považujuji rok 2009 za úspěšný.

Takže tentokrát ta příprava na suchu před vyplutím byla mnohem pečlivější?

D. Müller: Přesně tak. Nejen příprava, ale i následná realizace. De facto jsme si v polovině roku 2009 svou velkou loď opravili. Nejen, že jsme vyměnili a doplnili některé stěžně a natáhli plachty, ale pořídili jsme i záchranné čluny, což je, mimo jiné, také jeden z důležitých faktorů každé přípravy na plavbu. Co je ale nejdůležitější, stanovili jsme jízdní řád. Kam chceme dojet, jak a kdy tam dojedeme, jinými slovy, jaké máme cíle, a jak jich dosáhneme. K tomu je třeba znát a uvědomovat si i další souvislosti – třeba to, že na palubě nesmí chybět dostatek zásob, aby posádka přežila. Přijali jsme řadu opatření, aby na lodi vše fungovalo hladce, protože každý na ní má svůj úkol a každý musí – právě proto, že plujeme na jedné lodi – své úkoly plnit. Jen pokud všichni plují a uvažují stejným směrem, pak i když vítr trochu poleví, dokážou bez problémů nesnáze přečkat. Obecně se tomu říká budování a řízení kvality, Management „by Objectives“, chcete-li.

Říkáte, musíme vědět, kam chceme doplout. A kam tedy chceme? Vždyť už jsme jako OVB dopluli poměrně daleko...

D. Müller: Víte, když polevíte, když usnete na vavřínech a prostě si to neuvědomíte, vítr může utichnout a loď se zastaví. Pro případ, že by se tak stalo, musíme udělat všechno pro to, abychom měli rezervní vesla, abychom měli plán „B“ a mohli plout pořád dál. My už jsme se dostali hodně daleko, o tom není pochyb. Ale zcela jednoznačně říkám, že si chceme na trhu v České republice udržet svou vedoucí pozici a stejně tak chceme být jedničkou i na celém evropském trhu, kde máme mnohem větší náskok před konkurencí než v České republice. To není negativum, náskok, který dosud máme, prostě ještě zvětšíme. A ještě jedna podstatná věc – když se naše posádka chystá na moře, dbá na to, abychom nevyráželi jen s kompasem, ale abychom se vyzbrojili všemi nejlepšími technickými vymoženostmi. Teď mám na mysli náš nový unikátní software, který celou loď OVB vybaví vším důležitým, co můžeme potřebovat.

Stěžně, plachty – a co lodní řád? Výraznou změnou v uplynulém půlroce prošly i změny v interních procesech. Pro OVB to je jeden z pilířů úspěchu.

R. Daneš: Mým hlavním úkolem po příchodu do společnosti bylo prozkoumat, co je hotovo, co se připravuje a jaké hlavní úkoly jsou ještě před námi. Provedli jsme analýzu stávajícího stavu. Po určité dobu měla tato loď silný vítr v plachtách, ale pak začala plout spíše setrvačností. A proto nás trh osočoval, že jsme zůstali stát. A zjistili jsme, že je nutné udělat určitá opatření a zásahy, a to již i z toho důvodu, že dokončujeme vstup nového softwaru, který umož-

ní mnoho analýz a ušetří mnoho sil našim spolupracovníkům.

V uplynulých měsících se toho událo hodně. Vše máme pevně v rukou a procesy změn řídíme. Není to komplikace, ale výzva. Nejdůležitější pro nás bylo přesvědčit spolupracovníky, že neděláme změny pro změny. Že to jsou změny pro naši konkurenceschopnost, pro zkvalitnění péče o klienta, pro zkvalitnění servisu pro spolupracovníky a v neposlední řadě také pro zjednodušení práce zaměstnanců. Já sám mám na sebe a na svou práci někdy až moc tvrdý názor a chtěl bych, aby toho bylo hotovo už mnohem více. Ale objektivně musím říci, že jsme urazili velký kus cesty a zatím se nám daří. A dobré práce si spolupracovníci vždy všimnou.

Změny vyvolaly pozitivní očekávání v síti a jistotu nervozitu u konkurence. A to je dobré znamení, že?

R. Daneš: Procesy ve společnosti jsou dlouhodobě nastavovány tak, aby prohlubovaly kvalitu poradenství, stabilní a kvalitní vztah s klientem a pečlivý servis. Nás v tomto oboru vždycky bude zajímat provize, všichni jsme podnikatelé, ale musíme se řídit pravidlem kvalitní provize za kvalitní práci. A tímto směrem se začíná celá společnost mnohem přísněji ubírat. Často jsme byli napadáni konkurencí, že nemáme kontrolní mechanismy. Ale to nebyla pravda. Výtky, že nemáme kontrolní mechanismy, jsme také často slyšeli od těch, kteří od nás odcházeli. Byla to plytká výmluva, dneska moc dobře víme, proč odešli. Bylo to právě proto, že jsme postupně začali zpříšňovat kvalitu řízení obchodu.

Když hovoříme o komunikaci – součástí změn v OVB

jsou také změny v přístupu ke komunikaci.

R. Daneš: Přístup ke komunikaci a komunikace samotná je otázkou vnitřního nastavení. Komunikace se nyní posunula ještě více do roviny partnerské. Všichni se navzájem potřebujeme – spolupracovníci, centrála, produktoví partneři. Změna rétoriky v této oblasti je velmi významná. Naše loď s celou posádkou se nastavila správným směrem a uvěřila v partnerství.

D. Müller: Toto je velmi důležité. Komunikace je věc, nebo spíše dovednost, kterou jsem se naučil už jako dítě, a její význam chápu jako něco zcela základního. V Německu se říká, že člověk nikdy nemá zapomínat na to, z čeho vzešel. Kdysi jsme začínali úplně na zelené louce a za to, že dnes úspěšně působíme v České republice a v dalších třinácti zemích Evropy, vdčíme spolupracovníkům a partnerským společnostem, na to nesmíme zapomínat. A právě korektní komunikace nastavuje rámec kvalitního a efektivního partnerství.

Dalším důležitým počinem OVB v uplynulých měsících byla reorganizace Analytického centra. K čemu ale vlastně OVB takové centrum potřebuje?

R. Daneš: Svět financí a tržní prostředí se stále vyvíjejí a odrážejí potřeby obyvatel, čímž vznikají stále nové a nové produkty a služby. Orientace v nich je složitá, stojí čas, vyžaduje profesionalitu a je to přesně to, v čem se můžeme odlišovat od konkurence. Naše portfolio je jedno z nejširších, umíme nabídnout řešení osobních financí pro jakékoli individuální potřeby klienta. Analytické centrum je ukazatelem, který říká, co by pro danou kategorii bylo vhodné, doporučuje a ukazuje cestu. To je ten další kompas, když se vrátíme úplně na začátek našeho příběhu s lodí.



Detlef Müller,
člen představenstva

Lze tedy říci, že je to prostřednictvím činnosti finančních poradců další přidaná hodnota pro klienty?

R. Daneš: Jednoznačně a rozhodně ano. Je nedílnou součástí naší strategie pomoci

D. Müller: Analytické centrum poskytuje informační podporu našim spolupracovníkům, kteří tyto znalosti využívají ve finančním plánování pro naše klienty. Díky našemu Analytickému centru vlastně klientům říkáme, co z té obrovské nabídky je to optimální, podobně jako je tomu u lékaře, který rozhoduje o tom, který lék je ten správný. Analytické centrum plní tu úlohu, že naši spolupracovníci mají vždy kvalitní informace a tyto informace přenášejí dále do sítě, i klientům. Co spatřuji jako velmi důležité, je, že Analytické centrum poskytuje informace, odborné články a komentáře také pro veřejnost. Do budoucna tuto svým způsobem edukativní oblast ještě více posílíme.

Jak vidět, probíhají ještě další změny, ale začneme u těch, které se již staly.

D. Müller: Tou nejmarkantnější změnou je navýšení provizí. Tímto historickým krokem chceme výrazně posílit a stabilizovat střední a vyšší manažerské pozice. Změnili jsme také systém pro vyplacení provizí a díky výpočetnímu systému myOVB šitému na míru našim potřebám dochází mimo jiné k jejich rychlejší výplatě.

„
Všichni se navzájem potřebujeme – spolupracovníci, centrála, produktoví partneři.

našim spolupracovníkům přinášet kvalitnější služby klientům, navíc naši spolupracovníci byli ti, kteří nastavovali parametry, takže výstupy z Analytického centra odrážejí jejich potřeby.



Na tomto projektu kontinuálně pracujeme, protože je potřeba se dohodnout se všemi partnerskými společnostmi, nicméně u všech hlavních již dochází k mnohem rychlejšímu proplácení provizí, než tomu bylo dosud. S partnery se nám podařilo dohodnout celou řadu dalších pozitivních změn, které podpoří zefektivnění výplaty provizí tak, aby to mělo kladný dopad na spolupracovníky. Své spolupracovníky chceme podporovat, jak nejlépe to jde, a motivovat maximálně možným způsobem.

Opomenout nemohu ani Knihu procesů, tedy něco, co zní velmi úřednický a zároveň velmi důležitě.

R. Daneš: Kniha procesů patří k základním pilířům podpory našich spolupracovníků. Protože když nikde není popsáno, jak mají procesy fungovat, dochází k velkým odchylkám. Kniha procesů definuje a popisuje stávající procesy probíhající v rámci činnosti každého spolupracovníka. Jsou v ní popsány tři hlavní procesy: smluvní vztah se spolupracovníky, administrace partnerských smluv a proces výplaty provizí, navíc pak soubor podpůrných procesů. Pro zvýšení efektivity naší komunikace musíme najít především srozumitelnou řeč. Všechna pravidla musí být napsána srozumitelně a dobře, na tom závisí jejich úspěch.

Všichni říkáme, že v jednoduchosti je síla, proto čím jednodušeji procesy vysvětlíme, tím rychleji a lépe budou přijímány. Každý ví, že nejjednodušší řešení je to nejlepší. A ta nejlepší řešení vznikají díky komunikaci těch, kteří se podílí na jejich vzniku. V tom vidím tu velkou změnu, že i o těchto procesech komunikujeme, představujeme je. Nemí to jen naše vůle, nacházíme konsensus. Podařilo se nám spolupracovníkům vysvětlit, že je to nástroj především pro ně, že tam najdou návody, jak postupovat, aby mohli očekávat rychlejší postup a další rozvoj. Naším cílem ve vztahu k obchodní síti je stabilizovat procesy ve společnosti, zprůhlednit je, minimalizovat nestandardní postupy.

Společnost OVB by nikdy nemohla být tak silná bez svých spolupracovníků. Je připravena nabídnout něco nového, i co se týče nábory a stabilizace OVB?

D. Müller: Souhlasím, čím více spolupracovníků, tím větší a úspěšnější budeme. Ale nezapomínejme na kvalitu, ta je velice důležitá. Oproti roku 2008 jsme zaznamenali výrazné zlepšení, přičemž bych rád řekl, že kvalita

poradenství OVB je ve srovnání s celkovou situací na trhu nadprůměrná.

A na co jsem opravdu hrdý, je to, že spolupracovníci OVB vydělávají výrazně více než poradci z ostatních konkurenčních společností. Protože společnost, jako je naše, žije a profituje z toho, že má kvalitní, dobré a profesionální vedoucí spolupracovníky. Když není dobré vedení, není dobré nic ostatní. V souvislosti se změnami ve výši provizí a právě za předpokladu profesionálního vedení budeme s velkým odstupem v celé Evropě firmou, která vyplácí svým spolupracovníkům nejvíce peněz. A nejen to, máme ještě další motivační nástroje, které konkurence vůbec nemá. Například dodatek ke smlouvě, který náleží všem spolupracovníkům od úrovně

”

Spolupracovníci OVB vydělávají výrazně více než poradci z ostatních konkurenčních společností.

BL, přináší mimo jiné ještě další finanční výhody – pro případ nemoci, úmrtí, ale také třeba pro ty, kdo by chtěli odejít do důchodu. OVB má tento systém nastavený pro naše vedoucí pracovníky tak, že vyplácí částky, které nevyplácí nikdo jiný. Na to se, bohužel, stále bere malý ohled, málo se o tom komunikuje. Další budování struktur spolupracovníků je proto jedním z nejdůležitějších cílů pro druhé pololetí 2010.

Polozice lídra vytváří jakýsi závazek výrazně pomoci celému trhu, například ve vzdělávání. Kdybyste měl český trh porovnat například s trhem západním, jaký prostor k působení v této oblasti má OVB v České republice?

D. Müller: Ještě jsme zdaleka nevyčerpali celý potenciál, který tady je, a nevyčerpaly jej ani ostatní poradenské společnosti, které zde působí vedle nás. Ty by k tomu potřebovaly ještě hodně času, aby oslovily každého klienta. OVB má v České republice obří podíl na trhu, téměř 900 tisíc klientů. V tom pro nás vidím velký závazek, totiž dát každému občanu této země příležitost připravit se na svou finanční budoucnost. Chceme být průvodci našich spoluobčanů po celou dobu jejich života. Ať už se jedná o zajištění rodiny, lidských přání

a potřeb nebo třeba o odstranění existenčních obav. V této oblasti vidím i u našich stávajících klientů spoustu věcí, které musíme dohnat. A dosažením cílů, které jsme si stanovili, určitě ještě porosteme. Mým krátkodobým cílem je dosáhnout magické hranice jednoho milionu klientů. Protože čím více klientů se nám podaří získat, tím více klientům budeme schopni pomoci. A věřte, že když to říkám, mám k tomu důvod, který pramení z mládí. Jako patnáctiletý jsem zažil, jak je hrozné, když se v rodině něco stane a najednou se jí začne finančně dařit velice špatně. Můj otec měl velice těžkou dopravní nehodu. Tři týdny ležel v komatu, musel se učit znovu mluvit, chodit. Jako dítě. Vedle veškerého lidského utrpení, které s tím bylo spojené, bylo nejhor-



Roman Daneš,
ředitel vnitřní správy

nabit energií, i když někdy působím relativně klidným dojmem. Já si ani nedovedu představit několik hodin bez práce, takže asi nikdy nedojde k tomu, abych si řekl, že teď jsem se vším spokojen a půjdu se projít. Pořád budu o něčem přemýšlet.

R. Daneš: Obávám se, že k tomu u mě také hned tak nedojde. Jsem příliš náročný, a i když skončím jednu vytyčenou etapu, jejímž výsledkem je například zavedení nového systému, zefektivnění procesů či pouze malá dílčí úprava, už přemýšlím o tom, jak to zlepšit. Život je neustálá změna. Rozhodně se nemůžeme zastavit, nicméně věřím, že ve chvíli, kdy dokončíme již zmíněné změny, najdu i já chvílku na svůj oblíbený golf.

Oba: Cílem pro rok 2010 je pro nás všechny zvýšit netto produkci v porovnání s rokem 2009. Neupřítelňuji už tak výrazně k brutto produkci, ale zaměřit se na netto. Jsme si jisti, že jsme přijali všechna opatření tak, že se nám to podaří. A díky všem opatřením víme již dnes, že všichni naši spolupracovníci budou i výrazně více vydělávat. Také díky zvýšení kvalitní produkce. A proto jsme velice pozitivně naladěni, protože spolupracovník je šťastný, když je finančně saturován.

Náš odstup od všech ostatních bude tak výrazný, že nebude možnost o čemkoli pochybovat. Nevěřte tomu, co ostatní povídají, podívejte se sami, jak věci vypadají, na to, co všechno jsme společně dali do pohybu. Vezměte si kalkulačky a sami si spočítejte fakta, která jsou na stole. A uvidíte, jak se věci mají. ■

Jaký je v roce 2010 cíl, ke kterému směřujete a jehož naplnění vás natolik potěší, že si vezmete třeba den volna a půjdete se jen tak projít?

D. Müller: Nejsem typ, který jen tak dokáže vypnout. Má manželka vždy říká, že jsem neustále



OVB je pro mne kotva

S novým rokem doplnil Michal Knapp (38) představenstvo společnosti OVB Allfinanz, a.s. Jak sám říká po příchodu do společnosti, jeho cílem je posílit pozici společnosti OVB coby lídra v oblasti poradenství a zprostředkování prodeje finančních produktů v České republice. A jak hodnotí první měsíce v nové funkci?

Začneme od počátku – proč OVB?

V oblasti finančních produktů a služeb se pohybují od roku 1993 a je zřejmé, že jednou z nejdůležitějších oblastí každé finanční instituce je obchod. A OVB je jádrem toho obchodu. Pro mě to byla především velká kariérní výzva. OVB se mění, je v situaci, kdy všechny změny ještě nejsou kompletně dokončeny, není to jedoucí rychlík, na který lze nasednout a jet. Ta výzva spočívá v příležitostech a věcech, které nás čekají. Stále máme možnost mnohé ovlivnit.

Co vás na OVB přitahovalo, co vám přišlo sexy a co mělo tu rozhodovací váhu, že jste řekl ano, jdu do toho?

”

Značka OVB je do velké míry taková, jací jsou její lidé.

OVB tvořila tento trh a tvoří jej dodnes nebo se na jeho tvorbě výrazně podílí. Za celou její historii se v ní mezi našimi spolupracovníky vyfiltrovaly velké osobnosti. Přirozeně, když tuto práci děláte sedmnáct let jako někteří naši zemští ředitelé, stanete se zoceleným fachařem v tom dobrém slova smyslu. Sami se vypracovali a dosáhli velkého úspěchu. V OVB je efektivita, síla a energie. A potom samozřejmě k úspěchu přispívá také zázemí velké nadnárodní společnosti, fakt, že naše akcie jsou kótované na frankfurtské burze. Jakási garance setrvačnosti systému v tom nejlepší slova smyslu, stability, jeho robustnosti, organizace, řízení proti nějaké garážové firmě, kterou vlastní dva či tři lidé. Proto vnímám OVB z tohoto pohledu jako neskutečnou sílu, OVB je taková kotva, stabilita.

A co vás doslova přitahovalo?

Zajímavé, unikátní a pro mě přitažlivé jsou systém a hierarchie. Zaměřit se chci také na oblast aktivní komunikace v rámci trhu. Proti naší společnosti bylo v minulosti vedeno mnoho útoků a ne vždy zazněly adekvátní a stejně hlasité odpovědi. To je něco, co chci změnit, jedna z výzev, na které jsem kývl.

Tím hlavním pro nadcházející období pro vás tedy bude umět se více bránit?

Já bych neřekl bránit se. Je to určitá strategie, kterou bych nazval „klidná síla“. Nechci se pouštět do argumentace s každou plytkou či vymyšlenou výtka na adresu OVB. Ale jsou určité věci, které

Taková ta až hysterie vyplývající z rychlé snahy něco někam posunout v našem oboru moc nefunguje. V minulosti tady sice takové náznaky byly, ale ono to nefunguje v žádné finanční instituci, tedy ani u nás, přestože nejsme tak robustní jako kamenné finanční instituce. Musíme dělat věci krok za krokem. Klidná síla neznamena to, že jsem nějaký „údržbář“, ale že nasloucháme a analyzujeme a pak se snažíme napnout síly tam, kde to bude mít efekt a kde to bude potřeba.

Například?

Zcela konkrétní příklad je v oblasti zvýšení kvality produkce. To přece není tak, že přes noc řekneme nějaká nová pravidla a bude to nastaveno. Není to něco, co se vymyslí za týden, například Analytické centrum, které budujeme. Ale po pár týdnech už máme dílčí kroky. A další budou následovat. Je to systematická práce.

Celý proces potřebuje svůj čas, ale nebojíte se toho, že ten rozjetý vlak OVB ujede? Nebojíte se, že právě čas je to, co OVB v tuto chvíli příliš nemá?

Poté, co jsme učinili mnoho konkrétních opatření, tak už ne. Ale je potřeba stále pokračovat, jsem přesvědčen, že společně to zvládneme.

A nebylo by třeba lehčí cestou používat některé praktiky, které běžně vidáme u konkurence? Nebylo by to vše potom lehčí a nevedlo by to k úspěchu s méně bolestí a vydatných sil?

OVB pracuje tam, kde to má smysl a kde to má hodnotu pro akcionáře a pro naše spolupracovníky. Já nikdy nepůjdu na komunikační úroveň některých konkurenčních společností. To opravdu nemá smysl a v nějakém časovém horizontu to ani není efektivní. Oni možná mohou teď okamžitě slavit nějaký dílčí úspěch, ale v dlouhodobém hledisku to vždy přináší

”
Pokud člověk chce, může absorbovat kulturu OVB a tato firma mu dá celou kariéru za opravdu dobrou cenu. Je to „good value“.

14

1 | 10

spíše problémy. My se snažíme dělat věci z dlouhodobého hlediska, snažíme se komunikovat to, co přináší nějaký efekt. Samozřejmě se snažíme také pomáhat našim spolupracovníkům, kteří jsou dnes a denně atakováni nečistými praktikami, ale není správnou volbou používat tytéž nástroje, které tyto útoky způsobují. My do komunikace nechceme jít frontálně. Klidná síla neznamená, že si tady sedneme a meleme mlýnky a neděláme. My činíme. Ale chceme pracovat s rozvahou a smysluplně.

Jak byste hodnotil společnost OVB na trhu v době, kdy jste přicházel? A jak jste ji hodnotil například v době, kdy jste byl ještě na straně produktového partnera?

Mé vnímání postavení společnosti OVB se vyvíjelo na základě toho, jak se vyvíjel trh. OVB měla na trhu dlouhou dobu jakési exkluzivní postavení, protože tady byla jediná. Postupně ale přicházela konkurence a to samozřejmě trh měnilo. Mám-li ale zhodnotit trh obecně, potom je tady pár férových konkurentů, kteří se snaží trh jako celek někam tlačit. Jsou zde ale také oportunisté, kteří trh z mého pohledu neformují, spíše jej oportunisticky využívají a zneužívají příležitosti. To jsou lidé, kteří své podnikání staví na lidech, které přetahují. Na konci je ale jediný cíl – maximalizovat hodnotu jejich firmy.

A to je špatně? Není právě toto cíl každé společnosti?

Rozhodně je to špatně, protože dlouhodobě firmu našeho typu nemůžete stavět na těch, které přetáhnete. Příště přijde zase někdo jiný a celý ten proces se bude opakovat. Když už jednou člověk v této branži přistoupí na to, že hodí za hlavu kamarádství, mnohaletou týmovou spolupráci v rámci OVB a nevybírávě přejde, dává velmi špatný model své struktury, vytváří tým pro ně jakýsi „modus operandi“. Nakonec je ale vždy poškozen klient. To jsou invalidní vzorce chování mezi některými našimi konkurenty a myslím, že to celý trh dehonestuje a torpéduje jeho dobrou, ale stále ještě se rodící pověst.

Jakou pověst vlastně trh finančního poradenství má?

Už jsme se posunuli z „pojišťováka“ na finančního poradce. A teď je třeba hájit pozici kvality, tedy že nejsme ti „šibři“, kteří se

snaží maximálně optimalizovat své výnosy v podobě provize a po nás potopa. Znam některé spolupracovníky z OVB třeba i dvanáct let a oni se snaží tuto důležitou práci finančních poradců dělat v malých městech a vesnicích. A to je něco velmi důležitého. My o tom nemůžeme vlastně nic vědět, ale kdyby to dělali špatně, jejich sousedé by si to s nimi vyřídili. Skončili by v tomto podnikání. Ale oni naopak podnikají, a ještě se rozrůstají z malých, neanonymních vesnic a měst do velkých a anonymních aglomerací. To jsou lidé, kteří to dělají správně a o které se OVB může opírat. A kteří tvoří OVB nebo alespoň to dobré jádro společnosti.

Zůstaňme u těch hodnot – a to nejen hodnot OVB, ale obecně trhu. Vy jste již řekl, že mezi ty hlavní patří loajalita...

Základní loajalita určitě. Neříkám slepá loajalita, ale věrnost firmě, která vám ukázala, co a jak, poskytla vám možnost prosadit se, vybudovat si kariéru, kontinuálně se vzdělávat. Myslím si, že i když pak odejdete, minimálně poděkování a popřání všeho dobrého je základní lidská slušnost. A co já vím, tak to se v minulosti nestávalo. Naopak – ti, kdo odcházeli, a já jim nechci sahat do svědomí proč, měli často zvláštní potřebu vše, co se tu společně budovalo, poplivat. A to je ubohost.

Dobře, pojďme se tedy podívat na hodnoty spolupracovníků OVB. Představte si, že vás tady teď žádám o místo. Jaké hodnoty bych tedy měl mít? A jaká je vlastně značka OVB na trhu?

Podle mě to je hodně propojené. Značka OVB je do velké míry taková, jací jsou její lidé. Mezi ty základní patří být hlavou otevřenou, mít schopnost a také chuť učit se nové věci, a to nejen staticky, teď. To je proces nikdy nekončícího vzdělávání v oblasti finančních produktů. Určitě by to měla být jistá energie, motor, který by měl mít každý podnikatel, a v tomto oboru je to ještě o něco těžší, protože musíte mít chuť pracovat s lidmi. Navíc každé ráno vstáváte a jste si sám šéfem. To je poměrně náročné na vlastní integritu člověka, na srovnání cílů, kterých chcete v životě dosáhnout. Měl byste být samozřejmě otevřený, loajální, mít dobré vystupování... Ale mám-li to shrnout, pak je to především snaha a chtění se učit, energie a umění pracovat s ní.

Protože se učíme za pochodu a to je přesně základ naší práce. Od nás, od svých zemských ředitelů, mohou spolupracovníci dostávat informace a školení, takže náš spolupracovník je neustále v tomto duchu kultivován a opracováván. Tedy chce-li být. OVB má čtyřicetiletou historii, a tedy také největší zkušenost a zájem na celém trhu. Pokud člověk chce, může absorbovat kulturu OVB a tato firma mu dá celou kariéru za opravdu dobrou cenu. Je to „good value“.

Co si pod tím představíte?

Za dobře vynaloženou energii dostanete opravdu výjimečnou hodnotu. Ale samozřejmě to vyžaduje také něco od vás samotného. A řadu konkrétních příkladů – úspěšných a šťastných lidí – tady v OVB máme. Pak jsou tady samozřejmě také ty další, obecně lidské vlastnosti, které jsou pro naši práci důležité – to jsou například empatie, důvěryhodnost, chtít jednat s lidmi, protože to je to nejsložitější, co může být.

V loňském roce prošla OVB řadou významných změn, které s sebou přinesly zásadní změny ve fungování celé společnosti. Bude toto „období změn“ pokračovat, nebo už vše bylo vyřešeno?

Já bych řekl, že zdaleka vše dosud vyřešeno nebylo. Spíše se vyšlo správným směrem. Změny ve vedení přinesly změnu filozofie přístupu k práci a také ke vztahům, ať již ke spolupracovníkům, partnerům nebo obecně k našemu podnikání. A já musím říci, že tuto změnu vítám a chci v ní pokračovat. A především ji chci naplnit konkrétními věcmi, protože jen to vykročení přelstí nestačí. Mým cílem je, abychom tu nestoudnou konkurenci



zahnali a s tou slušnou abychom našli společnou řeč, abychom společně kultivovali trh.

Další důležitou změnou v rámci OVB byla jakási decentralizace.

Myslím, že tato společnost je silná jako celek. Mým cílem, a na tom také pracuji v různých oblastech, je do určitých aktivit více zapojit zemské ředitele.

Protože obchodní služba je nástroj, který generuje výnosy. Bez jejich podpory se nelze obejít a my ji chceme. Na druhou stranu je ale znovu třeba zdůraznit, že tato společnost je silná jako celek a určité hodnoty pro každého zemského ředitele musejí být nedotknutelné. Musí na nich vytvářet loajalitu spolupracovníků ke značce OVB. Protože když firma nebude silná, bude se velmi špatně vymezovat na trhu i samotným zemským ředitelstvím a našim spolupracovníkům. Chci pravidla, zároveň ale také individualizaci potřeb v určitém rozsahu. Protože každý zemský ředitel je jiný, každý má jiný styl práce. Jedno ale mají společné – dosáhli úspěchu. Explicitně měřeného úspěchu. Proto má individualizace své opodstatnění, ale budování silné značky je něco, co nám všem část této volnosti bere. A já budu se všemi svými kolegy vždy tak trochu „lavírovat“ na hraně toho, co je ona „státotvornost“, a co je nutná individualizace potřeb.

Jak ale odolat tlaku trhu a tuto pozici si udržet?

A to jsme zase u té klidné síly. Je třeba dělat kroky, které mají větší efekt v daném čase, neplytvat energií na „hurá akce“. Musíme se soustředit na to, co nám dá více. Máme strategický plán, který už teď naplňujeme, toho se držíme a na něm společně pracujeme. To je podstatné. ■

Ing. Michal Knapp

V oblasti finančních produktů a služeb se pohybuje od roku 1993. Svoji bohatou kariéru začínal jako finanční analytik u Creditanstalt Investment Company, a.s., v pojišťovně Kooperativa pracoval na pozici ředitele centra pojištění osob. Jako člen představenstva nebo dozorčích rad působil ve společnostech Credit Suisse Asset Management, Credit Suisse Life & Pensions nebo v Allianz pojišťovně. Michal Knapp byl kromě toho od roku 1998 do 2003 členem Etické komise UNIS (Asociace investičních podniků) a v letech 2006–2008 byl předsedou výboru pro důchodovou reformu CAP (Česká asociace pojišťoven). Je ženatý a má jednoho syna. Mezi jeho největší zájmy patří sport a literatura faktu.



Klidná síla znamená to, že nasloucháme a analyzujeme a pak se snažíme napsat síly tam, kde to bude mít efekt.



TEXT: Eva Poláčková | FOTO: iStockphoto, archiv OVB

OVB posiluje Analytické centrum

Svět se neustále vyvíjí a předností každého finančního poradce je schopnost na tyto změny reagovat, přizpůsobit se jim a efektivně je využít. I Centrála společnosti OVB si tuto skutečnost uvědomuje, a proto došlo k zásadnímu rozhodnutí přizpůsobit činnost Analytického centra potřebám a nárokům našich finančních poradců. Z tohoto důvodu zahájilo loni Analytické centrum OVB reorganizaci své činnosti tak, aby dokázalo nabídnout poradcům fundované nástroje pro orientaci v nabízených produktech, v hodnocení portfolia OVB a tržních přehledech.



Analytický web OVB

V únoru letošního roku přichází Analytické centrum s prvními konkrétními výsledky své činnosti, které mají podobu Analytického webu OVB. Na těchto webových stránkách najdete jednak výsledky publikační činnosti Analytického centra a jednak moderní nástroje pro hodnocení a orientaci v portfoliu produktů OVB. To vám umožní efektivní analýzu, srovnání a výběr vhodných produktů v konkrétních obchodních případech. Prostřednictvím Analytického webu OVB lze interaktivně srovnávat parametry produktů, počítat je, na jednom místě jsou zde uloženy aktuální dokumenty, přehled akcí a zpráv od jednotlivých partnerů či návody a metodiky na vypracování konkrétního produktu. Publikační činnost se týká témat, která souvisejí s činností našich poradců, především jde o články vztahující se k finančním produktům, primárně z portfolia OVB. Tyto příspěvky lze nalézt jednak na firemním webu v sekci Pro media a jednak jsou publikovány na úvodní stránce Analytického webu.

Malá encyklopedie finančního poradce

Přidanou hodnotou Analytického webu je oblast encyklopedických informací, které naleznete v sekci nazvané „OVB wiki“. Jedná se v podstatě o výklad pojmů, se kterými se při práci můžete setkat. Naleznete zde však také odkazy na zákony a předpisy vztahující se k práci finančního poradce. U ně-

kterých hesel se jedná o stručný výklad, u jiných půjde naopak o hlubší rozbor. Pod heslem „hypoteční úvěry“ se tak například dozvíte, jakým zákonem se hypoteční úvěr řídí, kdo jej může poskytovat, co je to americká hypotéka, jaký je rozdíl mezi anuitním, degresivním a progresivním splácením, odkaz poskytne rovněž informace o státní podpoře nebo daňových úlevách. Tato sekce se bude neustále rozrůstat o nové záznamy, popř. se budou informace u jednotlivých záznamů doplňovat a rozšiřovat.

V jednoduchosti je síla

Těžištěm celého webu jsou ale jednoduše nástroje analýzy a srovnání. Jako nástroj pro správu webu jsme zvolili jednoduchý systém, který je z našeho pohledu neefektivnějším řešením. Systém umožňuje vysokou flexibilitu v případě změn. Předností je také bezesporu to, že do něj není zapojena žádná třetí strana a veškerá správa je plně v rukou Analytického centra. V případě využití sofistikovanějších prostředků, jako jsou interaktivní webové stránky nebo programy šité na míru, bychom se neobešli bez zapojení dalšího článku do celého procesu, což by snížilo naši schopnost rychle reagovat na požadavky z obchodní sítě. Jsme také přesvědčeni o tom, že by se jednalo spíše o efektivnější než efektivnější řešení, takže logika zvoleného nástroje je jednoduchá a jejím cílem je mít aktuální informace o všech produktech z dané produktové oblasti na jednom místě.



Americká hypotéka bezhotovostní

aktuality, akce, podklady

Produkt	Americká hypotéka bezhotovostní	PL-03-13-PI
Poskytovatel	Česká spořitelna	
Druh úvěru	americká hypotéka účtová	
Účinnost od	1.1.2009	
Minimální výše úvěru (kč)	150 000	
Maximální výše úvěru	80% odhadní ceny zastav. nemovitosti	max. 5 000 000
Zajištění úvěru	zástavním právem k nemovitosti	
Minimální doba splácení (roky)	1	
Maximální doba splácení (roky)	20	
Max. věk klienta při splatnosti	65	
Poplatek zařízení úvěru	variabilní	0,80% z úvěru min. 5 000 max. 20 000
Poplatek za čerpání úvěru	0 Kč	
Vedení hypotečního úvěru (kč)	97	měsíčně bez DP
Sleva za životní pojištění	ne	
Gar. sleva pro klienty banky	ne	
Zpětné propočtení	ne	
Refinancování hypoték	ne	
Dokládání účtu	ano	
Intuitivní účet u banky	ne	
Nutnost dokladat příjem	ano	
Možnost čerpání bez faktur	ne	
Možnost mimořádné splátky	ano	poplatek 1 % z mimořádné splátky, min. 500 Kč, max. 5 000 Kč
Čerpání úvěru	- jednorázově nebo postupně, nepozději do 8 měsíců od data podpisu smlouvy o úvěru - na návrh na vklad	ano
Poznámky	Úvěr do 500 000 bez znekláňacího posudku. Uvedená výše sazeb je pro úvěry od 2 mil. výše, pro nižší úvěry je sazba vyšší.	
SAZBY - garantované	LTV > 0%	
	LTV <= 80%	
Fixace doba spl. do, vč. (roky)	5 5	7,00%
Fixace doba spl. do, vč. (roky)	10 10	7,80%
Fixace doba spl. do, vč. (roky)	15 15	8,10%
Fixace doba spl. do, vč. (roky)	20 20	8,10%

Česká spořitelna hypoteční úvěry

aktuality, akce, podklady

osazení		
Aktualita: Tři převzetí v součtu: Banka roku 2009	více	29.10.09
Aktualita: Nově od 1.10.2009 bude možné zpracovávat úvěry pro f.o. v externí síti pouze prostřednictvím internetové aplikace OPB nebo prostřednictvím Hypotečních center ČS, a.s.	více	01.10.09
Aktualita: Kontakt na hypoteční centrum na Praze 4 – Budějovická	více	09.07.09
Ukončení prodeje všech typů podnikatelských úvěrů vedenými partnery. Ke dni 1.7.2009 ukončeno předávání žádostí o jakýkoli podnikatelský úvěr ke zpracování na hypoteční centra ČS, poslední datum k předání je do 30.6.2009.	více	04.06.09
Novinka v nabídce CENTRÁLNÍHO PRODUKTOVÉHO HELPODEKU EPAC.	více	30.12.08
Přístupové heslo na portál Partner 24.	více	09.10.08
Aktualita: Nové metodika hypotečních úvěrů k 20.11.2009. Změny. Dokoupení zvýhodnění na dříve sjednané hypotéky při změně fixace. Možnost získání 2 % zvýhodnění při nákupu nemovitosti z vybraného developerského projektu.	více	20.11.09
Aktualita: Novinky na Portálu P24.	více	30.11.09
Aktualita: Zvýhodnění NFO - všechny důležité informace (vč. hypotéka/účetů).	více	19.10.09
Kumulace služeb v konfigurátoru verze 905 a 905a, popř. nové funkčnosti.	více	27.04.09
Aktualita: Hypoteční konfigurátor, popř. funkčnosti. Novinky duben 2009.	více	27.04.09
Pravidla pro výjimky na úrokové sazby hypo.	více	08.01.09
podklady		
PODKLADY pro sjednávání amerických hypoték. Metodika, formuláře.	více	09.12.09
PODKLADY pro sjednávání hypotečních úvěrů pro fyzické osoby. Metodika, formuláře, sazby, návody.	více	09.12.09
Nově zpracovaná metodika UFO - úvěrů pro f.o. (všechny doplněné informace a změny jsou vsnačeny žlutě, a to včetně neposledních provedeních změn).	více	20.08.09
Příloha s pojížděním - prodejní argumentace, podmínky, rozsah pojíždění a seznam podkladů nutných při vzniku pojíždění učitelů.	více	23.02.09

18
1 | 10

Produkt	typ	Pracovník	účetní číslo	Min. hodnota požadovaná	max. hodnota úrokové sazby	saaza	fixace	Poplatek za vyřízení	Poplatek za čerpání úvěru	účetní číslo	stav
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	109 190 99	171 191 99	0,80	0,14%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	200 000 99	201 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	300 000 99	301 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	400 000 99	401 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	500 000 99	501 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	600 000 99	601 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	700 000 99	701 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	800 000 99	801 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	900 000 99	901 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	1 000 000 99	1 001 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	1 100 000 99	1 101 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	1 200 000 99	1 201 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	1 300 000 99	1 301 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	1 400 000 99	1 401 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	1 500 000 99	1 501 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	1 600 000 99	1 601 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	1 700 000 99	1 701 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	1 800 000 99	1 801 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	1 900 000 99	1 901 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný
Refinancování (uk. sou. úvěry)	americká	Karolína Štejn	2 000 000 99	2 001 000 99	0,80	0,12%	1	150 000	2 000 000	1	neovládaný

Následující popis se bude týkat oblasti hypotečních úvěrů, které začaly fungovat jako první.

Hypotéky krok za krokem

Pro každý úvěrový produkt (popř. jeho variantu) je vytvořen samostatný produktový list, který obsahuje předem definované parametry/vlastnosti produktu a naviguje vás v odpovědích na otázky typu: Je možno použít tento produkt na refinancování? Musí klient dokladat příjem? apod. U hypoték je těchto produktových listů více než padesát. Všechny se dají jedním kliknutím aktualizovat, takže není nutné při každé změně (například úrokových sazeb) stahovat nový soubor. Analyzovat a srovnávat mezi sebou jednotlivé produktové listy by samozřejmě nebylo zrovna efektivní. Proto je zde možnost využít tabulku (Analytické centrum OVB), ve které jsou obsaženy jednotlivé produkty a u nich jsou uvedeny jejich parametry, které již lze interaktivně vybírat a modelovat podle vašich potřeb a na jejichž základě lze následně provést výběr nejhodnějšího produktu.

Jaké parametry budou v tabulce zobrazeny, záleží pouze na vás, můžete jakkoli kombinovat veškeré

parametry uvedené v produktovém listu. Po výběru vhodného produktu a jeho charakteristiky můžete přejít do sekce, která u takto vybraných produktů umožňuje provádět výpočty. K dispozici jsou dva druhy kalkulace: výpočet výše splátky hypotéky a výpočet výše úvěru (což odráží možnosti klienta z pohledu splátek). U každého produktu lze dále zobrazit veškeré informace, které se jej týkají a jsou uloženy na portálu OVB.

Analytický web OVB vám dále dává možnost jednoduše získat obecné informace o partnerské společnosti, najdete zde kompletní seznam kontaktních osob a přístupových hesel na partnerská softwarová rozhraní a kalkulačky. Jistě oceníte i funkcionalitu tisku všech produktových listů v barvách OVB, které následně mohou sloužit při kompletaci konkrétní nabídky.

Návod na využití Analytického webu

Tištěný text někdy velmi těžce dokáže popsat skutečnost, a proto jsme pro vás připravili instruktažní video, které vás prakticky provede používáním Analytického webu a které je ke stažení umístěno na Analytickém

LD PAVEL HORÁK

Pracujeme v době, kdy informace rozhodují o úspěchu či neúspěchu podnikání. O to větší důležitost přikládám právě oblasti podpory spolupracovníků. Klíčovou oblastí je Analytické centrum. Jsem velmi rád, že se Analytickému centru za podpory pracovní skupiny složené z vybraných ředitelů podařilo ve velmi krátké době sestavit profesionální web, na kterém každý spolupracovník najde pravidelně aktualizované informace pro dennodenní práci. Tento web společně s excelovou verzí Analytické centrum OVB bude šetrit čas nejenom spolupracovníkům, ale i jejich vedoucím. Informace, které díky tomu velmi rychle získá každý spolupracovník, jistě podpoří růst profesionality celé firmy. Velké díky patří celému týmu Analytického centra.

RD PAVEL MILAN ČERNÝ

Za sebe musím říci, že jsem velmi spokojen s průběhem a výsledky práce Analytického centra. V průběhu fungování naší pracovní skupiny jsem byl především spokojený s tím, že vše, na čem jsme se dohodli, se skutečně udělalo a v termínu. Pracovníci Analytického centra byli velmi otevření našim nápadům a názorům a mně osobně se s nimi spolupracovalo opravdu dobře. Co se týče faktických výsledků, tak věřím, že jak web Analytického centra, tak i zvolená aplikace „Analytické centrum OVB“ nám velmi usnadní a především zkvalitní práci. Pro mě a můj tým byla kvalita vždy na prvním místě, a tak považuji za skvělé, že budeme mít nástroje, které nám tuto cestu dále usnadní a zlepší.

BD JAN HLOUSEK

Z mého pohledu je nově vzniklý projekt Analytického centra maximálně potřebný a užitečný nástroj pro všechny spolupracovníky OVB Allfinanz. Velice kladně hodnotím jak práci samotných zástupců Analytického centra, tak také přístup kolegů ředitelů, se kterými jsme se na tomto projektu podíleli.

Dle mého názoru se díky Analytickému centru výrazně zjednoduší a zefektivní samotná poradenská práce, jednodušší a rychlejší bude také příprava finančních plánů pro klienty. Osobně jsem velmi rád, že došlo k realizaci a spuštění Analytického webu.

ANALYSIS

webu na úvodní straně anebo jej lze objednat prostřednictvím e-mailu Analytického centra (analytickce.centrum@ovb.cz).

Své dítě pořád zdokonalujeme

Celý Analytický web není statickou záležitostí, Analytické centrum je otevřeno všem návrhům vedoucím ke zlepšení či doplnění jeho funkcionalit. Návrhy a podněty všech jsou velmi vítány, každý, kdo využije e-mail Analytického centra, tak může přispět k jeho tvorbě. Postupně doplňujeme produktové oblasti, začínáme oblastí pojištění osob, následně pak přijdou na řadu ostatní produktové oblasti a samozřejmě průběžně aktualizujeme analytická data. Cílem je mít počátkem druhého pololetí letošního roku k dispozici základní produktové oblasti a soustředit se na obecná tržní srovnání. Legitimní otázkou je, kdo za tvorbou Analytického webu vlastně stojí? Především jsou to naši kolegové v Analytickém centru paní Hana Fojtová a pan Boris Novotný, kteří mají na starosti vývoj a aktualizaci celého webu. Zvolený analytický nástroj je jejich know-how stejně jako aktualizace podkladových dat, nicméně bez výrazného přispění pracovní skupi-

ny tvořené zástupci z prodejní sítě by jejich práce nemusela přinést výsledky, které by pro vás byly užitečné. Z několika pracovních setkání tak vzešel základní rámec požadavků, jež formovaly podobu Analytického webu. Ráda proto využívám i této příležitosti a děkuji za spolupráci všem, kteří se tohoto inspirativního procesu zúčastnili. Jmenovitě pak zemským ředitelům Pavlu Horákovi, Miloslavu Horkému, regionálnímu řediteli Pavlu Milanu Černému a oblastním ředitelům Janu Hlouskovi, Aleši Pixovi a Karlu Synkovi.

Analytické centrum OVB Allfinanz vám přeje hodně úspěchů při používání Analytického webu OVB a všichni jeho členové jsou přesvědčeni o tom, že přispěje k růstu portfolia vašich spokojených zákazníků, a tím i k růstu vaší kariéry v rámci firmy. ■

Hypoteční úvěry											
Průběh	Výběvový	Podpisová	Střední výše	Max. výše	Max. délka	Max. věk	Zdroj	Stav	Stav	Stav	Stav
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	0 000 000 Kč	10%	30	60	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	30	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	1 000 000 Kč	10%	20	60	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	40	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	70	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	40	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	40	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	20	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	1	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	1	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	2	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	20	60	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	50	60	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	50	60	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	50	60	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	10	60	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	10	60	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	45	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	20	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	20	70	60	60	60	60	60	60
Amortizační hypotéka	Celá spotřeba	800 000 Kč	10%	20	70	60	60	60	60	60	60



BD ALEŠ PIXA

Podle mého názoru spuštění Analytického webu znamená pro OVB další zvýšení kvality práce každého poradce. Tím, že jsem se podílel na jeho vzniku, mohu jednoznačně konstatovat, že odráží potřeby nás všech a ulehčí naší práci. A co je důležité – Analytický web se může nekonečně rozšiřovat. Šanci na jeho dotváření má každý z nás a bylo by velkou chybou, kdybychom ji nevyužili.

BD KAREL SYNEK

Bylo fajn vědět, že pracujeme na něčem (Analytické centrum), co posune práci v OVB a její kvalitu o krok dál, a tudíž je že to práce užitečná nikoli jen pro určitou skupinu pracovníků, ale pro všechny poradce. Spolu s dalšími viditelnými změnami, například v oblasti PR, zaváděním myOVB a podobně, jde podle mě bezesporu o nejvítanější krok, který ocení spousta lidí a který ušetří denně spoustu času nám všem a budeme ho moci využít pro další růst a péči o klienty.

TEXT: Jaroslava Matoušková | FOTO: Profimedia

I průzkumy podporují CRM

Každá firma žije z věrných a spokojených zákazníků. My je musíme znát a pečovat o ně. K tomu, abychom zjistili spokojenost stávajících zákazníků, ale i postoje veřejnosti, tedy našich potenciálních zákazníků, k práci finančních poradců, jsme ve spolupráci s nezávislou výzkumnou agenturou a našimi dvěma významnými produktovými partnery, společnostmi UNIQA a ČMSS, provedli průzkum spokojenosti stávajících klientů. Druhý průzkum, který připravila agentura Fast Connect Research, mapoval názory české veřejnosti na práci finančních poradců. Oba průzkumy vygenerovaly užitečné informace, které spolupracovníkům přinášejí přidanou hodnotu a zároveň poskytují podněty k zamýšlení.

20

1 | 10

Průzkum spokojenosti zákazníků

Metodologie průzkumu

Průzkum byl prováděn metodou kvantitativního on-line šetření (dotazování CAWI). Kvótní výběr vzorku byl upraven tak, aby 30 % respondentů pocházelo z Prahy, což odpovídá stávajícímu rozložení klientů, se kterými OVB spolupracuje. Ostatní regiony byly zastoupeny reprezentativně v rámci struktury populace ČR ve věku 18 až 60 let.

Vzorek byl složen ze stávajících zákazníků UNIQA pojišťovny (2144 oslovených) a klientů ČMSS (1816 oslovených), kteří svoji smlouvu uzavřeli prostřednictvím OVB Allfinanz. U klientů společnosti UNIQA byli zahrnuti pouze ti, kteří uzavřeli některý z produktů pojištění osob. Návratnost počtu kompletních dotazníků byla 28 %. Klienti byli segmentováni do tří skupin podle termínu uzavření smlouvy:

- a) 4 až 6 let, b) 2 až 4 roky, c) 1 rok a méně

Výsledky

Spokojenost s produktem

S produktem uzavřeným prostřednictvím OVB poradce panuje mezi respondenty velká spokojenost. Ne-

”

92 % klientů je spokojeno se svým poradcem.

spokojených je pouze 6 % respondentů. Také důvěra ve vhodnost doporučeného produktu je vysoká. Plných 82 % respondentů důvěruje OVB poradci, že doporučil klientovi nejvhodnější produkt.

Spokojenost s produktem koreluje s věkem. Nejstarší věková skupina je nespokojenější, nejmladší jsou pak nejvíce kritičtí. Nicméně i u nich převládá s uzavřeným produktem spokojenost (89 %). Nejvíce jsou si jisti vhodnou volbou uzavřeného produktu lidé ve věku 30–45 let, 55 % z nich je zcela přesvědčeno o vhodnosti produktu. Lze říci, že čím starší respondent, tím spíše důvěruje poradci, že doporučil nejvýhodnější spojení. Téměř každý čtvrtý klient z nejmladší skupiny pak neví, zda uzavřel nejvhodnější službu, nebo poradci nevěří.

Spokojenost s poradcem

Téměř všichni respondenti (92 %) mají pocit, že dostali od poradce dostatek informací při uzavírání pojištění nebo spoření. Většinu klientů (85 %) také vyhovuje četnost setkávání se s poradcem, desetina

by pak uvítala kontakt častěji. Se svým poradcem je nespokojeno pouze 11 % respondentů, téměř každý druhý klient je pak s poradcem naprosto spokojený. Klienti mají v poradce důvěru. Jen podle 7 % respondentů jsou poradci nedůvěryhodní. Častěji pak klienti pochybují o znalostech poradců (10 %) či o snaze porozumět potřebě klienta (11 %).

”

94 % klientů je spokojeno s produktem.

Spokojenost s poradcem podle věku

Lidé nad 30 let se cítí být poradcem dobře informováni, více informací by pak potřebovala nejmladší skupina respondentů. Přesto se však naprostá většina (89 %) domnívá, že informace, které od poradce dostala, byly dostatečné. Respondenti z nejmladší věkové skupiny by také

uvítali častější kontakt s poradcem (17 %). Podle odpovědí se zdá, že poradce je nejlépe připravený na klienty ve věku 30–45 let, protože ti nejčastěji (z 95 %) uvádějí, že poradce dobře rozumí jejich situaci a mají v něj také největší důvěru.

Spokojenost s poradcem podle regionu

Nejvíce spokojeni jsou s poradcem lidé z Plzeňského a Jihočeského kraje.

Podle data uzavření smlouvy

Nejllepší pocit z odbornosti poradce mají klienti, kteří smlouvu uzavírali méně než před rokem (94 % souhlasilo s výrokem), 14 % z klientů, kteří smlouvu uzavřeli před 2–4

lety není o odborných kvalitách poradce přesvědčeno.

Doporučení poradce

Tři čtvrtiny klientů již svého poradce v minulosti doporučilo. Přesně 86 % by pak svého poradce známým doporučilo, pokud by byli dotázáni, a 59 % by jej doporučilo

s jistotou. Na svém poradci oceňují respondenti především dobrý přehled v nabídce a přesné informace, dále je pak pro ně velmi důležité, aby byl poradce schopen rozumět jejich potřebám, nevnucoval jim produkt, který nechťejí, a našel pro ně optimální řešení. Respondenti, kteří nebyli spokojeni, uváděli jako důvod nedostatečné zkušenosti či pocit, že poradci chybí potřebné znalosti, dále nulovou komunikaci po uzavření smlouvy, nedůvěru a nepříjemné jednání.

Doporučení poradce podle regionu
Nejvíce doporučují svého poradce lidé z Moravskoslezského kraje (92 %).

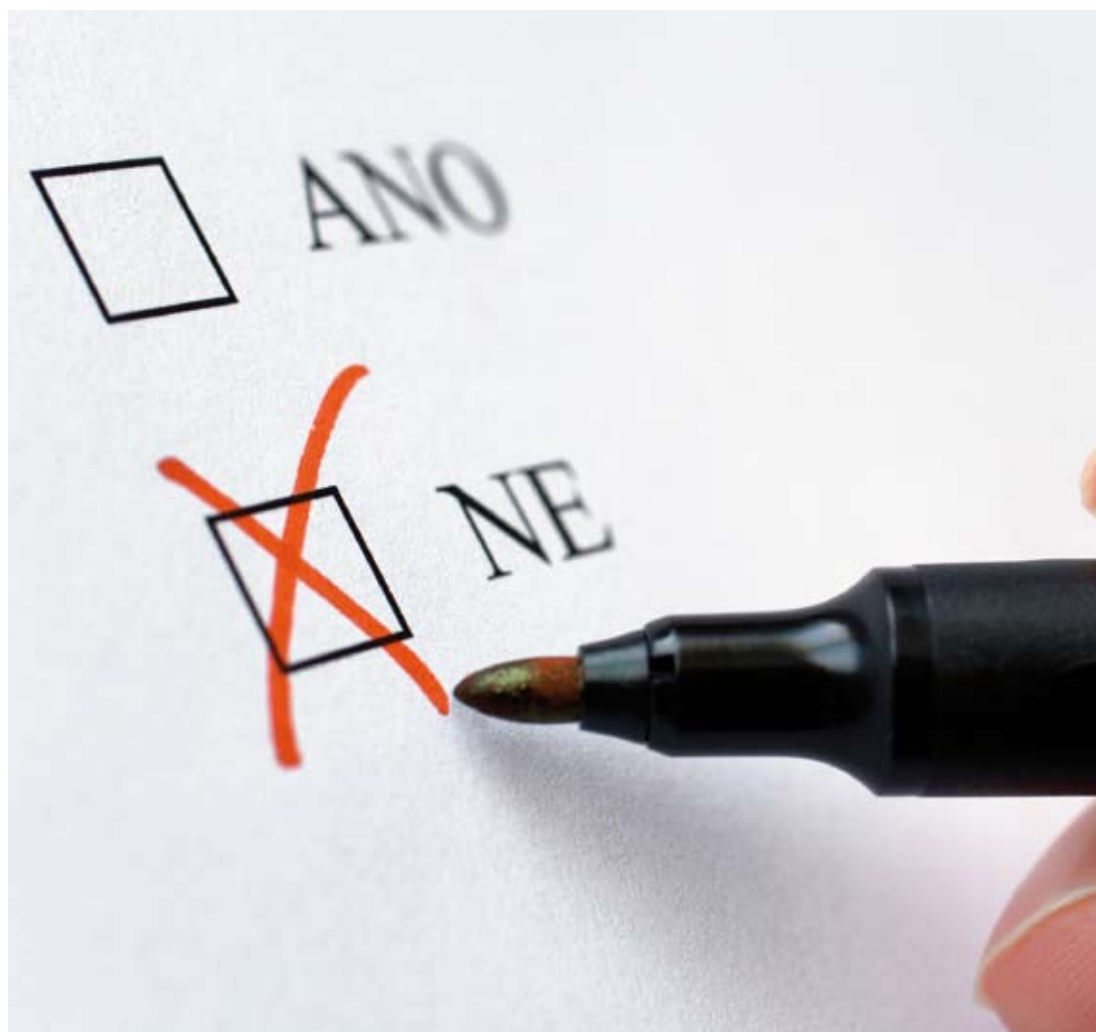
Jak jsme si slíbili v roce 2008, průzkum jsme zopakovali. Právě z důvodu naprosté objektivity dat byla do průzkumu zapojena nezávislá výzkumná agentura. Výsledky pro OVB vynivávají velmi dobře. To je velice potěšitelné. O tom, že služby OVB jsou profesionální, nelze pochybovat. Ale zpětná vazba, kterou jsme díky průzkumu získali, je velmi cenná a pomůže nám pravdivost tohoto tvrzení potvrdit a nasměrovat do oblastí, kde by bylo možné se dále zlepšit.

Postoje české veřejnosti k práci finančních poradců

Pro práci finančního poradce v terénu je nesmírně důležité znát postoje veřejnosti k jejich práci. Chceme poskytnout spolupracovníkům i tento servis, a proto bylo provedeno se společností Fast Connect Research (člen skupiny Perfect Crowd) šetření na reprezentativním výběru 1000 osob z ekonomicky aktivní populace ČR v oblasti postojů a obecného vnímání služeb finančních poradců a společností, které poradenství poskytují. Výsledky tohoto průzkumu přinášejí velmi podnětné a někdy překvapivé informace, které rozhodně mohou napomoci pro další komunikaci s klienty.

Znalost společností

Znalost společností, které poskytují finanční poradenství a služeb poradců je nízká. I při testu podpořené znalosti 44 % populace nezná žádnou z nabídnutých značek společností, které poskytují poradenství, 54 % neodlišuje poradenství od bankovních služeb, 25 % neví o poradcích téměř nic.



Pouze 33 % respondentů je známo, že finanční poradci poskytují komplexní služby a nabízejí více než pojištění a spoření. Nabídka pojištění je produkt, který si s poradci dotazovaní nejčastěji spojují (42 %). Okolo 28 % respondentů se domnívá, že poradci nabízejí jen pojištění.

Služeb poradce v současnosti nevyužívá 89 % respondentů. Jako

dentů nevyužívá poradce, protože považuje za lepší služby bankovních domů a poradcům nedůvěřuje. Celkově hodnotí služby poradců respondenti jako průměrné (64 %) až nadprůměrné (25 %). Jen 12 % zvolilo negativní odpověď a považuje je služby za podprůměrné.

Najít nadprůměrného finančního poradce je pro více než polovinu

Z firem, které nabízí služby finančních poradců, si respondenti spontánně vybaví OVB Allfinanz (14 %), Partners For Life Planning (8 %), Broker Consulting a společnost AWD (5 % obě).

Svět finančního poradenství je pro českou populaci spíše neznámý. Lidé neznají poradenské společnosti, nerozlišují je od bank a pojišťoven a nevědí, co je práce poradců. Příklad jim také velmi obtížné najít dobrého poradce, jelikož nemají objektivní a nezávislý zdroj informací, kterému by důvěřovali a podle kterého by se mohli řídit. Neplatí ovšem, že by poradce měl velmi špatnou image nebo působil na populaci nekvalifikovaně. Jen třetina respondentů je typický zástupce poradců celkově nesympatický. Většina respondentů považuje jeho služby za průměrné, jen 12 % za podprůměrné. Lidé se přesto raději než na poradce obraćejí na svoje kolegy, rodinu a známé. Služby poradců jim připadají drahé nebo se obrátí přímo na banku či pojišťovnu. Více než polovina respondentů je přítom potenciálními zákazníky poradců, jelikož považují nabídku banky a pojišťovny za nepřehledné. ■

”

OVB Allfinance má nejvyšší spontánní znalost značky – 14 %.

hlavní důvody uvedli, že jim stačí rada od známých, kolegů nebo rodiny (58 % těch, kteří služeb poradců nevyužívají). Stejná část respondentů považuje služby poradců za drahé, přestože většina finančního poradenství je ze strany klienta zdarma.

Proč nevyužívám služeb finančního poradce

Důvodem těch, kteří poradce nevyužívají, není nesympatie (65 % nesouhlasí, že poradci jsou celkově nesympatictí). Jen polovina respon-

dentů obtížné až velmi obtížné (58 %), důvodem je nedůvěra, pochybnosti o jejich kvalifikaci a nedostatek informací o tom, jak dobrého poradce vyhledat. Banky a pojišťovny v tomto ohledu skórují podobně jako poradci. Asi 54 % respondentů považuje nabídky bankovních ústavů a pojišťoven za nepřehledné a obtížné se v nich vyzná. Za snadné to považuje 27 % dotazovaných.

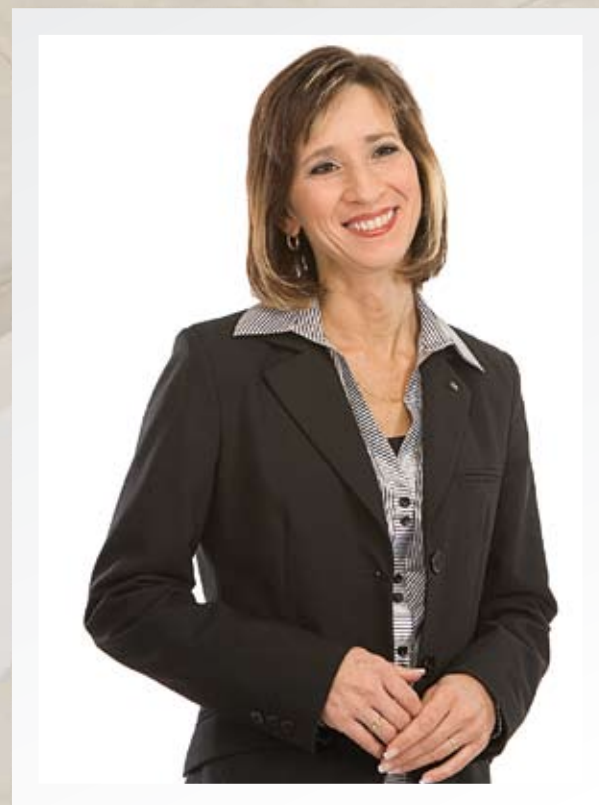
Znalost značky – OVB Allfinanz má nejvyšší spontánní znalost značky

Nově povýšení manažeri v OVB

Povýšení v období 16. 8. 2009.–28. 2. 2010



Mgr. Horký Miloslav
regionální ředitel RD ► zemský ředitel LD
(SSLD Miroslav Žemlička)



Jindrová Eva
oblastní ředitelka BD ► regionální ředitelka RD
(LD Miloslav Horký)



Hanáková Hana
oblastní ředitelka BD ► regionální ředitelka RD
(SLD Hana Slezáková)



Bc. Esíčko Dima
oblastní vedoucí BL ► oblastní ředitel BD
(LD Pavel Slezák)



Saic Petr
oblastní vedoucí BL ▶ oblastní ředitel BD
(LD Pavel Slezák)



Svoboda Karel
oblastní vedoucí BL ▶ oblastní ředitel BD
(LD Miloslav Horky)



Mgr. Šilhavíková Markéta
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



Ing. Kos Václav
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



Mgr. Jakubík Tomáš
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



Král Lukáš
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(SLD Petr Křen)



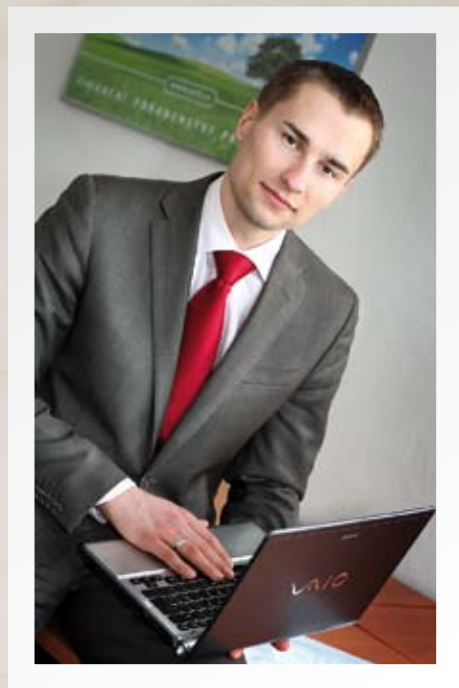
Sokol Jan
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



Kučerová Hana
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Dana Benáčeková)



Kísý Aleš
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



Ing. Kalousek Lukáš
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



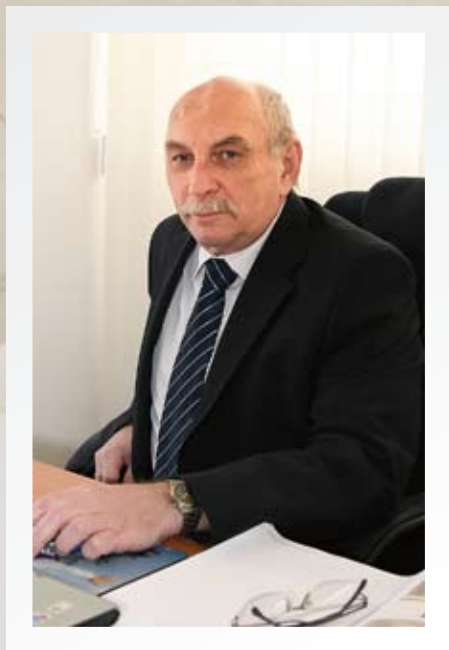
Bc. Zasadil Adam
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



Bc. Nymš Martin
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



Ságnerová Petra
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



Ing. Škop Vladimír
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Horák)



Soumar Josef
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



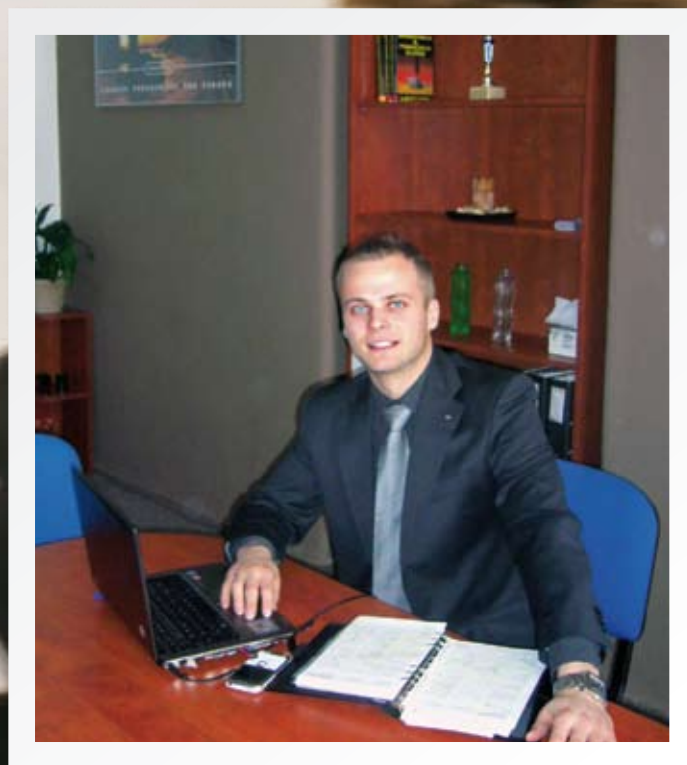
Kokta Jan
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)

26

1 | 10



Bernadič Petr
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)



Chalupecký Martin
obchodní vedoucí GST ▶ oblastní vedoucí BL
(LD Pavel Slezák)

Nově povýšení spolupracovníci na pozici GST

Povýšení v období 16. 8. 2009.–28. 2. 2010

LD DANA BENÁČKOVÁ

Bulantová Zuzana	reprezentant	→	GST
Bureš Karel	reprezentant	→	GST
Janáček Michal	reprezentant	→	GST
Zlínský Petr	reprezentant	→	GST

LD PETR HAVEL

Alfery Miroslav	reprezentant	→	GST
Březina Karel	reprezentant	→	GST
Chmelík Petr	reprezentant	→	GST
Jaroš Ludvík	reprezentant	→	GST
Ing. Pakostová Marcela	reprezentant	→	GST
Radkovič Zbyněk	reprezentant	→	GST
Rudovský Václav	reprezentant	→	GST
Salická Nikola	reprezentant	→	GST
Vaněk Karel	reprezentant	→	GST
Zabystřan Petr	reprezentant	→	GST

LD PAVEL HORÁK

Ing. Krupička Michal	reprezentant	→	GST
----------------------	--------------	---	-----

LD MILOSLAV HORKÝ

Ing. Crhová Jana	reprezentant	→	GST
Kopečná Alena	reprezentant	→	GST
Křipner Luboš	reprezentant	→	GST
Štafková Petra	reprezentant	→	GST

SLD PETR KŘEN

Ryšánek Ondřej	reprezentant	→	GST
Špetlík Zdeněk	reprezentant	→	GST

SSLD PETR MUCHA

Hykyš Radek	reprezentant	→	GST
-------------	--------------	---	-----

LD PAVEL SLEZÁK

Brázdová Kamila	reprezentant	→	GST
Buzková Veronika	reprezentant	→	GST
Cintulová Markéta	reprezentant	→	GST
Coufal Jiří	reprezentant	→	GST
Čáp Michal	reprezentant	→	GST
Davidová Monika	reprezentant	→	GST
Doležal Martin	reprezentant	→	GST
Bc. Duračinský Karel	reprezentant	→	GST
Dvořák Aleš	reprezentant	→	GST
Hene Vilém	reprezentant	→	GST
Chotovinský František	reprezentant	→	GST
Chytil Petr	reprezentant	→	GST
Bc. Kadlecová Jana	reprezentant	→	GST
Kafka František	reprezentant	→	GST
Konečný Karel	reprezentant	→	GST
Kossúth Michal	reprezentant	→	GST
Košková Martina	reprezentant	→	GST
Kovářík Michal	reprezentant	→	GST
Masný Ondřej	reprezentant	→	GST
Matějková Jana	reprezentant	→	GST
Maxa Jan	reprezentant	→	GST
Miko Michal	reprezentant	→	GST
Netolický Filip	reprezentant	→	GST
Polášková Marcela	reprezentant	→	GST
Růžičková Oksana	reprezentant	→	GST
Říha Jakub	reprezentant	→	GST
Strelniková Alisa	reprezentant	→	GST
Ing. Svoboda Václav	reprezentant	→	GST
Ing. Voráčková Petra	reprezentant	→	GST
Zasadilová Aneta	reprezentant	→	GST
Žáková Lenka	reprezentant	→	GST

SLD HANA SLEZÁKOVÁ

Bc. Fiala Filip	reprezentant	→	GST
Gajdová Lenka	reprezentant	→	GST
Škapík Lukáš	reprezentant	→	GST

SLD MIROSLAV ŠAFR

Kuchařová Karolina	reprezentant	→	GST
--------------------	--------------	---	-----

SSLD MIROSLAV ŽEMLIČKA

Gyüre Jan	reprezentant	→	GST
Salajková Iveta	reprezentant	→	GST
Zelingerová Petra	reprezentant	→	GST

Představujeme spolupracovníky



MGR. ALEŠ TLAČBABA
Oblastní vedoucí (LD Pavel Horák)

Datum narození: 14. 3. 1966

Znamení (a jak se toto znamení případně projevuje ve vaší povaze): Ryby, zda se to nějak projevuje na mé povaze, to musejí posoudit jiní.

Stav: ženatý

Děti: Klárka 20 let, Kačka 17 let

Původní povolání: učitel na základní škole

V OVB od: roku 2003

Proč pracujete pro OVB: Společnost jsem poznal jako klient a hned se mi tato práce tak zalíbila, že jsem chtěl pracovat jako poradce. OVB je skvělá firma.

První klient: Spolužačka mé manželky a zároveň maminka mého žáka.

Co bylo v začátcích u OVB nejtěžší: telefonování

Kterého pracovního úspěchu si nejvíc ceníte: Vždy toho posledního – zvládnutí práce poradce, vedoucího, výhry v soutěžích, malé cesty. OVB je pro mě od začátku výhrou a úspěchem.

Jakými hlavními zásadami se v práci řídíte: profesionalita, poctivost, nasazení, loajalita...

Čeho byste chtěl v rámci OVB dosáhnout: pozice LD

Koníčky: sport, hra na kytaru

Na co byste se nejraději nechal pozvat: na zápas NBA

Na které místo na světě byste se rád podíval: na Nový Zéland

Oblíbená historická postava: Jára Cimrman

Kdo vás v životě nejvíc ovlivnil: Moji rodiče a má skvělá žena. Všem jim vděčím za hodně.

Životní krédo: Nikdy se nevzdát a bojovat. Nic není tak horké, jak vypadá.



BC. EDITA BRŮŽKOVÁ
Obchodní vedoucí (LD Pavel Slezák)

Datum narození: 8. 11. 1984

Znamení (a jak se toto znamení případně projevuje ve vaší povaze): Štír. Pro Štíra je charakteristická umanutost, trpělivost, přímočarost a vytrvalost v cestě k vytyčenému cíli.

Stav: svobodná

Děti: žádné

Původní povolání: stále ještě studentka JČU v Českých Budějovicích

V OVB od: června 2006

Proč pracujete pro OVB: Při nástupu na VŠ jsem hledala brigádu, která by byla smysluplná a obohatila mě mimo jiné i o další znalosti a zkušenosti. Finance mě vždy zajímaly, a proto jsem ani chvíli neváhala nad nabídkou pracovat v OVB. Dnes už je to práce na plný úvazek v kolektivu mladých lidí, která mě baví, naplňuje a je časově flexibilní.

První klient: rodiče

Co bylo v začátcích u OVB nejtěžší: Zjištění, že k úspěchu vede cesta plná neúspěchů.

Kterého pracovního úspěchu si nejvíc ceníte: Nejvíce si cením toho, že mohu pracovat s týmem skvělých lidí, na které se mohu spolehnout a kteří jsou zároveň i mými přáteli.

Jakými hlavními zásadami se v práci řídíte: Důležitá je pro mě spokojenost klientů i spolupracovníků. Veškerou spolupráci s nimi stavím na osobním přístupu a férovém jednání.

Čeho byste chtěla v rámci OVB dosáhnout: Početného spokojeného týmu, který se stará o početný kmen spokojených klientů. Pokud tohoto dosáhneme, pak to ostatní přijde samo.

Koníčky: cestování, četba, lyžování

Na co byste se nejraději nechala pozvat: na dobrý, středně propečený steak

Na které místo na světě byste se ráda podívala: Keňa

Oblíbená historická postava: žádnou nemám

Kdo vás v životě nejvíc ovlivnil: rodiče a můj ziskatel

Životní krédo: Cokoli v životě uděláš, vrátí se ti jako bumerang.



BC. HANA HORKÁ
Oblastní vedoucí (LD Miloslav Horký)

Datum narození: 31. 5. 1983

Znamení (a jak se toto znamení případně projevuje ve vaší povaze): Blíženci – podle mě úžasné hvězdné znamení. Jsme společenšší, přátelšší a rozhodně nám nechybí chuť do života. Takové štěstí každý nemá. A já mám velmi ráda život!

Stav: svobodná

Děti: jednou určitě

Původní povolání: Vystudovala jsem práva, ale duší i tělem jsem ovebák.

V OVB od: Odjakživa – vzhledem k mé rodině, ve které jsem vyrůstala (před mým nástupem v OVB působili již oba rodiče, bratr, teta, strejda a nyní i já a má sestřička).

Proč pracujete pro OVB: Společnost OVB je spojením svobody, vášně, tvrdé práce a vnitřní disciplíny. Je vším, co jako Blížencem potřebuji k životu.

První klient: Nejlepší kamarád ze skauta. O mé snaze pomoci mu jsem ho však přesvědčila až o pár let později.

Co bylo v začátcích u OVB nejtěžší: Vydržet, nevnímat nedůvěru okolí a prokousat se prvními neúspěchy, které k podnikání zákonitě patří.

Kterého pracovního úspěchu si nejvíc ceníte: Pracovního úspěchu, který jde ruku v ruce s osobním úspěchem. Postavila jsem se na vlastní nohy. Jinak jsem si jistá, že ten pravý úspěch v OVB mě teprve čeká.

Jakými hlavními zásadami se v práci řídíte: Poctivost vůči spolupracovníkům, klientům a obchodním partnerům a loajalita k firmě, jejíž jsem součástí.

Čeho byste chtěla v rámci OVB dosáhnout: Naplnit kariérní plán a být nejlepší z nejlepších.

Koníčky: tanec, hudba a relax

Na co byste se nejraději nechala pozvat: na francouzskou Rivieru a sklenku kvalitního bílého vína

Na které místo na světě byste se ráda podívala: Brazílie, Rio de Janeiro

Oblíbená historická postava: Evita

Kdo vás v životě nejvíc ovlivnil: moji rodiče, oba stejnou měrou

Životní krédo: S úsměvem jde všechno líp.



IRENA VAVŘIČKOVÁ
Oblastní vedoucí (LD Dana Benáčková)

Datum narození: 10. 10. 1975

Znamení (a jak se toto znamení případně projevuje ve vaší povaze): Váhy, ale typická Váha určitě nejsem. Podle hodiny narození mám prý ascendent v Panně. Stojím pevně na zemi a na svět se dívám spíš rozumem než svými city.

Stav: vdaná

Děti: dvě dcery, 5 let a 6 měsíců

Původní povolání: vedoucí odbytu

V OVB od: srpna 2002

Proč pracujete pro OVB: Mám zde nezávislost a možnost úžasného kariérního postupu. Práci v OVB beru jako velkou výzvu na sobě neustále pracovat a být lepší.

První klient: První klienti byli z rodiny a dodnes nechápou, co vlastně dělám a jak mě to může bavit.

Co bylo v začátcích u OVB nejtěžší: Naučit se plánovat a efektivně využít čas. No a když jsem to trochu zvládla, tak přišla rodina... Myslím, že je a bude stále co vylepšovat!

Kterého pracovního úspěchu si nejvíc ceníte: Já vím, že skutečné úspěchy teprve přijdou. To, čeho si doposud nejvíc cením, je to, že mám úžasný tým spolupracovníků, kterým mohu věřit.

Jakými hlavními zásadami se v práci řídíte: Mám dvě hlavní zásady: nehledat výmluvy a jednat bez přetvářky, prostě na rovinu.

Čeho byste chtěla v rámci OVB dosáhnout: Aby všichni moji spolupracovníci byli úspěšní LD.

Koníčky: OVB a rodina. Druhé dceři je teprve šest měsíců, takže v této chvíli opravdu víc nestíhám.

Na co byste se nejraději nechala pozvat: Nic mě nenapadá, teď by mi stačilo se pořádně vyspat...

Na které místo na světě byste se ráda podívala: na Nový Zéland

Oblíbená historická postava: nemám

Kdo vás v životě nejvíc ovlivnil: vedoucí Hanička Křížková a moje děti

Životní krédo: Nepřemýšlet, ale jednat!



JAN KOKTA
Oblastní vedoucí (LD Pavel Slezák)

Datum narození: 19. 6. 1987

Znamení (a jak se toto znamení případně projevuje ve vaší povaze):
Blíženci

Stav: svobodný, ale zadaný

Děti: žádné

Původní povolání: je i současné, student Právnické fakulty v Plzni.

V OVB od: listopadu 2007

Proč pracujete pro OVB: Představte si svobodný svět bez hranic, kde potkáváte úžasné lidi a každý den nějak sám sebe osobnostně rozvíjíte... už trochu tušíte?

První klient: Prvním klientem byl můj velmi dobrý kamarád. I přes velkou začátečnickou nervozitu a neúplné profesionální rady mi dal příležitost, abych mu spravoval jeho finanční portfolio... Michale, díky.

Co bylo v začátcích u OVB nejtěžší: Zpočátku pro mě bylo nejtěžší uvědomit si zodpovědnost za sebe a být ve všech věcech důsledný. Nedůslednost v některých situacích (např. nebrat si doporučení na nové klienty) znamenala, že jsem musel začínat znovu od začátku.

Kterého pracovního úspěchu si nejvíc ceníte: Za největší úspěch považuji to, že mám příležitost spolupracovat s nejlepšími lidmi z OVB, a to na všech strukturálních úrovních, od LD pana Slezáka, RD Martina Zoubka, mého ziskatele Justina Valeše až po kolegy z mého týmu.

Jakými hlavními zásadami se v práci řídíte: Kariérní růst bez výjimky všem, důvěra a nadstandardní osobní vazby, které u spolupracovníků budí jistotu, že to, co dělají, jim zajistí jejich sny a přání.

Čeho byste chtěl v rámci OVB dosáhnout: Má přání plně korespondují s přáním našeho týmu, a to v budoucnu stanovit nové limity výkonů v OVB, ať už nyní na pozici BL nebo dalších ředitelských pozicích.

Koníčky: motokros, sport – věci, u kterých si člověk aktivně odpočine

Na co byste se nejraději nechal pozvat: Chtěl bych se zúčastnit Rallye Dakar.

Na které místo na světě byste se rád podíval: do kanceláře pana Kempchena, jak mi gratuluje k výkonu cca. 200 000 EH

Oblíbená historická postava: není

Kdo vás v životě nejvíc ovlivnil: Je těžké říci, kdo nejvíc, ale kdybych si měl vybrat, tak určitě blízký rodinný kruh.

Životní krédo: Zítra máme na vše o den méně času.



JANA ZÁBOJNÍKOVÁ
Obchodní vedoucí (SSLD Miroslav Žemlička)

Datum narození: 23. 3. 1966

Znamení (a jak se toto znamení případně projevuje ve vaší povaze):
Beran, jsem přímá, jdu si za svým cílem.

Stav: vdaná

Děti: dvě

Původní povolání: zdravotní sestra

V OVB od: Počátek spolupráce s manželem od roku 1997, aktivně pracuji od 1. 7. 2007.

Proč pracujete pro OVB: Mým životním cílem byla pomoc lidem a toto jsem našla po ukončení zaměstnání ve zdravotnictví i u OVB.

První klient: Moje známá a zároveň kolegyně zdravotní sestra Jana...

Co bylo v začátcích u OVB nejtěžší: Vzhledem k tomu, že můj manžel je již v OVB delší dobu, vnímala jsem tuto práci asi jinak než úplný laik. Proto jsem nepocitovala nějaké těžkosti a převzala jsem vše jako samozřejmost.

Kterého pracovního úspěchu si nejvíc ceníte: Nejvíc si cením toho, že moji práci oceňují partneři, firma i klienti.

Jakými hlavními zásadami se v práci řídíte: Cílevědomost, poctivost, upřímnost, odpovědnost.

Čeho byste chtěla v rámci OVB dosáhnout: Mým cílem je velká firma cílevědomých, poctivých, upřímných a odpovědných zemských ředitelů.

Koníčky: v současné době moje práce a budování rodinného zázemí

Na co byste se nejraději nechala pozvat: na vše, co povede k mému cíli

Na které místo na světě byste se ráda podívala: na nějaké romantické místo, kde si na chvíli odpočinu

Oblíbená historická postava: Tři mušketýři pro jejich oddanost, věrnost a společný způsob konání: „Jeden za všechny, všichni za jednoho.“

Kdo vás v životě nejvíc ovlivnil: Můj manžel, který mě svou vytrvalostí a trpělivostí bez vnuceného přesvědčování přivedl k novému naplnění svého životního kréda.

Životní krédo: Pomáhat lidem bez rozdílu postavení.





RADIM ONDERKA
Obchodní vedoucí (SLD Hana Slezáková)

Datum narození: 16. 3. 1977

Znamení (a jak se toto znamení případně projevuje ve vaší povaze): Ryby – znamení Ryb je hodně citlivé, což mi umožňuje empaticky naslouchat svým spolupracovníkům a klientům.

Stav: ženatý

Děti: tříletý Tomášek a devítiměsíční Kryštůfek, zatím

Původní povolání: policejní inspektor

V OVB od: května 2008

Proč pracujete pro OVB: Je to společnost se silným zázemím a dobrým kolektivem v našem ředitelství.

První klient: švagrová a kamarád s rodinou

Co bylo v začátcích u OVB nejtěžší: Jako dlouholetý zaměstnanec jsem se musel naučit podnikat a být sám svým pánem.

Kterého pracovního úspěchu si nejvíc ceníte: Když jsem „povyšil“ svého kamaráda, obchodního vedoucího GST Martina Skovajsu.

Jakými hlavními zásadami se v práci řídíte: OVB je na prvním místě.

Čeho byste chtěl v rámci OVB dosáhnout: splnění svých snů

Koníčky: rybaření

Na co byste se nejraději nechal pozvat: na rybaření do Mongolska

Na které místo na světě byste se rád podíval: Mongolsko

Oblíbená historická postava: Mám rád několik historických postav, ale neupřednostňuji žádnou.

Kdo vás v životě nejvíc ovlivnil: manželka

Životní krédo: Dělejme jen to, co nás posunuje dopředu a dělá z nás úspěšné podnikatele.

KATEŘINA GALLUSOVÁ
Oblastní vedoucí (LD Petr Havel)

Datum narození: 9. 12. 1984

Znamení (a jak se toto znamení případně projevuje ve vaší povaze): Střelec, má prý široké srdce a je panovačný chaotik.

Stav: svobodná

Děti: Myslím, že chvíli před třicítkou je to tak akorát.

Původní povolání: student s brigádou operátora reklamačního oddělení

V OVB od: 2004

Proč pracujete pro OVB: Znáám přes sto dobrých důvodů proč ano a nikdo mi ještě neřekl ani jeden rozumný, proč ne.

První klient: maminka, analýza trvala 4,5 hodiny

Co bylo v začátcích u OVB nejtěžší: změny

Kterého pracovního úspěchu si nejvíc ceníte: Doufám, že ten mě ještě čeká...

Jakými hlavními zásadami se v práci řídíte: stejnými jako v soukromí

Čeho byste chtěla v rámci OVB dosáhnout: Kromě SSLD? Úspěšně expandovat do ciziny.

Koníčky: Běhám po lesích, mlátím do pytle, trávím čas s rodinou, s přáteli, s kamarády, s firmou, cestuju, jím a spím, já vlastně na to sbírání známek nemám vůbec čas...

Na co byste se nejraději nechala pozvat: na panáka

Na které místo na světě byste se ráda podívala: na Pandoru

Kdo vás v životě nejvíc ovlivnil: rodina, firma, přátelé

Životní krédo: Ono to nějak dopadne.



LUBOMÍR KRAJÍČEK
Oblastní vedoucí (SLD Petr Křen)

Datum narození: 5. 9. 1976

Znamení (a jak se toto znamení případně projevuje ve vaší povaze): Panna, v čínském horoskopu pak Ohnivý drak.

Stav: Žiji a společně podnikáme u OVB s Petrou Čekalovou.

Děti: Určitě mám v plánu!

Původní povolání: repase autoveteránů v soukromé firmě (taktička hodinářská práce)

V OVB od: Certifikaci jsem úspěšně složil u Martina Podoláka dne 25. 2. 2004 v 17 hodin SEČ. Jako klient OVB jsem se tehdy sám pídlil po možné spolupráci.

Proč pracujete pro OVB: Dali mi vše potřebné do začátku, podali pomocnou ruku v době, kdy to bylo třeba. Baví mě pracovat na rozvoji svém i druhých, ať jsou to spolupracovníci či klienti. Mám rád pocit vlastní zodpovědnosti. Lidé z OVB mi dali možnost koukat na svět jinými očima.

První klient: Pan Zdeněk Musil, lidový léčitel mojí maminky. Hodně lidí, na které jsem zpočátku sázel jako na potenciální klienty, mi „zabouchlo dveře před nosem“, někteří z nich se ale postupem času sami zajímali o moje poradenství.

Co bylo v začátcích u OVB nejtěžší: Byl jsem nadměrně nadšený kontaktem s lidmi a filozofií naší práce, proto jsem minimálně řešil nezdary, ale jako nejtěžší vnímám nejednání potenciálních klientů na rovinu a nesmyslné výmluvy, včetně lhaní sobě (odkládání schůzek, nedodržení sjednaných termínů atp.). Člověk si to ale nesmí brát osobně, protože není na světě člověk ten, který by se zavděčil lidem všem!

Kterého pracovního úspěchu si nejvíc ceníte: Spokojení klienti a prima tým spolupracovníků, kteří chtějí sdílet podobné vize.

Jakými hlavními zásadami se v práci řídíte: S klienty jedním férově a na rovinu, jediné tak se ke mně budou rádi vracet. Spolupracovníky se snažím vnímat nejen jako obchodní partnery, ale také jako lidské bytosti.

Čeho byste chtěl v rámci OVB dosáhnout: Určitě pozice SLD, dlouhodobě spokojené klientely, mít kolem sebe ještě větší tým bezva lidí, kteří si plní to, co chtějí, a jsou svobodně v pohodě!

Koníčky: Když ne OVB, tak fitness, silniční motorka, čtyřkolka, domácí studium psychologie, četba duchovní literatury, akvaristika a začnu asi s bonsajemi.

Na co byste se nejraději nechal pozvat: na let stíhačkou, projíždku starým typem ponorky (např. U 96), sraz autoveteránů z celého světa, výlet do zahrady bonsajů v japonském stylu...

Na které místo na světě byste se rád podíval: třeba Tibet, na chvíli i do deštného pralesa

Oblíbená historická postava: Leonardo da Vinci

Kdo vás v životě nejvíc ovlivnil: Nejsem si jist, kdo nejvíc, asi záleží, v jakých životních situacích a etapách... Každopádně sem už jistě patří můj senior zemský ředitel Petr Křen, přítelkyně Petra, samozřejmě rodiče.

Životní krédo: Všechny události našeho života jsou zrcadlovým obrazem našich myšlenek.

Eva Mikšíčková, CFC dipl. ek.

Děkuji za překážky, na kterých se mohu učit



TEXT: Eva Mikšíčková, obchodní vedoucí (SSLD Miroslav Žemlička) | FOTO: Archiv autorky

ZAČÍNÁ jaro, ve sněhu se nechá vše, co příroda nepotřebuje. Vše je očistěné, nové, dychtivé se otevřít novým věcem. I my jsme součástí přírody. Začíná můj pátý rok v OVB. Když mi před osmi lety kartárka předpověděla, že budu měnit práci, že vidí okolo mě bankovní úředníky, smlouvy, důležité obchody, mou firmu, úspěch, rozvoj, uplatnění, vysmála jsem se jí. V bance sedět za stolem nikdy nebudu.

32
1 | 10

Rok 2005 – OVB? Pecka. Více než rok totiž přemýšlím o tom, jak dlouho ještě budu vstávat ráno v šest, jak dlouho vydržím jezdit po celé republice, být mlýnským kamenem mezi dodavateli a odběrateli, fungovat mezi majiteli, řediteli, kteří se předhánějí v zákazech a povinnostech... Podnikat? Všechny možnosti nákupu a prodeje mi připadají nezajímavé, málo ziskové, všechny obchodní záměry již zabrané a teď? Našla jsem TO. PENÍZE, informace. Co může lidi v životě zajímat víc než to, aby mohli uskutečnit své sny a přání, uspokojit svoje potřeby. Vždyť peníze jsou ten prostředek, který jim to může zajistit. Nemusím vybírat, kdo je mým cílovým zákazníkem, peníze potřebují všichni a jsou jen jedny, jejich vlastní. A já jim pomůžu je mít. I když jsem si na Fakultě financí přisahal, že už se nikdy nebudu učit, ale jen vydělávat, najednou zjišťuji, že důležitější než vydělávat je, jak člověk s penězi zachází (jak to, že nás to tam neučili?!).

Postupně se mi mění hodnoty, začínám úplně jinak přemýšlet o sobě i okolí a cítím, že to musím tomu okolí všechno říct. Začala jsem v červnu, v prosinci si jedu na hory pro odměnu, dvoudenní pobyt za nejlepší výkony poradce v rámci celé firmy.

Rok 2006 – krásně začal, krásně skončil. Jako R3 se připravuji na vedení týmu. Konečně zvládám rozhovor s taškou, učitelem ekonomie – stává se mým klientem.



Celý rok jsem se učila při komunikaci naslouchat lidem, jejich motivům, zvládat námítky, brát je jako výzvu určitě proto, abych se naučila zolat ten nejtěžší oříšek, vlastního otce. Ten pocit a ty zkušenosti za to rozhodně stály. Odměnou je pozice obchodní vedoucí.

Rok 2007 – jako obchodní vedoucí vstupuji s elánem do nového roku. Záhy se měním na akcii a stejně tak padám. Něco jsem přehlédla, něco je na té cestě jinak. Trvalo mi delší dobu, než jsem pochopila, že jsem měla něco změnit. Ne v systému, ne ve filozofii, ale v sobě. Nejdříve se přeče já musím vyvíjet, pak se bude vyvíjet i vše kolem mě. Začínám znovu, dva, tři měsíce na sobě pracuji, makám. Jde to lépe, mám nějaké zkušenosti a jsem poučena z chyb. Začínám rozjíždět druhé kolo.

Rok 2008–2009 – pracuji s klienty, pracuji se spolupracovníky. Učím se. Učím se naslouchat lidem kolem sebe, pochopit, co potřebují,

a vést je. Učím se od zkušenějších a zároveň to předávat dál. Informace začínají proudit. Děkuji, pane Kyiosaki. Naše struktura povyšuje na oblastní vedení.

Pře se rok 2010 a já se těším, až mi ráno zavoní káva a já si sednu v kancelářích v budově banky (klobouk dolů kartárko) a budeme s mými spolupracovníky připravovat další běh seminářů pro nové spolupracovníky. Na jejich podněty, postřehy z práce, ze seminářů. Díky nim jsem přišla na to, že jejich vytoužený úspěch je mou největší odměnou.

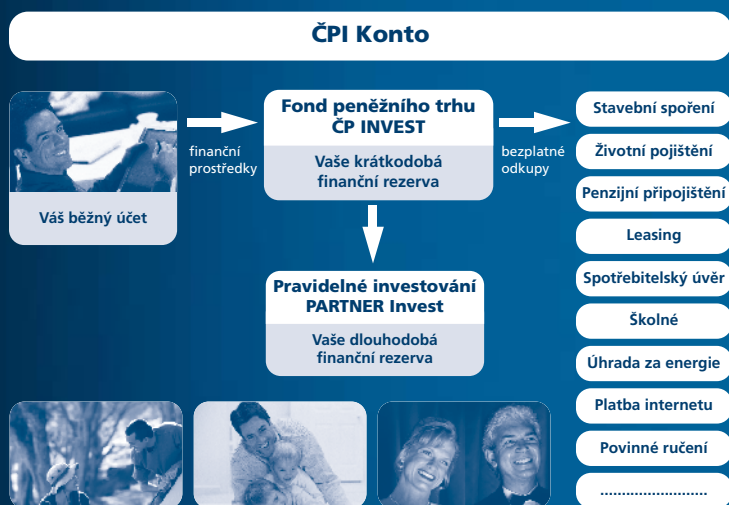
Vím, že OVB nebyla v mém životě náhoda, ale vysněná příležitost, která mi dává vše, co potřebuji. Děkuji za překážky, na kterých se mohu učit, děkuji za příležitosti, které chci využít. Přeji nám všem, ať s novým jarem přijde plno nových spolupracovníků, nápadů, úspěchů a naplněných cílů! ■

Čisté jmění klientů spravované společností ČP INVEST dosáhlo hodnoty 9,5 mld. Kč.
Děkujeme!

ČPI Konto a PARTNER Invest
– recept na pravidelné investování!

Všechny výhody najednou:

- možnost, jak nejen vydělat, ale i ušetřit
- zajímavé výnosy na principu pravidelného investování v programu životního cyklu PARTNER Invest
- pravidelné odkupy zcela zdarma
- vytvoření krátkodobé finanční rezervy
- daňové zvýhodnění
- pohodlný přehled o penězích s on-line přístupem
- vše v jediné smlouvě



NOVINKA!
Investice do fondů v EUR



ČP INVEST

Naučíme vaše peníze myslet

Minulá výkonnost podílových fondů nezaručuje stejnou výkonnost v budoucnosti. Hodnota investice může kolísat a není tak možno zaručit plnou návratnost investované částky.

844 111 121

www.cpinvest.cz

Jan Gajda

TEXT: Roman Peterka, FOTO: Jan Zavřel

OBLASTNÍ vedoucí Jan Gajda, který působí v rámci oblastního ředitelství Ing. Martina Gajdy a zemského ředitelství SLD PhDr. Hany Slezákové, se před tím, než začal podnikat s OVB, živil dlouhou dobu jako muzikant. K finančnímu poradenství se dostal zhruba před jedenácti lety, kdy s manželkou koupili v Kyjově starý dům a začali ho dávat dohromady. „Potřebovali jsme rekonstrukci zafinancovat, takže jsem si sám začal zjišťovat informace o různých finančních produktech a uvědomil jsem si díky tomu, že finanční poradenství může lidem pomoci s uskutečněním většiny jejich přání,“ říká Jan Gajda.

Vyrostl ve Strážnici, dnes má svůj „hlavní stan“ v Kyjově, v domě, který po dlouhá léta společně s manželkou rekonstruovali. Než se dostal k finančnímu poradenství, měl za sebou pestrou životní dráhu plnou zajímavých zkušeností. Původní kvalifikací je nábytkář. „Než jsem ale stihl začít po škole ve vystudovaném oboru pracovat, odveleli mě na vojnu,“ říká. Na vojně se dostal k hraní v kapele – předpoklady k tomu

jako zkušený amatérský muzikant měl. „Nakonec mi nabídli tabulku a já se dalších sedm let živil ve vojenském uměleckém souboru jako profesionální muzikant,“ vzpomíná Jan Gajda. Pak ale dospěl do bodu, kdy začal přemýšlet o změně. „Určitě bych se muzikou zvládl docela dobře živit ještě dlouho, ale už jsem v tom sám pro sebe neviděl žádnou velkou perspektivu,“ vysvětluje. V kapele skončil a tři roky pak dělal učitele odborného výcviku na učilišti v Brně. „Finančně to samozřejmě nebylo nic závratného, ale hrozně mě to bavilo,“ říká Gajda. Souběžně s tím však už začali společně s manželkou, která je původní profesí grafik, rozjíždět své podnikání s OVB. A po třech letech už se do něj vrhli naplno.

Dnes čítá jejich oblastní vedení na padesát lidí. Kromě „centrály“ v Kyjově vybudovali už Jan Gajda s manželkou několik dalších poboček, vše ale v rámci svého domovského regionu – v Bučovicích, v Brně, v Hluku, Olomouci, Uherském Brodě a ve Zlíně. „Po ne zcela úspěšných pokusech o rozšiřování působnosti

daleko za hranice regionu jsem dospěl k názoru, že potřebuji být silný nejprve doma, až pak můžu expandovat,“ říká Jan Gajda. V blízké budoucnosti by se rád posunul na další stupeň. „Do konce roku 2010 plánujeme oblastní ředitelství,“ prozrazuje. „Myslím, že je to reálný cíl – máme teď vytvořený stabilní tým lidí, kteří táhnou za jeden provaz. Velké poděkování za to patří i vzdělávání v rámci celého zemského ředitelství,“ dodává.

Svůj pracovní týden Jan Gajda dělí mezi budování a vzdělávání svého týmu na jednotlivých pobočkách a přímou práci s klienty. „Na tu je však bohužel stále méně času,“ podotýká. Nežije ale jen svou prací. Volný čas věnuje především své rodině – manželce a dvěma malým dcerám (sedm let a dva roky). Když si potřebuje vyčistit hlavu, jde pracovat na zahradu nebo si najde jinou manuální práci. „Je to pro mě lepší než chodit do fitka,“ říká s úsměvem. A tak úplně neopustil ani muziku. „Mám kapelu, občas hrajeme, ale hodně to teď musím omezovat – nezbývá moc času,“ uzavírá Gajda. ■

34

1 | 10

9:00



„Pracovní den začínám vyřizováním agendy a přípravou.“

V průběhu týdne Jan Gajda musí podělit svou přítomností domovskou kancelář i jednotlivé pobočky. Ať už ale zůstává v Kyjově, nebo odjíždí jinde, den začíná vyřizováním administrativy v Kyjově.

10:00



„Velkou část pracovního času mi zabere vzdělávání spolupracovníků.“

V centrále v Kyjově dnes probíhá „velké“ školení, jsou tu přítomni zástupci všech poboček oblastního vedení Jana Gajdy.

11:30

„Kolegům z týmu se věnuji i při individuálních konzultacích.“



Kromě vzdělávání spolupracovníků při „velkých“ školeních si Jan Gajda najde čas i na individuální konzultace.

14:00

„Týden mám rozdělený, středy a pátky trávím v Kyjově, v ostatní dny jezdím odpoledne po pobočkách.“



Odpoledne obvykle Jan Gajda usedá do auta a odjíždí do Brna, Zlína, Uherského Brodu, Hluku nebo Bučovic – zkrátka do některé z lokalit, kde má své pobočky. Domů se vrací mnohdy až večer.

13:00

„S manželkou se výborně doplňujeme. Člověk má okamžitě zpětnou vazbu.“



V byznysu se s manželkou dobře doplňují. „Člověk má okamžitě zpětnou vazbu,“ říká Jan Gajda. Společné podnikání podle něj prospívá i jejich manželskému životu. Jak Jan Gajda říká, je lepší se pohádat kvůli nějakému podnikatelskému rozhodnutí než si po pár letech manželství nemít co říct.

35
1 | 10

19:00

„Muziku jsem stále úplně na hřebík nepověsil.“



Na muziku nezbyvá moc času, Jan Gajda však stále má svou kapelu, se kterou vystupuje, i když už jen sporadicky. A občas si najde i chvíli času povcičit na housle v běžném pracovním týdnu.

Gratulujeme našim jubilantům k narozeninám

LISTOPAD

Antalík Milan, Ing. Bauer Roman, Bauerová Jiřina, Benda David, Beznovská Hana, Bouší Magdaléna, Cipínová Eva, Čechová Markéta, Černíková Hana, Činčura Jan, Čmelíková Lenka, Daněk Rostislav, Dědourková Lucie, JUDr. Drbal Jan, Ebrle Milan, Fiedler Pavol, Fiksa Roman, Filipová Alena, Fojtík Stanislav, Gabrielová Zdeňka, Gavor Roman, Gráf Ivo, Gregor Ondřej, Ing. Henrychová Blanka, Hnízdo Petr, Ing. Holanová Eva, Houšť Michal, Ing. Hubka Lukáš, Chamrád Martin, Janega Michal, Janura Josef, Jirková Jana, Jukl Martin, Junek Libor, Jung Jiří, Jurnyklová Iva, Jursová Olga, Kandrnál Jaromír, Ing. Klatovský Vladimír, Ing. Koza Richard, Kozubík Vlastimil, Ing. Kratochvíl Jiří, Krauzeová Blanka, Kropík Miloslav, Kudová Taťána, Ing. Kupcová Renata, Landrgott Jaroslav, Lebedová Dana, Lenc Jaroslav, Liška Jaroslav, Luňáková Iveta, Macková Pavlína, Machalíčková Jaroslava, Malá Martina, Ing. Malčicová Jitka, Mareš Miroslav, Matasová Barbara, Matiová Markéta, Matoušek Roman, Matoušková Libuše, Melicharová Věra, Ing. Měřička Petr, Míková Marcela, Miškovská Vladimíra, Mlčoch Josef, Myslivec Odon, Ing. Novák Oldřich, Nováková Petra, Novotný Miroslav, Odvalil Lukáš, Ing. Ospanova Zaida, Osvald Josef, Pavlech Eduard, Ing. Pavlíček Tomáš, Pischková Ingrid, Ing. Pitekova Anžela, Plucarová Ludmila, Polan Jiří, Pro-

kopová Petra, Bc. Průchová Andrea, Rajhel Bořek, Roškotová Jaroslava, Rous Jiří, Ruschková Helena, Ruzhová Ludmila, Rychlík Václav, Řeháková Andrea, Sedláčková Jaroslava, Ing. Seidlová Adéla, Mgr. Sejáková Klára, Skřipcová Marie, Sodomková Renáta, Sudková Kateřina, Suchý David, Sukupová Blanka, Ing. Svoboda Marek, Sygeryč Michal, Sywalová Silvie, Ing. Šámal Milan, Ing. Šanda Jiří, Šantorová Naděžda, Šebková Dagmar, Šenkyřík Milan, Šimíčková Libuše, Šířová Helga, Škola Jiří, Šlajs Michal, Šornová Dagmar, Štástková Klára, Štefková Lucie, Dr. Tesař Ctibor, Tustainová Eva, Tvrdoňová Zuzana, Vágner Pavel, Valášek Jáchym, Vaňatová Veronika, Vávra Pavel, Večeřa Petr, prof. Vlašimský Robert, Vojíková Soňa, Ing. Vrbík Stanislav, Vymětalová Libuše, Zhenchak Oksana, Žáček Martin

PROSINEC

Bártová Dana, Bartůnková Iva, Bečvář Václav, Bělohlávek Martin, Bestahovská Miloslava, Binarová Pavla, Brabec Jan, Braunová Daniela, Ing. Brožová Lenka, Bureš Tomáš, Burešová Eva, Ing. Burian Vlastimil, Cabadová Sabina, Čermáková Gabriela, Černík Vojtěch, Černý Jiří, Černý Václav, Čiháková Růžena, Čvančara Antonín, Delinčáková Dana, Došková Andrea, Dragoun Rudolf, Bc. Eisnerová Jana, Eliáš Karel, Esterková Michaela,

Fogatošová Hana, Ing. Formánek David, Fránek Jiří, Graffe Lubomír, Grec Tomáš, Gruber Zdeněk, Gyüre Jan, Ing. Hauke Marek, Hejzek Jiří, Hoblová Ivana, Holub Jiří, Hradský Miroslav, Hrkalová Petra, Ing. Hůlová Dana, JUDr. Chmelarčík Jiří, Chmelařová Dagmar, Ing. Illík Jan, Jáchimová Petra, Jakubcová Martina, Jandová Ivana, Jandová Naděžda, Ing. Jann Jan, Johová Petra, Jonáš Karel, Jordánová Eva, Kadečková Lenka, Khol Pavel, Kleslová Vladimíra, MUDr. Kodat Vladimír, Kojanová Iveta, Komňacký Jaroslav, Kraus Antonín, Krejčířová Leona, Ing. Kristová Michaela, Mgr. Kubišová Vladimíra, Ing. Kučera Luboš, Kumperová Klára, Lahodná Soňa, Mgr. Lánský Karel, Lányi Andrej, Ing. Lazarská Sylvie, Lidaříková Lenka, Marek Miroslav, Mašek Tomáš, Munzarová Renáta, Myška Miroslav, Mgr. Navarčík Evžen, Navrátilová Erika, Nekvinda Jan, Ing. Netuka Petr, Nezbeda Ladislav, Nohel Jiří, Novák Milan, Ing. Ondráček Radim, Ing. Pacovská Markéta, Pihera Jan, Ing. Pinka David, Polanský Tomáš, Postránecký Petr, Poživilová Marie, Primasová Ivana, Ing. Rádl Zdeněk, Rubnerová Květa, Ryjantová Jitka, Rysová Tereza, Mgr. Řepka Rudolf, Seidl Bohumil, Skalová Marcela, Skálová Renata, Ing. Skamenová Renata, Slavík Zdeněk, Ing. Smejkal Josef, Smrž Jaroslav, Stránská Monika, Střelečková Marika, Ing. Svoboda Ivan, Ing. Šimáček Ondřej, Šimková Dita, Šmejkal Jiří, Šofka Jan, Mgr. Štětina

Lukáš, Talacko František, Trejbalová Eliška, Třešňák Josef, Turková Lenka, Urbanová Pavla, Vaněk Tomáš, Ing. Varga Michal, Vlášek Petr, Vokřálová Andrea, Vrbová Anna, Weinfurterová Eva, Weinzettl Jiří, Zábojník Radek, Zákostelský Alois, Zámečník Pavel, Ing. Zikmundová Lenka, Ženčáková Miroslava, Židek Martin

LEDEN

Andrýsová Miroslava, Babka Jiří, Bahníková Zdena, Bandyová Jarmila, Bartáčková Zdeňka, Beneš Pavel, Benkőová Zdeňka, Bičíštová Marie, Mgr. Bolcková Lenka, Brabec Milan, Brožová Ivana, Buchal Miroslav, Caha Libor, Cvejnová Renata, Čadílek Jindřich, Čapková Šárka, Červenka František, Divišová Hana, Dvořáková Dana, Eichler Jiří, Ing. Frelich Rostislav, Gabrielová Lenka, Hadvičáková Hana, Hanáková Jiřina, Hanušová Anežka, Havellek Stanislav, Havlovcová Lenka, Bc. Hloušková Petra, Holas Josef, Homolková Jana, Hruboš Martin, Chonka Yuliya, Chudárek Eduard, Ing. Inneman Jiří, Jaborská Irena, Jelínek Václav, Jeřábek Tomáš, Jirglová Lenka, Jiskra Jiří, Jonák Petr, Jungová Marie, Jurčík Ondřej, Kalčík Václav, Mgr. Kindlová Jana, Klabouchová Jaroslava, Kohoutek Zdeněk, Ing. Kolevová Violeta, Koňáříková Jana, Konečná Lada, Konopková

Marie, Ing. Košinár Milan, Ing. Kovačičín Karel, Krčmářová Jana, Ing. Krčová Ludmila, Krejčíková Dana, Křenková Zuzana, Ing. Křížička Jiří, PhDr. Kučerová Monika, Ing. Kučerová Eva, Ing. Kudláček Jan, Kulhánek Lukáš, Kulíková Lenka, Kulovaná Ivana, Lechnerová Gabriela, Ing. Lukáš Jiří, Mgr. Lukášová Martina, Macejovský Tomáš, Macháček Aleš, Mgr. Machálek Dušan, Majerová Marcela, Marek Jan, Markvartová Hana, Martínek Radek, Ing. Mašina František, Mikulěnka Michal, Miškovská Martina, Müllerová Hana, Mužík Jan, Nevřalová Jarmila, Nosková Dagmar, Mgr. Novotná Olga, Ing. Obruča Jan, Pahr Josef, Pánek Petr, Paušová Sabina, Pechr Miloslav, Pelc Martin, Pilský Jaroslav, Pokorová Věra, Poláková Ivana, Pouzar Robert, Prokop Jiří, Přasličák Tomáš, Mgr. Pupová Olga, Rakytová Kateřina, Rosocha Mikuláš, Rösslerová Liběna, Růžička Josef, Rys Jan, Řezáč Josef, Schmidtová Milena, Sodomka Vladimír, Soukopová Milada, Bc. Sova František, Ing. Stehlík Michal, Stibor Oldřich, Stránský Zdeněk, Ing. Strnadová Jana, Ing. Suchan Jaroslav, Suchánková Jana, Mgr. Surá Jana, Süssová Jaroslava, Sváčková Marie, JUDr. Sviták Jaroslav, Svoboda Lucas, Šandová Marie, Ing. Šebesta Miroslav, Ing. Škoda František, Špetl Rostislav, Štika Jakub, Mgr. Švorcová Dagmar, Ing. Tašlová Tamara, Továrková Romana, Ing. Trtík Pavel, Třmínková Romana, Dr. Turek Petr, Turková Dana, Dr. Urban Ladislav,

Váňa Josef, Vanek Dušan, Vapeníková Fialová Lenka, Vávra Petr, Veličková Zuzana, Ing. Vimr Jan, Ing. Vladimír Eduard, Vlk Karel, Vojtěchová Iveta, Voleník Jiří, Ing. Vrátník Jan, Zlámalová Margita, Bc. Zoubek Roman, Zrůst Jiří

ÚNOR

Babická Šárka, Baroňová Dana, Barvínková Božena, Ing. Bělík Petr, Benčík Oskar, Biernatová Gabriela, PhDr. Bílek Jaroslav, Ing. Bortlíček Jiří, Mgr. Břeň Miroslav, Bystrá Lenka, Čabrák Josef, Čapková Věra, Ing. Čuba Vladislav, Mgr. Dolejší Dagmar, Ing. Doleželová Lea, Eiseltová Jitka, Mgr. Fiedler Dušan, Fricová Alena, Furišová Renata, Gárská Anna, Gasiorková Alena, Gelnar Tomáš, Ing. Glanc Josef, Hartmanová Dagmar, Heřmánková Iveta, Heverlová Kristina, Ing. Hillebrand Max, Hlaváček Petr, Hlinovská Renata, Hnízdilová Eva, Hofmannová Jaromíra, Holub Otakar, Holubová Romana, Horký Josef, Hrabová Wilma, Chaloupková Bronislava, Ing. Imramovský Pavel, Mgr. Jančařík František, Mgr. Jeřábková Renata, Jiroušková Šárka, Jurásková Alena, Ing. Jurková Hana, Kadlec František, Kadlecová Jiřina, Kafrdová Ivana, Ing. Kaiseršot Karel, Kastel Tomáš, Klímek Lubomír, Ing. Kloudová Irena, Klustová Alena, Ing. Kneschik Richard, Koláček Zdeněk, Ing. Kolovrat

Milan, Komín Pavel, Koudela Tomáš, Ing. Kožuškanič Pavel, Krajča Petr, Kroupová Věra, Krupa Milan, Kubíčková Jana, Kytková Jana, Ing. Leipner Jaroslav, Lihanová Miroslava, Malecký Aleš, Malý Viktor, Marcellová Antonie, Bc. Marek Lukáš, Ing. Miklánek Lubomír, Ing. Mikuláš Jan, Mojžita Dušan, Nejdlová Lenka, Mgr. Němcová Radomila, Nováková Miloslava, Novotná Eva, Opekar František, Orság Vladimír, Palivcová Eva, Paszycová Barbora, Patrovský Josef, Pěnkavová Jana, Bc. Petráčková Lucie, Petrasová Dobromila, Pillmaierová Iveta, Piňhová Jana, Mgr. Podhorská Vladimíra, Podoláková Ivana, Polák Radek, Polívka Jan, Poloch Pavel, Popovičová Anna, Prysudina Vira, Pup Vladimír, Samec Tomáš, Sedláková Renata, Schillerová Tereza, Ing. Sihelníková Lucie, Dr. Sirotek Vladimír, Slanina Miroslav, Sliwak Ivan, Smělá Martina, Snášil Ondřej, Stašek Antonín, Stejskal Ladislav, Stejskalov Marcela, Stříbrský Miroslav, Šimková Šárka, Ing. Škarda Vladimír, Ing. Škop Vladimír, Ing. Šlajerová, Irena, Špidlíková Renata, Šťastná Ladislava, Švadlenka Jaroslav, Topinka Petr, Ing. Vackářová Jitka, Váchová Jitka, Ing. Vejmělek Jiří, Veselá Šárka, Vojtová Šárka, Vosádka Jaroslav, Vostrá Lenka, Výstup Antonín, Zdražilová Ivona, Zálešáková Dita, Zavadilová Jiřina, Ing. Zelenková Zuzana, Zieglerová Zuzana, Zíka Jan, Ždichyncová Ivana, Ing. Živocká Vlasta

BŘEZEN

Andriyanov Oleg, Balada Ondřej, Balandová Věra, Bárta Josef, MUDr. Bělová Kateřina, Bendásková Iva, Beran Jiří, Beránková Věra, Bihaňých Ivan, Biróová Věra, Breinlová

Romana, Brejcha Jiří, Broulíková Jana, Buková Pavlína, Buryak Vita, Cvik Miroslav, Čarvašová Libuše, Čepela Jaroslav, Čupka Patrik, Dlouhá Monika, Draštíková Radka, Ing. Dreiseitlová Zdeňka, Dřevová Dagmar, Dvořáková Zdenka, Fof Bohumír, Foukal Jiří, Ing. Frýbort Tomáš, Fryč Augustin, Gajdová Lenka, Gášková Jitka, Ing. Gebriánová Eva, Goldmann David, Grman Karel, Habrman Karel, Ing. Hájek Vladimír, Hartych Miroslav, Hlavsa Jiří, Hrubešová Ivana, Hruška Dušan, Husárik Jan, Ing. Chalupník Jiří, Charvát Petr, Ing. Iser František, Ivanišová Eliška, Jarošová Leona, Jansanský Kamil, Jeníček Jaromír, Jílek Pavel, Jirků Hynek, Mgr. Kabelová Alena, Ing. Kačmaříková Veronika, Karbanová Jana, Kasík Radislav, Keclík Václav, Kepková Julie, Mgr. Klasová Drahomíra, Klavíková Jana, Mgr. Kluge Josef, Ing. Kohout Jiří, Kopecká Zuzana, Kotala Lukáš, Kramperová Lenka, Krpálek Vladimír, Ing. Krůšek Michal, Kříž Petr, Kubernát Jaroslav, Kubovcová Alexandra, Kučerová Marie, Bc. Kulan-da Miroslav, Kulhánek Michal, PhDr. Kupsa Bořivoj, Kutheilová Rejdová Markéta, Kuzmová Lenka, Lerchová Lenka, Levinský Josef, Macál Petr, Madejová Jiřina, Mgr. Mahnel Petr, Ing. Málek Jan, Ing. Malík Jan, Maxa Jiří, Měkyna Robert, Mik Drahoslav, Mikulíková Romana, Mrázková Lenka, Nagy Štefan, Navrátilová Ludmila, Ing. Nedbal Stanislav, Ing. Novák Jaroslav, Novotný Jaroslav, Olešňanová Lenka, Pajková Jana, Palička Marek, Pešička Tomáš, Petrová Věra, Pevná Jaroslava, Pilbauer Zdeněk, Ing. Podhorský Ladislav, Podlena Ladislav, Pokorná Božena, Pospíšilová Naděžda, Pospíšková Ladislava, Bc. Pšurný Radek, JUDr. Raba Martin, Ing. Rudolfová Pavla, Rybák Michal, Rybová Jarmila, Satinová Anna, Sei-

fertová Milena, Schejbalová Sylva, Schmidt Jan, Sladomelová Andrea, Slachová Andrea, Slavičinská Irena, Součková Bohumila, Srbecký Jiří, Stefanovičová Annaliese, Stezková Libuše, Ing. Stránská Lenka, Ing. Stříbrská Dagmar, Suchá Helena, Syrovátko Petr, Šikutová Ludmila, Šilhavá Dagmar, Ing. Šimek František, Škoulová Diana, Švec Miloslav, Ing. Teska Jan, Trčálková Andrea, Bc. Trísková Jitka Tuček Petr, Turtenwald Vít, Uslerová Soňa, Vacek Zbyněk, Valentová Ivana, Vašáková Věra, Bc. Velín Milan, Venzarová Eva, Verner Petr, Vrána Pavel, Vrba Ota, Wollerová Jana, Zahrádková Jitka, Zelený Tomáš, Ing. Zelinka Josef, Žák Jan, Žilincík Miroslav, Žůček Petr

DUBEN

Adam Richard, Bálint Jaroslav, Balvínová Daniela, Bělovský Josef, Berényi Dagmar, Binarová Miroslava, Bittner Josef, Ing. Brabec Pavel, Burianová Simona, Bušík Vladimír, Ceralová Jana, Ciniburková Markéta, Cudlínová Miloslava, Čejková Stanislava, Čermáková Blanka, Černochoch Daniel, Černý Zdeněk, Dítková Zdeňka, Diviš Hynek, Dobšinský Petr, Drahanová Eva, Dubovičenkova Iva, Mgr. Dudák Petr, Dufková Dana, Fenclová Pavla, Fikejzová Jaroslava, Filipová Jana, Ing. Fondrnaj Ladislav, Fotrová Lenka, Grundmannová Iveta, Háněl Richard, Hausmannová Olha, Hladíková Eva, Hlavánová Zdenka, Holanová Lenka, Ing. Horák Miroslav, Bc. Hovorka Pavel, Hromádsko Miloslav, Hubálek Jaromír, Ing. Hůlka Josef, Ing. Hyan Jiří, Chábera Lukáš, Ing. Ismail Křelinová Magdalena, Jandová Eva, Janoušek Pavel, Ježek Petr, Jindra Josef, Ing.

Johanis Milan, Juklová Věra, Kadlečík Marek, Ing. Kameník Jiří, Ing. Kaše Martin, Klimentová Miroslava, Bc. Kočendová Jana, Kočí Pavel, Kohoutová Martina, Kolajová Marie, Ing. Kolouch Pavel, Konrad Aleš, MUDr. Kortusová Maria, Kostlánová Jitka, Kotyzová Ludmila, Krákora Vladimír, Králíková Jitka, Krátká Ivanka, Kropíková Marie, Křížová Martina, Kuběnková Lada, Ing. Kučera Pavel, Kučerová Ivana, Kučerová Ilona, Kudela Vojtěch, Kukula Jozef, Kuna Vratislav, Kuželíková Jana, Kymlová Jaroslava, Lacko Robert, Ing. Langová Soňa, Leskovský Ondřej, Ing. Majnušová Dagmar, Makovský František, Marečková Zuzana, Marková Zdena, Maršal Miroslav, Ing. Maršík Miloš, Martan Jan, Matoušková Irena, Mikeš Jaromír, Mlíčko Josef, Mrkáček Zdeněk, Mu-

sil František, Navrátilová Lucie, Bc. Nejtková Oxana, Němcová Helena, Němečková Jaroslava, Nobilisová Zita, Nováčková Věra, Mgr. Nutilová Janečková Magdalena, Otýs Miroslav, Ing. Panocha Vladimír, Papugová Hana, Ing. Penič Michal, Ing. Petráček Václav, Pilský Jiří, Pjosová Jana, Pokorná Ivana, Mgr. Polednová Jaroslava, Považaj Jan, Prchal Pavel, Procházka Roman, Ramešová Marcela, Rožnovská Jana, Ruiderová Jana, Ing. Ruschka Zbyněk, Ing. Řehák Jan, Dr. Řehková Ivana, MUDr. Sedláček Petr, Sedliaková Marcela, Slováčková Alena, Sternwaldová Květa, Stoklasa Jaroslav, Mgr. Straková Marcela, Suchá Petra, Suchánková Eva, Suk Petr, Ing. Süss Jaroslav, Šanda Daniel, Šašková Romana, Šejn Marek, Šejvlová Ivana, Ing. Šilhavík Jaroslav, Ing. Šmíd Petr,

Šmídová Iveta, Špatina Miroslav, Ing. Štolpa Miroslav, Štork Lukáš, Tauwinkl Michael, Telín Jindřich, Teterja Jiří, Tomašíková Jana, Tomeček Milan, Trašliev Ivan, Dr. Trašlievová Anna, Ing. Trojanová Radka, Třeštíková Lenka, Umlaufová Hana, Vašenková Hana, Vavrečka Jan, Vavřinová Jaromíra, Vetrík Jozef, Vetríková Alena, Ing. Vojáčková Eva, Vostrčil Václav, Vrbická Hana, Vydra Petr, Weithalerová Miluše, Wernerová Miluška, Winterová Marie, Zelený Tomáš, Ing. Zeman Marek, Zralá Šárka, Želinská Lenka, Žiak David, Žihlová Alena, Žoltak Štefan

* Publikována pouze kulatá jubilea počínaje třicátinami.



Rizika zmenšit neumíme, jejich dopady však ano...

Životní a úrazové pojištění

www.amcico.cz

Amcico

... protože život přináší riziko

Miloslav Horký

Podnikání je hlavně o změně myšlení

TEXT: Lucie Kettnerová | FOTO: Michael Kratochvíl





Bývalého učitele v sobě nezapře. V podnikání klade důraz na komunikaci a systematické vedení spolupracovníků. Nelituje ani zkušeností získaných prací s odsouzenými. „I po 15 letech strávených ve vězení se člověk může stát zemským ředitelem,“ říká s nadsázkou.

Proč jste se jako pedagog, kterého jeho práce baví, začal rozhlížet po jiném uplatnění?

Oba jsme s manželkou učili a finanční prostředky ve školství v té době nebyly zase tak zajímavé. Navíc jsem si uvědomoval, že ve školství nic neovlivním. Pokud chci více peněz, tak musím zestárnout, protože ve státní sféře se vše řídí tarify. Hledali jsme tedy, jaké by v našem okolí byly příležitosti. Základní kapitál jsme neměli, cestou investic jsme tedy jít nemohli. Manželka ale měla známou, která tehdy působila jako oblastní ředitelka OVB. Začali jsme se o toto podnikání zajímat a vyrazili jsme na první školení. Manželka šla 7. 7. 1997, já o týden později. Hned ze začátku se nám to zalíbilo a zcela jsme tomu propadli.

Po prázdninách jste tedy už do školy nenastoupili?

Přece jen tak rychlé to nebylo. Ještě první rok jsme museli mít dvě zaměstnání. Dopoledne jsme byli myšlením zaměstnanci a od pěti hodin, kdy jsme se vrátili ze školy, se z nás stali podnika-

telé. Věnovali jsme tomu i každou volnou sobotu a neděli. Po roce jsme si ale řekli, že už to tak dál nejde. Pokud chce člověk něčeho dosáhnout, tak se tomu musí věnovat na 100 %. První skončila manželka, odešla už v pololetí. Já jsem vydržel až do konce školního roku, protože

stal k 1. 11. 2009. Tah na branku byl silnější v závěru. Tato práce je postavena na komunikování s lidmi. Kvůli mé předchozí práci v nápravném zařízení v Horním Slavkově ale došlo ke zprerthání většiny mých vazeb. Ve Varech, po přestěhování, už jsem neměl žádné kamarády, přišli jsme

“

Říkali jsme si, že když budeme to, co jsme dělali pro někoho jiného, dělat pro sebe, tak neexistuje, aby nepřišel úspěch.

jsem měl na starosti organizaci maturit a podobně.

Nebáli jste se oba opustit místo? I když platy ve školství nebyly nikdy vysoké, přece jen školy byly, jsou a budou...

Říkali jsme si, že když budeme to, co jsme dělali pro někoho jiného, dělat pro sebe, tak neexistuje, aby nepřišel úspěch. Nikdy jsme si nepřipustili, že by to nešlo a že bychom třeba neuzívali děti. Já říkám: „Začíněj s myšlenkou na konec.“ Tehdy byl vrcholem v plánu kariéry zemský ředitel. Tak jsme si naplánovali, že budeme mít zemské ředitelství. A už ho máme.

A najednou se cíle posunují.

Je tam ještě senior zemský ředitel a super senior zemský ředitel.

Nikdy jsme tedy neuvažovali, že by to bylo jen na zkoušku.

On ani termín „podnikatel na zkoušku“ neexistuje, na to se živnostenský list nevzdává. My jsme v té době něco hledali a v OVB jsme to našli.

Jak strmá či klikatá byla vaše cesta v OVB?

V roce 1999 jsem byl obchodní vedoucí, za rok oblastní vedoucí, v roce 2004 jsem získal oblastní ředitelství, roku 2007 regionální ředitelství. Zemským ředitelem jsem se

vlastně do cizího města a své klienty jsme museli oslovovat mezi neznámými lidmi, kamarády našich dětí apod.

Přineslo vám získání některé pozice změnu, ať ve stylu práce nebo přístupu k ní?

Na školení jsem slyšel: „Na vyšší pozici se dostaneš, až když ji pochopíš.“ A je to tak. V duchu ale člověk žije tím, jaké to bude, až budu oblastní či regionální ředitel. Ale ono se nakonec zase tolik nezmění. Změnil se třeba mírně styl práce. Vlastní obchod trochu ustoupí do pozadí. Mně se líbilo v plánu kariéry, že buď můžu dělat obchod, nebo se zaměřím na budování struktury a budu podporovat své spolupracovníky. Zpočátku jsem kariérní plán nosil všude s sebou. Měl jsem ho na nočním stolku, vpisoval jsem do něj opravy a poznatky. Nosil jsem si ho do vany i na WC. Já jsem věděl, že nechci celý život dělat jen obchod. A osobně si myslím, že dělat současně obchody i management není ideální. Já si zvolil cestu vedoucího pracovníka. Ředitel velkého podniku také nepřijde k soustruhu a nezačne u něj zpracovávat součástku.

Kdo se teď stará o vaše klienty?

O klienty se nyní stará spíše manželka. Ze spousty z nich jsou už naši přátelé a kamarádi. Vždyť je vedeme celým finančním životem. Máme spoustu klientů například mezi lékaři, právníky a podnikateli. Pokud něco potřebujeme my, víme, že se na ně můžeme obrátit. Navíc je přínosné, že získáváme informace i z jiných oborů.

Souvisí to, že jste se více zaměřil na manažerskou práci, s vaší původní profesí učitele? Právě





on má ve své náplni práce hlavně vést a vzdělávat...

Asi na mně škola něco zanechala, hodně se na mně podepsala i služba v ozbrojených složkách, kde jsem postupoval až do vrcholných pozic. V člověku to asi nějak je, že chce vést a řídit lidi. Proto jsem si vybral právě tuto cestu. V předchozí



Myšlenky, které máme dnes, určují naši budoucnost.

práci jsem se setkal s lidmi, které normálně člověk nepotká. Seznámil jsem se díky tomu i s různými zvláštnostmi, a to vás pak už jen těžko někdo překvapí. Možná už můj život předpovídal, že jednou budu v OVB a budu zemský ředitel.

Jak se vám pracuje dohromady s manželkou?

Nám pracovat spolu vyhovuje. Kdyby to šlo, tak jsem třeba já zemský ředitel lichý týden a manželka sudý týden. My se

přes den rozběhneme každý jinam, každý má své povinnosti. Ale večer se sejdeme doma a můžeme si povídat o naší struktuře a tím vlastně i o naší rodině. My stále vymýšlíme, co ještě zlepšit. Je zajímavé, že nejlepší nápady přicházejí v jednu hodinu v noci. Když jste dva, tak prohry nejsou skoro nic a výhry jsou hezčí.

Do rozhovoru na chvíli vstupuje manželka Hana, která na setkání partnera doprovodila.

Když jsme učili, tak nás bavilo neustále vymýšlet nové metodiky a plány. Ve školství to máte ovšem stále za stejné peníze. Zatímco když školení vymyslíme v OVB a lidi správně naladíme, tak to nese ovoce a lidem se daří.

Co vašemu velkému pracovnímu nasazení říkaly děti?

Zpočátku jim to bylo trochu proti srsti, protože jsme na ně neměli tolik času. Po večerech a víkendech jsme chodili po klientech a budovali strukturu. Ale postupně to přijaly za své. Jedním z našich prvních partnerů bylo Amcico. Pamatuji se, že když jsme odněkud přišli, tak syn stál ve dveřích a ptal se: „Máte to Amcico?“

Děti si musely o OVB samy říct. Dcera nejprve odjela pracovat do Anglie a Spojených států jako au-pair. Z Washingtonu nám pak volala a říkala: „Já myslím, že vy děláte hodně. Ale lidé v Česku nevědí, co to je, dělat hodně. Tady v Americe se musí opravdu pracovat.“ Když se vrátila, nastoupila do zaměstnání. Vydržela tam asi tři dny a zjistila, že to není nic pro ni. Pak se teprve rozhodla pro OVB.

Syn v zaměstnání vydržel půl roku, pak také začal pracovat

s námi. Máme to rozdělené tak, že dcera je pod manželkou a syn po mě mnou.

Švagr byl v té době šéfem Barum Continental pro Karlovy Vary. I on po nějaké době přišel a říkal: „Já jsem stále na stejném místě a vy se pořád někam posouváte.“ Pak se zapojila i švagrová a neteř.

Kdo vás v podnikání nejvíce ovlivnil?

Začínali jsme pod oblastní ředitelkou paní Zdenkou Zouha-

rovou, které jsme velmi vděční za to, co nás naučila.

Nyní spadáme pod super senior zemského ředitele pana Žemličku. I díky němu se nám podnikání tak líbí. On do něj přinesl filozofii úspěchu. Naučil nás dívat se na podnikání jinak. Nejen jako na vydělávání peněz, ale z pohledu úspěchu – pokud budeš úspěšný, peníze přijdou vždycky. A to „vtloukáme“ do hlavy i svým spolupracovníkům. Pokud upřednostníte peníze, tak to bude špatné. Pak vás dokáže kdokoli přeplatit. Že to děláme s manželkou, nás inspirovala senior zemská ředitelka paní Hanka Slezáková, která je také středoškolská učitelka a také podniká s manželem.

My se také snažíme ovlivňovat naše kolegy. Pokoušíme se jim vysvětlit, proč chtějí podnikat. Jim se nastaví finanční termostat v hlavě na současně příjmy a oni ani nevědí, co by vlastně chtěli. Nemají své sny, nevědí, co to je úspěch. Každý sen totiž stojí peníze. Podnikání je hlavně o změně myšlení. Ti, kteří to dokážou, jsou pak úspěšní. Ti pak vyjždějí nahoře na ranglistech.

Jaké budou vaše další kroky v podnikání?

Myslel jsem si, že nikdy nebudu podnikat v zahraničí, protože stejně jako většina mé generace neumím jazyky. A najednou... Protože máme šikovné spolupracovníky, tak přes oblastního ředitele pana Svobodu podnikáme na Ukrajině, kde jsme nejúspěšnějším ředitelstvím. Přes oblastního ředitele pana Hegenbartha začínáme podnikat ve Španělsku, snad se rozjede Rusko, které připravuje paní Martina Malá...

Jak nejraději relaxujete?

V čase před OVB jsem hodně četl, jezdili jsme na lyže. Ale míra vašeho úspěchu se odvíjí od toho, kolika věcí jste schopni se vzdát. Takže chce-li být člověk hodně úspěšný, tak se hodně věcí musí vzdát. Naším koníčkem se stalo OVB. Ale samozřejmě je nutné relaxovat. A já mám rád auta. Takže rád autem jezdím a rád si je kupuju. Protože s přibývajícím věkem si musím více hlídat váhu, rozhodl jsem se něco pro sebe také dělat. Běhat mě ale moc nebaví, tak jsme s manželkou začali hrát golf. Je to krásné, když existujete jen vy, zelená tráva a bílý míček. Při tom nemyslíte na nic jiného a vyčistíte si hlavu. Líbí se mi i etika golfu, kde se dobrovolně

dodržují pravidla. To mně připomíná naši práci v OVB. A co se týká cestování, to nám splnilo OVB vrchovatě. ■



Mgr. MILOSLAV HORKÝ

Narodil se v Karlových Varech. Vystudoval střední průmyslovou školu strojnickou v Ostrově. Pak mu rozum říkal, aby nastoupil základní vojenskou službu. Jakmile prošel branou kasáren, věděl, že to byla největší chyba jeho života. Po vojně se přihlásil na pedagogickou fakultu v Plzni, obor fyzika a základy průmyslové výroby. Po škole rok učil, ale protože v Karlových Varech nesehnal byt, oblékl na 15 let uniformu a pracoval na oddělení přímé práce s odsouzenými v Horním Slavkově. Po roce 1993 se vrátil do školství, kde zastával pozici zástupce ředitele. V roce 1998 učitelskou dráhu definitivně opustil a věnoval se jen OVB. S manželkou Hanou má dceru Hanku (27 let) a syna Petra (29 let), všichni rovněž působí v OVB.



Naučme se znát svého zákazníka díky CRM

TEXT: Martina Suchá, Marketing & Media | FOTO: archiv

Budování vztahů vyžaduje čas a úsilí. Vytvoření dlouhodobého vztahu, ve kterém nechybí touha ani vášeň, není bez překážek. A marketéři toto všechno vědí mnohem lépe než kdokoli jiný. Jejich hlavní úsilí spočívá v hledání nových způsobů, které jim pomohou lépe porozumět zákazníkům. Porozumění a dokonalá znalost spotřebitelů je totiž základním klíčem k upevnění loajality a oddanosti znače.

V době, kdy jsou zákazníci stále šetrnější, marketing spočívá především v porozumění, přesném zacílení a interakci. Cestou k tomu všemu je právě CRM (customer relationship management – řízení vztahů se zákazníky), strategie, která může zajistit společně vyšší zisky a zároveň jim pomoci budovat důvěru a loajalitu díky kompletnímu porozumění zákaznickým potřebám a preferencím.

Strategie šitá na míru

Proč je CRM pro korporace, zejména pak v dnešní době, tak důležitý? Vztah se zákaz-

níkem bude efektivní nebo neefektivní podle toho, jak kvalitní informace o něm máme a jak je umíme využít. Budeme-li mít správné informace, pak nabídneme zákazníkovi správný produkt nebo službu ve správnou chvíli. Výsledkem bude větší úspěšnost našeho obchodního úsilí.

Největší výzvou v marketingu je vytvoření kvalitních klientských databází, na základě kterých je následně možné přesně cílit konkrétní obchodní nabídky šité na míru danému zákazníkovi. Dnešní možnosti direct mailu mají téměř neomezené možnosti personali-

zace, čímž lze jednotlivé zákazníky oslovit i s individuální nabídkou v rámci hromadné korespondence. Proto se velká část firem koncentruje na CRM.

S pomocí CRM je možné řídit nejen proces prodeje produktu zákazníkovi, ale také následný servis. CRM používají jak obchodníci, tak pracovníci telefonních center, pracovníci servisních oddělení a další. Ať už zákazník zavolá komukoli ve firmě, bude překvapen šíří informovanosti a rychlostí vyřízení svého požadavku. Ve světě ho využívají ty největší společnosti – vzpomeňme například Unilever,

Procter & Gamble nebo O2. V České republice ho nedávno začal využívat například Hyundai Motors. Prozatím ale představuje Česká republika vysoký potenciál pro aplikaci systémů CRM.

Hlavní výhody CRM

CRM vyžaduje nemalé počáteční investice. Pro firmy systém ovšem představuje nejen zvýšení úspěšnosti v obchodních příležitostech a zvýšení zisku, ale zároveň společností umožňuje získat nové zákazníky, vybudovat u nich loajalitu a zvyšovat jejich spokojenost. Kromě toho

”

Vztah se zákazníkem bude efektivní nebo neefektivní podle toho, jak kvalitní informace o něm máme a jak je umíme využít.

CRM umožňuje sledovat efektivitu obchodních příležitostí a dalších ukazatelů.

Jak CRM funguje

CRM sbírá veškerá data o zákaznících (název, sídlo, adresy, telefony, faxy, čísla bankovních účtů, údaje o obratu, organizační strukturu, a mnoho dalších), nesoustředí se ale pouze na osobní údaje. Zaznamenává také veškerou aktivitu, kterou zákazník směřoval ke společnosti. V databázi vede telefonáty se zákazníkem, schůzky, e-maily a jeho požadavky.

Marketingové využití CRM

CRM pomáhá rozvíjet nejen existující obchodní vztahy, ale také vytvářet obchodní vztahy nové. Ty mohou začít vytvořením databáze potenciálních zákazníků, které je možné formou marketingové kampaně oslovit. Pomocí CRM lze kampaně řídit, zvolit vhodný marketingový kanál (dopis, e-mail, telefonát) a potenciálního zákazníka kontaktovat. V případě jeho zájmu se začíná rozvíjet reálná obchodní příležitost a potenciální zákazník se stává reálným zákazníkem. V procesu řízení obchodní příležitosti shromažďuje CRM další důležité informace, které pomáhají pochopit potřeby a specifika zákazníka. Tyto informace jsou zachyceny prostřednictvím záznamů ze společných schůzek, telefonátů, e-mailů a dalších aktivit. Tím je zajištěna informovanost všech zainteresovaných obchodníků na dané obchodní příležitosti.

CRM se také snaží určitým způsobem automatizovat činnosti, a tím snížit nároky kladené na lidský potenciál. Příkladem může být příjem telefonního hovoru, který je okamžitě následován automatickým zobrazením informací o volajícím, nebo příjem e-mailu od zákazníka, jenž vyvolá automatický zápis příslušného záznamu do databáze. CRM není omezeno na určitá odvětví podnikání. Uživatelé se mohou stát společ-

nosti jak z odvětví strojírenského průmyslu, tak finančního sektoru, farmaceutického průmyslu nebo společnosti zabývající se poskytováním služeb a mnohé další.

Rada firem chápe CRM pouze jako management kontaktu se zákazníkem, ovšem to je pouze malá součást řešení. Jedná se o komplexní přístup, jak lépe komunikovat se zákazníkem.

CRM ve finančním sektoru

Objem znalostí o vztazích se zákazníky v současných společnostech stále roste, ačkoli využití těchto znalostí nenarůstá stejnou rychlostí. S určitostí je možno říci, že vítězi se stanou ty firmy, které jsou schopny efektivně využívat dostupných znalostí. Zde převažuje otázka přístupu k řízení vztahu se zákazníky nad pouhým využíváním informací.

Pro společnosti většinou není problém, že by neměly dostatek informací. Obecně se ale stává, že znalosti jsou útržkovité, nejsou dostupné v použitelné formě a často není ani zájem o jejich využití. Zcela zásadní je schopnost a záměr znalosti použít. Ty by měly být užity pro podporu obchodních příležitostí, ale tím jejich užitečnost zcela jistě nekončí.

CRM napomáhá splnit obchodní cíle a poskytuje nám databázi stávajících klientů, u kterých byl objeven možný potenciál. Měli bychom proto tohoto potenciálu využít, a přinést tak společnosti kýženou přidanou hodnotu. Vždy je důležité určit typ kampaně, náš cíl v kampani, cílovou skupinu a v neposlední řadě nabízený produkt. Dále se stanoví očekávaná aktivita, časování kampaně, pozitivní výsledek. V CRM databázi tak můžeme vidět počet klientů přidělených ke kontaktování a jednotlivé záznamy o obchodních výsledcích vykonaného oslovení. Do kampaní lze zaznamenat finální prodejní výsledek, tzn. prodej či definitivní odmítnutí, záznam o schůzce, plánování další schůzky či reakce klienta.

CRM je filozofie

Péči o klienta musíme žít. Jde o změnu myšlení, postojů. Když něco děláme, představme si, že jsme sami klienty, a položme si otázku, zda bychom za to zaplatili. Pokud ne, hledejme důvod, proč to děláme. Pokud ho najdeme, představme si, co by se stalo, kdybychom to nedělali. CRM není pouze technologie, ale změna filozofie společnosti tak, aby byl důraz kladen na zákazníka, což se pro společnosti jeví obzvláště v období ekonomického zpomalení jako klíčové. Plánování CRM vyžaduje, aby značky přemýšlely o počtu charakteristických skupin zákazníků a našly způsob, jak vzájemně rozvíjet one-to-one komunikaci. CRM by se tak mělo stát pokročilým nástrojem, který pomůže udržet zákazníky a zároveň zajistí loajalitu znače.

Všeobecně zde však existuje jeden problém, a tím je interní komunikace. Uvědomění si, že řešení se musí „prodat“ i uvnitř společnosti. Lidé uvnitř organizace musí umět řešení „prodat“ svému managementu i podřízeným. Často se bohužel stává, že CRM nefunguje právě kvůli nedostatečné komunikaci mezi lidmi, kteří mají na starosti strategii společnosti, a těmi, kteří se starají o CRM. Zní to tak samozřejmě, ale pokud se podaří dosáhnout vzájemné komunikace, značka, která to dokáže, bude mít největší konkurenční výhodu. Podmínkou je

ovšem správné využití dat a relevantní, dobře cílená osobní komunikace. CRM pak může být dokonalým nástrojem pro rozvinutí emocionálního vztahu v takové míře, o jaké firmy dříve ani nesnily. ■



NA CO V CRM PAMATOVAT

Musíme si uvědomit, že zákazníci:

1. jsou kritičtí a přemýšlí o všem, co kupují;
2. stále více šetří a jsou stále více marketingově vzdělaní;
3. téměř 30 % z nich má nepříznivý pohled na reklamu;
4. mají vzrůstající povědomí o zboží a službách, které se dají koupit on-line a off-line;
5. mají sofistikovaný pohled na to, co reprezentuje hodnotu v dlouhodobém měřítku;
6. ovládají srovnávání cen, nejprve hledají zboží na internetu;
7. požadují vysokou úroveň služeb, a pokud ji nedostanou, přejdou ke konkurenci;
8. stále tížeji dosahují uspokojení svých potřeb, jsou méně loajální, méně důvěřiví a více vyjadřují svou nespokojenost.

Co prozradil výzkum z databáze Claydon Heeley

Databáze Claydon Heeley mezi 1200 zákazníky ve Velké Británii provedla výzkum, který měl zjistit, jak si spotřebitelé cení deseti vedoucích značek na britském trhu (Barclays, Boots, British Gas, BT, easyJet, Google, Lloyds TSB, Marks and Spencer, MBNA a Post Office). Účastníci výzkumu měli určit, jak moc si vážící značky (ve smyslu, jak jsou se značkou ve spojení) a jak moc značku milují (založeno na podpoře, kterou značky vynaloží, aby se k nim zákazníci vrátili). Výzkum ukázal, že ačkoli některé značky dosáhly vysokých čísel, co se hodnoty týče (přes 70 % získal Google), žádná ze značek nedosáhla vyššího skóre než 30 %, co se týče náklonnosti a oddanosti značce. Navzdory solidním výsledkům, které se týkaly propojení značky a zákazníků, všechny společnosti selhaly, co se týče podpory od jejich zákazníků, kteří jsou přitom živoucí základnou značky. Realita ukázala, že spojení se značkou je součástí běžného života zákazníků, ale většina značek podceňuje zásadní metody, jak dostat od zákazníků zpětnou vazbu, což právě CRM umožňuje.

SEGMENTACE pro efektivní komunikaci

TEXT: Jan Matoušek, marketingový analytik, specializace datamining a průzkum trhu | FOTO: Profimedia

Již po mnoho let je segmentace jednou z neúčinnějších technik pro řízení komunikace se zákazníky. Umožňuje společnostem doručit vhodná sdělení a relevantní produkty těm správným zákazníkům. Nahlédněme nyní pod pokličku analytickým týmům, jak se taková segmentace vlastně dělá.

Segmenty místo průměru

Firmy obvykle začínají s řízením zákazníků na individuální úrovni nebo zvolí jako první řešení masovou komunikaci. Jak společnosti rostou, vycházejí najevo omezení daná oběma přístupy. Individuální poznávání zákazníků je pracné a nákladné. Masová sdělení jsou zase příliš všeobecná, takže jejich efektivita má své hranice. Manažeři postupem času přestanou být spokojeni se svými výkazy průměrů za celou zákaznickou bázi, protože začnou tušit, že získávají jen průměrnou znalost zákazníků.

Skutečnost, že mezi zákazníky jsou lidé s naprosto odlišnými potřebami, se kterými je efektivní komunikovat různými způsoby, vede v další fázi růstu firmy k potřebě segmentovat zákaznickou bázi. Management v segmentech získá srozumitelné celky s diferencovanými potřebami, o kterých ví, jak na ně komunikačně reagovat.

Rozděl a panuj

Segmentace tvoří střední cestu mezi individuální péčí a masovými kampaněmi, zasahujícími každého a všude. Segmentační přístup k zákazníkům je v amerických zdrojích často označován termínem „rozděl a panuj“. Namísto nevyhraněné báze dat totiž získáme „managovatelné“ celky, které mají svůj vyhraněný charakter. Marketingoví analytici zákaznickou bázi rozdělí a strategové poradí, jak zacházet s každým segmentem. Segmentační tým pak vyjádří pro každou vytvořenou skupinu zákazníků minimálně tyto charakteristiky:

- Vhodné způsoby oslovení
- Vhodné produkty
 - Komunikační sdělení – na míru životnímu stylu
 - Hodnotu zákazníka pro váš obor
 - Způsob používání vašich služeb
 - Odhad budoucího potenciálu
 - Progresivitu zákazníků

Pokud vyčleníme například progresivní segment, je nasnadě, že k němu přiřadíme pokročilé služby. Rozesláním marketingových materiálů o progresivních produktech jen na tuto skupinu dosáhneme několikrát vyšší návratnosti než u jiného segmentu. Naopak konzervativní zákazníci je nutné vynechat z komunikace příliš riskantních a pokročilých finančních produktů.

Podle segmentů je vhodné volit také komunikační kanály. Zatímco mladý

progresivní člověk nepohrdne e-mailem či MMS zprávou, tradičním zákazníkům vyhovuje oslovení po telefonu a pečlivé vysvětlování.

Koho segmentovat – populace známé i neznámé

Nejlépe umíme obvykle segmentovat zákazníky, kteří tvoří naši zákaznickou základnu. O vlastních zákaznících máme většinou mnoho údajů, zatímco o zákaznících konkurence či o lidech, kteří na náš trh vůbec nepatří, toho víme málo. Segmentovat můžeme ovšem obě skupiny, jen na odlišných úrovních a jinými prostředky. Segmentace stávajících zákazníků bývá prvním segmentačním krokem, který se firma rozhodne udělat. Je to logické. Zákazníci využívají služeb vaší firmy, a proto je třeba vědět, jak ke kterému z nich přistupovat. Kromě individuální péče potřebují firmy většinou přesně cílit přímý marketing a právě tady je segmentace nejsilnějším nástrojem.

Potenciální zákazníci se obvykle segmentují na jednotlivé regiony a z hlediska konkurenčních produktů. Zdrojem takové segmentace může být marketingový výzkum nebo, u nás stále vzácné, sbírání účtů od zákazníků. Některé údaje také poskytuje za úplatu statistický úřad.

Vybrat správný rozměr

Desítky let chodíte do kina, kde má plátno dva rozměry, výšku a šířku. Novinkou je trojrozměrný obraz. Segmentace mají ovšem obvykle 4 až 10 rozměrů, podle počtu proměnných, které jsou v jádru segmentace. Nejjednodušší jednorozměrná segmentace je pouhým začátkem, kdy se obvykle díváme jen na útraty či marži zákazníka. Když přidáme další proměnné, hovoříme už o mnohorozměrné segmentaci. Segmentace samozřejmě nemůže obsahovat všechny dimenze, které obchod řeší, protože by ji to zcela rozměnilo. Podstatný je tedy výběr segmentačních proměnných. Úspěšné segmentační týmy se nebojí zanedbat spoustu informací a segmentovat podle několika podstatných charakteristik. Podívejme se nyní, podle čeho má smysl segmentovat.

Je nasnadě všimnout si před celkovou segmentací, kolik zákazníci utrácí. Získáme tak hodnotovou segmentaci, kdy víme, kteří „zlatí“ zákazníci nám přinášejí nejvíce zisku. Nedožvíme se však nic navíc, takže nevíme, jak se svými zlatými zákazníky komunikovat, pouze intuitivně tušíme, co řeší za potřeby a jací asi jsou. Je proto vhodné se postupem času propracovat k segmentaci podle chování a potřeb zákazníků.





Potřeby zákazníka

Potřeby zákazníka musí být v centru dění všeho, co firma dělá. Zákazníci totiž představují



peníze, tj. krev v žilách organizace, a je nutné respektovat jejich potřeby.

Je v tom však jeden háček: obvykle nemáme v databázi přímo, co zákazník potřebuje nebo jaký je jeho životní styl. Co obvykle najdeme ve firmách, jsou data o transakcích, nakoupených produktech a účtech. Získat z těchto informací představu o zákazníkovi je umění i vysoká matematika. Obvykle je nutné zamyslet se nad faktory, které vedou k nákupu produktů. Segmentační tým si tak klade otázky:

- Jakou potřebu produkt aktivovaný u zákazníka řeší?
- Jaké jsou související potřeby?
- Kolik je zákazník ochoten za svoji potřebu utratit?
- Řeší svou potřebu tradičně, nebo inovativně?

Výzkum, nebo provozní data? Obojí!

Výzkumné agentury v segmentacích obvykle vybrousí své závěry a vhledy do vysokého lesku. Přinesou údaje o rodině a životním stylu zákazníků, mnoho se dozvíme o tom, jak zákazníci tráví čas a jaké mají potřeby. Slabou stránkou těchto segmentací je, že je nemůžeme spojit s uživatelskou databází a nedovedeme tak adresovat marketingovou komunikaci přímo ke konkrétním členům segmentů.

Použití výzkumné segmentace je ponecháno v rukou mediálních plánovačů, kteří pomocí kombinací médií jen míří do daných segmentů na základě toho, co kdo čte nebo sleduje.

Praktičtější, ale také pracnější, je segmentovat na základě dat z databázi zákazníků a jejich transakcí. Tento postup zaručuje, že o každém zákazníkovi budeme přesně vědět, do jakého segmentu patří, a budeme s ním moci přímo komunikovat. Úlohou výzkumu pak zůstane popsat a profilovat již vytvořené segmenty a přidat k nim to, co z provozních dat nevyčteme. V tomto případě je segmentace téměř dokonalá, protože máme jak segmenty, tak jejich výzkumné profily. Jinými slovy víme, co konkrétní zákazník kupuje, z jakého je segmentu, jaké má potřeby a, s trochou nadsázky řečeno, i jak to vypadá u něj doma.

Úloha zadavatele

S cíli segmentace si mnoho společností hlavu neláme. Nejednou analytický tým dostane zadání „nějak to nasegmentovat“. Klient má jen částečnou pravdu, když předá „segmentační“ firmě takovéto mlhavé zadání. Zkušení analytici určitě vědí, jakou matematickou metodu použít, málokdy však znají cíle společnosti pro následující roky. Výsledkem takového zadání obvykle je, že to „nějak bude fungovat“, ale draze outsourcovaná firma nezaručuje vhodnost

pro všechny účely. Výhodné je proto sdělit, zda se segmentace bude používat pro komunikaci produktů, či pro celkové programy rozvoje vztahů se zákazníky.

Ideálním postupem je sestavit vlastní tým, do kterého firma sežve vedle statistiků a expertů i interní zástupce byznysu, tedy budoucí uživatele segmentace. Oni poté rozhodnou, jak se segmentace bude používat, takže se musí cítit součástí týmu, který má na tuto strategickou úlohu vliv.

Management a segmentace

Zdalo by se, že úspěch segmentačního projektu závisí pouze na obrylených analyticích, kteří projekt dělají svými rukama. Opak je ale pravdou. Segmentační projekty jsou úměrně závislé na podpoře vedení. Dobrý segmentační tým udělá všechno pro to, aby přivedl členy vedení alespoň na strategické schůzky ohledně segmentace. Důležitou úlohou je přesvědčit vedení, aby segmentační projekt nesmetlo se stolu, případně neodsunulo jeho použití do nedohledné budoucnosti.

Použití segmentace

Již při první prezentaci bývá jasno, že segmentace přináší poznání zákazníků a vhled do jejich potřeb. Správný management však touží spíše po „akčních znalostech“, tedy po praktickém využití informací, než po prezentacích segmentace hýřících barvami a nápady.

Důležitá část segmentačního procesu proto nastane až po samotném rozsegmentování zákaznické báze. Management může přímo určit osoby zodpovědné za dané segmenty a ty pověřit péčí o segment, volbou strategie a případnou záchranou „zbloudilých oveček“ ze svého segmentu. Určitě by měl požadovat kompletní, jasné strategie pro řízení segmentů, a tak segmentaci vdechnout život a akční sílu. Nakonec se to vždycky vyplatí. ■

TEXT: Jan Matoušek | FOTO: Profimedia

Cross-selling známý i neznámý

Cross-selling neboli křížový prodej je jedním z nástrojů dobrého prodejce a finančního poradce. Ačkoli se s tímto termínem setkáme nejspíše na produktovém školení, není tak nový, jak by se zdálo. Připomínáme a dáváme informace do souvislostí.



”

Cross-selling je prodej dalších produktů a služeb stávajícím klientům na stávajících trzích.



Jak prodávat křížem

Použití cross-sellingu vždy svědčí o obchodním duchu společnosti. Pokud vám stánkař nabídne k salátu i rajčata, věřte, že dobře ví, co dělá. V minutě zvážil vztahy mezi produkty a vytvořil si profil vaší spotřeby. To vše bez počítače a formálního vzdělání. Podívejme se, jak můžeme jít ještě o krok dál a podobnou věc provádět i ve světě finančních produktů, ať už pomocí databázového marketingu či tváří v tvář klientovi. Cross-selling je prodej dalších produktů a služeb stávajícím klientům na stávajících trzích. Obvykle je potřeba prodat dodatečný produkt někomu, kdo už nějaký produkt od nás má. Důraz se přitom klade na provázanost takového prodeje s prvním produktem.

Cross-selling a konzultační prodej

Potřeby zákazníka

Jakýkoli konzultační prodej musí začínat vždy analýzou potřeb zákazníka. Musíme znát jeho historii, současný rodinný stav a rodinné plány. Pokud je to relevantní, můžeme se u finančních produktů zeptat na plány až do důchodu a na klientovu představu budoucího zajištění. Zjišťujeme i ochotu riskovat a potřebu jistot.

Z pohledu prodeje finančních produktů bývá účinná také analýza celých rodinných financí. Už na první pohled je to situace jednoznačně zvyšující šance na cross-selling, protože najednou obsluhujete několik zákazníků v různých životních situacích, různého věku s různými riziky. Šance na prodej se tak automaticky zvýší, počet vhodných kombinací vzroste několikanásobně.

Skloubení rodinných plánů a finančních produktů jednoznačně uspokojuje zákazníky a vytváří nové příležitosti. V druhém kroku je potřeba zajistit, aby rodinné finance nebyly

Zásady křížového prodeje

Každý prodejce, a tedy i finanční poradce, má své metody. Jen pro pořádek si připomeňme i ty z nich, které platí univerzálně, téměř vždy a všude:

- **Zkuste to přirozeně:** Některé příležitosti cross-sellingu se objeví, jakmile zákazníkovi řeknete, že existují produkty, které vhodně doplňují jeho portfolio.
- **Vycházejte z potřeb zákazníka:** Produkty jsou tu pro klienta, nikoli klient pro produkty. Prvním krokem je tedy zjištění životní a finanční situace klienta. Ptejte se, jaké finanční produkty má a jaké má plány do budoucna. Sám vám pak může svěřit svou finanční situaci.
- **Nabízejte relevantní nabídky:** Nezahlťte svého zákazníka příliš mnoha návrhy a nabízejte pouze to, co je vhodné. Pokud prodáváný produkt vhodně doplňuje produkt původní, máte daleko větší šanci uspět.
- **Expertí a zákazníci doporučují:** Pokud váš produkt doporučují expertí nebo si ho berou ostatní zákazníci, nezamlčte to! Můžete zmínit také fakt, že zákazníci s produktem A si berou téměř vždy produkt B. Nebo že váš přítel osobně důvěřuje produktu C.
- **Nezanedbejte časování:** U finančních produktů sledujte, v jaké fázi vývoje je zákazník. Řeší první bydlení, nebo důchod? Pokud je zákazník zklamán svými dosavadními finančními produkty, nic není ztraceno – nastala dokonalá chvíle, kdy mu prodat lepší produkt.
- **Zkuste balíčky produktů:** Možná existuje balíček služeb, který přesně odpovídá potřebám klienta. Zkuste nabídnout balíček jako první možnost. Pokud balíček neexistuje, sestavte ho na míru klientově životní situaci.

ohroženy vnějšími vlivy, jako je nemoc, smrt a platební neschopnost. Rodina má pro cross-selling nesmírný potenciál.

Souvislosti

Druhým krokem po zjištění rodinné a osobní situace je analýza stávajících produktů u klienta. Zkušený finanční poradce už obsloužil stovky klientů, může tedy čerpat ze souvislostí, které má ve své paměti. Pouhé oznámení, že k jednomu produktu si lidé často berou jiný produkt, již obsahuje všechny nástroje cross-sellingu, které si vyjmenujeme:

- Analýza potřeb a zařazení zákazníka
- Analýza souvislostí mezi produkty
- Aplikace na konkrétní klienty

Z výše uvedeného seznamu je zřejmé, že cross-selling je denním chlebem většiny prodejců služeb, protože získání nového zákazníka bývá obvykle náročnější než rozvoj zákazníků stávajících.

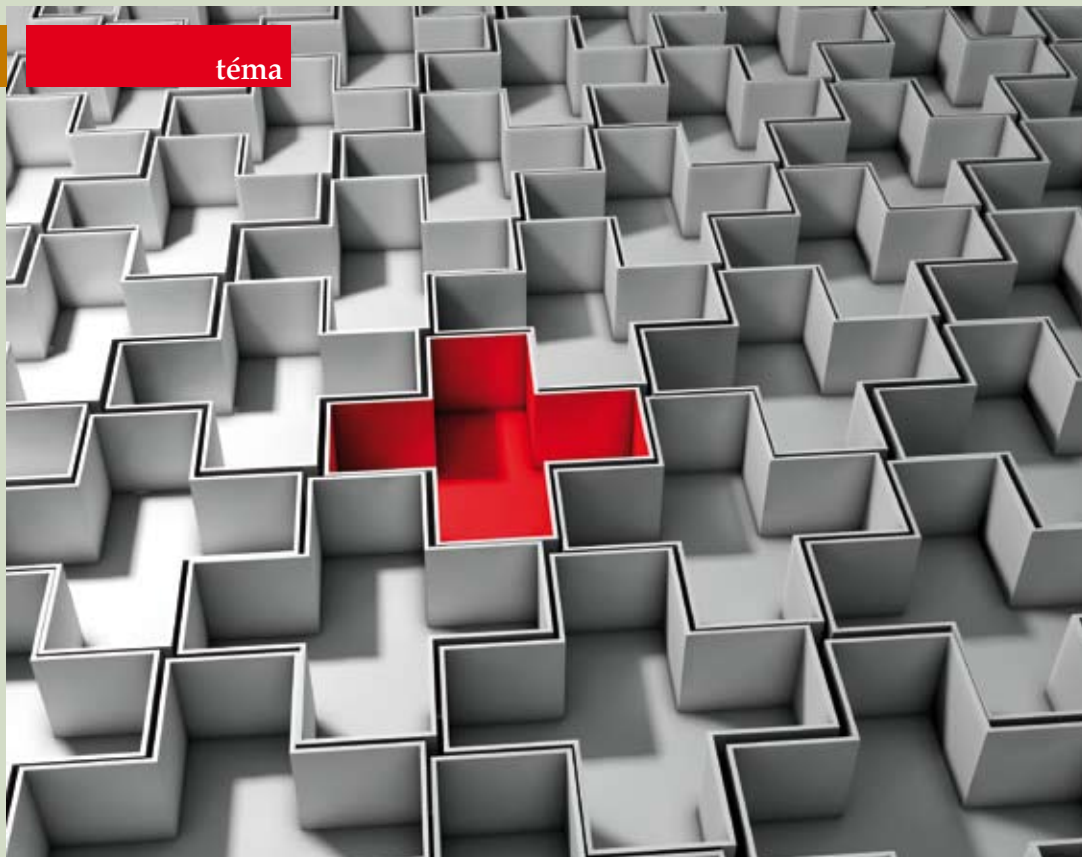
Mistři od hamburgerů

Jedni z největších mistrů v up-sellingu a cross-sellingu pracují v McDonald's. Kterémukoli obchodníkovi a marketérovi stojí McDonald's za návštěvu. Prodejce v McDonald's, ať mu je 15 či 55 let, málokdy udělá chybu. Nabídne vám vždy vhodný doplněk k tomu, co právě objednáváte (cross-selling) anebo alespoň o něco větší porci (up-selling).

Databázový up-selling

Mimo osobní prodej se cross-selling nejčastěji používá v databázovém marketingu. Zkušenosti, které finanční poradci sbírají roky, se mohou objevit jako na dlani, pokud čerpáme z databáze minulých transakcí.

Databáze jsou silným pomocníkem pro centrálně řízený cross-selling. Databázový marketér může dělat totéž co obchodníci, ale pro tisíce zákazníků najednou. Znalosti akumulované



v zákaznických databázích představují zkušenosti stovek prodejců a tisíců klientů. Stejně jako u osobního cross-sellingu je důležitým krokem zjistit, jaké produkty se dobře doplňují. Nad databází se pak vytvoří model afinity čili pravděpodobnosti nákupu důležitých produktů. Tento model přiřadí každému zákazníkovi pravděpodobnost nákupu produktu. Také je možné vytvořit model, který řeší všechny vztahy mezi všemi produkty najednou. Osobní poznání zákazníka pak nahradí analytická profilace zákazníků a doporučení jsou distribuována centrálně, pomocí všech metod přímého marketingu.

Modelujeme vztahy

Pokud máme znalosti o nákupech zákazníků, umožňuje nám to o desítky procent úspěšnější prodej než při nabízení produktů bez těchto znalostí. Dovedete si představit, že nabííte rolls-royce někomu, o kom nevíte, jaké měl předchozí auto? Trefíte se v jednom případě z milionu. A co když víte, že jezdí v jaguaru? Tato informace nám přinese několikanásobně větší pravděpodobnost prodeje.

Stovky vztahů

Pokud prodáváte deset základních finančních produktů, je možné, že si pamatujete pět nejsilnějších vztahů mezi nimi. Marketingový analytik však dokáže spočítat všech devadesát kombinací s dvěma produkty a tisíce kombinací mezi třemi a čtyřmi produkty. Pomocí matematického modelu dokáže cílit každý produkt na zákazníky, kteří koupili nějaký z jeho logických „předchůdců“. Navíc vyčíslí pravděpodobnost, s jakou budou produkty na sebe navazovat. Na základě vylepšeného cílení zákazníků můžete také do vztahu se zákazníkem více investovat, protože váš čas bude několikanásobně efektivněji využit.

Při prodeji přes web či při cílení zákazníků z databáze se vyplatí pro cross-sell vyvinout speciální modely téměř vždy. Populární metodou je takzvaná „analýza nákupního košíku“. Tato analýza dělá přesně to, co její název slibuje. Nahlíží lidem do pomyslných nákupních košíků a sleduje, co kupují zároveň. Když si model prohlédne tisíce nákupních transakcí, zjistí, které položky jdou nejčastěji

k sobě. Internetový obchod Amazon byl jeden z prvních, který nabízel „související produkty“. Zcela jasně také uvádí, že jde o cross-sellové typy slovy: „Zákazníci, kteří si koupili tuto položku, si koupili také...“ Za těmito slovy následuje seznam nejčastěji kupovaných položek s položkou, která právě přibyla v košíku. Stejná pravidla a posloupnosti zajisté naleznete i v kategorii finančních produktů. Možná se dočkáme e-shopů s finančními produkty, kde k penzijnímu připojištění okamžitě naskočí vhodný doplňkový produkt. Stejně jako na Amazonu zákazníkovi robot nabídne nejsilnější související finanční „hit“. Zvítězí tak obě strany – zákazník nebude muset sáhodlouze hledat a porovnávat doplňkové produkty a finanční instituce prodá výrazně větší objem.

Up-selling – Ještě vyšší prodej

Od příspěvku 500 Kč na důchod je dlouhá cesta po mohutné investiční aktivity. Správný finanční poradce hledí při prodeji nejen na to, jaký produkt vhodně doplní klientovo portfolio, ale také aby klientovy produkty neztrácel nastoupenou úroveň a zvyšovaly hodnotu pro klienta i pro prodejce.

Cross-selling má ještě větší smysl s nerozlučně provázanou metodou zvanou up-selling. Zatímco cross-selling prodává související produkty, u up-sellingu je cíl jediný – zvýšit hodnotu zákazníka. Hodnotu zde chápeme samozřejmě v marketingovém slova smyslu. Up-sellingem umísťujeme zákazníka na co nejvyšší úroveň prodávaných produktů či služeb. Často se také hovoří o upgradu či rozvoji zákazníků. Pokud je potřeba zákazníka dovedět k přechodu na vyšší úroveň, mluvíme také o edukaci zákazníků nebo trhu. Z obvyklých produktů přivádíme zákazníky na ty exkluzivní a finanční poradce či jiný prodejce při tom obvykle netratí.

Použití cross-sellingových technik

Pokud již máme cross-sellingovou strategii a změřené vztahy mezi produkty, nezbyvá než jim vdechnout život každodenním používáním. Zcela nasnadě je použití pro zásilky, telemarketing a podobně, čili na adresnou, přímou marketingovou komunikaci. Pravidlo pro im-

“

Nový prodej nesmí ohrozit stávající vztah se zákazníkem.

plementaci může být například, že každý, kdo objednal produkt A, dostane nabídku produktu B, protože produkty A a B souvisejí v polovině případů. Je také potřeba školit prodejce pro prodej nejsilnějších kombinací produktů. Několik silných vztahů by měl mít prodejce v hlavě, zbytek na papíře.

Pokud má firma produktový web, kreativní tým vymyslí, jak implementovat cross-sellingové techniky na web. Často se související produkty objevují přímo u vybíraného produktu, což je obzvláště účinné. Související produkty či informace o nich je také možno vhodně přeskupit v prodejních, fyzických či internetových. Setkáváme se i s produktovými mapami či rozhodovacími stromy, které tvoří navigaci pro prodejce nebo přímo pro zákazníka. Sám zákazník tak může vidět souvislosti a procházet logickými křížovatkami. Dokonalé je, že pak cross-sellingovou práci dělá zákazník prakticky sám.

Rizika cross-sellingu

Cross-selling má i své háčky, o kterých by měl dobrý prodejce a marketér vědět. Nejdůležitější zásadou je, že nový prodej nesmí ohrozit stávající vztah se zákazníkem. Hodnota zákazníka je vyšší než hodnota produktu, takže zde je rozhodování jasné. Není také vhodné prodat dva produkty, které jsou vzájemně natolik podobné, že klient ztratí zájem o původní produkt, jakmile mu prodáme produkt nový.

Nebezpečné produkty

Na závěr připojme jedno varování. Existují i produkty, které zcela zničí náš vztah se zákazníkem. Pokud zelinář přidá ke stávajícímu nákupu zkažená rajčata, nemůže se příliš divit, že zákazník znovu nepřijde. Finanční produkt, který ztrácí svou hodnotu, místo aby zákazníkovi spořil, také ohrožuje vztah se zákazníkem. Přicházíme tím nejen o zisk z dalšího jednotlivého prodeje, ale o zákaznickou celoživotní hodnotu, což představuje nepoměrně větší škodu. Zákazník mohl koupit ještě pět jiných produktů a přispět na ně v šesti stech vysokých splátkách, ovšem nevhodný produkt v tomto případě našeho klienta odradil. Máme štěstí, že OVB Allfinanz se zabývá pouze produkty, které vhodné jsou. ■

Novinky z PROFI Investu

TEXT: Bc. Vítězslav Havliš | FOTO: archiv ČP

Česká pojišťovna znovu ukázala, že umí splnit očekávání. Od 1. dubna 2010 totiž přichází v životním pojištění PROFI Invest hned s mnoha vylepšeními. První reakce z dosud uskutečněných školení poradců OVB jsou plné nadšení. A co nového tedy PROFI Invest od 1. dubna 2010 přináší?

Prvním výrazným vylepšením je oddělení pojistné částky pro případ smrti od pojistné částky závažných onemocnění (ZO). Závažná onemocnění tak mají nově svoji vlastní volitelnou pojistnou částku. „Také druhá novinka se týká závažných onemocnění. Výrazně jsme navýšili počet onemocnění, která jsou tímto připojištěním kryta. Už jich je 33 a za stejné příznivou cenu,“ dodává manažer České pojišťovny Vítek Havliš.

Revoluční novinkou na českém pojistném trhu je připojištění, které je velmi úspěšné např. ve Velké Británii. Jedná se o pojištění KRI-TICKÝCH ONEMOCNĚNÍ (KO), které kryje několik velmi těžkých onemocnění v posledních stádiích. Pojistná částka pak klientovi garantuje prožití posledních dní života v luxusu.

Další inovací je ZDRAVOTNÍ A ÚRAZOVÁ ASISTENCE, kterou od 1. dubna 2010 může klient pořídit hned ve dvou úrovních. „MEDIK klientům nabízí za 1 Kč měsíčně asistenci po telefonu, MEDIK Plus stojí 30 Kč, a navíc zajišťuje rozsáhlou asistenci, včetně dopravy do/z nemocnice nebo úklid a vyřízení nákupu pro imobilní klienty nebo klienty se změněnou pracovní schopností,“ vyjmenovává výhody Miloš Loudil, který také stál u úprav PROFI Investu.

Den 1. dubna 2010 přináší do PROFI Investu také nové připojištění INVALIDNÍ RENTY v případě plného invalidního důchodu. Renta může být v rozmezí 500–10 000 Kč měsíčně, a to bez zkoumání příjmu klienta.

A aby novinek nebylo málo, rozšiřujeme také možnosti pojištění denní dávky při pracovní neschopnosti. Kromě dnešních 150 a 300 korun denní dávky si nově klienti mohou pojišť i denní dávku 500 Kč. A stále bez zkoumání příjmu. PROFI Invest od 1. dubna 2010 klientům nabídne i zcela nové Pojištění splátek úvěru při ztrátě příjmu. A to nejen pro zaměstnance, ale i pro OSVČ.



Jsem v pohodě.
Mám PROFI Invest.



ČESKÁ
POJIŠŤOVNA

Chráníme vaše sny

841 114 114

www.ceskapojistovna.cz





TEXT: CIO OVB Holding AG Axel Weeber, PR Manager OVB Holding AG Katja Meenen | FOTO: Profimedia

Nový CRM systém myOVB v centru pozornosti

V České republice byl jako v první zemi společnosti OVB uveden do provozu nový systém řízení vztahů se zákazníky a účtování provizí myOVB. Finančním poradcům přináší myOVB vysoce flexibilní a moderní IT podporu a efektivnější postupy. Systém významně podporuje přístup k centrálním informacím a proaktivní řešení potřeb klientů.

Proaktivní jednání vyžaduje IT

Systémy Customer relationship management se staly pro moderní firmy nezbytnými. Napomáhají účinně zvýšit efektivitu obchodních procesů a optimalizovat využití zákaznických potenciálů. Platí proto zcela jasně: „Jen společný systém vnitřního provozu a služeb zákazníkům umožňuje bezproblémovou a efektivní spolupráci.“

První celoevropský projekt v odvětví

Proto se OVB jako první finančně poradenská společnost rozhodla zavést ve všech svých zemských společnostech celoevropsky jednotný systém myOVB. Zvláštnost myOVB: jedná se o víc než jen o systém správy zákazníků. MyOVB zahrnuje podporu všech zákaznických relevantních záležitostí a kromě toho management návrhů a smluvní management, management spolupracovníků a rovněž veškeré funkce pro výpočet provize. Tím jsou všechny části relevantní pro běžnou činnost shrnuty a smysluplně sloučeny. Systém přizpůsobený na základě standardního softwaru požadavkům OVB prošel úspěšně 21. ledna 2010 testovací fází v OVB Česká republika a byl spuštěn do ostrého provozu.

Zkušenosti z projektů CRM v posledních letech ukazují, že CRM bez vazby mezi managementem a spolupracovníky nevede k žádoucímu úspěchu: CRM dělají lidé – software je pouze prostředkem. Na druhé straně se zaměření na servis již neobejde bez jasné informačně technologické strategie. Studie Institutu pro výzkum trhu DLC Research v dubnu 2008 zjistila, že u většiny evropských firem existuje velká propast mezi nároky klientů na servis a technickým vybavením poskytovatelů zajišťujících jejich naplnění. Bez techniky to nejde. Již problematika rozdělených zdrojů informací a informačních systémů – v řadě firem stále ještě standard – téměř znemožňuje proaktivní působení na trhu. Proto jsou žádané systémy, které umožňují fundovaný management klientů na základě znalostí klienta. Mimoto se jedná o zvyšování efektivnosti procesů prodeje a optimalizaci využití potenciálů klienta. Rozhodující je IT podpora spolupracovníků především tehdy, když jde o včasné vnímání potřeby poradenství u klienta a o proaktivní přístup ke klientovi.

Trh budoucnosti a význam systému CRM myOVB k dalšímu růstu

Zavedením systému myOVB, i se zaměřením na konkurenci, činíme významný krok do budoucnosti. Systém myOVB nám pomůže podstatně dříve rozpoznat potřeby klienta a včas mu poskytnout poradenství. Když například vyprší platnost pojištění domácnosti nebo se změní potřeby klienta, může poradce okamžitě a proaktivně reagovat. Nejdůležitějšími předpoklady úspěchu jsou odborné kompetence, pozornost a schopnost aktivního myšlení. Dnes jde více než kdy dříve o to, abychom vždy věděli, jaká aktivita je správná v konkrétní době. MyOVB nám přitom pomáhá: počínaje narozeninami klienta, které mi systém připomene, až po dobíhající smlouvu, na kterou mne upozorní. Prvotřídní servis pro klienty nelze realizovat pomocí ručně psaných poznámek a kartoték ani prostřednictvím dílčích nesystémových řešení.

Všechny procesy jsou maximálně automatizovány, a tak usnadňují práci v oblasti služeb zákazníkům. Toto nové CRM řešení zohledňuje technickou jednotnost pro všechny uživatele, ale respektuje i rozdílné lokální podmínky v jednotlivých zemských společnostech. Spolupracovníci tak mohou zcela bez problémů fungovat v systému ve více zemích najednou. Při vývoji myOVB ale nebyl kladen důraz jen na funkcionálnost. V popředí zájmu stála i stabilita a bezpečnost údajů myOVB. Abyste měli jistotu, že k údajům myOVB mají přístup jen oprávněné osoby, byly provedeny rozsáhlé testy softwarových firem zabývajících se zabezpečením dat.

Základní výhody myOVB

S inovativním bezkonkurenčním IT systémem máme šanci trvale posílit a podpořit obchod ve všech evropských společnostech OVB. Nároky zákazníků na poradce a poradenství stále vzrůstají, a proto je nutné podpořit spolupracovníky prostřednictvím rychlejších a efektivnějších interních procesů. Patří sem možnost mít všechny informace přímo k dispozici a být kdykoli informován o zákaznících a jejich situaci. Pro firmu, která je „finančním poradcem pro Evropu“ je celoevropsky jednotná kvalita poradenství a péče o zákazníky absolutní nutností. To vše myOVB optimálně podporuje. V první řadě přinese přidanou hodnotu poradcům OVB,

CRM

- Důkladná péče o klienta
- Následný servis
- Důvěra, vztah, dlouhodobost
- Administrace smluv a dat

Kvalita poradenství
OVB Allfinanz, a.s.

Změna vnímání
finančního poradce

systém
„myOVB“

Loajality
program
pro MA

OBCHOD

- Čistota
- Kontrola kvality
- Vytěžování kmene

Analytický web
Kniha procesů
Benefity
Školení

Segmentace
Cross-selling
Up-selling
Produktový marketing

54

1 | 10



Allfinanz, a.s.

Produkty
Prodej
Lidé
Kvalita

ANALÝZA

Potřeby
Zvyky
Hodnoty
Sociální kontext
Dovednosti

KLIENT



profitovat z nového systému ale budou také naši zákazníci. Celoevropsky optimalizované procesy zakotvené v systému myOVB přinášejí totiž i jim výrazné zlepšení servisu.

Cílem OVB je, abychom byli ve všech zemích vnímáni jako značka zaručující kvalitu, proto by měli zákazníci nalézt u OVB v každé zemi jednotnou vysokou úroveň poradenství. Nároky na servis se nevztahují jen na koncové zákazníky, nýbrž i na průběžný servis. Dalším důležitým prvkem tohoto standardizovaného evropského systému je vyšší rychlost inovace – jednotlivá zlepšení a nápady je možné zavést mnohem rychleji i v dalších zemích. To platí i pro flexibilní přizpůsobení se stále novým požadavkům celoevropsky platné judikatury, například v oblasti dokumentace.

Bylo podstatné zavést řešení, které rovnoměrně podpoří nejen získání nového zákazníka, ale i péči o zákazníky kmenové. V oblasti služeb zákazníkům přinese myOVB zřetelně flexibilnější a modernější podporu IT a jejich efektivní průběh. To posílí přístup našich spolupracovníků k centrálním informacím a proaktivní přístup vůči požadavkům zákazníka. Přejeme si s myOVB vytvořit budoucnost zajišťující otevřenou platformu, na kterou mohou být v budoucnu vkládány i nové moduly, jako například poradenský software.

Do poloviny roku 2013 má být myOVB zaveden ve všech 14 zemích.

Výhody myOVB v detailu

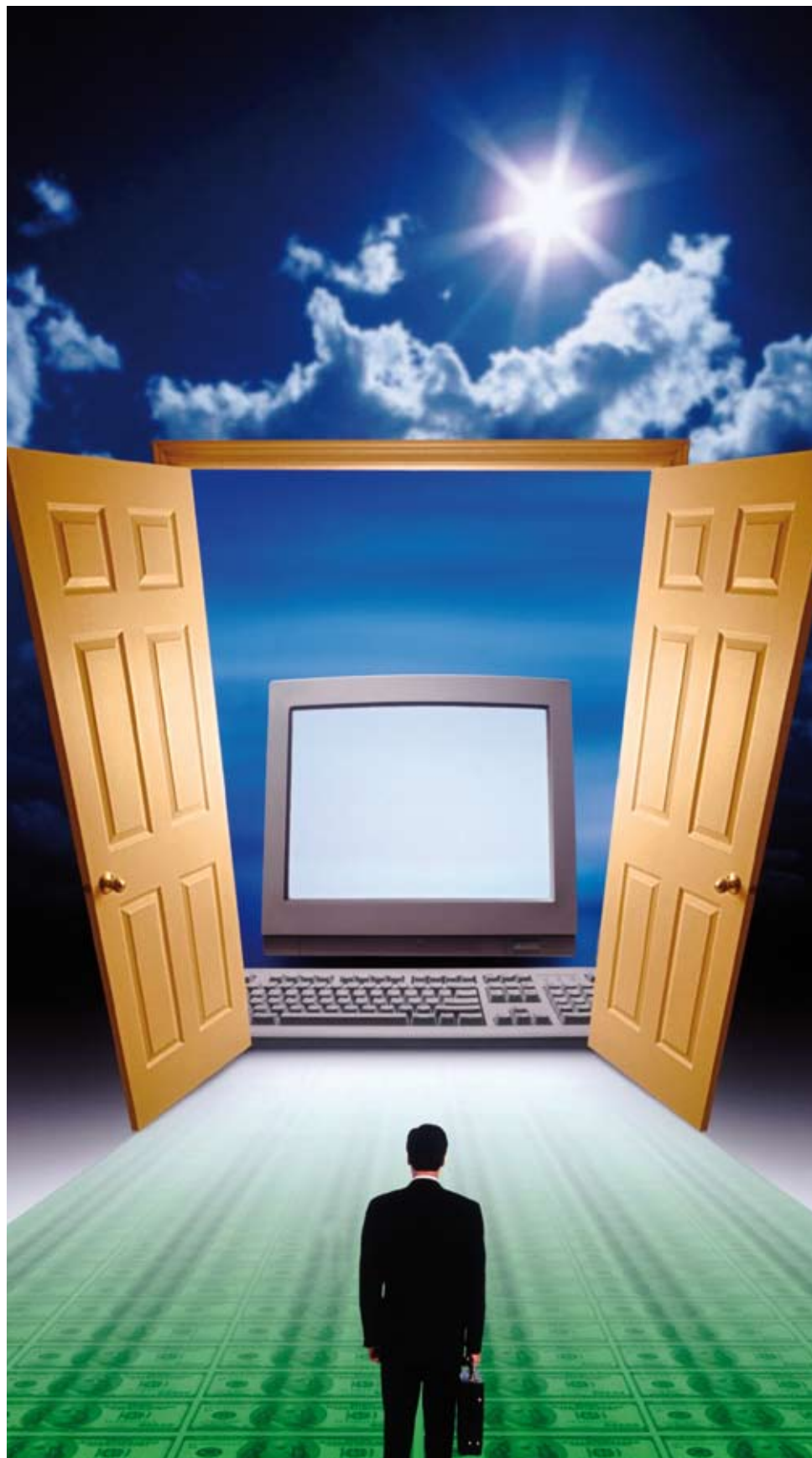
MyOVB spojuje všechny důležité základní funkce v systému. K tomu patří vedle jednotného managementu zákazníků a kontaktního managementu pro cílenou péči i management návrhů a smluvní management, management aktivit a management spolupracovníků. Oblast výpočtu provize byla plně automatizována a poskytuje rychlý výpočet provize a záúčtování. Veškeré smlouvy zákazníka jsou uloženy v systému, a proto je možno získat celkový přehled o situaci zákazníka jako podklad pro poradenství. Ve výpočtu provize je vždy transparentní, kolik jednotek docílí smlouva a jak vysoká případně provize. Tohoto stavu v minulosti nebylo zcela jednoduché u téměř čtyřiceti partnerských společností v České republice dosáhnout.

S myOVB pro službu zákazníkům jsou také kdykoli k dispozici všechny důležité informace o stávajícím stavu, a to formou od návrhu ke smlouvě. Další výhodou jsou možnosti získávání spolupracovníků, jejich vedení a koordinace. Přijímání spolupracovníků, jejich správa i podpora se provádí výhradně prostřednictvím myOVB. Také analýza žadatele, tzn. sledování vývoje nového spolupracovníka od žadatele k uzavření smlouvy o spolupráci, lze realizovat stisknutím tlačítka. Přitom je – stejně jako v managementu zákazníků – kmenový stav, na němž pracují zaměstnanci centrály a spolupracovníci identický, tzn. údaje a změny údajů jsou pro všechny zúčastněné patrné ve stejném okamžiku (podle oprávnění). Prostřednictvím myOVB můžete realizovat i marketingové aktivity, např. tím, že může být definována cílová skupina a kampaní mohou být efektivně osloveni všichni zákazníci s odpovídajícím profilem. Příklad: prémie pojištění motorových vozidel vzrůstá o 14 procent. Pomocí myOVB mohou být bez problému vyhledáni všichni zákazníci, kteří toto pojištění mají. Spolupracovníci mohou tedy svým zákazníkům proaktivně učinit příznivější nabídku.

Nakonec bude „myOVB“ hrát významnou roli i v oblasti komunikace s partnery: systém je nastaven takovým způsobem, aby přijímal informace partnerů (smluvní informace, údaje o provizích, intervence atd.) a zpracovával je. Takto redukované, ručně zpracované datové údaje vedou k vyšší kvalitě údajů a k rychlejší časové realizaci. V budoucnu je plánován přenos údajů i směrem k partnerům.

Od vývoje až k zavedení myOVB v Čechách

První společností, v níž je myOVB zaveden do reálného provozu, OVB Allfinanz je jednou z největších společností v koncernu OVB. Nejprve bylo nutné sladit veškeré a obecně platné požadavky OVB na nový systém s reálnými fakty a specifickými požadavky OVB Čechy. Nahradit IT systémy používané dosud



”

Cílem OVB je, abychom byli ve všech zemích vnímáni jako značka zaručující kvalitu.

v Čechách nebyl s přihlédnutím k rozsáhlé IT struktuře OVB Česká republika jednoduchý úkol. Za rozhodnutím začít s myOVB v Čechách stojí přirozeně myšlenka, že systém může pracovat ve všech ostatních zemích OVB, funguje-li v Čechách, velké zemské společnosti s odpovídajícími obraty.

První paralelní běh myOVB v České republice začal 22. září 2009. Zvláštní dík patří pracovníkům centrály OVB Česká republika, kteří přispěli velkou energií, plní, zvědavostí a dobrou vůlí k tomu, že mohla být úspěšně ukončena testovací fáze myOVB. Protože úkolem zaměstnanců centrály je optimálně podporovat spolupracovníky, bylo bezpodmínečně nutné naučit je pracovat s novým systémem – a to se úspěšně podařilo. Ve druhé paralelní fázi provozu byly prostřednictvím myOVB kompletně zaznamenány všechny relevantní dokumenty, tzn. smlouvy, pohyby pracovníků atd. Na konci této testovací fáze, která trvala přibližně čtyři týdny, byly srovnány stavy dosavadního systému DPC a myOVB. Protože

zde existovala požadovaná shoda, nestálo „go to live“ již nic v cestě. Tím byly testovací fáze v České republice ukončeny a myOVB v Čechách je v produktivním provozu.

Plošným zavedením myOVB v České republice učinila OVB rozsáhlá organizační opatření. K tomu patří např. podpora spolupracovníků telefonickou support-hotlinkou, jejímž prostřednictvím jsou v případě dotazů pracovníci OVB z vnitřního provozu k dispozici. Při závažných technických problémech pomáhá Second-Level-Support. K tomu jsou stanoveny provozní doby garantované pro systém, které připouštějí jen minimální ztrátové časy. To zaručí vysokou spolehlivost. ■

Text vznikl ve spolupráci s mezinárodním IT oddělením OVB Holding AG.

RD Pavel M. Černý

měl příležitost otestovat systém pro službu zákazníkům na časově omezenou dobu. Měl před jeho zavedením přístup k téměř finální verzi myOVB a mohl kompletně v myOVB znovu nalézt úkoly a činnosti, které jsou důležité pro jeho běžnou činnost. „MyOVB považuji za velmi silný nástroj. Obsahuje jak prostředky pro práci s klienty, tak i pro správu struktury a práci s týmem. Jedná se o velmi komplexní systém, který nám chyběl a který nám, věřím, pomůže. Vzhledem k tomu, že je tak propracovaný, nebude zřejmě pro každého hned snadné s ním pracovat, a proto považuji za velmi důležité, aby proběhla velmi důsledná proškolení.“

56

1 | 10

myOVB

Management smluv

Transparentní sledování aktuálního statusu smlouvy je kdykoliv možné.

Management aktivit a intervencí

V systému jsou ze stávajících informací o zákaznících, například osobní údaje a smlouvy, generovány podněty spolupracovníkům pro poskytování kvalitního servisu zákazníkům. Narozeniny nebo končící smlouvy nemusí již v budoucnu pracovníci sami sledovat – myOVB je na vše včas upozorní. Systém informuje i o hrozícím stornu, aby bylo možné nalézt společně se zákazníkem dobré řešení.

Management spolupracovníků

Právě pro vedoucí pracovníky je získávání a správa pracovníků důležitým úkolem. Z tohoto důvodu je management spolupracovníků jedním z centrálních funkčních kamenů v rámci myOVB. Systém poskytne podporu již při recruitingu potenciálních spolupracovníků. Stane-li se ze žadatele spolupracovník, jsou již jednou zaznamenané údaje dále používány a doplněny dalšími informacemi – nákladná dvojitá evidence odpadá. Dále podporuje systém Performance Management pracovníků, například kontroluje, zda pracovník připadá v úvahu pro povýšení, a předloží pak odpovídající návrh.

Kampaně

Kteří ze zákazníků OVB mezi 20 a 30 lety připadají v úvahu jako cílová skupina pro mailingovou kampaň týkající se úrazového

pojištění na cesty? Co mohlo být dosud k dispozici na základě usilovné a mravenčí práce jednotlivých pracovníků, je nyní získáno pomocí jediného kliknutí v myOVB. Proto bude možné realizovat cílené a automatizované marketingové kampaně.

Spravovat termíny a generovat

Správa termínů pomáhá při optimálním plánování termínů a při zpracování příkazů k návštěvě. To platí především pro řetězy termínů. Návrhy termínů se automaticky generují, jakmile například dojde a v systému je evidován chybějící dokument. Předání a delegování termínů již nemusí být objasňováno telefonicky, nýbrž se nechá jednoduše a rychle vyřídit v rámci myOVB.

Vyhodnocení a analýzy

Kterými produkty byla dosažena nejvyšší úspěšnost při získávání nových zákazníků? Který úsek prodává nejvíce životních pojištění? Mohly by jiné oblasti rovněž profitovat z užívaných postupů? Ve kterých segmentech získám nejvíce zákazníků mezi 25 a 35 lety? Jaký obrat vytvářejí moji spolupracovníci? Tyto a jiné dotazy zodpoví myOVB opět pouhým kliknutím na příslušnou funkci. Analýzy přitom pomohou učinit fundovaná obchodní rozhodnutí.

Kmenová práce a management zákazníka

Historie kontaktů zákazníků a upomínky termínů tvoří informační základnu pro servis, který

přispívá k dlouhodobé vazbě zákazníka. Může se jednat o nabídku při příležitosti plnoletosti dítěte nebo upozornění na to, že existuje příznivější varianta pojištění: zákazníci pocítí angažovanost – a ta je základem dlouhodobě dobrého zákaznického vztahu.

Co umí myOVB?

- Kdykoli možná a na místě nezávislá dostupnost informací
- Integrované odbytové pracoviště podporující všechny opakující se činnosti prostřednictvím všech rovin hierarchií
- Není požadována žádná manuální výměna údajů mezi jednotlivými rovinami hierarchií
- Možnost decentralní evidence žádosti (rychlejší pojištění)
- Odbytově úspěšnější péče o kmenové zákazníky
- Potenciály cross-selling a upselling lze s podporou systému CRM jednodušeji vyhledat
- Standardizace, a tím rychlejší realizace centrálních kampaní
- Podpora procesu při recruitingu, efektivnější nasazení pracovníků a kvalitnější vedení pracovníků
- Zlepšení předpokladu pro výstavbu struktury přesahující danou zemi
- Rozsáhlý, zemi přesahující reporting

PFČP: Lepší provizní systém a přístup v duchu hesla „S námi je to snazší“

Penzijní fond České pojišťovny (PFČP), který je klíčovým partnerem společnosti OVB Allfinanz pro oblast soukromého spoření na důchod, mění svůj přístup ke spolupracovníkům OVB. Naším cílem je finančním poradcům maximálně zjednodušit prodej produktu, aby měli co největší prostor pro svoji práci a rozvíjení své struktury.

PFČP je velmi kvalitní fond s tradicí a zájemem největší a nejstarší pojišťovny. I proto je pro prodej velmi atraktivní. Někdo však může namítnout, že produkty penzijních fondů jsou si velmi podobné. To je pravda, mezi samotnými produkty velké rozdíly skutečně nejsou. Státní příspěvek a daňové úlevy fondy poskytují stejně. PFČP se však od konkurence kromě provizního systému liší úrovní servisu pro obchodní partnery. Za spolupracovníky OVB přicházíme pod heslem „S námi je to snazší“, čemuž odpovídá náš celkový přístup. Máme velkou informační a prodejní podporu, včetně komplexních školení. Naše formuláře jsou jednodušší a srozumitelnější. Pořádáme motivační soutěže a setkání. Právě toto jsou hlavní důvody, proč by při sepisování „penzí“ měli poradci sáhnout po smlouvě PFČP.

Nejvýznamnější letošní změnou pro spolupracovníky společnosti OVB jsou ze strany PFČP nové, výrazně zajímavější provizní podmínky. Sjednotili jsme veškeré sazby u základní provize za klienta, u provize za příspěvek zaměstnavatele a také u provize za navýšení.

Ve všech věkových kategoriích navýšujeme provize prostřednictvím prodloužení výhodnějších sazeb za mladé klienty do starších věkových skupin a valorizujeme také maximální výši provize za navýšení. V tomto roce především klademe důraz na rychlost vyplácení provizi do celé sítě OVB, a proto zkracujeme splatnost provizí. Například provize za navýšení budou vypláceny do třiceti dnů od zaplacení klientem, namísto dřívější platby do padesáti dnů od konce šestého příspěvkového měsíce. Jde o celkové zkrácení doby z původních dvou set třiceti dnů na současných třicet. OVB má nově také jako jedna z prvních firem na trhu paušální zálohu na provizi z převodu již po zaplacení prvního

příspěvku, tedy po třech měsících namísto dosavadních sedmi měsíců.

Letos přicházíme s novým nápadem, který našel inspiraci v tzv. clinic boxu, který maminky dostávají při odchodu z porodnice. Jedná se o marketingovou pomůcku, díky které má poradce na jednom místě všechny potřebné informace a materiály pro prodej našeho penzijního fondu. Kufřík samozřejmě obsahuje metodickou příručku i vzory vyplněných formulářů a další materiály potřebné jak pro vedoucího tak pro nováčka působícího v OVB. Novinkou v kufříku je „Informační dálnice“ – složené desky v podobě dálničního ukazatele, kde jsou místo cílových měst a zbývajících kilometrů uvedeny důležité kontakty na konkrétní odpovědné osoby v PFČP či OVB. Šikovné marketingové zavazadlo nyní v OVB s úspěchem postupně šíříme a věříme, že se stane oblíbeným pomocníkem každého finančního poradce. ■



Hana Hanáková

Pro mě je výzva každý další den

TEXT: Lucie Kettnerová | FOTO: Michael Kratochvíl







**Původně hledala jen
přivýdělek, za nějž by si
pořídila hezké oblečení.**

**To ještě netušila, že
zanedlouho se OVB stane
jejím osudem. A nejen
jejím. Ve firmě podnikají
i další členové rodiny.**

60

1 | 10

Měla jste stabilní místo v bance. Přesto jste ho opustila a stala se podnikatelkou „v dresu“ OVB. Jak k tomu došlo?

Práce v bance mě tenkrát moc bavila, protože byla hodně o organizování. Když jsem se s OVB seznámila, neměla jsem velké ambice. Ze začátku jsem si chtěla přivydělat pouze, a to je z dnešního pohledu úsměvné, tři tisíce korun měsíčně, které bych investovala do svého oblečení. Na první schůzku jsem šla s mladším bratrem, který tenkrát pracoval jako pánský krejčí, protože jsem se do nové věci nechtěla pouštět úplně sama. To se psal listopad 1997.

Celý rok 1998 jsem měla ještě souběh zaměstnání i podnikání, a to bylo hodně náročné. Banka Haná tenkrát sídlila v Uherském Hradišti. V šest ráno jsem vyjížděla rychlíkem z Popova, kde jsem bydlela u rodičů, a domů jsem se vracela vlakem v 18.20. Byla jsem tedy přes den více než dvanáct hodin pryč, klientskou práci jsem dělala až po večerech. Do postele jsem se pak dostala kolem jedné hodiny v noci a v pět jsem zase vstávala. To se nedalo dlouho vydržet. Po třičtvrté roce jsem ale z podnikání měla stejné příjmy, jako byl v té době plat v bance. Tak jsem se rozhodla dát ke konci roku výpověď a od 1. 1. 1999 jsem začala pracovat na živnostenský list. Od té doby jsou provize z OVB jediným zdrojem mých, jak ráda říkám, nemalých příjmů.

Jak rychle postupovala vaše kariéra?

Kariéra byla přesně podle kariérového plánu. R1 mi trvala tři měsíce, R2 jsem získala ještě při zaměstnání v bance. Od roku 1999 jsem těch dvanáct hodin, které jsem byla zvyklá denně

jen obtížně dosažitelná, protože ne každý dokázal splnit tak vysoké osobní výkony. V roce 1999 jsem rovněž začala budovat firmu a o rok později jsem byla povýšena na GST. K první manažerské pozici byla relativně dlouhá cesta, ale ze začátku prostě nebyl čas. Další dva roky mi trvalo posunout firmu na BL a potom 16 měsíců od BL na BD (rok 2003). Celý základ mé firmy ale vidím v tom, že jsem při postupu na GST měla v týmu čtrnáct spolupracovníků. V současné době mám v přímém vedení velmi schopné a zodpovědné ředitele, manažery a manažery a jsem ráda, že jsme si společně tu cestu prošli.

Co rozhodlo o okamžiku budování vlastního týmu?

Vlastní tým jsem začala stavět až ve chvíli, kdy jsem dělala opravdu velké osobní výkony. Nejdřív jsem si sama vyzkoušela, že se takto vysoké osobní jednotky dají dělat. Ověřila jsem si také, že provize chodí a že je pravda to, co jsem znala ze školení. Proto jsem získala i odvalu pozvat do firmy další spolupracovníky.

Vysokých jednotek se vám dařilo dosahovat velmi brzy. Čím myslíte, že to bylo způsobeno? Hrály v tom roli třeba doba či region, v němž působíte?

Co se týká doby, tak to byl čas nepolibený finančním poradenstvím. V té době nám okolí říkalo, že jsme pojišťováci. Termín finanční poradce byl ještě pro mnoho lidí neznámý. Regionem to určitě nebylo, neboť Valaško patří dlouhodobě k nejchudším regionům republiky. Osobní výkon korespondoval s tím, že jsem strašně chtěla. A byla jsem zvyklá pracovat. Tehdy jsem pracovala dvanáct až čtrnáct hodin denně, v současné době se věnuji

portfoliu, včetně stavebního a penzijního připojištění. Klient by měl mít jistotu, že jeho peníze jsou rozložené. Tedy nedávat všechna vejce do jednoho košíku. Tak jsem se to učila já a tak to předávám i svým poradcům.

Co pro vás znamenalo OVB začátku a čím je pro vás nyní?

Do OVB jsem šla proto, že jsem toužila po seberealizaci. Před tím jsem vyzkoušela různé druhy podni-



kání, které v tu dobu byly možné – od Oriflame přes Amway až po Herbalife. Všude mi ale vadilo, že jsem musela od zákazníků vybírat peníze. Na OVB mě proto hned oslovilo, že mi klienti za nic neplatí. Další věcí bylo, že jako administrativní pracovnice jsem nikde ve smlouvě neměla uvedený kariérní růst. I když jsem takové ambice měla, ta možnost pro mě neexistovala. V OVB ovšem kariérní růst zajištěný je. Také mě oslovilo, že se tu dají vydělávat peníze. V současné době mám OVB ráda, protože mi dává volnost. Mám dvě malé děti a OVB mi umožňuje podnikat i při mateřské. Nebyla jsem nikdy vyřazená z kruhu podnikatelů jen z toho důvodu, že mě čekal porod nebo starost o malé dítě.

I když mají ženy v OVB pro svou práci dobré podmínky, na pozicích regionálních či zemských ředitelek jich zatím mnoho nenajdeme. Čím to může být?

Žen je na začátku v OVB stejný poměr jako mužů. Proč tedy ženy nevydrží? Možná proto, že doma nemají takovou podporu jako já. Manžel také pracuje v OVB, seznámili jsme se dokonce na mém prvním vstupním semináři Info 1. On tedy ví, o čem ta práce je. Možná že ne každá žena má takové ambice jako já. Ne každá je zvyklá takovému pracovnímu nasazení, protože si k tomu musí přidat ještě starost o rodinu a domácnost. Mě kdysi našel jeden kolega, který řekl, že ženy nejsou vhodné pro pozici ředitelky. Prý jsou určeny pro to, aby rodily děti a staraly se o ně. A mě když něco našte, ta mě to dokáže vyburcovat.

Jak máte s manželem rozděleny své pozice v práci?

Každý si řešíme své klientské a strukturální záležitosti

”

Do postele jsem se dostala kolem jedné hodiny v noci a v pět jsem zase vstávala.

pracovat, věnovala podnikání, takže jsem na tu dobu dosahovala velmi slušných výkonů – třikrát za sebou jsem udělala čtyři sta jednotek. Nedávno jsem si to zrovna přepočítávala – to je, jako kdybychom teď udělali tři měsíce za sebou 1500 jednotek. Tím jsem se dostala na pozici R3, která byla před dvanácti lety pro mnoho lidí

podnikání pravidelně osm hodin denně, neboť mám malé děti.

Je váš region nějak specifický?

Valaško je specifické tím, že tam jsou moc hodní a důvěřiví lidé. Takže finančním poradcům se v něm dobře pracuje. V portfoliu bych ale žádné rozdíly neviděla. Nabízíme všem kompletní



sami. Jinak si pomáháme v tom, co jde komu lépe. Jeden druhému se ale do podnikání nemícháme. Oba patříme pod zemské ředitelství paní Slezákové. Já pod přímé vedení Hany Slezákové, manžel pod Pavla Slezáka. Manžel je úžasný v tom, že on nehodnotí moje negativní lidské stránky, ale rozvíjí ty dobré.

Nosíte si práci i domů?

V OVB jsme oba měli příležitost vzdělávat se i v oboru psychologie. Díky tomu jsme si uvědomili, že je potřeba rozlišovat role. Doma jsme mamka a taťka. Náš omezený společný čas chceme věnovat dětem, takže doma OVB téměř neřešíme.

Projevuje se to, že oba působíte v OVB, už nějakým způsobem i na vašich dětech?

Projevuje, ale našťáště v dobrém slova smyslu.

Například nás napodobovaly, jak telefonujeme, ješ-

tě když neuměly ani mluvit. A máme i úsměvnou příhodu. Jednou ráno se manžel oblékal a syn se ho ptal, co má dnes za práci, co ho čeká. Manžel mu to vyprávěl a zeptal se ho: „Jáchymku, až budeš velký, tak budeš v OVB u maminky, nebo v OVB u tatínka?“ Syn, aby to nemusel řešit, tak řekl: „Já budu mít svoje OVB!“

Bratr u OVB také zůstal. Získali jste pro podnikání ještě někoho z rodiny?

Bratr Petr Strnka je jedním z mých oblastních ředitelů. Manžel je nyní oblastní vedoucí, stejně tak švagrová Iveta Strnková. Manželova sestra Mirka je na pozici reprezentanta a můj tatínek mi obstarává chod kanceláře. A dá se říct, že v OVB je celá naše rodina, protože obě babičky i oba dědové nám velmi pomáhají jak s dětmi, tak s údržbou domu, a tím mě i manžela v kariéře a podnikání výrazně podporují. Za svůj úspěch vděčím i tomu, jakou mám kolem sebe skvělou rodinu.

Jak budujete vztahy se svými kolegy?

Pro kolegy se hlavně snažím vytvořit zázemí. Oni vědí, že se na mě mohou se vším obrátit. Pokud chce někdo individuální konzultace, tak se domluvíme. Jinak

připravujeme semináře, každého půl roku neformální setkání, své nejbližší spolupracovníky a kolegy jsem již několikrát přivítala i v našem domě. Uspořádali jsme například společné grilování nebo tzv. kácení muškátů. Manžel se totiž rád stará o muškáty. Na pod-

z mé firmy. Hostům jsem trochu ztížila přípravu na akci, neboť večerní bál probíhal v kostýmech z Pohádek tisíce a jedné noci.

Jinak mě podnikání čím dál víc baví. Když člověk zaznamená úspěch a vidí výsledky, tak to nabíjí novou energií. Máme i další

”

Pro kolegy se hlavně snažím vytvořit zázemí. Oni vědí, že se na mě mohou vždycky se vším obrátit.

zim, když už nejsou pěkné, se musí seřezat. Proto pozveme kolegy, aby nám už odkvetlé muškáty přišli pomoci sklidit. Kdo má děti, přivede i je a celý dům je pak příjemně plný.

Na druhou stranu ale musím říct, že i já stále konzultuji se svou zemskou ředitelkou Hankou Slezákovou. Ona mi vždy ochotně pomůže, pokud si s něčím nevím rady. Manželé Slezákoví jsou pro nás velkým vzorem, neboť oni také podnikají spolu. To, jak se chovají k sobě navzájem a jak se chovají ke svým kolegům, bylo jednou z věcí, které nás ve firmě udržely. Je obrovským plus, že se můžeme na někoho spolehnout.

Jak ráda odpočíváte?

S rodinou máme rádi autoturistiku, protože auto je uzavřená buňka, v níž nás nikdo neruší. Na cestách si můžeme povídat a poznáme při tom spoustu věcí. V létě jezdíme raftovat na Vltavu, vloni s námi poprvé na vodu vyrazila i dcera. Naším novým koníčkem je lyžování, kamarádi nás vytáhli už i do Itálie. U lyžování si maximálně odpočinu, protože mi to ještě moc nejde a musím se na jízdu hodně soustředit. Syn už lyžuje výborně, s manželem jezdí černé sjezdovky. Se mnou lyžovat nechce, protože já jezdím jen modré. S manželem i rádi zajdeme do kina, ale nejlepší večer pro nás je, když jsme spolu jako rodina.

Regionální ředitelství jste získala k 1. listopadu loňského roku. Nastala od té doby u vás nějaká změna?

Na konci února jsme získání regionálního ředitelství společně oslavili. Slavnosti se zúčastnili i Mario Freis a Detlef Müller, Michal Knapp, manželé Slezákoví, zástupci finančních domů a lidé

cíle a vize – před námi je meta zemského ředitelství. Pro mě je ale výzva každý další den. S touto prací zažívám pocit štěstí. OVB je můj životní styl. ■



HANA HANÁKOVÁ

Pochází z Valašska. Vystudovala střední ekonomickou školu ve Veselí nad Moravou. Po škole začala pracovat v soukromých firmách, kde působila jako asistentka, účetní či administrativní pracovnice. Pak si našla místo v dnes již neexistující Bance Haná jako asistentka ředitele. V té době se také poprvé seznámila s OVB, a to prostřednictvím Marka Ogrodníka. Registraci u OVB podepsala 1. 2. 1998. Je vdaná, s manželem Zdeňkem, který rovněž působí u OVB, vychovává tříletou Anežku a šestiletého Jáchyma.



Nová PERSPEKTIVA plní všechny požadavky klienta i jeho rodiny

Projevy ekonomické krize v letošním roce

Je zřejmé, že na pojistném trhu nastala změna ve vnímání významu pojištění. Krize nás poučila. Začínáme si uvědomovat, že je velmi důležité být pojištěn a zajistit se proti nečekaným životním situacím, které mají dopad na život celé rodiny. Lze proto předpokládat, že se budou lidé i v roce 2010 v daleko vyšší míře zajišťovat proti životním rizikům a v menší míře investovat své prostředky. Obecně dojde ke zvýšení pojistných částek. Otázkou zůstává, zda i toto navýšení bude dostatečné a zda bude ve skutečnosti opravdu řešit potřebnou životní situaci. Ale i to, že se klienti začínají zajímat o skutečné zajištění rizik, je dobrá zpráva.

Jak na tyto trendy reaguje Kooperativa?

Odpovědí je nová PERSPEKTIVA 7BN. Aby pojišťovna uspěla, musí operativně reagovat na změny poptávky. Od konce ledna nabízí Kooperativa novinku – Univerzální životní pojištění PERSPEKTIVA 7BN. Klienti požadují univerzální pojištění, které jim dokáže zajistit pojistnou ochranu v každém období života.



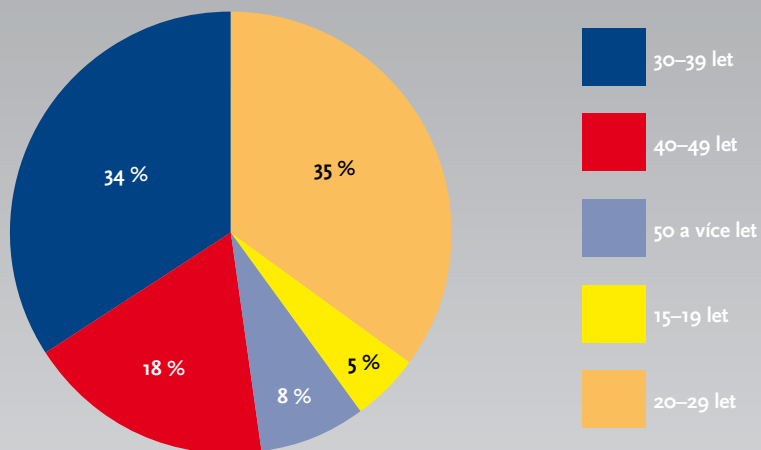
Key account manažerky pro OVB Daniela Cvetlerová a Ing. Kateřina Matulová

Na jedné smlouvě tak mohou pojištit i své děti – a to hned po narození, vybírat ze širokého spektra rizik a volit různé poměry mezi pojištěním a investiční složkou. Takováto flexibilita současně poskytuje poradcům mnohem širší možnosti vytvoření produktu, který bude klientovi šitý „na míru“, a to v každém období jeho života.

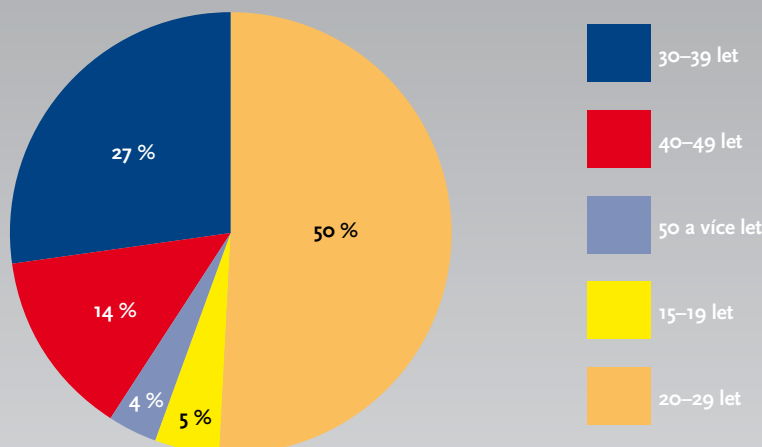
Rušit pojištění se nevyplácí

Spousta lidí v minulém roce řešila finanční problémy. Rady některých finančních „odborníků“ nabádaly klienty ke zrušení smluv životního nebo i dalších pojištění. Jednalo se však o dosti pochybné rady. Nikdo z nás není patrně schopen obratem ruky nahradit například

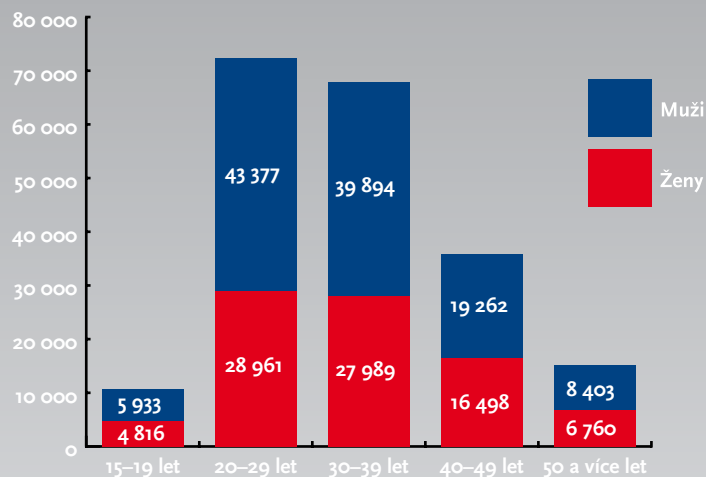
Počet smluv dle vstupního věku pojištěného (Kooperativa)



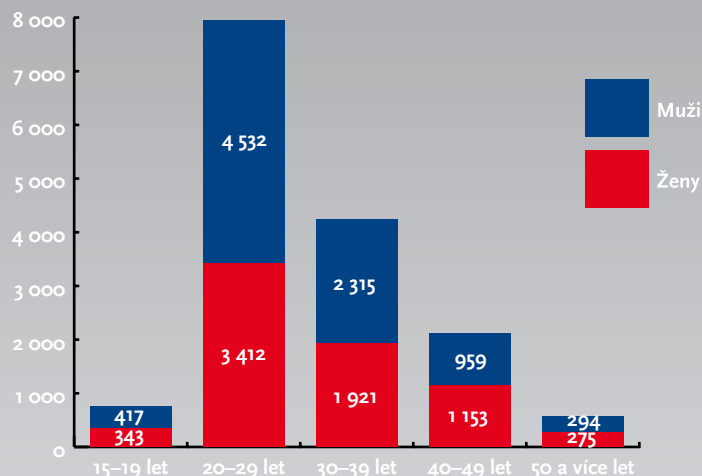
Počet smluv dle vstupního věku pojištěného (OVB)



Počet smluv dle vstupního věku a pohlaví pojištěného (Kooperativa)



Počet smluv dle vstupního věku a pohlaví pojištěného (OVB)



dlouhodobý výpadek příjmů způsobený úrazem či kompletně zničený byt nebo dům. Určitě je namístě udělat revizi svých pojistných smluv a nastavit si pojistnou ochranu podle aktuální životní situace. Ve většině případů jde velmi lehce pojistné částky upravit, a tím si nastavit potřebnou pojistnou ochranu. Navíc předčasné ukončení smlouvy v případě životního pojištění se „spořicí složkou“ je téměř vždy finančně nevýhodné. Proto se pojišťovny snaží klienty motivovat, aby pojistné smlouvy nerušili. Například PERSPEKTIVA vrátí na konci pojištění při bezeškodném průběhu 10 % pojistného zaplaceného za riziková pojištění. To může v praxi dělat i desítky tisíc korun! Podobná motivace je jistě správná a věříme, že pomůže k tomu, aby se klienti nenechali zviklat k nevýhodným krokům.

Zde je samozřejmě zapotřebí také aktivního přístupu poradců. Jsme tedy velice rádi, že OVB přichází s novým CRM systémem pro své spolupracovníky myOVB, který umožňuje právě aktivní správu smluv, neboť zde budou obsaženy informace, jež se k dané pojistné smlouvě

vážou, a je tak možný tento potenciál využít aktivněji, než tomu bylo doposud.

Pojištění pro děti i celou rodinu

PERSPEKTIVA 7BN je nejen zcela flexibilní, ale v plném smyslu univerzální produkt, kterým lze pojistit celou rodinu – na jedné smlouvě je možné sjednat pojištění dvou dospělých a až tří dětí. Každý klient tak může do jedné smlouvy zahrnout krytí veškerých rizik pojištění osob, a to včetně úrazového a zdravotního pojištění pro celou rodinu. Vše má tak přehledně v jedné pojistné smlouvě a velmi jednoduše s ní může pracovat. Novinkou jsou i některá doplňková pojištění. Nově si tak klienti mohou připojistit tělesné poškození s plněním formou denního odškodného. Klient tak obdrží za každý den léčení pojistnou částku, která je sjednána v pojistné smlouvě. Vážná onemocnění se rozšířila o nepřijemné nemoci, jako je „alzheimer“, „parkinson“ nebo hluchota. Doplňeno bylo také pojištění invalidního důchodu s výplatou pojistné částky, možnost pojištění se již od dru-

hého dne po sepsání smlouvy nebo sjednání zdravotní asistenční služby MediKompas.

A jak je to s poplatky? Mohu si případně svoji PERSPEKTIVU namodelovat?

Kooperativě vždy byla a je vlastní naprostá otevřenost vůči svým klientům v oblasti poplatkové struktury či srozumitelnosti pojistných podmínek. Každý návštěvník webových stránek www.koop.cz si tak může libovolně modelovat průběh pojištění v unikátním produktovém konfigurátoru, který na trhu nemá obdoby. Najde zde také přehled poplatků, včetně poplatků za rizika, což ještě zdaleka není na našem trhu obvyklé. To samé platí i u těchto konfigurátorů pro finanční poradce. Nově zde je doplněna možnost přenést namodelovanou nabídku přímo do elektronické smlouvy a naopak.

Když ještě připomeneme, že PERSPEKTIVA 7BN nabízí i zjednodušené smlouvy pouze na jednu stránku, je zřejmé, že se práce poradce s klientem stane nejen kvalitní, ale také příjemnou záležitostí.

Trhu začínají dominovat univerzální produkty

Klienti požadují univerzální pojištění, které jim dokáže zajistit pojistnou ochranu v každém období života. Na jedné smlouvě mohou pojistit i své děti, a to hned po narození, vybírat ze širokého spektra rizik a volit různé poměry mezi pojištěním a investiční složkou. Riziková složka však začala u životního pojištění hrát podstatnou roli a investice je mnohdy brána jako doplněk a tomu je nová PERSPEKTIVA přizpůsobena. Pokud klient chce, je většina pojistného použita na kvalitní krytí rizik a investiční složka může být minimální. Tato riziková varianta univerzálního životního pojištění pak může být použita i například ke krytí hypotečního úvěru. A pokud si klient sjedná pojištění smrti s anuitně klesající pojistnou částkou, zaplatí jen opravdu potřebné krytí za hypotéku. Velkou výhodou je také možnost v průběhu pojištění měnit poměr mezi rizikovou a investiční složkou pojištění podle finanční situace klienta. ■





Univerzální životní pojištění PERSPEKTIVA

- ▶ lze sjednat i jako úrazové pojištění (až 90 % pojistného do rizik)
- ▶ prémie za bezeškový průběh na konci pojištění – vracíme 10 % z pojistného zaplaceného za riziková pojištění
- ▶ předběžné pojištění – klient a jeho rodina mohou být pojištěni již od následujícího dne po uzavření smlouvy
- ▶ možnost příznivě ovlivnit vývoj hodnoty účtu nastavením věkového omezení u každého z rizikových pojištění nebo nastavením klesajících pojistných částek
- ▶ lze sjednat i jako dětské pojištění (bez rizika smrti) s možností volně pokračovat v pojištění


Kooperativa
VIENNA INSURANCE GROUP

Pro život jaký je

Život je vždy
ta nejlepší
investice

☎ 841 105 105 www.koop.cz



Eva Jindrová

Věřím tomu, že když
člověk něco opravdu chce
a jde za tím, dokáže to

TEXT: Jana Bohutínská | FOTO: Michael Kratochvíl





**Regionální ředitelka
OVB Allfinanz
Eva Jindrová většinou
mluví v množném čísle.
Zdůrazňuje totiž, že
kdyby po jejím boku při
podnikání nestál manžel
Jaroslav, nikdy by nebyla
tam, kde je.**

V listopadu 2009 jste povýšila na pozici RD. Jak jste se ale vlastně s OVB Allfinanz seznámila a jaký byl váš postup ve firemní hierarchii?

Podnikání v OVB je týmová práce, nedělám ji jen já, ale také můj manžel. Kdyby vedle mě nestál, nikdy nejsem tam, kde jsem. Manžel byl hlavním motorem, který práci pro OVB rozjel, pořádně se do ní opřel a obětoval jí veškerý svůj volný čas. Je optimista a tahoun. Začínali jsme společně. Manželova spolužačka z gymnázia byla nejdříve naší finanční poradkyní a asi po dvou letech nás oslovila, jestli s OVB nechceme také spolupracovat. Na začátku roku 2001 jsme se zaregistrovali. Brali jsme to s manželem tak, že to vyzkoušíme. Řekli jsme si, že když během půl roku uvidíme pokrok, do podnikání půjdeme. Po necelém půl roce jsme zjistili, že vše funguje opravdu tak, jak nám říkali, a u OVB jsme zůstali. A jak jsme postupovali? V lednu 2001 jsme se zaregistrovali a v březnu, po absolvování všech možných školení, jsme začali dělat finanční poradenství. V červnu jsme postoupili na pozici R2. V říjnu už jsme byli R3. V březnu 2002 jsme byli na pozici GST, v červnu 2003 BL. Tam jsme zamrzli čtyři roky. Až v dubnu 2007 jsme postupovali na BD a v listopadu loňského roku na RD.

Váš postup byl docela rychlý, co způsobilo „zamrznutí“ na pozici BL?

Zdá se mi, že postup z pozice BL na BD je nejtěžší, protože musíte postavit minimálně šest samostatných článků. Přece jen to chvíli trvá a zároveň se v té době měnil i kariérní plán. Myslím, že na pozici BL se zastaví hodně lidí.

S jakými pracovními zkušenostmi jste do OVB přišla?

”

Podnikání v OVB je týmová práce. Kdyby vedle mne nestál manžel, nikdy nejsem tam, kde jsem.

Absolvovala jsem střední ekonomickou školu a dva roky jsem byla zaměstnaná jako sekretářka v odbytu. Po těch dvou letech jsem šla na mateřskou a na té jsem byla devět let. Pak jsem rovnou vstoupila do OVB. Manžel ale už od roku 1990 podnikal. Dá se vlastně říci, že jsem podnikala

s ním. Měl stavební firmu a já jsem mu dělala veškerou administrativu. Zaměstnaná jsem tak byla jen dva roky a myslím, že už nikdy nebudu. Manžel pak firmu také prodal a začal dělat naplno pro OVB.

Co pro vás bylo při práci pro OVB ze začátku nejtěžší?

Nebála jsem se administrativy, ale bála jsem se toho, že budeme nahánět klienty a obtěžovat lidi. Z toho jsem měla ze začátku trochu strach, než jsem pochopila, že to tak není. Lidé jsou rádi, že nás mají, protože jim pomáháme. Největší problém pro mě byl skloubit práci s rodinou, s dětmi. Máme čtyři děti a v době, kdy jsme vstupovali do OVB, byly malému dva roky. Měla jsem špatné svědomí z toho, že zanedbávám rodinu, když chodím po školeních a za klienty. To bylo nejtěžší.

Jaký jste pak na skloubení práce a rodiny našla recept?

Zhruba rok jsem s tím zápasila. Měla jsem pocit, že to prostě nejde, že musím být doma u dětí, že manžel bude v terénu a já budu dělat třeba jen administrativu. Pak jsem byla na semináři pana Žemličky, kde musel každý říct, co nám brání v tom, abychom byli úspěšní, aby nám šla práce líp. Řekla jsem, že mi brání špatné svědomí, že nechávám děti doma, že se jim nevěnuji. Odpověděl mi, že když nechám dětem volnost, budou samostatnější. Chvilí mi trvalo, než jsem pochopila, co tím myslí, ale měl pravdu.

Kdo vás ze začátku nejvíce motivoval nebo nejvíce naučil?

Za to, že tu jsme, mohou manželé Horcí, hlavně Hanka Horká, která nás vlastně všechno naučila. Byla ze začátku náš přítel na telefonu. Telefonovali jsme jí třeba desetkrát za den a ještě o půlnoci.

Stále jsme se na něco ptali a Hanka s námi měla velkou trpělivost, pořád nám něco vysvětlovala, pořád nás učila. Zlom u nás nastal, když jsme poprvé na semináři slyšeli pana Žemličku. Podívali jsme se s manželem na sebe a říkali si, kde se v téhle republice člověk s tak skvělými názory na podnikání

vzal? Možná kdybychom ho tenkrát neslyšeli, nezůstali bychom. Pan Žemlička nás přesvědčil. Mým velkým vzorem byla také Hanička Křížková, která již není mezi námi, a také jsem hodně obdivovala paní Slezákovou.

Jak si budujete tým, co je pro vás důležité?

Máme to ve firmě trochu rozdělené. Manžel hodně naboruje a nabírá lidi. A já je učím všechno kolem klientů, manžel zase budování firmy. S lidmi v týmu se spřátelím, s většinou lidí ve firmě si tykám. Nevím, jestli je to dobře, nebo špatně. Ale já dělám práci od srdíčka. Spolupracovníci se stávají mými přáteli a hrozně mě těší, když vidím, jak jsou úspěšní a co už dokázali. Z toho mám ten nejlepší pocit.

Co radíte úplným nováčkům?

Nováčkům se nejdřív snažíme vysvětlit rozdíl mezi podnikáním a zaměstnáním. U člověka, který nikdy nepodnikal, trvá delší dobu, než to pochopí. Snažíme se jim vysvětlit, že začátky sice jsou těžké, ale nejsou na to sami. Mají na to nás, své vedoucí, kteří jim ze začátku se vším pomáhají a jejichž úkolem je všechno nováčky naučit.

Čím své spolupracovníky motivujete?

Na každého platí jiná motivace. Někdo je soutěživý, takže vymýšlíme různé soutěže, on se do toho zapojuje, hecujeme se, kdo bude lepší. S někým zase soutěž vůbec nehne. Spíš se proto snažíme zjistit, na co jednotliví lidé slyší, co by chtěli dokázat, co by si chtěli koupit, na co by si chtěli našetřit. A pak je posouváme dopředu, aby se snažili pro své sny něco udělat. Někdo je rychlý, jinému to trvá déle. Prostě každý člověk je jiný...

Jak velký je nyní váš tým?

Zaregistrovaných máme čtyři sta lidí. Těch, co dělají výkony, je přes sto. Máme dvě oblastní ředitelství. Jedno je Láďa Zajíc, ten je oblastní ředitel od června loňského roku. Druhý oblastní ředitel je Karel Svoboda, ten byl povýšený současně se mnou

v listopadu 2009. Jedním oblastním vedoucím je můj manžel, pak dcera a ještě máme další dva obchodní vedoucí. Láďa Zajíc a Karel Svoboda už pracují samostatně, mají vlastní kanceláře. Musím se zmínit o tom, že Karel Svoboda buduje

tým i na Ukrajině, kde tráví většínu

svého času. Teď pracujeme na posílení ostatních článků týmu, a to jak v Čechách, tak i na Ukrajině.

Vaše povýšení bylo zvláštní tým, že najednou došlo k povýšení celé struktury...

Ano, byl povýšen Karel Svoboda na oblastního ředitele, já na regionální ředitelku a náš nadřízený pan Horký na zemského ředitele.

Zmínila jste nezávislost, která je pro vás důležitá. Co vás ještě na vaši současnou práci nejvíce baví a zajímá?

Hodně lidí v OVB pracuje pro peníze. I já vím, že za dobře odvedenou práci tady vždycky dostanu dobře zaplacen. Při našem předchozím podnikání to tak vždy nebývalo. Když jsme měli stavební firmu, kolikrát jsme udělali práce, něco se postavilo, a nedostali jsme zaplacen. U OVB máme jistotu příjmů. To je také asi jeden z hlavních důvodů, proč jsme tu vydrželi.

Říkala jste, že každý má nějaký svůj cíl, který ho v práci motivuje. Splnila jste si díky OVB nějaké své sny?

Díky OVB jsem poznala hodně nových přátel a také ráda cestuji, což se nám s OVB daří. Můj sen je být finančně nezávislá, abych třeba na dovolenou mohla jet i pětkrát za rok, kdykoli budu chtít. Jinak už mám vlastně všechno, co potřebuji. Máme rodinu, čtyři děti, dům, auta... Tři děti musejí ještě dokončit vzdělání, odmaturovat, popřípadě pokračovat na vysoké škole a postavit se na vlastní nohy. Pak je dalším cílem ve firmě postavit další vedoucí, další ředitelství, prostě samostatné firmy. Pak budu moci více cestovat a také trochu odpočívat.

Máte ve vztahu k práci i životu nějaké motto či filozofii, kterými se řídíte?

Věřím tomu, že když člověk něco opravdu chce a jde za tím, dokáže to.

Jak probíhá váš typický pracovní den?

Spiš popíšu svůj běžný týden. V pondělí dopoledne jsem doma a věnuji se administrativě a restům. Kolem jedné hodiny vyzvedávám desetiletého syna ze školy. A většinou od dvou hodin jsme v Plzni v kanceláři, tak do půl desáté večer. Máme schůzky se spolupracovníky, kurzy a školení. Před

desátou přijždeme domů, musím ještě zkontrolovat synovi úkoly. Často ještě do dvou do rána, když je doma klid, řeším analýzy klientů a podobně. V úterý jezdíme s manželem do Prahy. Manžel tu zůstává až do čtvrtka, já většinou v úterý večer nebo ve středu ráno odjízdim

Moc volného času na koníčky skutečně nemám. Volný čas se snažím věnovat synovi a dcerám. Věnuji se také zahrádce, když je mi nejhůř, jdu se rýpat do hlíny a tým si vyčistím hlavu. Na zahrádce na mě nikdo nemluví, přemyslím si, o čem chci a dělám

”

Spolupracovníci se stávají mými přáteli a hrozně mě těší, když vidím, jak jsou úspěšní a co už dokázali.

domů. Středu si snažím nechat volnou pro sebe, abych také byla doma. Ve čtvrtek jsem v kanceláři od jedenácti až do večera. V pátek vozím zase syna ze školy a v kanceláři jsem tak od jedné hodiny. Poslední dobou se snažím alespoň víkendy trávit doma, i když ne vždy se to daří. Malému synovi je deset let, dcery už jsou velké. Nejstarší je dvaadvacet let a pracuje s námi, je oblastní vedoucí, tu vidím nejčastěji v kanceláři. Martině je devatenáct, ta je sice také zaregistrovaná v OVB, ale ještě jí to moc nebere, žije jenom sportem. Romaně je sedmnáct, už také chodí na školení, také se zapojila. Ale myslím, že na to, aby jí lidé brali, je ještě moc mladá.

Pracujete v Plzni. Také z tohoto místa pocházíte?

Pocházím z Chodova od Karlových Varů. Bydleli jsme v Karlových Varech a teď už patnáct let bydlíme na Plzeňsku v malé vesnici Obora. Lidičky a kanceláře máme v Plzni a v Praze. Dělávali jsme i Karlovy Vary, ale ty jsme potom přepustili, protože to už nešlo.

Jsou tyto regiony v něčem odlišné?

Mnoho lidí říká, že Praha je jiná, ale mně připadá, že jsou lidé všude stejní.

Jaké máte nejbližší pracovní plány a sny?

Pro letošní rok mám v plánu rozšířit firmu, stabilizovat jednotlivé články a také zvednout výkony. V plánu je další oblastní ředitelství, několik oblastních vedoucích a hodně obchodních vedoucích. Když se vše podaří, jak je to naplánované, tak za dva až tři roky postoupíme na zemského ředitele.

Vaše práce je velmi náročná. Pokud si najdete i volný čas, čemu se věnujete?

záhonky. Všichni se mi smějí, protože nic nevytěžuji. Manžel chodí do posilovny, hraje fotbal a tenis, v plánu má i golf, ale zatím není tolik volného času. Já nespórtuji, takže mám děti, zahrádku a zvířata. Hodně ráda čtu, ale to se mi zatím daří jen o dovolených. ■



EVA JINDROVÁ

Pochází z Chodova od Karlových Varů. Vystudovala střední ekonomickou školu a dva roky pracovala jako sekretářka v obytné. Několik let pak strávila na mateřské dovolené se svými čtyřmi dětmi. Jejím dcerám je 22, 19 a 17 let, nejmladšímu synovi teprve 10 let. Nejstarší dcera Petra je oblastní vedoucí, u OVB je zaregistrovaná i mladší dcera Martina. Eva Jindrová u OVB Allfinanz od začátku podniká se svým manželem Jaroslavem, který je nyní na pozici oblastního vedoucího. Eva se loni stala regionální ředitelkou.

TEXT: Jaroslava Matoušková | FOTO: archiv

Úspěch bez hranic

Čtrnáct společností v různých zemích, více než 2,8 milionu zákazníků, téměř 5000 vedoucích pracovníků a zaměstnanců v hlavním pracovním poměru – už 40 let je OVB jedním z předních poskytovatelů finančních služeb v Evropě. Také spolupracovníci OVB Allfinanz jsou Evropané a mnozí působí i za hranicemi České republiky. Někteří udělali kariéru nejprve v České republice a poté se rozhodli rozšířit své teritorium, někteří naopak začali v zahraničí a míří zpět do České republiky. OVB je evropskou společností, hranice pro naše spolupracovníky neexistují. Pojďme si představit ty nejúspěšnější.



”

Podnikat s OVB pro mne znamená podnikat s volností a zároveň být chráněn silnou firmou.

SSLD

Ing. MIROSLAV ŽEMLIČKA

Historicky první zemský ředitel OVB Česká republika, držitel 10 milionů BJ jen v České republice, nejlepší LD OVB Ukrajina. Na pozici zemského ředitele se Miroslav Žemlička vypracoval za pouhé tři a půl roku. Dosud vybudoval v České republice a na Slovensku patnáct zemských ředitelství.

Co pro vás znamená práce pro OVB, a co pro vás znamená OVB zejména z hlediska Evropy?

Příležitost podnikat s volností a zároveň být chráněn a zabezpečen silnou firmou. Budovat kariéru jednoznačně definovaným kariérovým plánem. Mít možnost bez omezení podnikat v dalších evropských zemích, v nichž OVB působí. Plnit si své tužby a přání na základě velikosti finančních příjmů, které závisí pouze na mé zdatnosti, péči, disciplíně a podnikatelském úspěchu. Mít volnost v prostoru a čase a nemít závislost na soukromém vlastnictví jedince či společnosti, jak je tomu u jiných makléřských a brokerských společností. Jedinečné setkávání se se zajímavými lidmi prakticky z celé Evropy.

Co radíte spolupracovníkům, kteří by chtěli dosáhnout stejných úspěchů?

Úspěchu může dosáhnout každý občan tohoto státu. Na úspěch neexistuje žádný návod ani školení. Lze opravdu pouze poradit, co je předpokladem úspěchu. Přání chtit ve svém životě úspěch, rozhodnutí k tomu, že se na cestu k úspěchu vydám. Mít vyrovnané vztahy ve svém životě, neboť před ničím se nedá skrýt ani utéct, mít ve své blízkosti někoho, s kým se mohu poradit (musím si ho vážit nebo musí být pro mě příkladem). Základem všeho je péče, disciplína a dynamičnost, nemít umazané ruce od bláta a stát přitom nohama na zemi, tj. pozor

na špatnou minulost. Je těžké úspěch budovat, daleko těžší je ho udržet!

Když dnes děláte průběžnou bilanci, jste spokojený s tím, čeho jste v OVB dosáhl?

Jsem nespokojený. Ve snech jsem měl více zemí, více LD a ředitelství, více aktivních MA, větší výkon strukturální firmy v mém řízení. Ve svém životě jsem však klidný a vyrovnaný. Při firemních dnech v ČR, SK i jiných státech vidím stále dynamicky rostoucí množství nových MA – je to nádherný pocit, krása a pocit štěstí nad vykonanou prací. Vybudovat 15 LD (v ČR + SK) z toho 13 aktivních, přitom 5 je přímých, je nádherný pocit.

Jakou filozofii se při své práci a v životě řídíte?

Je to filozofie vyrovnanosti, klidu a zázemí, filozofie strukturálních firem, dobře vybraného know-how a k němu správně zvoleného systému, filozofie identity, loajality a spolupráce. Filozofie motivačního řízení, filozofie osobnosti, která si přeje úspěch, filozofie volnosti a automotivace na základě plnění životních přání a cílů.



LD Mgr. MILOSLAV HORKÝ

Jak otec, tak dcera i syn. Jak manžel, tak i manželka. I u Milošava Horkého je OVB jedna velká rodina, a nejen v tom přeneseném slova smyslu. Rodinné podnikání a vzájemná podpora – v takovém případě nemůže úspěch a kariéra překvapit.

Člověk je úspěšný, když mezi vstáváním a usínáním dělá to, co se mu líbí. Je to věta zpěváka Boba Dylana. Je to opravdu tak jednoduché?

Pokud k této větě přidáme ještě nadšení, vytrvalost a touhu dosáhnout vyčteného cíle, je to pravda. Nejen pro mě, ale pro řadu z nás v naší struktuře platí: s OVB vstávám, s OVB jsem přes den, s OVB jdu spát. Platí to totiž doslova, protože mou životní partnerkou je úspěšná oblastní ředitelka, platí to i o Karlu Svobodovi, jehož životní partnerka je úspěšná obchodní vedoucí, obě mají nemalý podíl na mé i jeho stoupající kariéře.

”

Pokud přidáme nadšení, vytrvalost a touhu dosáhnout cíle, má Bob Dylan pravdu.



”

V byznysu nejsou žádné dárky, je to vždycky něco za něco.

BD KAREL SVOBODA

OVB je nejbezpečnější podnikání se správnou filozofií o skutečném a kvalitním životě, říká Karel Svoboda. Je nejúspěšnějším oblastním ředitelem v OVB Ukrajina. Podnikat na Ukrajině a v Rusku byla vždy jeho touha. Věděl, že to nebude lehké, ale slíbil sám sobě, že na Ukrajině vybuduje ten nejlepší tým.

OVB je o lidech a vy máte lidi rád. Musíte mít vynikající tým, abyste mohl podnikat na tolika frontách.

Lidi mám rád, ale důležitější je, aby lidi měli rádi mě, aby mi věřili a já jim, aby šli za naší společnou vizí, protože sami chtějí. Abych byl tím, kým jsem, vyzařoval pozitivní energii, byl v pohybu, udával tón, rytmus změn a jako dirigent disciplinovaně a inteligentně vedl celý ten tanec, dával, dával a zase dával, ale ne každému všechno a vždycky. V byznysu nejsou žádné dárky, je to vždycky něco za něco. Jaký je vedoucí, takový je jeho tým. Vynikající tým mám, vždyť je přece můj a já jsem jeho součástí jak v ČR, tak na Ukrajině.

Rozhodnutí začínat podnikat v zahraničí je důležitý životní krok. Chce to hodně odvahy?

Před vstupem do OVB ČR jsem pracoval jako ředitel mezinárodního restrukturalizačního týmu pro ruský Gazprom na Sibiři. Podnikat na Ukrajině a v Rusku, to byla vždy moje touha. Věděl jsem, že to nebude tak lehké, ale slíbil jsem sám sobě, že na Ukrajině vybuduji ten nejlepší tým. Myslel jsem si, že mám dostatek zkušeností a přišlo rozhodnutí. Definitivní, odhodlané, pevné rozhodnutí jako životní krok, za kterým si stojíte. To je umění, když se rozhodujete pro realizaci své vize. S tím má mnoho lidí problémy a jsou rádi, když za ně rozhodují jiní. Přišly začátky, neúspěch za neúspěchem, pád za pádem. Vnitřní boj se sebou samotným.

Odvaha nebylo rozhodnutí podnikat na Ukrajině. Odvaha a statečnost je, když po několika neúspěších a pádech se ihned postavíte na nohy a usilovně pracujete pro realizaci svého cíle. K tomu mi dávala sílu víra. Upadnout může každý, problémy bude mít ten, kdo zůstane ležet. Byl jsem sám, a kdybych nevstal, zradil bych sám sebe. Ale to už není jen o Ukrajině, to je o podnikání obecně.

Začátky v podnikání v prostředí, které je odlišné ekonomicky, právně, mentalitou lidí, to asi není úplně jednoduché, potýkat se s těmito problémy...

Žádný začátek podnikání v cizí zemi není jednoduchý, a přitom to jednoduché je. Jako když se učíte německy, tak musíte myslet německy. Na začátku věty vám řeknou „Ich habe“ a vy si myslíte, že MÁ, a máte z toho radost, pak následují další slova a na konci dlouhé věty řeknou „gehabt – měl jsem“. A máte po radosti.

Cizí zemi musíte přijmout za svoji, musíte ji mít rád, pak přijímáte věci tak, jak jsou. Tomu se člověk musí učit, znát historii, přizpůsobit svoje myšlení a chápání myšlení druhých v dané zemi. Mít trpělivost, podnikatelskou pokoru a umět naslouchat. Mentalita lidí na Ukrajině je podobná jako v ČR, pouze Ukrajinci jsou kreativnější. Problémy tam nemám, přicházejí různé situace, kde je vždy možné najít řešení pro věci, které mohou změnit, věci, které změnit nemohu, neřeším.

Co vás tedy žene dál a motivuje? Na první pohled se může zdát, že velmi lehce, bravurně dosahujete toho, co si stanovíte.

V Maslowově pyramidě se tomu říká seberealizace, uspokojení. Já mám radost, když srovnám současnou kvalitu svých spolupracovníků na Ukrajině a jejich kvalitu před rokem, zájem o práci a nasazení. To mě žene dopředu. Mám radost, když je jenom vidím. V každém vidím budoucího zemského ředitele, dříve jsem to neviděl, i já jsem se změnil. Jejich úspěchy i neúspěchy jsou mými úspěchy i neúspěchy. Je pro co žít vědomě a s radostí. Že lehce a bravurně dosahují toho, čeho dosahují? Není tomu tak, za tím vším je a bude ještě hodně práce, odpovědnosti a lásky. OVB je o učení a kultuře podnikání. Učit lidi milovat lidi, být lídrem, to není tak jednoduché, práce s lidmi je ta nejtěžší na světě, zato ta nejkrásnější. Správná cesta v podnikání je jít stále dopředu za svým cílem, rozvíjet se a nestagnovat. Stagnace rovná se rezignace.



SLD PhDr. HANA SLEZÁKOVÁ

OVB není pro Hanu Slezákovou jen srdeční záležitostí, ale i rodinnou. Téměř celá rodina Slezákových pracuje pro OVB. Všichni týmoví spolupracovníci jejího SLD jsou jedna velká rodina. Jak sama říká, nechtěla jet na výlet za úspěchem sama.

„
Jen to je ztraceno,
čeho se sami
vzdáváme.



LD Mgr. PAVEL SLEZÁK

Nejlepší zemský ředitel v České republice, třetí nejlepší v OVB Evropa. Svou kariéru v OVB Pavel Slezák odstartoval v roce 1997. Od počátku mělo jeho podnikání rodinný charakter. Začínal se svou manželkou Hanou, přidala se i starší dcera Dita.

„
Náš byznys je nutné
brát jako výzvu, hru,
potěšení, sport...

Možná už jste dosáhl v OVB všeho, co jste si na počátku stanovil jako cíl. Úspěch ale nepadá jen tak do klína...

Zda jsem u OVB dosáhl všeho, co jsem si stanovil, nemohu s určitostí říct, protože jsem si na každé pozici vytyčil nové cíle, a tak tomu je i na pozici LD. S jistotou však mohu říct, že pokud jsem chtěl dosáhnout jakéhokoli špičkového výsledku, musel jsem mu věnovat větší úsilí než moje „konkurenční okolí“. A to je problém i některých začínajících spolupracovníků. Nasazení není stoprocentní a většinou nevydrží do té doby, kdy se úspěch začíná objeovat.

Kdy a proč jste začal přemýšlet o tom, že stejných úspěchů jako doma chcete dosáhnout i v zahraničí?

Odpověď na otázku, proč otevřít své podnikání v zahraničí, byla velmi jednoduchá. Bydliště a sídlo mé firmy jsou 15 km od státních hranic se Slovenskem. Takže i zahájení podnikání na Slovensku bylo jen otázkou času. První INFO I na Slovensku proběhlo, když jsem byl na pozici R2. Další region, kde začínáme se svými spolupracovníky podnikat, je Ukrajina, kde působíme již téměř rok. Mentalita každého národa je jiná, a tedy i výsledky v zahraničí se dostaví později. V každém případě je to výzva.

Slovo úspěch zní jednoduše, hravě, ale dosáhnout úspěchu je ve skutečnosti hodně tvrdá práce...

To ano, ale přesto je nutné skutečně brát tento byznys jako výzvu, hru, potěšení, sport... Jinak z dlouhodobého hlediska dojde k vyhoření a ztrátě směru. Pro dosažení úspěchu je nezbytná sebekázeň a schopnost vytvořit si na svá záda bič.

Patříte mezi neúspěšnější v Evropě. V jednom rozhovoru jste řekl, že dobrý manažer pracuje, i když spí. Bude to tím?

I když to bylo míněno jako určitá nadsázka, tak je v tom kus pravdy. Vždy říkám svým spolupracovníkům, že když jdou večer spát, ať si udělají denní bilanci – co v daný den vykonali pro dosažení úspěchu. To znamená, kolik provedli úvodních rozhovorů, kolik analýz, poradenství a jaký to mělo efekt. Bez tohoto „nočního kontrolingu“ není možné jít kupředu. Spousta spolupracovníků chodí do kanceláře jako do zaměstnání a provize chtějí za množství „odsezeného času“, což ve skutečné podnikatelské činnosti není možné. Takže v tomto smyslu podnikatel pracuje, i když spí.

Jen to je ztraceno, čeho se sami vzdáváme. Tak zní motto vašeho SLD pro rok 2010. Podělte se s našimi spolupracovníky o další recept na úspěch.

Za úspěch v naší profesi považuji vybudování dynamicky rostoucí firmy! Receptů je jistě mnoho a knihy s tímto obsahem leží v každém knihkupectví. Převést teorii do praxe neboli vdechnout život stránkám papíru, na nichž se o tom píše, je manažerské umění. Na likér Becherovku existuje recept tajný, ten můj nic tajného neobsahuje, nicméně je potřebné namíchat optimální směs „koření“, tzn. vnést do firmy to správné rozložení samostatnosti a jednotného vedení, rozdat kompetence i odpovědnost, mít systém, a ne chaos, být loajální k týmu a firmě.

A zejména „ošéfovat“, aby toto know-how co nejpečlivěji „prosakovalo“ do dalších strukturálních generací. Recept na úspěch: denně (ale opravdu každý den) oslovit jednoho spolupracovníka nebo realizovat analýzu či poradenství, popř. servis. Přece znáte recepty – okořenit, zamíchat, upéct...



BD Ing. MARTIN GAJDA

Martin Gajda pro OVB pracuje rád. Jako hlavní důvody uvádí skvělou vzájemnou spolupráci celého týmu SLD Hany Slezákové, peníze a kariéru. Pomáhá lidem dosáhnout toho, co si přejí. Říká, že jediné hranice, které na světě existují, si tvoříme sami ve své mysli.

Kdy a proč přišel ten moment, že jste si uvědomil, že pro toho, kdo chce v OVB výrazně růst, neexistují hranice?

Ten okamžik se v mém případě dostavil v samotném závěru základního kurzu (byl to seminář vedený dnešními LD Hanou a Pavlem Slezákovými v Uherském Brodu), kdy mi došlo, že trh v ČR je nehorázně volný a skýtá mimořádné možnosti pro každého aktivního člověka. Navíc tu byla možnost zahájit podnikání na Slovensku, které mám „za rohem“. I této situace jsem rád využil. Jediné hranice, které na světě existují, si tvoříme sami ve své mysli. Umím-li snít, bořím tyto bariéry a nepřemýšlím, proč to nejde, ale co mám udělat, aby to šlo.

Skoro každý člověk, když rekapituluje své cíle a sny, narazí na den, který změnil jeho život...

Jistě! Sním velmi rád (o čemkoli a cokoli)! Profesionální život mi změnila jednoznačně nejvíc jedna květnová sobota roku 1996, kdy jsem ve Strážnici absolvoval úvodní seminář OVB, po kterém jsem sice ještě nebyl rozhodnut, ale... Naskytl se mi tam následující možnost: když chceš sám vydělat – dej vydělat jiným! Znovu jsem se tehdy zasnul, představil si svá přání a moje známé, kterým dám vydělat! Srovnával jsem tuto šanci v bankovníctví s mým tehdejším oborem (konstruktér průmyslových robotů a manipulátorů)... Ze současného pohledu nebylo co srovnávat, ale spolupracovník na začátku své činnosti vždy přemýšlí, jestli raději nezůstat v zajetých a pohodlných kolejích.

Dnes je příjemné rekapitulovat, co už se mi podařilo, co všechno ještě čeká na realizaci. Zároveň zjišťuji, že s jídelm roste chuť, že k hranicím našeho podnikání jsem ještě i přes svůj výtečný zrak nedohlédl a věřím, že nikdy nedohlédnu!

Úspěch je věcí cílených aktivit. Jaké další cíle máte před sebou?

Při našich aktivitách jde především o lidský potenciál (sám se dnes zaměřuji hlavně na oblasti Brno a Praha). V letošním roce plánujeme povýšit v našem ředitelství nového BD – mého bratra Jana Gajdu, další BL a GST. Další cíle tedy logicky spočívají ve vyhledávání nových talentů, kterým ukážeme možnosti a čeho mohou spoluprací s námi dosáhnout.

Mým doživotním cílem je ukazovat lidem, že nejkrásnější práce není prací, ale koníčkem, kdy člověk dělá to, co ho baví, těší a uspokojuje. A to, že v našem oboru máme ještě naše hobby navíc i výtečně zaplacené, je příjemné.

Kdybyste měl jmenovat pět nejdůležitějších charakteristik úspěšného manažera OVB, které by to byly?

Trpělivost, důslednost, empatie, cílevědomost a držení se zásady: mlčeti zlato – mluvit stříbro.

”

K hranicím našeho podnikání jsem ještě nedohlédl a věřím, že nikdy nedohlédnu.



SS LD JOSEF ČIHÁK

Jeho kariéra v OVB začala 1. dubna v roce 1994. Snad apřílové datum způsobilo, že maximum svých sil napřel nejdříve do zahraničí. Někdy se říká, že když je člověk nahoře, je nejvyšší čas přestat. Tak tomu může být ve sportu, nikoli u OVB. Úspěšný SS LD Josef Čihák je úplně nahoře a těší se na mnoho dalších výzev.

”

Gejíry úspěchů přijdou, když začnete chápat nádherné know-how, které nám OVB svěřila.

74 | 10 **Dosáhli jste výrazných úspěchů v zahraničí, plánujete také návrat podnikání do České republiky? Co bylo tehdy vaší motivací a perspektivou, vstoupil jste na docela jinou půdu?**

Samozřejmě, že plánuji návrat do ČR. Vedle České republiky jsou naši spolupracovníci aktivní na Slovensku, v Polsku, na Ukrajině, v Rumunsku a Chorvatsku. A co bylo tehdy mojí motivací a perspektivou? Spolupráci s OVB Allfinanz jsem začal 1. 4. 1994 jako sedmačtyřicetiletý stavař a soudní znalec z oboru stavebnictví. Až později jsem pochopil, že jsem byl svým způsobem sice úspěšný ve svém oboru, ale moje myšlení bylo před poznáním filozofie a systému OVB nasměrováno spíše negativně, na různé ztráty, chyby, nepochopení. Potom cítíte, že myšlenky vás víc a víc tlačí ke strachu a obavám z přítomnosti i budoucnosti! Náhle přišlo OVB – filozofie, systém, kariéra. A po půl roce svět vypadal úplně jinak, bez problémů 150–200 EH měsíčně. Pozor, v té době byl průměr na 1 smlouvu 0,96 EH!!! Přitom ještě jako reprezentant OVB na stupni R3 jsem v té době začínal vedle ČR na podzim 1994 s výstavbou struktur na Slovensku. Postupně jsem obavy nahrazoval myšlenkami na úspěch. Výsledkem byl samozřejmě úspěch. Koncem devadesátých let naše regionální ředitelství (CZ + SK) psalo okolo 60 000 EH měsíčně. Důvod byl velice prostý. Změna myšlení na pozitivní, a hned se vše zlepšovalo. Nastal stav, že jsem intuitivně cítil a věděl, že je to „to pravé podnikání“ – spolupracovníci vás následují, a přitom cítíte, jak vás vaše podvědomí chrání před jasně chybným rozhodnutím. A ještě krátce k předešlé větě. Při zpětném pohledu na věci a události ze začátku podnikání s OVB Allfinanz jsem přesvědčen o tom, že „ten“ vnitřní hlas jsem slyšel jenom já, ale byl tak zřetelný, jako by stál někdo vedle mě. A to prostě nemůžete odříci, protože mé nitro je „pro“, a nikoli jako před rokem 1994 – „proti“! Najednou vám začnou tryskat nápady, obchodní úspěchy, výstavba struktur, hotové gejíry – prostě správně začínáte chápat to

nádherné know-how, které nám firma OVB Allfinanz svěřila. Pak už není podstatné, ve které zemi působíte. Důležité je, že lidé okolo vás vidí, že vy sám tomu věříte, jdete příkladem a výsledkem za patnáct let spolupráce je, že v současné době naše SS LD ředitelství má měsíčně obrát okolo 200 000 EH. A co je na tom nejkrásnější – bez toho, že by do toho Josef Čihák zasahoval. A to je zatím začátek!

Jste spokojený? Nebo by člověk neměl být spokojený nikdy, aby se neustále zlepšoval?

Lhal bych, kdybych řekl, že ne. Ano, jsem spokojený, ale chtěl bych se s vámi podělit o pocit, co se děje od té hranice spokojenosti dál. Prostě jsem se v této oblasti podnikání „našel“ – bez ohledu na čas, vzdálenosti, situace. Jsem ve fázi, že je to pro mě hobby! Vysvětlím – svému podvědomí jsem začal na začátku kariéry v OVB předávat obraz úspěchu, spokojenosti, ale i bohatství s pomocí hezké představitosti dojit na LD – pak SLD – pak SS LD – velký dům, spokojená a zdravá rodina, hobby, cesty kolem světa... To vše samozřejmě za podpory vlastní vytrvalosti a s krásným vnitřním pocitem z toho nádherného podnikání. Být obchodník, který ze začátku plní sny a přání klienta, pak ten, který s sebou „pozitivně strhává“ spolupracovníky, kteří si také přejí úspěch, to vše vás nenechá jednat jinak, doslova vás to přinutí k úspěchu, štěstí a stále dobré náladě. Pak zvládáte i v dnešní době vše bez stresu, léků, a tisíce kilometrů nacestovaných měsíčně po Evropě jsou prostě nádherna. Protože to, co vysíláte, se k vám zesíleně vrátí!

Jakým mottem se ve své práci řídíte a co byste vzkázal ostatním spolupracovníkům OVB?

Začnu mottem – nejsem důležitý já, Čihák – ale úspěšnost mé firmy, tzn. spolupracovníci kolem mě. Kterékoli slovo či dohoda, které se poruší, způsobí, že se všechno hrouští. Nebo se nastolí „diktatura“, ale to pak přijde rána shůry a je konec firmy. Proto budujte svoje firmy

na systému a úspěchu pro všechny, a pamatujte, že musíte dát lidem svobodu, protože to jsou jejich firmy. Proto nebudujte svoje firmy jen na osobnostech. Jako podnikatelé občas musíte sáhnout k tvrdým rozhodnutím, ale nesmíte být bezohledný – tj. kážete vodu, ale přitom pijete víno! Jsem přesvědčen o tom, že být bezohledný je vlastně kontraproduktivní. Je to jen otázka času, někdy delšího času, ale čas to ukáže. Pokud spolupracovníci vycítí, že je s vámi dobře a daří se jim po vašem boku, jdou za vámi a nic jim v tom nezabrání. Řekl jsem, že OVB pro mě od počátku bylo hobby. Proto naše podnikání berte jako zábavu, aby náš byznys spolupracovníky bavil. Opak nemá smysl. Proto doporučuji, abyste si se svým podnikatelským okolím, spolupracovníky, partnery, centrálou, klienty a ostatními kolem vás dopřáli pohodu. Rozhodně se vám to vyplatí. Plynut energie, časem při vymýšlení nepravdivých pomluv a polopráv zpomaluje růst struktur, vytváří rozladěnost, zklamání spolupracovníků. Ničí dobré mezilidské vztahy, na kterých je toto podnikání postaveno. Proto mám pro vás, nádherné OVBáky, jiné doporučení. Rozhodně si dál budujte dobré vztahy, kontakty, smějte se, neutápějte se „v trvalých bojích“, které nakonec nemají vítěze, neberte hned vše osobně, užívejte si v našem podnikání, které 40 let funguje na finančním trhu. OVB mi pomáhá a slouží již šestnáctý rok a já si ho opravdu užívám a věřte, dál budu užívat. Těším se s vámi v krátké budoucnosti na setkání opět naplno i v České republice. ■

Genio

Investiční životní pojištění

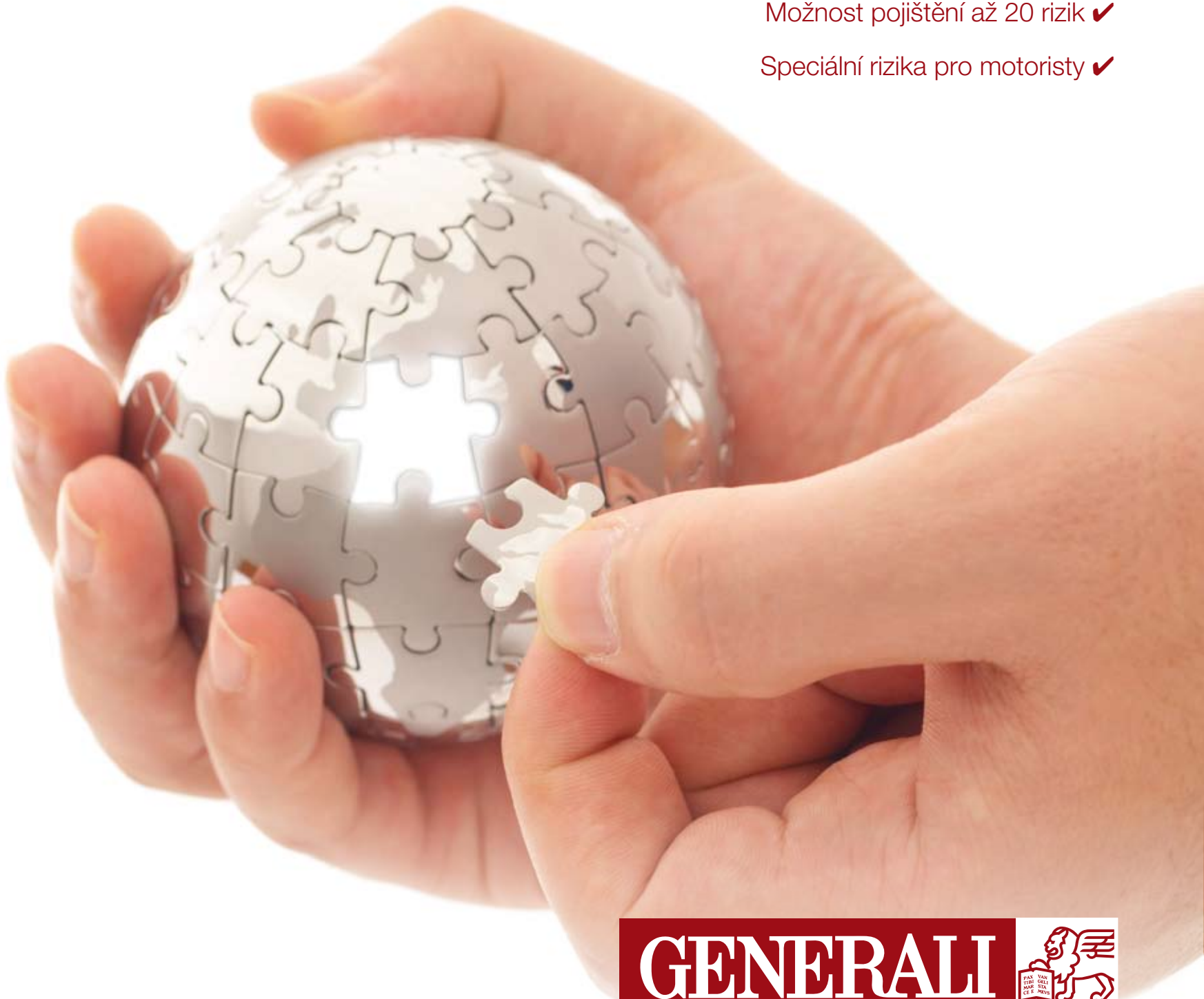
Nejmodernější generace investičního životního pojištění ✓

Možnost výplaty 5 % navíc při dožití smlouvy ✓

Jednoduché a rychlé sjednání smlouvy na 1 straně ✓

Možnost pojištění až 20 rizik ✓

Speciální rizika pro motoristy ✓



GENERALI

Pod křídly Iva.



Otázky pro

Cílem společnosti OVB Allfinanz, a.s. je nabízet mimořádně profesionální a kvalitní služby s ohledem na potřeby a maximální spokojenost zákazníků. O kvalitním přístupu společnosti ke klientům svědčí, že v současné době společnost OVB Allfinanz „servisuje“ téměř 900 tisíc klientů a tento okruh se daří dále rozšiřovat.

Nejdůležitějším posláním společnosti je seriózní služba zákazníkovi. Klademe důraz na vytvoření trvalého vztahu se zaměřením na péči o jeho spokojenost a kvalitu finančních poradců. Budování vztahů vyžaduje čas i úsilí. Porozumění a dokonalá znalost klientů jsou totiž základním klíčem k upevnování loajality a oddanosti značce. Vybraným spolupracovníkům jsme položili následující otázky:

1. Jaké při své práci využíváte nástroje pro optimální správu vašeho klientského kmene?

2. Co děláte pro maximální spokojenost klienta? Jakými pravidly se v kontaktu s ním řídíte?

PAVEL NAJMAN
oblastní ředitel
(SLD Petr Křen)



1. Je to především o elektronické databázi, která mě upozorňuje na končící smlouvy nebo na osobní výročí u klienta. Dále mi umožňuje spravovat klienty i podle společnosti a produktů.

2. Dívám se na věci z jeho pohledu, z jeho životní situace. Vždy se snažím pro klienta udělat podstatně více, než on sám ode mě čeká. Zásadně nepomlouvám konkurenci a dělám jen to, co mně samotnému je příjemné.

Ing. PETR BECHYŇÁK
oblastní vedoucí
(LD Dana Benáčková)



1. Využíváme firemní a partnerský software. Co se firemního SW týče, pro prvních dvacet klientů není třeba žádný nástroj, protože takové množství dat je možno zvládnout s papírovou analýzou a informacemi uloženými v hlavě. Po překročení tohoto počtu jsem vytvořil databázový systém, který byl modifikací produktu, který jsme vyvíjeli a prodávali v naší soukromé společnosti. Mnohá zlepšení přineslo zavedení OVB portálu, teď s netrpělivostí očekáváme vylepšení zpracovanou v novince myOVB. Na poli partnerského SW vede mnoho let využívaný přístup do klientských dat u ČMSS, následovaný v poslední době rostoucími možnostmi nahlížet na klientské smlouvy u našich dalších partnerů. Smysluplné užívání jakéhokoli nástroje je úzce spojeno s člověkem, který jej ovládá. Vedu proto svůj tým k osvojení si uvedených produktů a jejich využití v naší práci. Na tomto poli celkem úspěšně zvyšujeme v naší firmě počítačovou gramotnost.

2. Ukážeme klientovi, že stojíme na jeho straně a „kopeme v jeho barvách“. Velkou pomocí je FSA, neboť poskytuje rámec a vedení, nedovolí opomenout žádnou důležitou oblast klientova zájmu. Přitom každý sám za sebe musí ctít tyto zásady: nikoho nepoškodit (klienta, spolupracovníka ani partnerskou společnost), jednat vždy čestně s odkrytým hledím, striktně dodržovat filozofii OVB, naplňovat důsledně systém práce – FSA, nelhat, nepodvádět, splnit vše, co slíbím, neslibovat, co splnit nemohu, být dochvilný, přesný v číslech a poctivý v úmyslech. Protože tyto zásady zavádíme do každodenního života, nezůstávají jen mrtvou literou. Jakmile si našeho přístupu klient všimne, máme vyhráno.

MARTIN CHALUPECKÝ
oblastní vedoucí
(LD Pavel Slezák)



1. Během kariéry v OVB člověk podstoupí nespočet obchodních jednání, takže není v jeho silách veškeré informace udržet v hlavě. Proto využívám svoji databázi klientů, do které si značím všechny informace o tom, co si klient do budoucna přeje. Díky tomu a také díky pravidelnému kontaktu tak svému klientovi můžu poskytnout servis přesně ve chvíli, kdy ho potřebuje.

2. Vzhledem k tomu, že finanční situace každého člověka je jeho soukromou záležitostí, musí mezi poradcem a klientem fungovat důvěra na maximální úrovni. Velmi důležité rovněž je, aby člověk pochopil výhodu spolupráce se společností OVB, a co je hlavně, viděl v tom smysl. Velký důraz také kladu na vypracování finančních plánů, které klientovi umožňují více způsobů řešení jeho přání. Tyto informace se snažím zpracovat přehledně a maximálně věcně. Výběr vhodné varianty už nechám vždy na samotném klientovi. Netlačím na něj se mi osvědčilo nejvíce ze všech prodejních technik, které jsem kdy zkoušel.

IVETA STRNKOVÁ
oblastní vedoucí
(SLD Hana Slezáková)



1. Při péči o klientský kmen mi nejvíce pomáhá databanka klientů – program, který speciálně pro celé ředitelství nechala vytvořit naše zemská ředitelka Hana Slezáková. Program je zaměřený hlavně na hlídání termínů, připomínání a různé vyhodnocování klientského portfolia. Také si vedu vlastní evidenci ve složkách. Každou rodinu mám ve složce, kde mám založeny veškeré kopie smluv, změnových formulářů, korespondence, návrhy poradenství, poznámky z jednání, o čem jsme se s klientem bavili, jaké jsou jeho potřeby, požadavky. Před každou servisní návštěvou si tyto materiály prostuduju, navodím si atmosféru z minulých schůzek a podle toho připravuju návrhy změn v portfoliu. Ke své práci využívám jako hlavní pracovní nástroj diář. Pracovat s ním mě naučila další skvělá manažerka Hana Hanáková a v posledních dnech, kdy podnikám při mateřské dovolené s měsíčním synem Samuelem, je mým velkým pomocníkem poznámkový sešit – úkolník, který nosím s diářem neustále při sobě, do něj si zapisuju všechny požadavky klientů i spolupracovníků a postupně požadavky vyřizuju dle priorit. Co se týká informací pro klienta – tyto nacházím na portále OVB Allfinanz, a.s., kde máme díky centrále denně aktualizované novinky z finančních domů.

2. Tak, jak jsem se v roce 2002 učila od svých vedoucích. Důležitý je pro mě především užitek pro klienta. Proto se na schůzce s ním snažím maximálně naslouchat jeho potřebám. Při jednání s klientem jednám vždy upřímně, otevřeně a profesionálně. Řídím se heslem: „Když bude mít klient peníze díky mé práci a bude spokojený, budu i já.“

Ing. ZUZANA ŠČUKOVÁ
oblastní vedoucí
(SLD Miroslav Šafr)



1. Dlouhodobá spolupráce s klientem je jedním z důležitých článků fungujícího partnerství mezi klientem a majetkovým poradcem. I v době internetu a elektronické komunikace má pro mě velký význam archiv veškeré písemné komunikace s klientem v papírové podobě, se všemi stále se doplňujícími dodatky a hlavně důležitými poznámkami z jednání. Vše důležité z pohledu každodenní administrativy mám dnes již plně k dispozici na počítači, velmi efektivní pro mě je možnost synchronizace těchto nástrojů s mobilním telefonem, a tedy i diářem. Nezanedbatelným zdrojem podkladů pro jednání s klienty je jistě i OVB portál, myslím, že elektronický archiv naskenované smluvní dokumentace klienta je stále ještě nedocenený. Hodně si slibuji od nového systému myOVB.

2. Zcela jistě nechci být ani prodejcem finančních produktů, ani nechci být jen nějakým finančním poradcem, ale já chci být klientovi partnerem. Partnerem pro jeho finance, partnerem pro setkávání a řešení důležitých životních situací. Tento vztah je založen na důvěře, otevřenosti a přímém jednání. Každý, kdo tuto práci dělá a chce si budovat dlouhodobé vztahy a své postavení na trhu, tak na tyto principy nesmí zapomenout. Samozřejmě jsou profesní znalosti, které tvoří základ pro jednání. Ale znát skutečné potřeby a cíle klienta, umět naslouchat jeho přání – to je první a hlavní krok ke spokojenosti klienta a dlouhodobé vzájemné spolupráci. Vždy jednat v zájmu klienta, ať už z pohledu finanční výhodnosti nebo z pohledu splnění jeho životního cíle. To mi zajistí klientovu spokojenost, a tedy i jeho loajalitu.

JANA TUŠLOVÁ
oblastní vedoucí
(SSLD Petr Mucha)



1. Při své práci využívám maximálně pro správu svého klientského kmene portálu OVB, kde jsou uloženy pod heslem každého z nás informace o klientech.

2. Moje zásada, se kterou jsem do OVB Allfinanz vstupovala, byl spokojený klient. Jde mi vždy o to, aby výsledkem našeho společného jednání a spolupráce bylo v co největší míře vyřešení požadavků a přání klienta. Musí však také jít o reálné požadavky ze strany klienta a také o to, aby se s ním jednalo na rovinu. A jaká pravidla? Určitě pochopit klienta, domluvit se na společném pracovním postupu a hlavně komunikovat s klientem.

JUSTIN VALEŠ
oblastní vedoucí
(LD Pavel Slezák)



1. Správa mého vlastního klientského kmene a taktéž i našeho celostrukturálního kmene klientů je vnímána jako nedílný a velmi důležitý systémový prvek naší práce. Uvědomujeme si, že je relativně snadné získat klienta, ale není již tak snadné si ho dlouhodobě udržet. A proto týmově organizujeme na všech pobočkách pravidelné odpolední „call party“, na kterých proaktivně komunikujeme se všemi stávajícími klienty o jejich realizovaných programech, o nových možnostech i novinkách na trhu a též o možných nových vizích našich stávajících klientů. Z tohoto systémového prvku se odvíjí další případná práce se stávajícím klientem, jako jsou např. servisní schůzky, úpravy realizovaných programů, rozšíření/doplnění finančního portfolia klienta, atd. Právě tímto aktivním přístupem jsme schopni zajistit optimální správu klientského kmene a též i spokojenost klienta.

2. Jak jsem zmínil již v první odpovědi, pro spokojenost klienta je důležitý proaktivní přístup a pravidelná komunikace. Pokud neudrím pravidelný kontakt a komunikaci s klientem, nemám přehled, nemám-li přehled, nejsem schopen zajistit maximální spokojenost nikoho. V komunikaci a práci s klientem jsem vždy vycházel a stále vycházím ze dvou zásad – jednoduchost a srozumitelnost + lidskost a přirozenost. Toto jsou dva základní pilíře, které dnes učím spolupracovníky ve svém týmu. Sám si koupím jen to, čemu rozumím, a koupím to pouze tam, kde je mi příjemně a kam bych se rád kdykoli vrátil. Z tohoto jsem vycházel, a proto jsem svůj strukturální systém pro komunikaci a práci s klientem maximálně zjednodušil. Zároveň se ale vždy snažím, aby si mí spolupracovníci zachovali svoji vlastní osobitost. Nechci, aby opakovali naučené fráze, postupy a byli tím při komunikaci v křeči. Chci, aby práce, komunikace i kontakt s klientem byly založeny především na přirozenosti. A to se nám v dnešní době vyplácí.

Ing. LUKÁŠ KALOUSEK
obchodní vedoucí
(LD Pavel Slezák)



1. Důsledná správa klientského kmene je klíčem k efektivní práci finančního konzultanta. Mou každodenní prací je proto naučit své spolupracovníky pečovat o jejich klientský kmen tak, aby z něho mohli těžit dlouhodobě. K tomu nám slouží nejen firemní intranet s databází klientských informací a podpora servisního týmu (např. při potřebě kontaktovat písemně větší počet klientů), ale především pravidelné servisní schůzky, jejichž cílem je kontrola aktuálnosti realizovaného finančního plánu s možnou nabídkou dalších produktů z široké palety našich finančních partnerů. Neopomínáme ani nadstandardní péči o klienty ve formě vánočních přání, drobných narozeninových dárků a tak podobně. To vše vede k navázání kvalitního a dlouhodobého vztahu s klientem tak, aby věděl, že se může na svého poradce z OVB kdykoli obrátit.

2. Věřím, že pro spokojenost klienta je nezbytná důvěra ve svého poradce, který musí při jejím získávání demonstrovat svoji profesionalitu a adekvátní odbornost. To zajišťuje naše důsledná příprava a pravidelná certifikace nových i stávajících spolupracovníků v produktových znalostech, vedle nichž je neméně důležitá schopnost vypracovat detailní analýzu přání a potřeb klienta. Při té je nezbytné pozorně naslouchat klientovi a umět klást správné otázky ve správnou chvíli. Klient se tedy maximálně podílí na tvorbě svého finančního plánu tak, aby měl jistotu skutečně nezávislého a komplexního řešení. Při kontaktu s klientem se však nestaráme pouze o pomoc s realizací jeho přání. Jsem přesvědčen o tom, že důležitou součástí naší práce je i zvyšování „finančního IQ“ našich klientů tak, aby o svých penězích více přemýšleli a naučili se veškeré výdaje a investice plánovat dopředu.

Ing. ONDREJ KARASZ
obchodní vedoucí
(LD Miloslav Horký)



1. Nejprve pro klienta vytvořím projekt tak, aby přesně vycházel z jeho přání a potřeb. To je první nástroj. Projekt je rozmanitý a klient si sám vybere, co je pro něj nejlepší. Za další, a podle mého názoru čím dál důležitější, nástroj dnes považují určité servis. Díky systému, který jsme v našem týmu v této oblasti zavedli, se nám daří klienty obhospodařovat skutečně dlouhodobě. Kvalitní servis nám umožňuje získat si klientovu důvěru a uzavřít u něho trh.

2. Osobně se snažím o to, aby mě klient považoval za svého dobrého známého, který se vyzná ve financích a může mu ušetřit či vydělat nějakou tu korunu navíc. Klienti jsou někdy překvapeni, že existuje někdo, kdo jim chce opravdu pomoci, a takový vztah u nich budují nejen já, ale i moji spolupracovníci. Odborně zpracovaný projekt je vhodným podkladem pro takový vztah, kde klient vidí objektivně černé na bílém, jak mu pomáháme. To je další důvod pro jeho maximální spokojenost.

VĚRA KOLÍNSKÁ
obchodní vedoucí
(SSLD Miroslav Žemlička)



1. Každý můj klient má přiděleno pořadové číslo. Pod tímto číslem a jménem jej zařadím do seznamu klientů. Ten vedu v elektronické podobě, ale osvědčila se mi i tzv.

kniha klientů. V počítači jsou vytvořeny jednotlivé složky, elektronické analýzy pro klienta. Zde získám okamžitý přehled o jeho portfoliu. Součástí knihy klientů jsou karty. Můžeme si to přirovnat ke kartám u lékaře. Jednotlivé osobní karty obsahují kopie smluv, poznámky ze schůzek a další dokumenty. Také si zaznamenávám v knize klientů termín následného servisu, tak mám přehled i o budoucích schůzkách. Využívám portál OVB i našich obchodních partnerů, např. kontroly smluv, výročí narozenin atd.

2. Na toto téma by se dalo dlouze hovořit. Spokojenost klienta, a nazvala bych to trvalá spokojenost klienta, se nezíská z jedné schůzky. Z toho také vyplývá, že jedním tak, abychom se navzájem rádi viděli. Klienti mi mohou kdykoli zavolat. Je nutné provádět následný servis. Je samozřejmostí, že pokud nastanou, nebo se spíše chystají, změny týkající se portfolia klientů, snažím se je o těchto skutečnostech informovat. Pravidla kontaktu jsou jednoduchá, na prvním místě korektnost, dále příjemné vystupování a vzhledem k tomu, že se mi klienti svěřují se svými osudy, nesmím zapomenout na diskretnost.

BOHUMILA ODEHNALOVÁ
obchodní vedoucí
(SSLD Josef Cihák)



1. Po desetileté aktivní práci s klienty mohu porovnat možnosti správy klientského kmene a velmi jsem uvítala současnou podporu na portálu OVB. S první stovkou klientů jsem si nechala vytvořit program pro klientskou databázi, abych měla snazší výběr potřebných informací. Za velmi důležité považuji zajištění bezpečného provozu počítačové sítě a použitého softwarového vybavení, které mám k dispozici. Tuto starost za mě převzal našťástí syn, který je v této oblasti odborníkem.

2. Základem naší práce je vzájemná důvěra. Na jedné straně klientovi

ukazují možnosti a cestu ke zvýšení majetku či finanční nezávislosti. Na straně druhé je mým úkolem zajistit klienta pro případ nenadálých situací v životě. Ve většině případů sám klient přichází na to, jaký je rozdíl mezi naším poradenstvím a jeho dřívější zkušeností. Jsou to výhody, které klient s mou pomocí získá. Pravidlem, kromě vzájemné důvěry, je zachování mlčenlivosti, dobrá komunikace, spolehlivost a realizace dohodnutých věcí do konce. Velmi si vážím důvěry svých klientů. Z těch klíčových se mnozí stali přáteli.

DANIEL VOŇKA
obchodní vedoucí
(LD Pavel Horák)



1. Podle mého názoru je velmi důležitý pravidelný servis a přátelský vztah mezi poradcem a klientem. Dnes již většinu svých klientů řadím mezi dobré známé. Posílám jim pravidelně přání do nového roku a přeji vydařené svátky vánoční a VIP klientům i velikonoční. Velmi dobré je popřát i k nějakému důležitému výročí, to může klientovi udělat velikou radost. S některými mám vztah i takový, že mě pozvou na rodinnou grilovačku. Samozřejmě je důležité klienty seznamovat s aktuálním děním na finančním trhu.

2. Už od začátku spolupráce s OVB byla moje teorie postavená na kvalitě poradenství a skutečných radách klientům. Tím pádem se snažím klientům zajistit kvalitní produkty, se kterými budou spokojeni, a nastavit je tak, aby jim přinášely co největší užitek. Zakládám si na férovém vystupování, sympatiích, etice a vyrovnané konverzaci. Dobrý poradce musí poradit a pomoci se vším, co je v jeho silách.

Allianz, stabilní partner pro OVB Allfinanz

TEXT: Petra Svobodová, František Hudák | FOTO: archiv Allianz pojišťovny, a.s.

Rosteme rychlým tempem

Za poslední rok došlo ke skokovému nárůstu prodeje produktů pojišťovny Allianz v síti OVB, a to zejména u životního pojištění. Dynamický růst nejlépe dokumentuje fakt, že prodej investičního životního pojištění meziročně vzrostl v řádu stovek procent, stejně tak i penzijní připojištění.

Rozšiřujeme a vylepšujeme nabídku produktů

Při diskuzích se spolupracovníky OVB jsme stále častěji naráželi na jeden bod – určitý okruh klientů potřebuje kvalitní krytí rizik, ale ne v každé situaci je schopen spořit. Proto jsme v naší „kuchyni“ smíchali všechny požadované ingredience a v květnu tohoto roku plánujeme rozšířit nabídku o nový produkt „PRO život“, kde jsme spojili obě vlastnosti – klientovi lze nabídnout kvalitní zajištění rizik a dle aktuálních možností a potřeb se klient může rozhodnout, zda bude také investovat. Rizika jsou v podobném rozsahu jako ve stávajícím produktu Rytmus, rozšířené o možnost pojistit riziko smrti s lineárně klesající pojistnou částkou. PRO život také pokračuje v tradici zajištění pro celou rodinu – lze pojistit dvě dospělé osoby a až čtyři děti, úrazové pojištění až do 75 let, je možnost připojistit profesionální sportovce, motorismus a letecké riziko, pracovní neschopnost pro hrubou mzdu 20 000 Kč bez prokazování příjmů atd. Unikátní je denní odškodné za následky úrazu s 500 % progresí, tzn. že dokážeme krytí úrazy až částkou 5000 Kč denně. Samozřejmostí je také úplné rozvázání všech připojištění stejně jako v produktu Rytmus.

Plánujeme pro rok 2010

V roce 2010 se zaměříme na podporu Privátního pojištění majetku občanů. Allianz pojišťovna se může pyšnit vyso-

kou kvalitou tohoto produktu. V rámci jedné smlouvy je možné sjednat pojištění nemovitosti, domácnosti i odpovědnosti, nabízíme širokou pojistnou ochranu a výběr ze tří variant rozsahu krytí pojistných nebezpečí. Součástí pojištění jsou i jedinečné asistenční služby „Home Assistance“, které jsou nabízeny zdarma, a to již v základní variantě. Klient má také možnost převést „bonus“ za bezeškodní průběh u jiné pojišťovny a za každý rok bez pojistné události klientovi automaticky zlevníme pojistné o 5 %. Akční sleva na rodinné domy až 30 % běží stále.

Nemalý podíl na prodejnosti produktu má samozřejmě i jednoduchá možnost sjednání, a proto v tuto dobu přicházíme s novým excelovým kalkulátorem pro vytvoření rychlé nabídky a zároveň s možností tisku pojistné smlouvy.

Inovujeme servis pro spolupracovníky OVB

Ke konci roku 2009 jsme zavedli vyřizování intervencí smluv prostřednictvím e-mailu a proces intervenování se tím významně zrychlil.

Zcela novou službou je spuštění on-line náhledu na stav pojistných smluv životního pojištění, pojištění majetku nebo vozidla na webových stránkách Allianz. Po zadání čísla pojistné smlouvy a data narození klient získá řadu důležitých informací: dokdy má zapláceno, kdy byla připsána poslední platba, jaká bude výše příští platby, v jakém termínu má být uhrazeno další pojistné atd. Systém také vygeneruje platební údaje: číslo účtu, variabilní a konstantní symbol.

Vzkazujeme spolupracovníkům OVB

Vytváříme stabilní zázemí, které je vám oporou!



František Hudák – Manažer pro klíčové zákazníky



Petra Svobodová – Manažerka pro klíčové zákazníky

Aplikační výběrový seminář

6. 11. 2009, Luhačovice

Speciální produktový a psychologický trénink určený pro reprezentanty a vedoucí SLD Hany Slezákové a LD Pavla Slezáka zaměřený na ošetření klientů a na rekrutování nových MA.



GST Lyceum

21.–22. 11. 2009,
Luhačovice

Dvoudenní speciální „líheň“ pro nové GST SLD Hany Slezákové a LD Pavla Slezáka. Zahájení se zúčastnil pan Detlef Müller.



Všechnopárty se Šípem

24. 11. 2009, Praha, divadlo
Semafor

Odměnová akce pro nejúspěšnější spolupracovníky SLD Hany Slezákové a LD Pavla Slezáka s Karlem Šípem v Semaforu.



Pražské povýšení

30. 11. 2009, Praha

Slavnostní podepsání žádosti o povýšení do vyšší pozice dle KP LD Pavlem Slezákem.



Povýšení v Uherském Brodě

2. 12. 2009, Uherský Brod

Slavnostní podepsání žádosti o povýšení do vyšší pozice dle KP SLD Hanou Slezákovou a LD Pavlem Slezákem v tamní kanceláři.



Vánoce na Molle

9. 12. 2009, Praha,
Mollo 22

Na vánočním večírku v tričkách OVB se s českým týmem vedoucích LD Pavla Slezáka setkali Mario Freis, Detlef Müller a Roman Daneš.

Bláznivé Vánoce

14. 12. 2009, Luhačovice,
hotel Adamantino

Vánoční večírek moravského týmu vedoucích SLD Hany Slezákové a LD Pavla Slezáka s „bláznivým“ programem spolupracovníků plným scének a uměleckých vystoupení.



Kariérní postup

28. 12. 2009
a 13. 1. 2010, Praha,
Uherský Brod

Slavnostní podepsání žádosti o povýšení do vyšší pozice dle KP LD Pavlem Slezákem.





Nejdůležitější týmová porada

28. 1. 2010, Luhačovice

LD Meeting Luhačovice, nejvýznamnější a podnikatelsky nejdůležitější poradu svolanou SLD Hanou Slezákovou a LD Pavlem Slezákem, kde vznikala strategie pro nový podnikatelský rok, navštívili Michal Knapp, Detlef Müller a Andreas Simon.



82
1 | 10

LD RELAX na lyžích

30. 1.–2. 2. 2010, Rakousko

Lýžování v rakouských Alpách si jako odměnu pro nejúspěšnější užili spolupracovníci SLD Hany Slezákové a LD Pavla Slezáka.



Stoupáme v kariéře

10. 2. 2010, Praha

Slavnostní podepsání žádosti o povýšení do vyšší pozice dle KP LD Pavlem Slezákem.



Zrod strategie pro nový rok

12.–15. 2. 2010, Praha
Parkhotel

Na nejvýznamnější a podnikatelsky nejdůležitější poradě LD Pavla Slezáka nastavila česká polovina týmu strategii pro nový podnikatelský rok. Pozvání přijali Michal Knapp, Detlef Müller a Andreas Simon.



Vodní radovánky

3. 12. 2009, Akvapark
Čestlice u Prahy

Rozsáhlé vodní radovánky a relax zorganizovala pro nejuspěšnější z firmy SLD Hana Slezáková.

83
1 | 10

Oslava nové regionální ředitelky

26. 2. 2010, Luhačovice, hotel
Adamantino

Oslava povýšení Hany Hanákové na RD za účasti Mario Freise, Michala Knappa, Detlefa Müllera, SLD Hany Slezákové, LD Pavla Slezáka, zástupců partnerských společností a Centrály OVB Praha. Chybět nesměli firmní vedoucí a MA.



Prohraná sázka

12. 2. 2010, Praha

LD Pavel Slezák, prohrál sázku a tak pozval spolupracovníky ze svého týmu na speciality z tyče šéfkuchaře do Ambiente Restaurante Brasileiro.

JobDays

Duben 2009, Praha

Tým BL Lubomíra Krajíčka (SLD Petr Křen) se rozhodl pro nábor nových spolupracovníků na veletrhu práce JobDays v Průmyslovém paláci v pražských Holešovicích. Pod slunečníkem vládla zjevně dobrá nálada a přenesla se do sluncem zalitého Výstaviště.



Relaxace ve sklípku

Červen 2009, Mutěnice

Spolupracovníci BL Lubomíra Krajíčka pojali společné školení na Moravě skutečně stylově. V moravském kroji a v moravském sklípku, kde relaxovali po náročném školení.

84

1 | 10

Training of Trainers

8.–9. 8. 2009, Říčany u Prahy

Spolupracovníci z týmu regionálního ředitelství Pavla Milana Černého (SLD Petr Křen) na TT semináři.



Kouzlo Paříže

Září 2009, Paříž

Za odměnu vzal své nově povýšené obchodní vedoucí BD Pavel Bezouška (LD Petr Havel) na týdenní pobyt v Paříži.



Říjen 2009, Seč

Oblastní ředitel Pavel Bezouška pozval spolupracovníky ze svého týmu na oslavu svých narozenin ve westernovém duchu.



Westernové narozeniny

Vánoce na Stojáka

4. 12. 2009, Praha

Tým RD Pavla Milana Černého (SLD Petr Křen) odložil svou pracovní zátěž a zažil se svými příznivci vánoce na stojáka v příjemné neformální atmosféře Klubu Harleys. Fantastická atmosféra, skvělá nejen jazzová hudba, nejedno milé a veselé překvapení.



Drakiáda

28. 10. 2009, Praha

V den výročí vzniku Československé republiky uspořádal BL Ivo Gráf (BD Tomáš Grec, LD Petr Havel) v rámci Drakiády na Kampě soutěže pro děti a klientskou anketu pro dospělé. Akce proběhla ve spolupráci se společností Deutscher Ring.



Anketa ve Vyškově

6. 10. 2009

Jihomoravští spolupracovníci oblastního ředitelství Tomáše Grece (LD Petr Havel) uspořádali na hlavním vyškovském náměstí klientskou anketu. Vyvrcholením celé akce bylo losování o hodnotné ceny a projíždku firemním OVB Smartem.

Relaxační víkend na Štiříně

30. 10.–1. 11. 2009

Nejúspěšnější spolupracovníci a spolupracovnice oblastního ředitelství Tomáše Grece (LD Petr Havel) strávili tři dny v krásném prostředí Štiřínské stodoly. Všichni měli možnost ochutnat vybraná vína pod vedením profesionálního someliéra, zkusit golf na golfové akademii a poté relaxovat v netradičním prostředí Štiřínského zámku.





Tombola



Povýšení nového BL Vladimíra Škopa



Nejlepší reprezentanti za rok 2009



Sbírka na Dobrý skutek



Na parketu bylo živo

Havajská noc

16. 1. 2010, Praha, restaurace
Zlaté časy

Na novoroční oslavu v tichomořském stylu pozval LD Pavel Horák své spolupracovníky, zástupce centrály a partnerských společností.

Mezi hosty zavítali i Michal Knapp, Detlef Müller a Andreas Simon. Součástí Havajské noci bylo i vyhodnocení nejlepších spolupracovníků na pozicích RD až BD i povýšení nového BL Vladimíra Škopa. A jak tomu u Horáků bývá zvykem, nechyběla dobročinná sbírka na Dobrý skutek ani tombola. A tak Havajská noc byla opravdu „velká havaj“.



Havajská noc v plném proudu

86
1 | 10



Nejlepší BD za rok 2009



Nejlepší GST za rok 2009



Nejlepší BL za rok 2009

Čtyřkolky, lukostřelba a cross golf

Listopad 2009, Bublava

Nejen sportování si užívali spolupracovníci BL Hany Horké (LD Miloslav Horký) na sportovním víkendu, který pro ně za odměnu uspořádala.



Zabíjačka

Listopad 2009, Lubenec

Výhradně pánskou jízdou si pořádně užili spolupracovníci oblastního ředitelství BD Leoše Hegenbartha a BL Petra Horkého.

87

1 | 10

Dámská jízda ve Wellness

Prosinec 2009, Kazdův Dvůr

Relaxací a dámskou jízdou zakončily rok 2009 ve Wellness středisku dámy z oblastního ředitelství BD Hany Horké.



Degustace kvalitního moku

Prosinec 2009, Zámčec
Doubí Karlovy Vary

Vánoční setkání u sklenky vína uspořádala BL Hana Horká pro své spolupracovníky jako poděkování za skvělou spolupráci v uplynulém roce.

Čas opět oponou trhl...

8. 1. 2010, Chodov u Karlových Varů

Čas jako velký fenomén našich životů opět oponou trhl... a je tu nový rok 2010. Střídání roků je vždy spojeno s bilancí, předsevzetími a plány. Ve stejné atmosféře se i přes sněhovou kalamitu již tradičně konalo Novoroční setkání struktury zemské ředitelky OVB paní Dany Benáčkové, letos již podvanácté. Toto posilvestrovské setkání ukázalo, že dobrá práce s kvalitními výsledky přináší svobodu, pocit uspokojení a naplnění.



Představení nového člena představenstva OVB pana Knappa



Vyhodnocení nejlepších obchodních vedoucích za rok 2009



V roce 2009 neúspěšnější oblastní ředitel Jiří Křížek



Ocenění nejlepších oblastních vedoucích za rok 2009



Novoroční veselice



Ocenění regionálního ředitelství pana Antonína Rajgla



Poděkování účastníkům CFC

Zkrajte si cestu domů

Hypoteční banka je největší specializovanou bankou se zaměřením na poskytování hypotečních produktů, a to zejména v oblasti financování nemovitostí určených k bydlení. Svým klientům poskytuje široké portfolio produktů a služeb. V loňském roce banka získala řadu prestižních ocenění, například první místo v soutěži Banka roku 2009 v kategorii Hypotéka roku.

Hypoteční banka je specialistou na poskytování hypotečních úvěrů fyzickým osobám a již více než dva roky je lídrem na českém hypotečním trhu. Jediným akcionářem Hypoteční banky je Československá obchodní banka, která je zase členem mezinárodní finanční skupiny KBC Group NV. Toto silné mezinárodní zázemí Hypoteční banky umožňuje, aby se plně soustředila na rozvoj své činnosti a aby se dlouhodobě držela v čele tuzemského hypotečního trhu.

Klíčem k jejímu úspěchu je tzv. multibrandový obchodní model. Úvěry Hypoteční banky jsou vedle její vlastní obchodní sítě nabízeny klientům i v sítích strategických obchodních partnerů – kromě mateřské ČSOB je to například Poštovní spořitelna nebo Českomoravská stavební spořitelna. Vlastní obchodní síť banky tvoří 26 kamenných poboček, poradenská místa a široká síť externích hypotečních poradců po celé České republice.

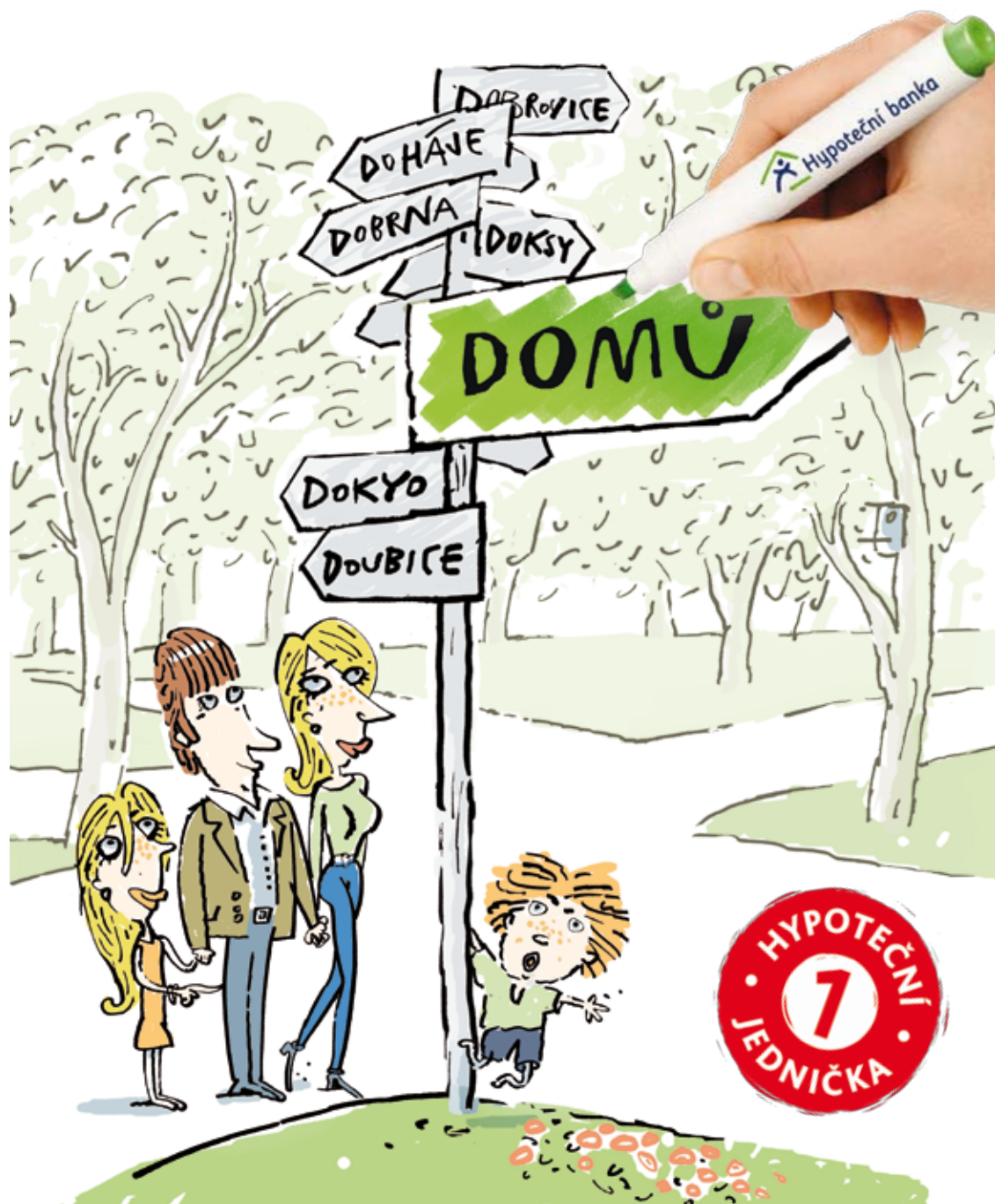
Nejlepším důkazem kvality produktů a služeb jsou, vedle spokojených klientů, též ocenění, která banka získala. Tato uznání jsou pro Hypoteční banku zároveň motivací k dalším zlepšením. K největším loňským úspěchům patří vedle již zmíněného vítězství v soutěži Banka roku dvě přední umístění v soutěži Zlatá koruna. V soutěži WebTop 100, kde porota pravidelně hodnotí kvalitu webových stránek společností, byly stránky www.hypotecnibanka.cz již potřetí za sebou oceněny jako nejlepší v kategorii Finance.

Hypoteční banka se řadí mezi organizace, které si uvědomují důležitost zachování životního prostředí, a vnímá tuto odpovědnost jako svou prioritu. Zaváděním nejmodernějších technologií se snaží minimalizovat své nároky na spotřebu energie, a navíc vede své zaměstnance

ke třídění odpadů přímo na pracovištích banky. Kromě běžného odpadu dbá i na separaci použitého spotřebního materiálu z tiskáren, faxů, kopírek apod., stejně tak dlouhodobě zavádí například elektronický oběh dokumentů.

Hypoteční banka i v roce 2009 pokračovala v charitativní pomoci SOS dětským

vesničkám. Z každé uzavřené úvěrové smlouvy odvádí ve prospěch SOS vesniček dvacet korun. Od počátku spolupráce Hypoteční banka přispěla dětem bez tradičního rodinného zázemí částkou 2,3 milionu korun a také v dětském světě tak naplňuje své poslání „Pomáháme našim klientům bydlet“.



Evropský ples OVB 2009

12. 12. 2009, Berlín

Mrazivý Berlín zahalený do vánoční atmosféry uvítal účastníky Evropského plesu, slavnostního vyvrcholení roku pro vedoucí pracovníky a spolupracovníky všech evropských zemských společností. I tentokrát byli na Evropském plese oceněni nejlepší zemští, regionální a oblastní ředitelé, oblastní a obchodní vedoucí a prodejci ze současných evropských společností OVB. Evropský ples přivítal i nové zemské ředitele jmenované v roce 2009. Z České republiky to byli LD Pavel Horák a LD Miloslav Horký.



90

1 | 10



Srdečně gratulujeme našim oceněným:

- SSLD Miroslav Žemlička** – nejlepší LD OVB Ukrajina, milionář (10 mil. jednotek)
- LD Pavel Slezák** – 3. nejlepší LD OVB Evropa, nejlepší LD OVB ČR
- RD Miloslav Horký** – nejlepší RD OVB Ukrajina
- RD Martin Zoubek** – nejlepší RD OVB Evropa, nejlepší RD OVB ČR
- BD Eva Jindrová** – nejlepší BD OVB Ukrajina
- BL Karel Svoboda** – nejlepší BL OVB Ukrajina
- BL Petr Saic** – 3. nejlepší oblastní vedoucí OVB Evropa
- BD Jan Hlousek** – nejlepší oblastní ředitel OVB ČR
- BL Justin Valeš** – 2. nejlepší oblastní vedoucí OVB Evropa
- GST Jan Kokta** – nejlepší obchodní vedoucí OVB ČR

*Hodnotící období listopad 2008 – říjen 2009





91
1 | 10



Velká cesta OVB – pohádková plavba pro milovníky luxusu

8.–14. listopadu 2009

Emiráty jsou Mekkou arabského luxusu, v porovnání s nimi Evropa bledne závistí! Lákají cestovatele ze všech koutů světa, kteří pak odjíždějí příjemně omámeni a nezřídka s kufrů plnými nádherných vzpomínek. Stejně poznání si odnesli z pohádkové plavby lodí Silver Whisper i spolupracovníci, kteří uspěli v soutěži o účast na Velké cestě 2009. A tak i oni zjistili, že dovolená v Emirátech je úplně jiná, než na jakou dosud byli zvyklí. Loď postavená v roce 2001 je nejnovější luxusní lodí flotily Silversea. The best of the best! Elegantní a exkluzivní stejně tak jako poznatky a zážitky, které si spolupracovníci z cesty přivezli.

92

1 | 10





Masters Club Turecko

22.–26. 4. 2009, Belek

Jako každý rok se i loni v dubnu spolupracovníci všech evropských zemských společností, kteří splnili kritéria řádného členství Masters Clubu, zúčastnili evropské incentivní cesty, která je zavedla do oblíbeného malebného městečka Belek na jihu Turecka. Dovolenu jako z pohádek Tisíce a jedné noci prožili v komfortním hotelu Papilla Zeugma, který nabízí velmi širokou paletu služeb. Bohatý turecký bufet složený z nejrůznějších pokrmů z masa a ryb, venkovní i vnitřní bazény, turecké lázně hamam se širokou nabídkou masáží, občůdky s různými upomínkovými předměty, to vše si mohli spolupracovníci užívat od prvního dne svého pobytu. Příjemné zážitky z celodenního výletu lodí podél pobřeží spojeného s koupáním v moři a relaxací na palubě mnozí spojili s útokem na turecké tržiště v nedalekém městečku Antalya. Pobyt vyvrcholil galavečerem, který nabídl lahodné pokrmy, živou hudbu a zábavný program zakončený ohňostrojem. I všechno hezké má svůj konec, a proto se po pěti dnech odpočinku museli účastníci incentivní cesty s tureckou pohostinností rozloučit. Ne však nadlouho, neboť Belek očekává další účastníky opět letos v květnu – takže brzy na viděnou!

94
1 | 10



Výlet na oblíbený ostrov hippies

1.–4. 10. 2009, Ibiza

Vůni borovic, jemný zlatý písek, křišťálově průzračné moře. To vše na vlastní kůži pocítili spolupracovníci, kteří zvítězili v „dračí“ soutěži partnerské společnosti Deutscher Ring a za odměnu zavítali na ostrov vyhlášený svojí přírodní nádherou i bujarem nočním životem. Možná v té době nevěděli, že prvními návštěvníky Ibizy vůbec byli v druhé polovině šedesátých let hippies. Nicméně závan atmosféry období květin se zde udržel dodnes.



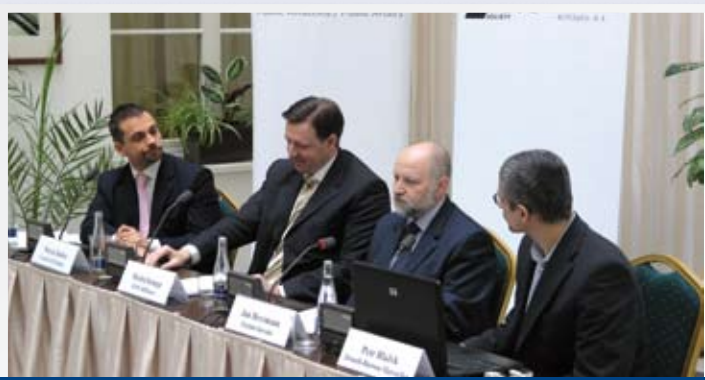
Forecasting Dinner 2010 v České národní bance



„Činnosti OVB Allfinanz a Czech CFA Society se navzájem doplňují. Investiční analitici se zabývají pohledem „shora“, aby vytvořili nástroje pro kolektivní investování, spolupracovníci OVB pak své schopnosti a znalost trhu využívají k tomu, aby doporučené investiční strategie fungovaly,“ řekl úvodem večera Michal Knapp.



Forecasting Dinner se již tradičně koná v kongresovém centru České národní banky. Na fotografii (zleva): Michal Knapp, OVB Allfinanz, Lukáš Brych, Czech CFA Society, George Formandl, Czech CFA Society, Juan Ignacio Crespo Carillo, Thomson Reuters, Roman Daneš, OVB Allfinanz, Detlef Müller, OVB Allfinanz



U příležitosti partnerství OVB Allfinanz a Czech CFA Society se vedoucí pracovníci OVB zapojili do průzkumu, jehož výsledky byly 16. února prezentovány na tiskové konferenci v pražském Hotelu Christie. Kromě zástupce Czech CFA Society před novináři vystoupili i Michal Knapp a Jan Herzmann z výzkumné agentury Factum Invenio.



Záštitu nad slavnostním večerem převzal guvernér České národní banky Zdeněk Tůma.

96
1 | 10

OVB Allfinanz se stala i pro letošní rok generálním sponzorem České asociace certifikovaných finančních analytiků (Czech CFA Society) a zároveň i hlavním sponzorem jejich nejprestižnější akce Forecasting Dinner 2010. Toto již osmé výroční setkání k prognóze ekonomického vývoje se pod záštitou Zdeňka Tůmy, guvernéra ČNB, uskutečnilo 18. února v Kongresovém centru České národní banky. S úvodním slovem na této akci vystoupil také Michal Knapp, člen představenstva OVB Allfinanz.

Na programu byla prognóza makroekonomického vývoje v České republice, Evropě i ve světě pro letošní rok na pozadí snahy o oživení po světové hospodářské krizi. „Udržitelné oživení po světové finanční krizi ještě zdaleka není jisté,“ řekl Rob Carnell, hlavní ekonom ING Commercial Banking a jeden z mála expertů, kteří v roce 2007 krizi předpovídali. „Ať už bude vývoj jakýkoli, odhady expertů se s největší pravděpodobností budou mýlit. Jinými slovy, bude-li oživení pokračovat, předčí to očekávání. A naopak, pokud k oživení nedojde, bude situace ještě horší, než se předpovídalo,“ uvedl Carnell.

Juan Ignacio Crespo Carrillo, manažer ekonomického výzkumu společnosti Thomson Reuters, sdílí podobný názor: „Přestože se většina světových ekonomik v minulém roce odrazila ode dna, je velmi pravděpodobné, že nás v příštích osmi letech čekají další dvě recese.“ Během tohoto období Crespo předpovídá posílení dolaru na úroveň před deseti lety, zatímco ceny komodit by neměly přesáhnout současnou hodnotu. Hlavní světové burzovní indexy by se podle něj

měly pohybovat okolo současných hodnot, avšak ve velké volatilitě. „V letech 2007 a 2008 bylo mnoho světových ekonomik destabilizováno finančním šokem ohromného rozměru. Pokud se podíváme na posledních 150 let, ekonomikám trvalo vždy osm až deset let, než se vrátily k silnému a udržitelnému růstu,“ doplnil Crespo.

Problematické etiky správy majetku investorů a poklesu jejich důvěry v nástroje kolektivního investování se kriticky věnoval Alan J. Brown, ředitel investic skupiny Schroders. „Standardy investičních fondů spravující ohromné sumy kapitálu značně poklesly. Nastal čas na nový model,“ uzavřel Brown.

Galavečera Forecasting Dinner 2010 se zúčastnilo na dvě stě představitelů významných finančních a bankovních institucí působících v tuzem-

sku, mezi nimiž byli také zástupci představenstva OVB Allfinanz spolu s vybranými produktovými partnery. Za osm let své existence si tato akce vybudovala mezi českou finanční komunitou renomé jedné z nejprestižnějších ekonomických událostí České republiky. Letošní ročník byl živě přenášen zpravodajskou televizí Z1.

Řečníci

- George A. Formandl, moderátor večera, člen představenstva a bývalý prezident Czech CFA Society
- Michal Knapp, člen představenstva OVB Allfinanz
- Zdeněk Tůma, guvernér České národní banky
- Rob Carnell, hlavní mezinárodní ekonom ING Commercial Banking
- Juan Ignacio Crespo Carrillo, manažer výzkumu Thomson Reuters
- Alan J. Brown, hlavní investiční manažer skupiny Schroders

Czech CFA Society

je nezisková organizace finančních profesionálů založená v dubnu 2002 v České republice. Je jednou ze 136 členských společností CFA Institute (www.cfainstitute.org) a jejím cílem je prosazovat nejvyšší standardy profesních schopností, poctivosti a etiky v českém investičním prostředí a podpora vzdělávacího programu Chartered Financial Analyst (CFA). V současné době sdružuje 108 členů, většinou držitelů titulu CFA, a více než 330 kandidátů z ČR a Slovenska přihlášených do programu CFA. Czech CFA Society je, kromě jiných akcí, každoročním pořadatelem Forecasting Dinner, která se tradičně koná v České národní bance. Slavnostní galavečer je setkáním mezinárodních investičních profesionálů, kteří se takto pravidelně sjíždějí do Prahy přednést své názory na budoucí makroekonomický a finanční vývoj v České republice, Evropě a ve světě. Více informací je k dispozici na internetových stránkách www.czechcfa.cz.

Hypotéka bez starostí

www.volksbank.cz

Akční
úroková sazba:
4,49 % p.a.
při fixaci 3 roky

Navíc ušetříte až **15 000 Kč**
na zpracovatelském poplatku!
Nabídka je platná do 30. června 2010.

Volejte zdarma: 800 133 444

partneři

místopředseda představenstva
Českomoravské stavební spořitelny
Manfred Koller

Stavební spoření: produkt výhodný pro všechny

„Finanční poradci potřebují mít ve vztahu s klienty pevnou kotvu: nezpochybnitelně výhodný, a přitom naprosto bezpečný produkt. Stavební spoření tyto požadavky splňuje, a navíc je zajímavé i díky provizím,“ říká místopředseda představenstva Českomoravské stavební spořitelny Manfred Koller.

Proč by vlastně měli finanční poradci nabízet klientům stavební spoření?

Těch důvodů je několik. Především, stavební spoření je ideálním vstupním finančním produktem a díky pevnému úročení a státní podpoře je nejvýnosnějším produktem na trhu. A díky pojištění vkladů i naprosto bezpečným. Jde o produkt vhodný pro každého, kdo je schopen odkládat měsíčně pár set korun a investovat je. Toho by měli být schopni prakticky všichni. Dá se to říci i takto: přes stavební spoření může finanční poradce získat i klienta, kterého by jinými produkty neměl šanci oslovit.

Stavební spoření je také ideální cross-sellingový produkt. Je to sice dlouhodobé spoření, ale když smlouva doběhne, má klient k dispozici větší částku a přemýšlí, jak s ní naložit. Dobrý finanční poradce mu dokáže vysvětlit výhody všestranně zajímavých produktů!

Dále je na stavebním spoření skvělé to, že může být základem dlouhodobého a pevného vztahu mezi finančním poradcem a klientem. Není to jednorázová operace, jako je třeba uzavření životní pojistky. Jde o pravidelné spoření, navíc s velkou variabilitou. Takže finanční poradce nemusí klienta kontaktovat obecnými dotazy, na něž jsou lidé stále alergičtější, ale s konkrétními náměty. Mohou spolu prodiskutovat navýšení cílové částky, případnou žádost o úvěr, po vypovězení smlouvy pokračování ve výhodném spoření...

Říkáte, že stavební spoření je pro finanční poradce ideální produkt. Ale v poslední době se objevily útoky proti státní podpoře stavebního spoření, a to právě od představitelů některých společností z oboru finančního poradenství. Umíte si to vysvětlit?

Ano, zaznamenal jsem takové útoky. Smysl to dává, nehledejme však za těmito útoky nějaký ušlechtilý cíl, například zachránit státní rozpočet. Nic takového samozřejmě důvodem není. Skutečným cílem těchto útoků jsou vyšší provize za prodej jiných finančních produktů. A to bohužel bez ohledu na zákazníky.

Některým takzvaným finančním poradcům totiž nejde ani tak o dlouhodobou spolupráci s klienty, jako o okamžitý zisk. Radši by klien-

tům prodávali výnosnější finanční produkt, než jakým je stavební spoření. Když říkám výnosnější, myslím tím jejich provize. Pro klienty s vklady ve výši několika tisíc korun ročně neexistuje nic výnosnějšího, než je stavební spoření. Vědí, že neexistuje důvod, proč stavební spoření nevyužít: nikde jinde jistotu téměř sedmi procentního zhodnocení nedostanou. Takže finanční poradci-zlatokopové by opravdu byli radši, kdyby žádné stavební spoření neexistovalo.

Ale ve stavebním spoření přece jsou také zajímavé provize...

”

Přes stavební spoření může finanční poradce získat i klienta, jehož by jinými produkty neměl šanci oslovit.

Jistě, ale jako v životním pojištění to přece jenom není. Ty provize jsou zajímavé hlavně v dlouhodobém výhledu. Stavební spoření nepředstavuje jednorázový obchod. Klient uzavře smlouvu na určitou cílovou částku, tu pak navyšuje, posléze si bere úvěr... Problém je, že ve finančním poradenství nejsou všechny firmy jako OVB. Některé vznikly teprve nedávno, takže nemají klienty se starými smlouvami, nemají klienty, kteří by si brali úvěry ze stavebního spoření, nemají klienty, jimž dobíhá fixace hypoték...

Jsem proto rád, že naše spolupráce s OVB je úspěšná. Velmi si vážím toho, že finanční poradci OVB pracují s klienty opravdu dlouhodobě. Pro nás je důležité, aby finanční poradce nebyl pouhým prodávacem finančních produktů, ale aby se



100

1 | 10

snažil hledat komplexní řešení finančních potřeb klientů.

Ale vaše otázka směřovala k provizím. Mohu slíbit, že Liška bude pokračovat v masivní podpoře produktů, které naši partneři z OVB nabízejí. Bude pokračovat v podpoře získávání nových klientů, ale budou i zajímavé akce pro klientský kmen. Rozpočet na tyto akce jsme naplánovali rekordně vysoký.

Zmínil jste dobíhající fixace hypoték. Jejich přefinancování pomocí stavebního spoření je pro vás čím dál větší byznys...

V Německu prakticky neexistuje, aby se úroky fixovaly na dobu kratší než deset let. Kdežto v Česku je 70 až 80 procent hypoték s fixací na tři až pět let. A lidé, kteří tak učinili, si zadělali do budoucna na velkou úrokovou nejistotu.

Ale k vaší otázce: ano, vloni představovalo přefinancování hypoték asi 13 procent objemu našich poskytnutých úvěrů a letos se pravděpodobně dostaneme nad 20 procent. Je to pro nás zajímavé a zajímavé to je i pro naše partnery z OVB. Ostatně spolupracovníci OVB jsou v oblasti úvěrování velmi úspěšní.

Tento způsob přeučtování hypotéky je samozřejmě zajímavý hlavně pro klienty. Pro ně má stavební spoření oproti hypotéce velké výhody. Nikdy nebudeme konkurovat třicetiletým nebo padesátiletým hypotékám, ale pro ty, kdo požadují kratší splatnost, nabízíme pevnou úrokovou sazbu na celou dobu splácení. Tahle jistota je pro klienty velmi příjemná, protože představuje v jejich finančním světě pevný bod, o který se mohou opřít při plánování své finanční budoucnosti. Vždyť hypotéka bývá rozhodující položkou ve výdajích rodinného rozpočtu – a jak chcete plánovat, když nevíte, kolik budete splácet?

Opravdu, úrokové riziko je nepříjemné. V Německu to hypoteční banky vědí a nabízejí jakousi variantu stavebního spoření: klienti zajišťují svou budoucí úrokovou sazbu tím, že splácejí plánovaný hypoteční úvěr již v době, kdy ho ještě nemají.

To zdejší hypoteční banky nedělají. Ale odlivu klientů se brání zuby nehty...

”

Liška bude pokračovat v masivní podpoře produktů, které naši partneři z OVB nabízejí.

Samozřejmě, nic jiného jim nezbývá. Velmi dobře vědí, že co klientům nabízejí, není pro většinu z nich zase tak moc výhodné. Sázejí však na konzervativismus zákazníků, na jejich neochotu aktivně hledat lepší možnosti. A také využívají různých triků, aby co nejvíc zkrátili dobu, kterou lidé mají na to, aby od nich případně odešli.

A tady je prostor pro finančního poradce. Ten přece také ví, kdy klientovi skončí fixace jeho hypotéky, takže mu může včas poradit, aby se o možnost přefinancování zajímal. Nemusí to skončit překlopením hypotéky do úvěru ze stavebního spoření ani odchodem k jiné hypoteční bance: už samotný fakt, že klient začne vyjednávat o příští sazbě v předstihu, přiměje banku k větší vstřícnosti, než když jedná s někým, kdo je v časové tísní. A věřte, že

”

Velmi si vážím toho, že finanční poradci OVB pracují s klienty opravdu dlouhodobě.

rozdíly ve vyjednaných sazbách mohou být i víc než jeden procentní bod. To není špatná pozice pro finančního poradce, pomoci klientovi ušetřit takovou hromadu peněz.

Ale aby bylo jasno, mluvíme o úspoře díky lepší sazbě hypotečního úvěru, nebo díky přefinancování úvěrem ze stavebního spoření?

Úvěr představuje jistotu v podobě stále úrokové sazby na celou dobu splácení a svobodu v podobě možnosti kdykoli splácení urychlit, případně celý úvěr předčasně splatit. Samozřejmě je to jen pro ty, kdo utáhnou vyšší splátky. Ale velmi často jde o jednoznačně výhodnější volbu – levnější, jistější a flexibilnější.

Netvrdím, že náš úvěr je levnější než nejlevnější hypotéka na trhu. Ale pozor, jen málo klientů hypotečních bank má ty nejnižší sazby na trhu! Náš úvěr je však i ve srovnání s těmi nejlevnějšími hypotékami plně konkurenceschopný, a navíc má i další výhody.

Pojďme od úvěrů ke stavebnímu spoření. Finanční krize na domácnosti teprve začíná doléhat. Kde chcete brát další klienty?

Podívejte, za minulý rok vzrostly vklady u bank o 14 procent, a na spořicíkových účtech v Česku je uloženo v průměru po nějakých 400 až

500 tisících korunách. A zhruba polovina těchto investorů nemá stavební spoření – to je náš hrubý odhad, který však není daleko od pravdy. Průměrný roční výnos spořicíkových účtů přitom stále klesá a je již pod dvěma procenty. Naproti tomu stavební spoření vynáší až sedm procent, i když u vyšších vkladů je to samozřejmě méně. Je tedy jasné, že každý, kdo má investované peníze, například na zmíněném spořicíovém účtu, a nemá stavební spoření, úplně zbytečně rezignuje na zajímavé výnosy. Ty jsou přitom díky zákonnému pojištění vkladů stejně bezpečné jako peníze na spořicíkových účtech.

Abych to shrnul: na trhu je pro stavební spoření velký prostor k růstu. A já jsem optimista. Nejsme v pozici, že bychom lidem vnucovali něco, co není nejvýhodnější, nebo co dokonce vůbec nepotřebují. Naopak, nám stačí, když

se o nesporných výhodách stavebního spoření dozvědí další lidé. Když se dozvědí, že právě stavební spoření je základní součástí každého investičního portfolia. Klíčové pro náš úspěch je, že stavební spoření je zajímavé i pro finanční poradce – alespoň pro ty, kteří dohlédnou dál než k provizím za minulý měsíc.

Liška je na trhu stavebního spoření jednoznačným lídrem. Proč vedle OVB Allfinanz nespoupracujete také s dalšími poradenskými společnostmi?

OVB byla historicky prvním partnerem naší stavební spořitelny. A musím říci, že jde o neuvěřitelný příklad: obě společnosti, OVB i ČMSS, se staly největšími hráči na svých trzích.

Bouřlivý rozvoj Lišky nás postupně přivedl ke spolupráci s více než 170 partnery, kteří nabízejí naše produkty. Loni jsme se proto rozhodli, že se všemi kromě OVB ukončíme spolupráci. Jsme totiž silně klientsky orientovaná firma a jediná OVB nám dokázala zaručit požadovanou úroveň péče o zákazníky. OVB Allfinanz je tedy naším jediným externím partnerem – pokud nepočítám naše stávající či bývalé akcionáře, tedy skupinu ČSOB, Volksbank a Českou poštu.

Preferujeme dlouhodobost partnerských vztahů a víme, že filozofií OVB je budovat s klientem kvalitní a dlouhodobý vztah založený na důvěře. To nám dává záruku, že naši společní klienti budou spokojeni. ■

Na FKT 17. 10. 2009 usedl do křesla pro hosta pan Manfred Koller, místopředseda představenstva ČMSS, který kvůli tomuto setkání dorazil ze Stuttgartu těsně na své vystoupení a poté se opět vracel na letiště. Pan Koller vyzdvihl dobrou spolupráci s OVB Allfinanz a její přínosy pro ČMSS. Jako historicky první smluvní partner obdržel od pana Detlefa Müllera plaketu Zlatá smlouva.



STAVEBNÍ SPOŘENÍ OD LIŠKY SE NYNÍ VYPLATÍ **ZÍSKEJTE 6000 Kč**



V dnešní době se vyplatí počítat s každou korunou. Proto je výhodné zhodnocovat své prostředky s jistotou a založit si stavební spoření. **Kromě státní podpory ve výši 3000 Kč máte totiž možnost zhodnotit svůj počáteční vklad 30 000 Kč o 10 %, což odpovídá částce 3000 Kč. Celkem můžete získat částku 6000 Kč!**

JAK LZE ZÍSKAT ZHODNOCENÍ VKLADU O 10 %?

Mimořádná nabídka je určena všem novým klientům, kteří si uzavřou od 1. 4. 2010 do 30. 6. 2010 u Lišky prvotní smlouvu o stavebním spoření s nárokem na státní podporu s cílovou částkou minimálně 300 000 Kč. Navíc do 30. 9. 2010 zaplatí plnou úhradu za uzavření smlouvy a zároveň provedou počáteční vklad ve výši alespoň 30 000 Kč. Nabídku mohou při uzavření následné smlouvy v období od 1. 4. 2010 do 30. 6. 2010 využít také klienti, kteří v ČMSS ukončili poslední smlouvu před rokem 2009.

ZHODNOCENÍ S JISTOTOU A VÝHODNÉ FINANCOVÁNÍ BYDLENÍ

Klienti jistě přivítají, že úroky z vkladů jsou osvobozeny od daně z příjmů a kromě toho jsou i pojištěny. Jistě ocení přístup k široké nabídce překlenovacích úvěrů pro okamžité financování bydlení a možnost čerpat v budoucnu úvěr ze stavebního spoření s pevnou roční úrokovou sazbou 3,7 % v tarifu Atraktiv.

FINANCOVAT BYDLENÍ?

S GARANCÍ PEVNÉ ÚROKOVÉ SAZBY!

U úvěrů ze stavebního spoření mají klienti garantovány pevné úrokové sazby a znají výše měsíčních splátek až do úplného splacení.

Zpracování žádosti o poskytnutí úvěru	ZDARMA
Předčasné splacení úvěru ze stavebního spoření	ZDARMA
Úroková sazba úvěrů	od 3,7 % ročně
Úvěr bez zajištění	až 500 000 Kč

Stavební spoření je základním stavebním kamenem rodinných financí. Však také tento produkt využívá prakticky polovina obyvatel České republiky. Průzkumy přitom dokládají, že více než čtyři pětiny občanů považují stavební spoření za jednoznačně užitečný produkt. Bližší informace o aktuální nabídce ČMSS na www.cmss.cz

TEXT: Jana Bohutínská | FOTO: Michal Matyáš

Stojíme o loajální klienty

Informační a komunikační technologie hrají v pojišťovnictví čím dál větší roli. Jak ale ujišťuje Zbyněk Veselý, místopředseda představenstva a obchodní ředitel UNIQA pojišťovny, osobní setkání s klientem je a bude v pojišťovnictví nezbytné. Internet, e-mail, telefon ani SMS živého člověka nenahradí, loajalita se bez osobního kontaktu vybudovat nedá.

V době elektronické komunikace a využívání nových technologií se proměňuje také způsob, jak si lidé sjednávají pojištění. Jaké produkty je možné v UNIQA pojišťovně pořídit přes internet?

On-line sjednáváme zejména jednodušší produkty, jako je cestovní pojištění, povinné ručení či úrazové pojištění. Jako jedna z mála pojišťoven nabízíme přes internet také havarijní pojištění vozidla, i když tam už klient musí potom stejně pojišťovnu navštívit.

Proč je nutné opravdu navštívit kamennou pobočku pojišťovny?

U havarijního pojištění je sice možné samotný produkt vcelku snadno sjednat přes internet, ale pojištění začne platit teprve v okamžiku, kdy máme možnost vozidlo fyzicky zkontrolovat. Klient musí kontaktovat našeho smluvního partnera, který pořídí fotodokumentaci automobilu. Tím se prokáže, že před vznikem pojištění nebylo vozidlo poškozené, odcizené nebo například importované do České republiky na falešné doklady a podobně. Chráníme se tak vlastně nejen sami jako pojišťovna, ale i celou naši klientelu, nicméně je to určitý limitující faktor pro sjednání havarijního pojištění přes internet. U úrazového pojištění a u povinného ručení v podstatě žádná omezení nejsou. Pracujeme stále na zjednodušení aktu uzavírání smluv, a to jak vzdáleně, tak v kamenné pobočce. Týká se to klientů i našich partnerských zprostředkovatelů, kteří pojištění sjednávají, jako je třeba OVB Allfinanz. Vylepšením softwaru, který například sám rozpozná chybu ve smlouvě a nedovolí ji odeslat, ubude intervencí ze strany správy pojištění a uspiší se výplata provizí. Cílem je celý proces zkrátit na minimum.

Popište, prosím, jak přesně probíhá sjednání pojištění přes internet. Potřebuje klient k tomu, aby se mohl pojistit online, opravdu jen běžné připojení?

Klient se musí přes internet dostat na náš internetový portál www.uniqa.cz, kde je odkaz na internetové sjednání pojištění. V rámci

nabídky si vybere produkt, který mu vyhovuje. Aplikace je velmi uživatelsky přívětivá, takže i průměrně zkušený jedinec se prokliká, kam potřebuje, zaškrtně nabídku, která ho zajímá, vyplní údaje, které jsou potřebné pro sjednání pojistné smlouvy. Následně musí zaplatit, vybere si tedy způsob úhrady. Po zaplacení a odeslání smlouvy se klientovi třeba u sjednání povinného ručení vygeneruje zelená karta, kterou si sám vytiskne. A je pojištěný.

Pojištění přes internet ovšem není jedinou možností. Jaké pojištění je možné sjednat prostřednictvím SMS?

Ano, i zde patříme k několika pojišťovnám na trhu, které tuto formu smlouvy akceptují. Jde o cestovní pojištění. Návod, jak se prostřednictvím SMS pojistit, nalezne klient na internetu. Správnou sestavu SMS zprávy si může uložit do mobilního telefonu jako předlohu a pak už pouze doplňuje aktuální proměnné: dny cesty, počet osob a destinaci. Esemeskou klient obrátí obratem číslo smlouvy (kód) a telefonní číslo na asistenční službu. Pokud pak má v zahraničí nějaký problém, zavolá na asistenční službu a operátor na základě kódu ví, že je klientem UNIQA pojišťovny, a poskytne potřebnou pomoc.

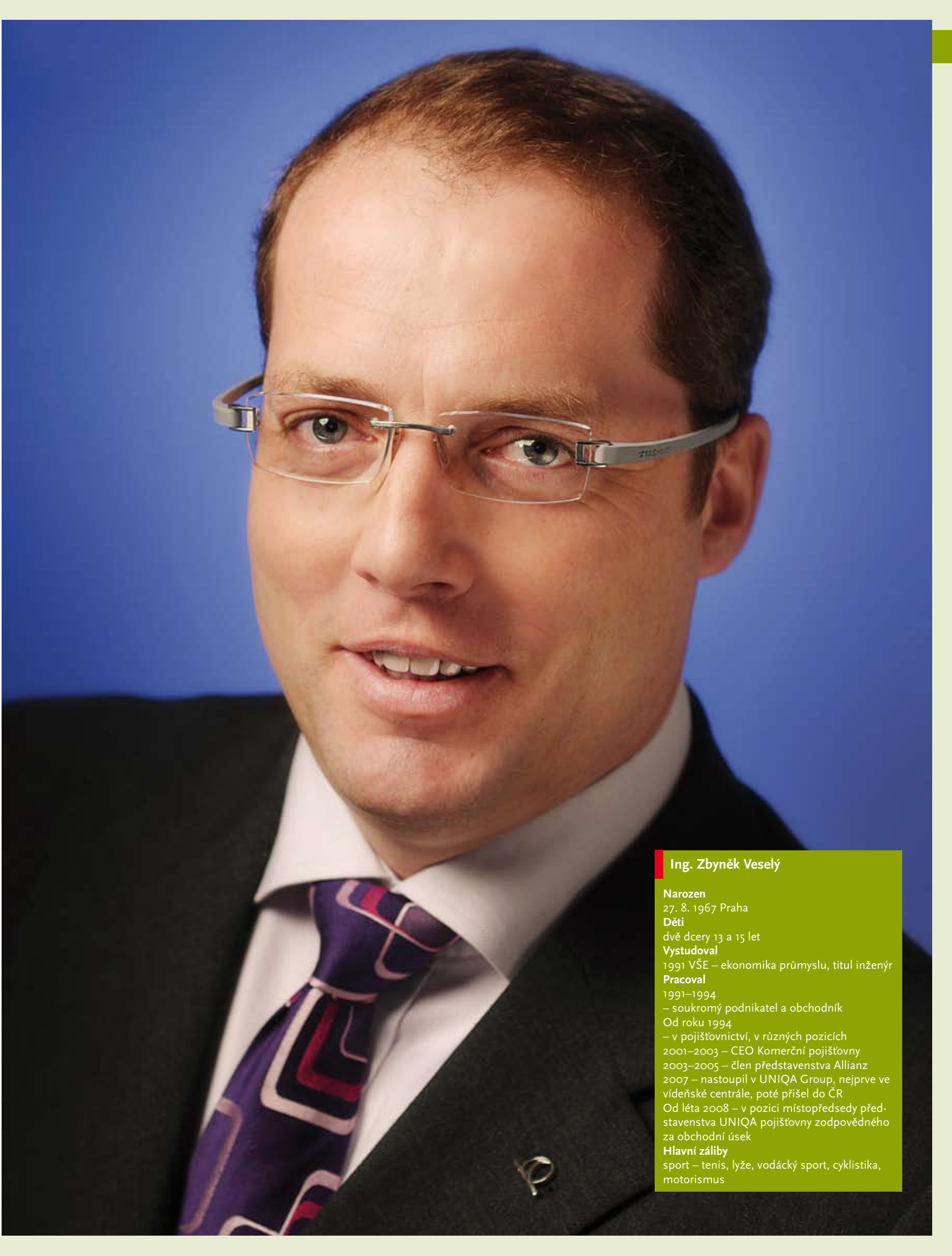
Proměňuje nějak fakt, že si klient může sjednat pojistku samostatně třeba z domova, také roli call centra pojišťovny? Roste tím jeho důležitost?

Význam call centra roste samozřejmě všeobecně. Dám příklad. Call centrum je dnes jedinou vstupní branou do pojišťovny při nahlášení pojistné události. Ať už telefonicky nebo prostřednictvím e-mailu. Když má někdo škodu nebo potřebuje asistenční službu, která je spojená s našimi pojistnými smlouvami, telefonuje primárně do call centra, kde jsou 24 hodin denně k dispozici školení operátoři. Call centrum nám také začíná fungovat jako distribuční kanál. Call centrum je schopné v kontaktu s klientem nabídnout přímo pojistnou ochranu. I veškeré informace o produktech, možnostech sjednání

pojištění atd. sděluje klientům call centrum. Klientům, kteří si třeba sjednali smlouvu přes internet, operátor call centra telefonuje v případě, že je třeba v jejich smlouvě udělat nějakou změnu nebo odstranit nějakou nejasnost, nedostatek. Na call centrum jsou zkrátka kladeny stále větší nároky a je naprosto klíčovým pracovištěm pojišťovny. Nás velmi těší, že když na sklonku minulého roku proběhlo testování call center finančních institucí, které pořádala auditorská společnost KPMG, umístilo se naše call centrum na druhém místě.

Využíváte moderní technologie také pro nějaké doplňkové služby?

Soutěž mezi pojišťovnami na českém trhu ukazuje, jak důležité jsou doplňkové služby a přidaná hodnota pro klienta, protože naše produkty jsou víceméně srovnatelné. Konkurence se přesouvá hlavně do oblasti servisu. Informační technologie se proto snažíme využívat právě i ve službách pro stávající klientelu. Na webu jsou například pravidelně umístěny aktuální hodnoty podílových jednotek v investičním pojištění, zatímco v dřívějších dobách by to znamenalo posílat desetitisíce dopisů. Hodně inovativní a současně unikátní servis, který jsme zavedli loni v létě, je produkt MeteoUNIQA: systém včasného varování před akutní nepřízní počasí prostřednictvím SMS anebo e-mailu. Výhodou oproti všeobecným předpovědím počasí – dnes víceméně kdykoli dostupným nejen ve zpravodajských relacích, ale hlavně na internetu – je, že upozorňujeme na skutečně lokální nebezpečí. Dám příklad: klient bydlí v Praze 2, nechá si tedy posílat předpověď extrémní nepřízně počasí pro PSC 120 00. Jeho manželka zase může dostávat podobné informace pro PSC jejich rekreační chaty. Když se například z rovinné SMS MeteoUNIQA dozví, že přijde náledí a kdy to bude (zpráva obsahuje i údaj o hodině) a je si vědom toho, že není moc dobrý řidič, raději nevyjede na silnici a cestu odloží. Když se dozví, že přijdou kroupy, schová si auto do garáže, blíží-li se silný vítr nebo vichřice, sundá prádlo ze šňůry nebo sklídí zahradní nábytek.



Ing. Zbyněk Veselý

Narozen

27. 8. 1967 Praha

Děti

dvě dcery 13 a 15 let

Vystudoval

1991 VŠE – ekonomika průmyslu, titul inženýr

Pracoval

1991–1994

– soukromý podnikatel a obchodník

Od roku 1994

– v pojišťovnictví, v různých pozicích

2001–2003 – CEO Komerční pojišťovny

2003–2005 – člen představenstva Allianz

2007 – nastoupil v UNIQA Group, nejprve ve vídeňské centrále, poté přišel do ČR

Od léta 2008 – v pozici místopředsedy představenstva UNIQA pojišťovny zodpovědného za obchodní úsek

Hlavní záliby

sport – tenis, lyže, vodácký sport, cyklistika, motorismus

To všechno jsou maličkosti, které ale ve svém souhrnu usnadňují život, chrání naše klienty a zprostředkovávají vlastně i pojišťovnu, protože servis je prevencí škod.

”

Spolupráce s OVB má už dlouholetou tradici, které si velmi vážíme a chceme ji i do budoucna intenzivně rozvíjet.

Využívání moderních technologií jistě pozměňuje i vnitřní procesy pojišťovny. Jak se s novými možnostmi pojištění na dálku změnily?

Doba vyžaduje, aby pojišťovna kromě tradičních distribučních kanálů zaváděla i moderní cesty. Data o klientovi jsou transferována automaticky prostřednictvím elektronických přístupů. I při běžném sjednávání v našich kamenných pobočkách nebo prostřednictvím našich pojišťovacích poradců a našich partnerů

využíváme počítač a naše pojišťovací systémy, kde jsou veškeré aktuální informace. Pojištění tak lze sjednat téměř kdekoli a kdykoli. Data se i tentokrát distribuují do pojišťovny elektronicky. To nám velmi usnadňuje zpracování dat i jejich archivaci. Call centrum i asistenční služby si bez elektronických databází a vzájemných propojení s dalšími klíčovými pracovišti nelze ani představit. Dříve, když jsme měli většinu pojistných smluv na papíře, musel někdo přepsat data do počítače. Dnes papírové smlouvy skenujeme. Archivujeme výhradně elektronicky. To znamená, že v případě pojistné události nemusíme čekat, až odněkud doputuje papír. V této oblasti jsme udělali velký pokrok.

A jak se proměnil celý trh pojištnictví v souvislosti s využíváním informačních a komunikačních technologií za posledních 15 let?

To je prakticky nesrovnatelné. Dříve musel jít klient vše nahlásit do kamenné pobočky. To se dnes děje prostřednictvím call centra, internetu, e-mailu. Pokud člověk potřeboval nějaké informace, bylo opět třeba si pro ně dojet. To se díky novým technologiím také odbourává.

Pozorujete nějaké generační rozdíly, že například mladší klienti dávají při sjednání smlouvy přednost internetu a mobilnímu telefonu a starší generace jde raději do pobočky?

Myslím, že záleží na tom, kdo je klientem, kde se nachází a jaké je jeho založení. Někdo preferuje kamennou pobočku, jiný zase chce, aby ho pojišťovací poradce navštívil doma nebo v práci. Další si chce sjednat pojištění v bance

nebo v autobazaru. Klienti jsou různí a myslím, že hlavním kritériem jsou čas a dostupnost, v čemž hrají informační technologie nezastupitelnou roli. Věk mi nepřipadá zase tak rozhodující. Je na pojišťovně, aby individuálnímu požadavku vyhověla.

Jak jsme na tom v Česku v případě uzavírání smluv na dálku s legislativou? Je těmto novým možnostem nakloněna, nebo tu existují nějaké rezervy?

V pojištění osob jsou ještě určité legislativní rezervy, takže ho nelze sjednat po internetu se vším všudy. Je například třeba vyšetřit klientův zdravotní stav, dodat určité dokumenty... Internet a call centrum lze v tomto případě využít jako doplňkový kanál zejména pro komunikaci s klientem.

Jaká budoucnost čeká pojištění právě z hlediska využití moderních technologií? Je tedy osobní kontakt s klientem nenahraditelný?

Vytlačit lidský faktor z procesu sjednávání smlouvy není u některých produktů vůbec možné. Pojišťovna stojí o to, aby měla loajální klienty. A loajalita se podle mě bez osobního kontaktu buduje velmi těžko. Určitě bude skupina klientů, která bude preferovat vzdálený přístup u určitých typů pojištění, a to třeba kvůli úspoře času. Tento trend vidíme koneckonců i v ostatních službách, například v bankovním sektoru. Ale ani tam nelze vše vyřadit přes internet – když klient žádá o hypoteční úvěr, musí přinést řadu dokladů a musí věc s někým projednat. Podobný průběh bude mít nadále sjednání

pojištění, zejména dlouhodobějších a složitějších druhů. Třeba u klientů, kteří budou mít u pojišťovny sjednáno více smluv na různá rizika (což je samozřejmě cílem každé pojišťovny) – o takového zákazníka je třeba se osobně starat v celé šíři. U pojištění osob, stavby, podnikatelského rizika a dalších si zatím nedovedu představit, že by hrál internet významnější roli. Využití informačních a komunikačních technologií má však velký potenciál u doplňkových služeb, které jsou přidanou hodnotou pro klienta, jako je například již zmíněná služba MeteoUNIQA.

Vášim partnerem je také společnost OVB Allfinanz. Jak vnímáte spolupráci UNIQA pojišťovny a OVB?

OVB vnímáme jako klíčového partnera. Zmíním naši distribuční strategii. UNIQA pojišťuje prostřednictvím vlastní sítě pojišťovacích poradců, ta je v rámci distribučního mixu zastoupena asi 35 procenty, asi 55 procent tvoří makléři a strukturovaný prodej, zbytek jsou centrální obchody, banka a vzdálené přístupy – telefon, internet, e-mail. V rámci strukturovaného prodeje pro nás hraje OVB velmi významnou roli – přesněji patří k těm největším a nejdůležitějším kanálům. Spolupráce s OVB má už dlouholetou tradici, které si velmi vážíme a chceme ji i do budoucna intenzivně rozvíjet. ■



Štěstí? Tady a teď!

Pojištění nové generace



**KOMPLEXNÍ POJISTNÉ
PRODUKTY PRO VŠECHNY**


UNIQA

www.uniqa.cz

Akce Marketing a Public Relations

106

1 | 10

Únor

4. 2.–18. 2. 2010 Mediální kampaň Partnerství s Czech CFA Society (Ekonom, HN, iHned.cz)
 16. 2. 2010 Tisková konference Partnerství s Czech CFA Society
 – OVB Allfinanz se stala i pro letošní rok generálním sponzorem České asociace certifikovaných finančních analytiků (Czech CFA Society) – Praha

Březen

4. 3. 2010 Tisková konference OVB Vstřícná banka – oficiální zahájení prvního celoročního
 klientského ratingu retailových bank – *OVB Allfinanz generálním partnerem*
 – Praha
 16. 3. 2010 Finanční fórum Zlaté koruny na téma: Jsme na rozcestí – Probudíme se, dokud je čas?
 – TOP HOTEL Praha – *OVB Allfinanz generálním partnerem*
 31. 3. 2010 Tisková zpráva OVB Vstřícná banka – první hodnocení retailových bank
 16.–17. 3. 2010 MastersClub ČR – Škola smyku – Liberec, Most

Duben

7. 4. 2010 Tisková konference Zlatá koruna 2010 – oficiální zahájení soutěže –
OVB generálním partnerem
 24. 4. 2010 FKT – Setkání vedoucích pracovníků OVB Allfinanz – Praha, Clarion Congres Hotel
 Prague
 27. 4. 2010 Tisková konference – zahájení projektu Finanční vzdělávání žáků základních škol –
 Liberec

Květen

10. – 14. 5. 2010 Cesta Master's Club – Turecko, Belek

Červen

3. 6. 2010 Galavečer Zlatá koruna – slavnostní vyhlášení výsledků soutěže o nejlepší finanční
 produkty roku – Praha, Top Hotel
 23. 6. 2010 Tisková konference – ukončení pilotní části projektu Finanční vzdělávání žáků
 základních škol a předání cen vítězům – Liberec
 30. 6. 2010 Tisková zpráva OVB Vstřícná banka – druhé hodnocení retailových bank

Září

- 12.–13. 9. 2010 Evropský den OVB – Lanxess Arena Kolín nad Rýnem
 30. 9. 2010 Tisková zpráva OVB Vstřícná banka – třetí hodnocení retailových bank
 EURO Region – společensko-vzdělávací setkání zástupců státní správy s představiteli
 významných regionálních firem – *OVB Allfinanz generálním partnerem*
 CSR projekt Finanční vzdělávání základních škol – 2. kolo

Listopad

- 6.–12. 11. 2010 Velká Cesta OVB Holding AG – Mauritius

Prosinec

18. 12. 2010 Evropský ples OVB



K velkým životním rozhodnutím potřebujete spolehlivého partnera

Za vrcholnými výkony jsou vždy léta příprav a tvrdého tréninku. OVB pro vás již téměř 40 let podává vrcholné výkony ve finančním poradenství, a je tak nejspolehlivějším partnerem pro vaše velká životní rozhodnutí.



www.ovb.cz

Finanční poradenství pro Evropu

Česká republika • Francie • Chorvatsko • Itálie • Maďarsko • Německo • Polsko • Rakousko • Rumunsko • Řecko • Slovensko • Španělsko • Švýcarsko • Ukrajina

40. jubileum OVB

since 1970



European
Day 2010

V Německu, na domácím trhu, má OVB již 40 let zkušeností v oblasti zákaznický orientovaného finančního poradenství pro soukromé domácnosti v oblasti pojištění, ochrany, vybudování a rozvoje majetku, zajištění budoucnosti a získávání nemovitostí.