

bizon

PO HLAVĚ DO SVĚTA ÚSPĚŠNÉHO BYZNÝSU

Číslo vydání 05



NOVÁ DOBA INSURTECHOVÁ

spojení dvou anglických slovíček:
„Insurance“ (pojištění) a „Technology“ (technologie).
Co si pod tím konkrétně představit?

STRANA 69



PO HLAVĚ DO SVĚTA ÚSPĚŠNÉHO BYZNYSU

BizOn – po hlavě do světa úspěšného byznysu
Číslo 05

Vydáno: 09/2019

Vydavatel: Broker Trust, a.s., IČ: 26439719

Adresa redakce: Hanusova 1411/18, 140 00 Praha 4

E-mail: bizon@brokertrust.cz

Šéfredaktor: Ondřej Kvasňovský

Redakce: Václav Křivohlávek, Kateřina Černá, Zdeněk Sluka, Soňa Straková

Grafika: Lucie Gašparová

Foto: iStock by Getty Images, Pixabay, Michal Bílek

Registrace: MK ČR E 22974

Ročník: 05

Milé čtenářky, vážení čtenáři,

mám radost, že jste si našli cestu k již pátému BizOnovi. Půlku-laté číslo jsme oslavili jak jinak než přizváním několika zajímavých osobností ke spolupráci, a tak i tentokrát věřím, že se nám povedlo pár tref do černého a že Vás opět inspirujeme ve Vašem finančně poradenském byznyse. A pokud BizOna přečtete jedním dechem od začátku do konce a nebudete mít dost, dovolím si připomenout, že všechna minulá vydání najdete v elektronické podobě na webu Broker Trustu. Věrní fanoušci nám své pochvalné vzkazy mohou posílat na redakční e-mail bizon@brokertrust.cz. ☺



Nikdo z nás nemáme křišťálovou kouli, ale není těžké odhadnout, že po více než 10 letech konjunktury nás ta krize dříve či později nemine. Někaké varovné signály už tu ostatně jsou. Že to nemusí být žádná tragédie ukazuje příběh Viktora Hostinského, který svou „farmářskou“ firmu založil těsně před poslední velkou krizí. V rozhovoru prozradí, jak by se podle něj měli poradci během období poklesu chovat. A přidá své více než pětileté zkušenosti s honorářovým poradenstvím. V jiném článku se tématu recese věnuje i analytik Broker Trustu a mimořádně zkušený investor Václav Pech.

Přední tuzemští analytici Markéta Šichtařová, Tomáš Holub, Petr Dufek, Lukáš Kovanda a Michal Stupavský dostali jednoduchou otázku, jak hodnotí finance Čechů a České republiky. Co pochválili a kde byli kritičtí?

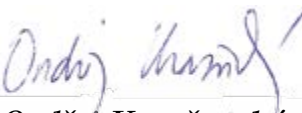
Velký ohlas vyvolala přednáška Josefa Kadlece o profesní síti LinkedIn na jarním Broker kongresu. A protože hned v několika světových kulturách znají rčení opakování je matkou moudrosti, můžete si ty úplně nejdůležitější tipy připomenout v článku LinkedIn jako online networking nástroj. Z vlastní zkušenosti můžeme tuto sociální síť pro byznys doporučit!

Každý z nás budujeme nějakou značku, ať už je to naše osobní značka nebo značka nějaké firmy. Co si myslíte, že dělá značku výjimečnou? Konfrontujte svůj pohled s názorem Mariana Timorackého, odborníka na branding z mezinárodní komunikační agentury MARK BBDO.

Na kávu jsme pozvali i našeho regionálního ředitele Bohuslava Černého. Nakonec z toho byla velmi otevřená zpověď o tom, jak přistupuje k práci, co ho baví na Broker Trustu, a kdo Bohouše znáte, zkuste si před přečtením článku tipnout, jaké koníčky na sebe vyzradil.

Zajímají Vás více produktová témata? Mimo investice si přijdou na své i úvěroví a pojišťovací experti. Tým vyvíjející úvěrovou platformu pro poradce Broker Trustu – BT Kredit – poodhalil, jak takový software vzniká a co mají ještě v plánu. Pod lupou jsme si vzali i technologie v oblasti pojištění. Určitě si přečtete článek o nové době InsurTechové.

A to není v aktuálním BizOnovi vše! Za celou redakční radu přeji příjemné čtení.


Ondřej Kvasňovský
šéfredaktor BizOn

3

Úvodník

9

Viktor Hostinský:
Jsme investiční
farmáři, ne lovci



15

Česká spořitelna:
Hypotéka pro
rodiče, kterým
děti vyletěly
z hnízda

16

Jak vidíte
finance České
republiky?

21

Rodina, základ
hypotéky

*Hypotéka v dosta-
tečné výši je pro
ně samotné zkrátka
nedosažitelná.
Podívejte se na tři
případy, kdy mohou
rodiče dětem se
získáním hypotéky
pomoci.*

27

LinkedIn
jako online
networking
nástroj



33

Nejdůležitější
vlastnost
investora v krizi?
Psychická odolnost

37

Aegon:
Jedna plus
jedna může být
mnohem víc
než dva

41

Odborná
způsobilost
a certifikace
rezonují celým
finančním
trhem



*Češi jsou v zásadě střídmi a uvážliví
hospodáři. Opatrně nakládají s dluhem
a přistupují k němu zodpovědně.
Samozřejmě, jako v každé společnosti,
i u nás existují excesy.*

47

7 tipů
pro kvalitní
cestovní
pojistku

53

Rozhovor
s regionálním
ředitelem
Bohuslavem Černým



57

Proč je důležité
mít svůj brand?



77

Tři poznámky
k odborné
způsobilosti
distributorů
pojištění

83

Úvěrová
platforma



63

Alternativa
k hypotékám
aneb bydlet se
dá i jinak než
ve vlastním

69

Nová doba
InsurTechová

*„Broker Trustem
se mi změnil život.
Pochopil jsem,
že chci finanční
poradenství dělat
na full time.
Od té doby se
tedy věnuji
jen finančnímu
byznysu. Broker
Trust byl jiný
svět.“*



SLAVIA

— POJIŠŤOVNA



Široká nabídka pojistných produktů pro Vás i pro Vaše blízké!

- Pojištění vozidel
 - Cestovní pojištění
 - Pojištění domácnosti a nemovitosti
 - Zdravotní pojištění cizinců
 - Úrazové pojištění
 - Pojištění občanské odpovědnosti
 - Pojištění bezkrevní léčby
 - Pojištění živnostníků a firem
 - Pojištění pejsků a koček
- ... a další

Nově představený program Šťastný Domov jde vstříc zákazníkům a je rozšířen o řadu služeb. „Naši nabídku jsme podrobili rozsáhlým inovacím co do přehlednosti jednotlivých balíčků, zařazení nových rizik a pojištění některých odpovědností. Je třeba zmínit také možnost vyřízení případné pojistné události prostřednictvím naší mobilní aplikace. Slavia pojišťovně můžete zaslat vlastní fotodokumentaci škody, což významně sníží čas potřebný k jejímu vyřízení,“ říká Jan Vlček, obchodní ředitel Slavia pojišťovny.



Pojištění domu, bytu, chalupy a jejich zařízení přispívá k jistotě rodinného zázemí. Slavia pojišťovna nabízí program s názvem Šťastný Domov, který kryje celou řadu rizik a poskytuje i možnost využití asistenčních služeb v případě vzniku škody.

Pojištění stavby

„Pro pojištění stavby i domácnosti jsme skupiny rizik rozdělili do balíčků Základ, Jistota a Jubileum. Zatímco balíček Základ vždy zahrnuje nejčastější a zjevná rizika, Jistota a zejména Jubileum jdou dále a umožňují pojistit i rizika jako je poškození zateplení fasády zvířaty nebo porostů na zahradě, například vichřicí nebo krupobitím,“ uvádí Jan Vlček. „Pro klienty je důležitá co nejvyšší míra variability konkrétní smlouvy. Zejména v balíčcích Jubileum je proto v nabídce i široká řada možných připojištění a ve vybraných položkách je možné rovněž zvýšení pojistných limitů plnění.“

Pojištění domácnosti

V rámci Šťastného Domova je vaše domácnost pojištěna proti škodám způsobených živly, technickými vlivy a působením třetích osob. „Při tvorbě balíčků pojištění pro domácnost jsme se zabývali otázkou, co běžná rodina ke svému klidnému životu potřebuje a kde může čelit neplánovaným potížím. Proto v balíčku Jubileum nabízíme kromě požáru, vichřice, záplavy a mnoha dalších živelních rizik i pojištění proti vloupání, projevům vandalismu, nebo i proti krádežím kočárků a invalidních vozíků. Připojistit si pak dále můžete též věci na zahradě, v garáži, nebo dětem věci na koleji či internátu,“ doplňuje Jan Vlček.

Pojištění odpovědnosti a asistenční služby

Pojištění odpovědnosti z běžného občanského života nebo z vlastnictví nemovitosti můžete u Slavia pojišťovny sjednat vždy v rámci jednoho ze tří balíčků. Ty mohou mít limit plnění až osm milionů korun. „Rád bych zmínil pojištění pro případ regresu zdravotní pojišťovny. Pokud například větev ze stromu na vašem pozemku způsobí svým pádem někomu zranění, příslušná zdravotní pojišťovna po vás může požadovat náhradu výdajů na léčení. Právě v takových případech přichází ke slovu tento komponent balíčku Jubileum,“ vysvětluje obchodní ředitel Slavia pojišťovny. Důležitou službou je i asistence Slavia pojišťovny, kterou je možné využít v různých případech havarijních situací, od klíče zlomeného v zámku vchodových dveří až po právní konzultace po telefonu. ■

Ing. Viktor Hostinský
jednatel společnosti VHI



VIKTOR HOSTINSKÝ: JSME INVESTIČNÍ FARMÁŘI, NE LOVCI

Společnost Viktor Hostinský Investments, kterou snad všichni v oboru znají pod zkratkou VHI, funguje již 11 let jako specializovaný investiční broker pool. Firma začínala na zelené louce krátce před vypuknutím globální ekonomické krize, dnes poskytuje zázemí 188 poradcům. „Společně pomáháme asi 12 tisícům klientů zhodnocovat majetek přesahující dvě miliardy korun. Od roku 2014 se zaměřujeme na službu placeného investičního poradenství,“ říká v rozhovoru pro magazín BiZon zakladatel společnosti Viktor Hostinský. Proč by podle svých slov „uvítal“, kdyby přišla další krize? A jak by se během ní měli zachovat poradci, kteří chtějí svým klientům opravdu kvalitně pomoci?

Jací jsou Češi investoři?

Chtělo by se říci, že opatrní, ale přesnější je podle mě nezkušenost. Chybí nám těch 50 let v minulém století, kdy naši rodiče a prarodiče žili v investičním vakuu. Můj kamarád z Ameriky dostal od táty ke dvacetinám

investiční účet s 500 dolary, aby si zkusil koupit nějaké akcie. Naši rodiče i my dostávali peníze na knížku. Není divu, že přes 90 % úspor českých domácností dnes stále leží v hotovosti v bankách a spořitelnách.

Jediné, s čím máme relativní zkušenosti, jsou nemovitosti. Ve světě jsou ale nejvyužívanější investiční třídou pro dlouhodobé úspory právě akcie.

Mění se v průběhu let vztah Čechů k investování?

Naštěstí mění. Ten proces je ale pomalý a cesta dlouhá. Dokonce i státem podporované produkty, jako je doplňkové penzijní spo-

ření, jsou dnes již investičními produkty obsahujícími investiční nástroje jako akcie a dluhopisy. Banky dnes v reklamách

propagují své investiční fondy. To bylo před deseti nebo dvaceti lety nemyslitelné.

Trhy rostou posledních deset let, téměř denně lze zaznamenat v médiích zprávy věstící blížící se krizi. Nechme stranou, že se tak děje už několik let. Co lze očekávat, až jednou krize skutečně přijde?

V krizi zpravidla nastává panika, investoři se chovají neracionálně a prodávají vše, co se zdá být rizikové nebo co v tu dobu klesá na ceně. Je potřeba

si ale uvědomit, že každá krize je vždy dočasná. A pokud například držíte akcie kvalitních firem, bude i pokles jejich tržní ceny dočasný. Krize je pro

trh velice ozdravná, protože ho vyčistí od všech investic, které nemají reálnou hodnotu a jejich cena roste pouze kvůli rostoucí poptávce.

Jak by se měli v této situaci zachovat poradci, kteří budou chtít klientům kvalitně pomoci?

Předně by měli své klienty na tuto možnost psychicky připravit. Jak řekl Warren Buffet, největším nepřítelem investo-

ra není trh, ale jeho emoce. V praxi musí prostě poradci se svými klienty mluvit. Tedy dříve jim vysvětlit, co se může

stát a jak na to budou společně reagovat, lépe řečeno, nerea-
govat.

Co tomu musí prakticky předcházet?

Základem samozřejmě je, aby poradce dodržoval prověřené investiční zásady. Například aby rozdělil klientův majetek na několik částí a část držel jako rezervu v hotovosti. Částku, kterou klient bude potřebovat v příštích třech až deseti letech, by měl směřovat do vyváženého portfolia s dostatečným množstvím konzervativních nástrojů, jako jsou státní dluhopisy. A peníze, na které klient deset let nesáhne, by měl naopak nasměrovat do portfolia s převahou agresivních nástrojů, jako jsou akcie, aby

omezil riziko inflace a naplno využil sílu složeného úročení.

Také by měl poradce pracovat jen s prověřenými nástroji, jako jsou podílové fondy nebo ETF od renomovaných investičních správců. A zcela bych se vyhnul nástrojům, které neprošly testem času. Tedy minimálně jedním celým ekonomickým cyklem. Jedná se zejména o různé druhy fondů kvalifikovaných investorů a korporátní dluhopisy. Bohužel v poslední době zaznamenáváme zvýšenou nabídku právě takových



nástrojů a právě tyto nástroje mohou být ty, které krize z trhu úplně vyčistí.

Mimochodem, vy jste VHI zakládal v roce 2007, rok před krachem banky Lehman Brothers a začátkem globální ekonomické krize. Jak náročné podmínky pro rozjezd společnosti zaměřené na investice to byly?

Samozřejmě to těžké bylo, ale my byli úplně na začátku s nízkými náklady. Takže jsme hlavně sbírali cenné zkušenosti. A v tu dobu se nám právě vyplatilo dodržovat prověřené investiční zásady – koupit a držet kvalitní akciové a dluhopisové

fondy, diverzifikovat riziko, nesnažit se načasovat trh a nepanikařit. Ty zásady byly to jediné, čeho jsme se mohli držet, a zpětně můžeme konstatovat, že všechny propady v hodnotě portfolií našich klientů byly dočasné a všechna portfolia se

v následujících letech postupně překlápěla do pozitivních výnosů. Ta zkušenost byla velmi silná, ale díky ní nemám strach z další krize, naopak bych ji i tak trochu uvítal.

Na vašem webu mezi hodnotami VHI uvádíte i farmářský přístup. Co si pod tím mají čtenáři představit?

Americká společnost Chally, která se zabývá obchodním talentem jedinců, rozděluje ob-

chodníky na dva hlavní typy. Lovce a farmáře. Lovce má talent lovit. Tedy neustále vyhle-

dávat nové potenciální zájemce a těm prodat. Farmář má talent se starat o stávající kmen

klientů a navyšovat jejich zájem o své služby. Náš prostor ve VHI je stavěn tak, aby poskytl nástroje, zázemí a celý obchodní model poradcům, kteří jsou ve svém srdci farmáři, chtějí

dlouhodobě pečovat o kmen svých klientů a pomáhat jim budovat a chránit jejich majetek. Velmi zjednodušený příklad lze popsat tak, že poradce dostává jedno procento z ob-

jemu investic klienta. Pokud pečuje o sto klientů s průměrnými investicemi jeden milion korun, dostává odměnu jedno procento ze sta milionů, a to je jeden milion korun ročně.

U vašich hodnot ještě chvílku zůstaneme, často se mezi nimi objevuje spojení dlouhodobý vztah. Ať už s poradci, nebo s klienty. Jak takové vztahy vybudovat a udržet?

Základem je, abyste si tak nastavili svůj poradenský model. Náš model placeného investičního poradenství je postaven tak, aby poradce byl stoprocentně na stejné straně stolu s klientem a byl motivován klientovým dlouhodobým úspěchem. Provize se vyplácí klientovi, klient platí transparentní odměnu. Pokud roste klientům dlouhodobě majetek, roste dlouhodobě poradcova odmě-

na a naopak. Žádná potřeba něco prodávat, žádný střet zájmů, pro klienta prostě vybíráte to nejlepší, co můžete.

No a kolem takového modelu pak musíte vystavět celý proces práce s klientem. Od prvního kontaktu až po pravidelný servis. A ten už je mnohem individuálnější poradce od poradce. Každopádně nám praxe ukazuje, že zkušenost a emoce,

které klient zažívá při kontaktech s poradcem a které v klientovi zanechávají nějaký pocit nebo dojem, je důležitější než produkty, se kterými poradce pracuje. Pamatuji si na svou zkušenost z americké AG Edwards, kde dělali průzkum mezi klienty, a na otázku, co je pro ně nejdůležitější u jejich poradce, byla na prvním místě odpověď, že včas reaguje na mé telefony.



Bude se placené poradenství stále více rozvíjet? Je na to český trh připravený?

Vzhledem k přicházejícím legislativním změnám se budou rozdíly mezi provizním a placeným investičním poradenstvím postupně stírat. Myslím, že když se zeptáte klientů, jestli chtějí vědět, kolik a za co platí

na poplatcích, většina odpoví, že ano. Když se jich zeptáte, zda chtějí poradit, nebo něco prodat, odpoví, že poradit. Já spíš než u klientů vidím problém u poradců. Málokdo věří, že má pro klienta hodnotu, kte-

rou klient platí, ať už v rámci provizí nebo napřímo. Spousta poradců se v tomto zbytečně podceňuje. Věřím, že postavit se za svou odměnu pomůže mnoha poradcům v osobním růstu a trh na to připravený je.

Jaká jsou očekávání klientů, kteří poradci za jeho služby přímo platí?

Jsou různá. Od toho, že budete denně jeho investice sledovat a když se bude něco blížit, včas uděláte změnu. Nebo že jeho portfolio bude jenom růst.

Nebo že budete placeni, jen pokud investice udělají zisk. Je na poradci, aby vždy sladil klientova očekávání s tím, co skutečně klient dostane a kolik

a za co platí. To je základem úspěšné spolupráce. Průběžné vzdělávání klienta je jednou z hodnot, které poradce klientovi přináší.

Kde vidíte budoucnost investičního a obecně finančního poradenství? Jak se v následujících letech trh promění?

Trh bude směřovat k větší profesionalizaci a digitalizaci a více

než produkty bude u klienta rozhodovat kvalita jeho zážitku,

chcete-li anglicky client experience. Technologie v mnoha směrech poradcům ulehčí život a umožní jim trávit více času tváří v tvář svým klientům. Pro úspěch poradce budou stále důležitější schopnosti jako umění naslouchat, empatie a ovlivňování klientova chování.

Bude sílit význam investic. Je to prakticky jediný segment trhu, který má stále silně nevyužitý obchodní potenciál, který bude navíc dlouhodobě růst.

Jaké nároky na poradce to bude klást?

Bude se postupně zvyšovat tlak na snižování provizí a poplatků všeobecně. Poradce bude muset využívat nové technologie, aby zefektivnil svou práci. Více než na produkty, které



prodává, se bude muset spoléhat na sebe a na službu, kterou

kolem produktů pro své klienty vybuduje.

Jaké investiční trendy aktuálně sledujete?

Pokud jde o nějaké horké investiční tipy, tak žádné. Držíme se prověřených investičních zásad. Nicméně pozitivně v poslední době hodnotím určitě přístupnost ETF i běžným

investorům, snižování nákladovosti aktivně řízených fondů nebo nové technologie. Na druhou stranu mě zneklidňuje rostoucí počet FKI a korporátních dluhopisů.



Není příliš velká nadsázka, když řekneme, že korporátní dluhopisy doslova zaplavily trh. Dluhopisy vydává kdejaká firma nebo start-up. Je to příležitost, nebo by od firemních dluhopisů měli dát běžní investoři ruce pryč?

Určitě ruce pryč. Pokud chcete vlastnit korporátní dluhopisy, pak využijte standardní podílový fond řízený renomovaným správcem. Získáte tak dostateč-

nou diverzifikaci, protože fondy často vlastní stovky dluhopisů od různých emitentů, a hlavně odbornou správu. Dluhopisy do fondu vybírají analytici s od-

povídajícími znalostmi a zkušenostmi. Maximálně tak omezíte rizika, která jsou s korporátními dluhopisy spojená, a získáte prakticky stejný výnos.

Do čeho investujete vy osobně? Investoval byste své peníze například do kryptoměn?

I já dodržuji prověřené investiční zásady, takže jsem nikdy neinvestoval do ničeho jiného než do akciových podílových fondů a ETF fondů. Pár let jsem vlastnil byt na pronajímání, ale ten jsem prodal, protože s tím byly starosti. Do kryptoměn bych neinvestoval. My-

slím, že hodnotou kryptoměn by měla být jejich funkce jako prostředek směny. Jako nástroj investování mi v něm chybí prvek produktivity. Když kupuji akcii, kupuji podíl ve firmě, která produkuje každý rok zisky a vyplácí dividendy. Když kupuji nemovitost, pro-

dukuje mi nájem. Dluhopisy produkují pravidelné úroky. U kryptoměn čistě spekulujete, zda bude stále více těch, kteří si je chtějí koupit, než těch, kteří je potřebují prodat.

Ing. Viktor Hostinský, CFP

Narodil se v roce 1978. Aktuálně působí jako jednatel společnosti VHI. Na Technické univerzitě v Liberci absolvoval obor Pojišťovnictví. Na Kalifornské univerzitě v Santa Barbaře získal mezinárodně uznávaný titul Certified Financial Planner. Řídí se mottem: „Žít vědomě.“ Ve volném čase hraje rád hokej a florbal, lyžuje, medituje a pracuje se dřevem. Je ženatý, má tři děti.





Pomozte klientům konečně bydlet ve vlastním

Nyní stačí na první byt do 5 milionů Kč jen 10 % z jeho ceny.

ČESKÁ 
spořitelna

HYPOTÉKA PRO RODIČE, KTERÝM DĚTI VYLETĚLY Z HNÍZDA

Vlastní střechu nad hlavou nepotřebují jen mladí, ale i lidé ve středním věku, kterým děti vyletěly z hnízda. Často pak žijí sami ve zbytečně velkém nájemním bytě a přemýšlejí o tom, že by si na stáří pořídili něco vlastního. I pro ně je určena výhodná hypotéka – Prvobydlení.

Česká národní banka nedávno zpřísnila pravidla pro poskytování hypoték. Podle nich musí většina žadatelů o hypotéku

pokryt 20 % ceny nemovitosti z vlastních prostředků, aby jim banka půjčila zbývajících 80 %. Prvobydlení může být řešením

pro ty, kteří by za zpřísněných podmínek na hypotéku nedosáhli.

Kdo nemá nemovitost, může mít Prvobydlení

S Prvobydlením stačí mít nasporeno 10 % ceny bytu. Primárně je tento úvěr určen mladým lidem, ale není to podmínkou. O zvýhodněnou hypotéku může požádat každý, kdo si pořizuje svůj první byt v osobním

či družstevním vlastnictví. Což jsou často právě lidé ve středním věku, jejichž děti se osamostatnily. Rodinný rozpočet je v nové situaci mnohem volnější a splátka hypotéky nepředstavuje problém.

Výhodné podmínky, nízký úrok

Pokud tedy vaši klienti nejsou majiteli žádné nemovitosti, mohou na svůj první byt získat výhodný úvěr až 5 milionů korun za atraktivní úrokovou sazbu. Za těchto podmínek však Česká spořitelna půjčuje pouze

na byt, v němž bude klient žít. Nezapomeňte při sjednávání hypotéky zdůraznit, že rekreační apartmán na Šumavě nebo garsonku určenou na pronájem si se zvýhodněnou hypotékou pořídit nelze.

Na stáří ve vlastním

Vývoj úrokových sazeb je pro klienty momentálně pozitivní, navíc Česká spořitelna průběžně přichází s kampaněmi, které hypotéku dále zvýhodní. Mohou zdarma získat například odhad nemovitosti nebo pojiště-

ní. Nabídněte Prvobydlení svým klientům středního věku, kteří už nechtějí platit vysoký nájem do cizí kapsy. Zvýhodněná hypotéka je dobrá cesta, jak si mohou do budoucna zajistit pohodové stáří.

JAK SI STOJÍ HYPOTEČNÍ TRH

Úrokové sazby hypoték dál klesají. Zatímco letos v dubnu dosáhla průměrná úroková sazba 2,85 procenta, v květnu už to bylo 2,80 procenta a červenec přinesl další pokles na 2,76 procenta. Hypoteční trh nejspíš i proto zažívá mírné oživení, i když v meziročním srovnání počty ani objemy na loňský rok zatím nedosáhnou.

JAK VIDÍTE FINANCE ČESKÉ REPUBLIKY?

Co bije do očí odborníky z finanční oblasti z českého trhu? Jací jsou Češi? Jsme rozumně zadluženi a plánujeme dlouhodobě? Na tyto a další otázky odpovídá Markéta Šichtařová, Tomáš Holub, Petr Dufek, Lukáš Kovanda a Michal Stupavský.

Michal Stupavský

investiční stratég Conseq Investment Management a.s.



Česká ekonomika zpomaluje

Ve srovnání se západními evropskými zeměmi jsou české veřejné finance zdravé. Klíčový ukazatel zadluženosti, poměr státního dluhu na HDP, činí 33 %. To je výrazně méně než u zemí v západní Evropě. Velkým pozitivem také je, že se tento ukazatel nachází v silném klesajícím trendu, zadluženost se relativně k HDP snižuje. Maxima bylo dosaženo v roce 2013 na úrovni 45 %. Dále je velkým pozitivem, že se bilance státního rozpočtu v posledních letech pohybuje kolem nuly, resp. v mírném přebytku. Na druhou stranu nicméně platí, že posledních několik let bylo z hlediska hospodářského růstu velice pozitivních, česká ekonomika rostla velice slušně. To podporovalo růst rozpočtových příjmů. Poměrně velkým rizikem je naopak skutečnost, že v posledních letech velice

silně rostly mandatorní výdaje jako důchody či platy státních zaměstnanců.

Přestože je tak celkový rozpočet nyní relativně vyrovnaný, při výraznějším ekonomickém poklesu či dokonce recesi by došlo k prudkému výpadku rozpočtových příjmů a rozpočet by se dostal do hlubokého deficitu. Strukturální deficit je proto poměrně výrazný. Sluší se také dodat, že česká ekono-

mika již zpomaluje, patrné je to zejména v průmyslu. Mírná recese se v příštích letech rozhodně vyloučit nedá. Také bych zmínil dvě oblasti, kde jsou výdaje státního rozpočtu dlouhodobě nedostatečné. Jednak jsou to výdaje na zdravotnictví, jejichž podíl na HDP je výrazně pod průměrem OECD. A dále jsou to nedostatečné infrastrukturní výdaje. Pomalost výstavby dálnic je do očí bijící.



Tomáš Holub
člen bankovní rady ČNB



Každý pátý Čech má hypotéku

Finance a finanční sektor v ČR charakterizuje dlouhodobě stabilní a zdravý vývoj. V případě domácností ale panuje jistá rozpolcenost. Na jedné straně české domácnosti ve finanční oblasti milují platební inovace, na druhé straně zůstávají velmi konzervativní. Češi jsou na špici v oblasti bezkontaktních plateb a také oblíbenba digitálních plateb rychle roste. Na druhé straně při správě svých aktiv nadále milují hotovost, bankovní

depozita – nejvíc ze všeho běžné účty – a vlastnické bydlení. Podíl depozit a hotovosti na finančních aktivech domácností je dlouhodobě kolem 50 procent a patří k nejvyšším v zemích OECD. Vlastní dům či byt pak má v Česku 75 procent domácností a každý pátý Čech má hypotéku. Konzervatismus však v oblasti vlastnického bydlení vždy neznamená obezřetnost. Převládá iluze, že investice do nemovitosti je bezriziková. Ceny nemo-

vitostí ale nemusejí nutně jen růst, jak ostatně nedávno ukázala světová finanční krize. Svižný růst úvěrů na bydlení spolu s omezeními na straně nabídky vedl v ČR k růstu cen nemovitostí a riziku vzniku spirály mezi úvěry na bydlení a cenami nemovitostí. Proto ČNB reagovala doporučeními v segmentu hypotečních úvěrů, která brání vzniku nebezpečné spirály do budoucna.

Petr Dufek
analytik ČSOB



ČR je jedna z nejlépe hospodařících zemí v EU

ČR sice v posledních letech hospodařila s přebytkovými rozpočty, avšak jenom díky tomu, že se vezla na vlně konjunktury. Naše rozpočty jsou zatíženy vysokým podílem mandatorních výdajů, který má navíc tendenci stále narůstat s tím, jak se zvyšují penze a některé další sociální dávky a mění se i struktura obyvatelstva. Na střednědobé ani dlouhodobé

změny rozpočet jako takový vlastně ani nemyslí. Máme tzv. střednědobý výhled, který počítá s horšími výsledky hospodaření v dalších letech, i ten dlouhodobý předpokládající prudký růst dluhu země. Přesto řešení, jak se takové téměř až chmurné budoucnosti vyhnout, se neprosazují nebo se dokonce přímo odmítají – viz penzijní reforma. Ačkoliv jsme jed-

nou z nejlépe hospodařících zemí v EU a současně i jednou z nejméně zadlužených, nemusí tomu tak být navždy. A první malou zkouškou může být zpomalení ekonomiky, na které bude třeba reagovat. Tou další – velkou – pak už bude jen rychlý růst počtu penzistů, o kterém se dlouhodobě ví, nicméně se na něj ČR nijak nepřipravuje.

Markéta Šichtařová

ekonomka a ředitelka společnosti Next Finance s.r.o.



Nestabilní podnikatelské prostředí

Hospodaření státu se v posledních měsících dramaticky zhoršilo. Český státní rozpočet vykázal za první pololetí schodek hospodaření ve výši 20,7 mld. Kč. Na konci června 2018 byl přitom vykázán deficit jen 5,9 mld. Kč. Máme tu tedy nejhorší červnový výsledek od roku 2013. Zatímco příjmy rozpočtu rostly o 8,1 %, výdaje rostly o 10,2 %. A to ekonomika zatím stále roste a máme rekordně málo nezaměstnaných.

DPH jako dojná kráva rozpočtu zklamala. Zázrak spo-

jený se zavedením EET se nekonal. Za růstem výdajů stojí kupování hlasů voličů. Na sociální dávky vynaložil stát mnohem více než před rokem, a to i přesto, že máme rekordně nízkou nezaměstnanost. Růst důchodů byl prostě výrazný. Hodně šlo také neziskovkám.

Socialisté dlouhodobě vidí dojnou krávu v bankách, pojišťovnách a mobilních operátorech. Mnozí voliči vidí vysoké odvody dividend do zahraničí – často to napadavý jev. A říkají si, že sek-

torová daň je dobrý způsob, jak odtok peněz zastavit či kompenzovat. Věc je ale potřeba vidět v souvislostech. Taková daň je zároveň velký vzkaz pro všechny další zahraniční investory, že kdyby se jim jednou u nás dařilo, nasolíme jim novou extradaň, aby se jim už nedařilo tolik.

Je to tedy další záporný bod pro ČR. Její podnikatelské prostředí je nestabilní. Pro investory je zajímavější podnikat jinde.

Lukáš Kovanda, Ph.D.

český ekonom a autor ekonomické literatury



Čechům mnohdy chybí vůle

Češi jsou v zásadě střídmi a uvážliví hospodáři. Opatrně nakládají s dluhem a přistupují k němu zodpovědně. Samozřejmě, jako v každé společnosti, i u nás existují excesy. Ty jsou však zveličovány dlužnickou lobby, která prosazuje ještě volněj-

ší podmínky oddlužení. Ty by však vedly k morálnímu hazardu a rozvrátily by současný dobrý stav hospodaření tuzemských domácností. Čechům mnohdy chybí vůle k odvážnějšímu investování svých prostředků, spokojují se s málem. To nás v ně-

kterých ohledech drží pozadu, v jiných je to vítané, jelikož nedochází k potížím, jaké pamatují třeba Maďaři z doby před deseti lety, kteří se neuváženě zadlužovali v cizí měně.

Zeptejte se na naši půjčku

Půjčka na cokoliv

Sazba
od
4,9 %
p. a.



A dozvíte se třeba, že když ji vrátíte do tří měsíců, dostanete všechny úroky zpět. A to je chytré, ne?

ČSOB Půjčka na cokoliv ve výši 150 000 Kč se splatností 5 let, pevná úroková sazba 9,9 % p. a., měsíční splátka 3 180 Kč, RPSN 10,4 %, celkem k úhradě 190 800 Kč. Nejedná se o návrh na uzavření smlouvy.

www.csob.cz



| 800 300 300



RODINA, ZÁKLAD HYPOTÉKY

Jak mohou rodiče pomoci dětem k bydlení?

Kvůli dnešním cenám nemovitostí, a zejména různým regulacím, „chránícím“ zájemce o financování bydlení hypotékou před vlastní zodpovědností, si mnoho mladých samostatně bydlení nemůže dovolit. Hypotéka v dostatečné výši je pro ně samotné zkrátka nedosažitelná. Podívejte se na tři případy, kdy mohou rodiče dětem se získáním hypotéky pomoci.

Hypotéka z druhého patra

Společné bydlení více generací v jednom domě nemusí vyhovovat každému. Představme si situaci, kdy syn či dcera uvažují o tom, že se odstěhují z domu rodičů do vlastního bytu v nedalekém městě, kam dojíždějí za prací. Našetřeno na úhradu 20 procent kupní ceny bytu ze svého ale dosud nemají. Rodiče by rádi pomohli, ale sami dnes šetří na důchod a budoucí nezbytné opravy domu. Nabízí se tak možnost získat hypotéku na celou kupní cenu bytu díky jejímu dozajištění domem rodičů. Má to ale jeden háček.

V domě spolu s rodiči žije i babička. Ta jim dům před lety darovala za podmínky zřízení věčného břemene doživotního užívání. Banky takto zatíženou nemovitost do zástavy na hypotéku obvykle nevezmou. Jednou z mála výjimek je **Česká spořitelna**, které po individuálním posouzení tento závazek vadit nemusí.

Podmínkou je, aby bylo „věčného břemeno doživotního užívání“ zřízeno pouze na jednu ze dvou pomyslných bytových jednotek nacházejících se v domě. Nevadí, že dům je kolaudován jako jednobytový nebo že na katastru nejsou obě bytové jednotky samostatně vymezeny. Pro banku je podstatné, aby rodinný dům obsahoval dva „provozně oddělené funkční celky“, každý o minimální velikosti 1+kk. Lze akceptovat i společnou předsiň/chodbu. Každý z bytů musí mimo obytné místnosti obsahovat samostatnou koupelnu, toaletu (lze akceptovat v rámci koupelny do velikosti bytu 2+1), kuchyň jako samostatnou místnost nebo kuchyňský kout umístěný v obytné místnosti.





Odhadce banky tyto dispozice domu musí na místě ověřit ještě před schválením úvěru. Dále také stanoví, nakolik věcné

břemeno dožití sníží odhadní cenu domu. Při stejné velikosti obou bytů se odhadní cena obvykle sníží na polovinu.

Na vejminku u lesa

Druhou, znovu objevenou možnost řešení vícegeneračního bydlení rodiny nově dokáže zafinancovat **Hypoteční banka**. Ta umožňuje financovat účelovou hypotéku na pořízení „mobilního domu“, který nebude zapsán v katastru nemovitostí. Do zástavy musí jít jiná, standardně v katastru zapsaná nemovitost k bydlení. Financovat takto nejde pořízení „domu na kolečkách“.

Moderní mobilní dům není žádná perníková chaloupka.

V případě dostatečného prostoru na pozemku u stávající nemovitosti se dá do částky jednoho milionu korun pořídit kvalitně postavený a vším dnešním komfortem vybavený dřevo-domek o velikosti 2+kk. Může sloužit jako startovací bydlení pro mladé, tak i na dožití pro rodiče v důchodu. S určitou mírou soukromí a přeci ostatním členům rodiny nablízku.

Dluží celá rodina

Další možnou variantou je o úvěr na pořízení bydlení pro děti požádat v rámci rodiny společně. Rodiče nemusí mít obavy, že by jejich pokročilý věk zásadně ovlivnil výši dostupné částky úvěru. Na trhu je několik bank, které umějí při stanovení maximální doby splatnosti úvěru zohlednit věk mladších žadatelů – dětí. Například **Raiffeisenbank** dnes dokáže takové rodině nabíd-

nout hypotéku se splatností 30 let, pokud je nejstaršímu žadateli s příjmem v dostatečné výši nejvýše 55 let. Od mladšího žadatele pak požaduje doložit příjem „pouze“ vyšší, než nakolik spočítá splátku potřebné hypotéky.

Jiří Kryl
hypoteční analytik
společnosti Broker Trust, a.s.



Myslete na ZÁŽITKY.

- ✓ Významné vylepšení pojistných podmínek u pojištění invalidity
- ✓ Významné vylepšení pojistných podmínek u pojištění VZO
- ✓ Navýšení limitů pro lékařské prohlídky
- ✓ Navýšení limitů plnění úrazového pojištění
- ✓ 10ti násobná progrese u pojištění TNÚ
- ✓ Poplatková struktura investiční části na úrovni OPF
- ✓ Nový způsob sjednávání přes on-line systém DIGIPOS

Životní pojištění DOMINO 2019

Morava:

Adéla Bejčková, mobil 739 603 743
e-mail: adela.bejckova@uniqa.cz

Čechy:

Miroslav Sága, mobil 737 268 279
e-mail: miroslav.saga@uniqa.cz

Myslete


UNIQA

Již tradičně připravila UNIQA upgrade svého životního pojištění DOMINO. Tentokrát se zaměřila zejména na zohlednění zdravého životního stylu, snížení poplatků u investiční varianty, optimalizaci krytí pro případ závažných úrazů a invalidity a navýšení limitů pojistných částek bez nutnosti lékařské prohlídky v případě čerpání úvěru.

Novinky jsou implementovány do obou variant pojištění DOMINO Risk 2019 (rizikové ŽP) i DOMINO Invest 2019 (IŽP s rezervotvornou složkou na základě zvolené investiční strategie), kromě toho UNIQA zapracovala celou řadu podnětů od vás, finančních poradců. Současně zohlednila současné trendy: bere v úvahu prodlužující se aktivní život naší populace a oceňuje ty, kteří dbají na zdravý životní styl. Oba tyto faktory jsou zásadní, neboť životní pojištění si sjednávají zejména odpovědní lidé v nadprůměrné zdravotní a fyzické kondici, kteří o sebe dbají.

Změnil se systém slev a přírážek podle BMI a kouření. Nejvýhodnější sazbu dostanou štíhlí nekuřáci. Ti ušetří na pojistném až 28 %. Osoby s nadváhou, ale bez kuřáckého zlovyku, budou odměněny slevou okolo 10 %. Naopak kuřáci musí počítat s tím, že si připlatí. U indexu BMI bylo optimální rozmezí změkčeno na 18-28. Kouření bude od nynějška posuzováno podle odpovědi na otázku, zda dotyčný klient kouřil v posledních 12 měsících.



Významně se rozšířilo krytí v **úrazovém pojištění**. Namísto dosavadní až šestinásobné progresse u velmi závažných trvalých následků bude napříště možné čerpat až desetinásobek sjednané pojistné částky. Navýšen byl i limit pro trvalé následky úrazu u dětí na 1,5 milionu korun. V **přípojištění invalidity** došlo k rozšíření krytí duševních poruch - nově UNIQA plní všechny diagnózy „F“ již od II. stupně invalidity. U diagnóz schizofrenie vyplatí pojistné plnění i u I. stupně invalidity.

V **přípojištění velmi závažných onemocnění** byla zkrácena čekací doba na 3 měsíce. Jednotlivé diagnózy byly rozděleny podle příbuznosti a souvislosti do 5 skupin, přičemž dojde-li k výplatě plnění za diagnózu z jedné skupiny, závažné choroby z ostatních nesouvisejících 4 skupin jsou nadále kryty v plném rozsahu.

Byla prodloužena maximální délka plnění v **pojištění denních dávek v pracovní neschopnosti** na 18 měsíců. Nyní lze sjednat i zpětné plnění u pojištění denní dávky od 28. dne a měsíční dávky od 61. dne. V takovém případě plní UNIQA dávku od prvního dne, resp. prvního měsíce PN, jakmile dosáhne její celková délka 28, resp. 61 dnů.



Další inovací je úprava **pojištění pro případ prvního z rizik** při čerpání úvěru. Dojde-li v průběhu trvání smlouvy ke smrti nebo události s následkem nejtěžšího III. stupně invalidity, vyplatí UNIQA jednorázové plnění ve výši aktuální lineárně klesající pojistné částky (v souladu s pokrokem v umořování úvěru) a pojištění končí. Má-li zdravotní újma za následek I. anebo II. stupeň invalidity, bude vyplácena měsíční renta odpovídající sjednané pojistné částce a délce pojištění. Zároveň byly zavedeny slevy za výši pojistné částky – u PČ přesahující 3 miliony korun činí sleva 23%.

V souvislosti se zlepšováním zdravotního stavu populace ve středním věku přistoupila UNIQA i ke **zjednodušení procesu** a snížení administrativy při zkoumání zdravotního stavu na vstupu do pojištění k zabezpečení úvěru. Velká lékařská zpráva už nebude potřeba u částky do 5 milionů korun a věku žadatele do 45 let. Bez úvěru je to pak do věku 55 let a pojistné částky 3 miliony korun.

Jako první v ČR nabízí UNIQA k novým smlouvám DOMINO 2019 také **program diagnose.me**. Jde o unikátní možnost vyžádat si zdarma stanovisko či posudek špičkového zahraničního lékařského experta z vybraných klinik v USA a v západní Evropě.

U investiční varianty DOMINO Invest 2019 zjednodušila UNIQA sazebník a významně snížila vstupní poplatky. Produkt DOMINO Invest 2019 tak patří podle kalkulatoru nákladovosti IŽP od ČAP (<http://www.cap.cz/kalkulacka/>) mezi nejvýhodnější produkty na českém trhu.



Morava:
Adéla Bejčková, mobil 739 603 743
e-mail: adela.bejckova@uniqa.cz

Čechy
Miroslav Sága, mobil 737 268 279
e-mail: miroslav.saga@uniqa.cz



USER ACCESS
NONE ATTACHED TO THIS ID
ACCESS APPROVED ...
DATA CONTAINS THE GENOMIC INFORMATION
ALLOW ALL MODERN LIVING ...
1. ACTION: H-10000 SCAN DONE...
ACCESS DENIED ...
ACCESS DENIED: SYSTEM ...
ACCESS APPROVED: 1. ACTION: ...
ENTER YOUR PASS CODE
REAUTHENTICATE

0
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99

LINKEDIN JAKO ONLINE NETWORKING NÁSTROJ

Propojování sociálních sítí a businessu rozhodně není novým tématem – reklama na Facebooku je klíčovým nástrojem pro každého člověka z marketingu, tweety Donalda Trumpa hýbou světovými burzami a největší influenceři na Instagramu inkasují doslova stovky tisíc dolarů za promoční posty. Vedle toho stojí LinkedIn, platforma založená jako „profesionální sociální síť“ – místo pro businessové aktivity doslova stvořené. Ačkoliv byl jeho potenciál na našem trhu poměrně dlouho přehlížen, dnes už se stává standardním nástrojem pro (nejen) obchodní aktivity. Jak ho ale nejlépe využít a vyvarovat se zbytečných chyb?

Jak vlastně začít?

Základem každé profesionální spolupráce je důvěra, jejíž budování je ve virtuálním prostoru skutečnou výzvou. A tím úplně prvním krokem k jejímu získání na sociálních sítích je kvalitně vyplněný profil – důležitost prvního dojmu platí úplně stejně (ne-li více), jako při osobním kontaktu. Nebojte se proto skutečně investovat čas (a klidně i peníze) do kvalitní profilové fotky (momentka z dovolené v bermudách není zdaleka ideální), jasně popsané a logicky seřazené kariérní historie a v neposlední řadě výčtu vašich schopností a úspěchů. Zkrátka se ujistěte,

že každý člověk, který si zobrazí váš profil, nabude dojmu, že jedná s profesionálem, který rozumí svému oboru.

Velkou pozornost věnujte oblasti „Motto“ (titulek u vašeho jména, představení v několika slovech), která je neustále viditelná prakticky při každé vaší aktivitě. Jedná se o pár slov, která ale hrají klíčovou roli pro váš osobní brand – snažte se proto originálně vybočit z řady, aby byl váš profil snadno zapamatovatelný. Nebojte se zde naznačit specializaci na určitý obor či oblast – spojení jako *Specialista na hypoteční úvěry (500+ spokojených klientů)* dává například jasně najevo, že jste expertem v dané oblasti a očividně se vám v ní daří.

Druhou významnou oblastí je „O nás“ – dává prostor k delšímu popisu jak vašich schopností a úspěchů, tak služeb, které jste potenciálně schopni nabídnout. Zde už je na místě se zamyslet nad účelem vašeho profilu – přemýšlejte o tom, kdo bude váš profil nejčastěji



Tomáš Faust

Sourcing Partner at GoodCall ✓ (Searching talent for mainly Sales & Logistic roles)

Hlavní město Praha, Česká republika · Více než 500 spojení ·

navštěvovat a jaký typ informací je pro takového člověka relevantní. Na základě toho vytvořte „téměř-reklamní“ text buď o vás, nebo vaší společnosti, který jasně evokuje, jak můžete být jeho čtenáři prospěšní. Zbytek profilu už je vesměs informativního rázu, ale rozhod-

ně by se neměl přehlížet. Ať už jde o kariérní historii, jazyky nebo vzdělání, uvádějte jasně srozumitelné (a samozřejmě pravdivé) informace. Po kvalitním vyplnění profilu už nic nebrání tomu využít plně potenciál, který LinkedIn nabízí.

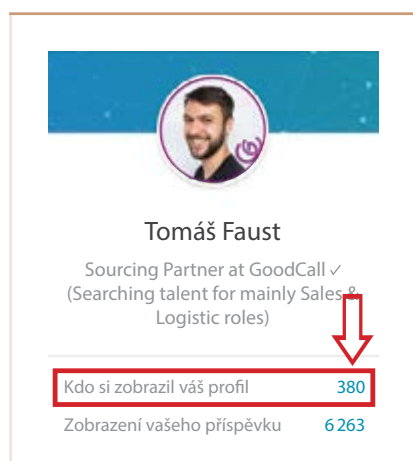
Jak vlastně LinkedIn využít?

Nejčastějším omylem, který slyším od lidí, kteří se využítí LinkedInu pro pracovní účely brání, je domněnka, že jde pouze o prostor, kde recruiteři nahání potenciální zaměstnance a zveřejňují kariérní příležitosti. Ačkoliv to tak svého času

částečně bylo, prostředí této sociální sítě se opravdu hodně změnilo – dnes se jedná pro spoustu společností o klíčovou platformu pro jejich business development, marketing a employer branding. Krásou toho všeho je fakt, že tyto možnosti nejsou výsadou těch největších hráčů na trhu – šikovný jednotlivec může na LI dosahovat stejných úspěchů jako obří nadnárodní korporace.

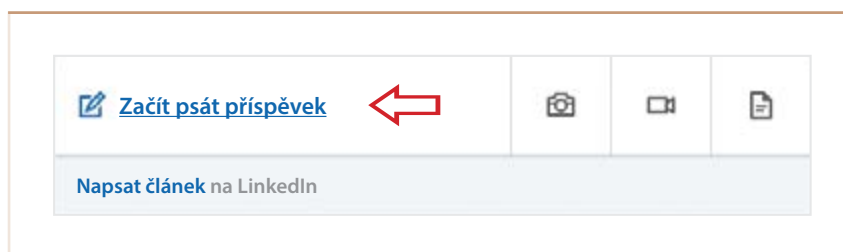
Je zde opět na místě položit si otázku, co vlastně od LinkedInu očekáváte? Chcete oslovovat nové klienty? Pravidelně se dozvídat o novinkách z oboru? Či snad dát světu najevo, že přicházíte s novým převratným produktem? Možností je opravdu bezpočet, ale každá z nich vyžaduje trochu odlišný přístup. Pokud hledáte klienty, budete se soustředit na co nejlepší oslovování a budování relevantní sítě kontaktů. Pokud hledáte oborové know-how, vaše síť může být poměrně malá, zato plná expertů, kteří vás pravidelně zásobují novými poznatky a informacemi. A pokud vám jde čistě o co největší dosah, soustředíte se na co nejširší pokrytí trhu (ačkoliv to stále neznamená přijímat/odesílat pozvánky absolutně komukoliv) a tvorbu virálního obsahu.





To všechno samozřejmě vyžaduje poměrně velké množství času – na druhou stranu ale můžete dosahovat poměrně dobrých výsledků i při minimální snaze. Doslova několik minut denně, při kterých „olajujete“, nasdílíte nebo okomentujete pár příspěvků, může výrazně zvýšit návštěvnost vašeho profilu. Díky tomu, že LinkedIn poskytuje přesné informace o tom, kdo váš profil navštíví, máte možnost rovnou navazovat spojení s lidmi, které zaujaly vaše aktivity a očividně už vědí, čemu se věnujete. Jednoduchým „lajkem“ či komentářem zkrátka generujete potenciální zákazníky či partnery. Díky fungování LinkedIn algoritmů občas dokonce narazíte na příspěvek, ve kterém někdo vysloveně poptvává vámi nabízenou službu – v překladu vám zadarmo poskytnete velice silný lead.

Pokud ale chcete opravdu vybočit z řady a být viděni, tou nejlepší formou je tvorba vlastního autentického obsahu. Možností je opět spousta – od základních příspěvků, přes články a slideshows až k videím (která jsou v rámci online prostoru stále dominantnější formou sdělování informací). LinkedIn feed je nastaven tak, aby se obsah i toho „nejmenšího“ autora mohl dostat ke stovkám tisíc lidí – samozřejmě v případě, že ho ostatní považují za kvalitní. To může silně pomoci při budování osobního brandu. Jakmile nejste pro případného zákazníka jen jeden z mnoha, ale jasně zapamatovatelná osobnost, s jejímiž názory a postoji zákazník souzní, vaše šance na budoucí úspěch se samozřejmě velmi zvyšuje.



Reference a doporučení

Jedním z nejsilnějších nástrojů pro podnikatele či obchodníky na LinkedInu jsou reference a doporučení, a to buď přímo v rámci profilů, nebo formou příspěvku. Při častějším užívání a budování relevantní sítě poměrně často narazíte na veřejné poděkování za službu nebo produkt – tu nejlepší možnou reklamu.

Referencí můžete mít samozřejmě už dnes plný web, ale síla LinkedInu v tomto případě spočívá hlavně v autenticitě

– text reference je zde spojený s opravdu konkrétní osobou, která obětovala několik minut svého života jen proto, aby vám veřejně vyjádřila vděk. To nejen opět podporuje sílu vašeho osobního brandu, ale může vašemu potenciálnímu zákazníkovi v rámci pár kliknutí prokázat, že svoji práci děláte skutečně dobře a klienti jsou s vámi spokojeni.

Nebojte se jít zároveň doporučením trochu naproti – zkrátka pokud víte, že s vámi byl zákaz-

Doporučení

Obdržená (97)

Udělená (80)



Požádat o doporučení

Doporučit uživatele Josef

ník (nebo například současný/ /bývalý zaměstnavatel) spokojený a LinkedIn aktivně využívá, požádejte ho o pár slov o vaši

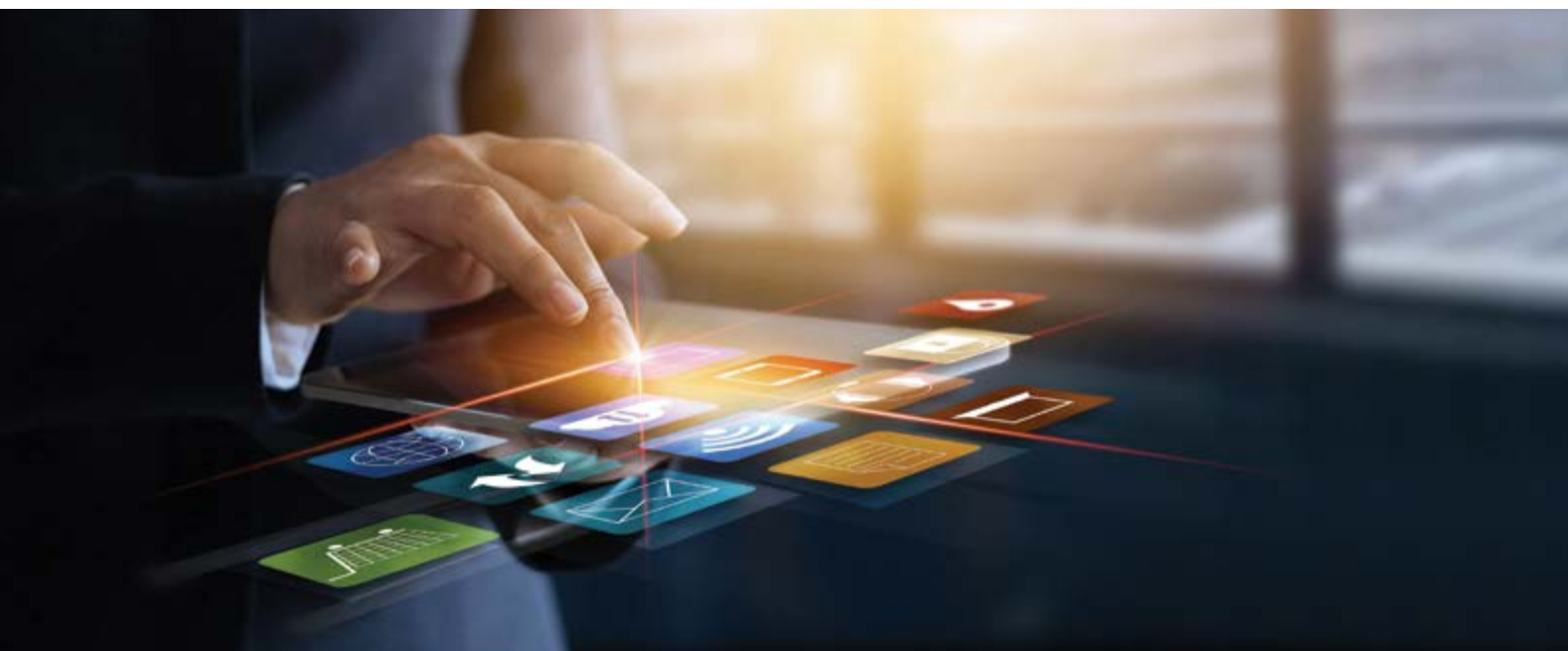
spolupráci. LinkedIn k tomu poskytuje přímé nástroje, které by byla škoda nevyužít.

Závěrem

Ignorovat v dnešní době LinkedIn jako „businessový nástroj“ je při nejmenším nerozumné. I nejzákladnější neplacená verze poskytuje obrovské množství příležitostí pro rozšiřování povědomí o službách vašich či vaší společnosti, personal brandingů či hledání a oslovování potenciálních klientů (které by vydalo na několik samostatných článků). Pár minut denně, které byste možná strávili na jiné sociální síti či sledováním televize, vám může přinést spoustu kontaktů a spojení, které byste ve svém běžném „provozu“ neměli šanci navázat.

Pokuste se zkrátka vnímat LinkedIn jako jednu obrovskou nekončící networkingovou akci (až na online prostředí a absenci chlebičků nenajdete prakticky žádné rozdíly). Snažte se propojovat s inspirativními lidmi a potenciálními zákazníky, budujte svoji osobní značku a nebojte se jít s „kůží na trh“ – pokud svoji práci odvádíte kvalitně, velice brzy se vám těch pár minut investovaných denně vrátí.

Tomáš Faust
Sourcing Partner - Sales
& Logistics GoodCall



HYPOTEČNÍ BANKA NABÍZÍ MOŽNOST SNÍŽENÍ SPLÁTEK HYPOTÉKY AŽ O 30 % JEJICH PŮVODNÍ VÝŠE

Ulevit rodinnému rozpočtu a snížit si měsíční splátky hypotečního úvěru až o 30 % nebude nyní pro klienty Hypoteční banky žádný problém. Banka totiž představuje novou službu hypotéky s Pohodovými splátkami, díky které si klienti budou moci snížit výši splátek například v případě zvýšených výdajů, mimořádných událostí nebo větších investic. Pro nové klienty je služba automaticky součástí úvěrové smlouvy, stávající klienti o Pohodové splátce mohou požádat kdykoliv v průběhu splácení bez nutnosti čekat na dobu refixace. Výši splátky si pak klient může kdykoliv upravit zpět do původní hladiny a splácet tak tolik, kolik byl zvyklý.

Jaké jsou podmínky pro využití služby Pohodové splátky?

Požádat o Pohodové splátky může každý klient Hypoteční banky, pokud řádně splácí minimálně po dobu 6 měsíců. Velkou výhodou je možnost požádat o snížení splátek opakovaně. Před dalším snížením splátek musí být znovu dodržena šestiměsíční lhůta řádného splácení. Jedinou podmínkou je, že nesmí být překročena maximální doba splatnosti 40 let, žadatel zároveň nesmí v době splácení hypotéky přesáhnout hranici 70 let věku.

Jaké jsou další výhody této služby?

Na rozdíl od většiny bank je tato služba již součástí úvěrové smlouvy a je zdarma pro všechny nové klienty uzavírající hypotéku. Jednorázový poplatek ve výši 1 500 Kč je účtován až ve chvíli, kdy službu skutečně využijí. Aktivaci služby klienti zvládnou dokonce bez nutnosti návštěvy pobočky, splátky si mohou snížit prostřednictvím Hypoteční zóny, jedinečného internetového bankovníctví.

„Jako lídr na trhu chceme klientům poskytnout co největší flexibilitu při stanovení výše splátky, tak aby vyhovovaly jejich životnímu stylu a plánům. Chceme tím vyjít vstříc klientům, kteří svou hypotéku vzorně splácí, ale v určitých životních situacích potřebují pro své aktivity více financí. Příkladem může být narození dítěte nebo vyšší výdaje spojené se vstupem dětí na střední nebo vysokou školu,“ dodává Andrea Vokálová, tisková mluvčí Hypoteční banky.

Více informací naleznete na www.hypotecnibanka.cz

Se Zelenou hypotékou teď ušetříte na úrokové sazbě i pojištění vašeho bydlení

Stavíte či rekonstruuje?

Zeptejte se na Zelenou hypotéku a její výhody. Stačí, aby váš dům či byt byl energeticky šetrný, a za to získáte balíček slev, zdarma odhad nemovitosti a další výhody.

Ekologické je u nás ekonomické.





NEJDŮLEŽITĚJŠÍ VLASTNOST INVESTORA V KRIZI? PSYCHICKÁ ODOLNOST

Václav Pech

Na trzích se s vlastními penězi pohybují už dlouhou dobu a lidé se mě často ptají, jestli má smysl investovat teď, když ceny akcií deset let nepřetržitě rostou. Otázky to bývají podobné: „Nejsou už akcie moc drahé? Co mám udělat, když teď nakoupím a do roka přijde krize? Není lepší počkat, až krize přijde, a pak, až budou akcie levné, začít nakupovat?“ Jsou to smysluplné dotazy, krize jednou bezpochyby přijde. Jen nikdo nedokáže říct, kdy to bude. A stát do té doby stranou by byla škoda.

Upřímně řečeno, čekat, až přijde krize a pak zase pomine, je dobrý nápad. Problém je v tom, že nikdo neví, kdy se krize dostaví, a také nepozná přesný

okamžik, kdy se choutky této běsnící „potvory“ začínají vytrácet a čekají nás na několik let či desetiletí jen pověstné lepší zítřky. Z tohoto pohledu

předchozí úvaha ztrácí poněkud smysl a vede spíše k tomu, že člověk nezainvestuje nikdy.

Když ještě svítí slunce

Budte racionální, jak jen to jde. Vaším záměrem je být investorem, ale vaším úkolem není předpovídat vývoj akciových trhů. Kam se budou pohybovat ceny akcií v příštích třech letech dnes nikdo netuší. Nehledě na počet titulů, kterými se dotýčný odborník pyšní.

„Ale přece jenom, deset let roste, není tedy pravděpodobnost, že se dočkáme příchodu krize, o něco větší?“ může někdo namítnout. Cože? Přijde krize? To je přeci pro investo-

ry skvělá zpráva! V krizích se tvoří bohatství. Ceny akcií jsou ve chvíli, kdy krize kulminuje, až neuvěřitelně nízké. Kdo by utíkal z obchodního domu hned poté, co jsou ve všech odděleních vyhlášeny slevy desetiletí, při kterých můžete nebývale výhodně nakoupit? S akcemi je to stejné. Jenom je potřeba mít v takových chvílích něco v peněženke. Kdy se tak stane, bohužel nikdo netuší, ale stát do té doby stranou nemá smysl.

Spočítejte si své prostředky

Spočítejte si, kolik peněz můžete pro investice použít. Můžete si dovolit investovat každý měsíc tisícovku? Výborně! Začněte s polovinou a zbytek si ukládejte do peněženky a počkejte si, až se ozve hlášení o totálních výprodejích. Teprve pak otevřete svoji peněženku

naplno a dejte manažerovi svého fondu zelenou ke dvojnásobným nákupům.

Sám jsem si pořídil pod stromeček nové akciové portfolio. Trh byl po silném propadu, kdy ztratil skoro dvacet procent své hodnoty. Lepší chvíli

si lze jen těžko představit. Neinvestoval jsem ale celou částku, kterou mám k dispozici. Prozatím jsem překlopil do akcií jen čtvrtinu peněz. Na příchod krize jsem tak dostatečně připraven a moje peněženka je

ze tří čtvrtin plná. Další nákupy budou ve vhodných chvílích následovat. A už nebudou jen z mých peněz. Použiji na ně i prostředky, které za tu dobu přitečou z dividend. A to není vůbec špatné.

Co mám dělat, když začne pršet?

A co je správný postup, když krize nastane? Předně – nepanikařit. Ano, je to těžké. Možná to nejtěžší v celém investičním byznysu. Jde přece o peníze. Nicméně, představte si jednoduchou a zcela platnou rovnici, na jejíž jedné straně je výsledek vaší investice a na straně druhé máme součin, v němž je jedním činitelem suma vašich investičních znalostí a dovedností a druhým činitelem je vaše psychická odolnost, která nabývá hodnoty od nuly do jedné. Nulové znalosti v obo-

ru můžete lehce zvýšit tím, že si najmete „svého profesionála“ v podobě manažera fondu nebo můžete sami strávit hodiny, dny a roky samostudiem a sledováním finančních ukazatelů. Bohužel, nulovou vlastní odolnost se můžete pokusit mírnit, ale ne plně nahradit. Bude-li vaše odolnost blízká nule, budou podobné také výsledky vašeho investování, a to dokonce i v případě, že budete mít v oblasti investic výborné znalosti nebo najatého profesionála... Jak na to?

Minimalizujte stres, soustřeďte se na cíle

Nejhorší rozhodnutí děláme ve stresu a z přebytku informací, které neumíme vyhodnotit. Pro dobu krize je dobré vytvořit si rutiny, které z vás udělají automat a nedovolí vaší psychice se v dočasných důsledcích krize „patlat“ a nutit vás udělat špatná rozhodnutí.

Na svůj investiční účet se dívejte maximálně jednou za pololetí, a i to je možná příliš. Každodenní sledování hubnouceho účtu vám v ničem nepomůže. A krizi to stejně nezmírní. Jediným důsledkem může být, že se z dlouhodobého investora stanete aktivním traderem, a to opravdu nechcete.

Nečtěte finanční média, nesledujte CNBC (snad kromě situace, že se vám ta moderátorka nebo moderátor opravdu líbí, ale bude lépe, když nebudete rozumět anglicky), a zejména si zakažte různé katastrofické finanční weby. Když investuji na deset nebo patnáct let, zajímá mě, co bude za deset nebo patnáct let a ne to, co se děje právě teď. Věřte nebo ne, pro výsledek vaší investice je to, co se děje dnes, příští týden či měsíc, úplně nepodstatné.





Vyrazte na lov

Poslouchejte politiky. Ne, nezbláznil jsem se. A rozhodně si nemyslím, že poslanecká sněmovna, vláda či jiné seskupení politiků je plné osob mimořádného intelektu. Jen si ale vzpomenejte, jak často většina z nás uznale kývá hlavou, když tito pánové a dámy ve světle reflektorů pronášejí moudra, že krizí je třeba se proinvestovat. Přesně to máte udělat i vy, i když vám hlava říká něco úplně jiného. To je důvod, proč jsme

dříve investovali jen polovinu toho, co jsme si mohli bez problémů dovolit. Teď přišla doba, kdy do koltu nabijeme plnou ráži a vezmeme si i náhradní municí, kterou jsme doposud opečovávali v bezpečí, a vyrazíme na lov. Krizí není třeba se bát. Krize je třeba využít ve svůj prospěch.

Václav Pech
investiční analytik
společnosti Broker Trust

Svět se
mění,
**hrdinové
zůstávají**



**Produkty a služby Aegon se mění na NN Blue.
Můžete se těšit na podzimní produktové novinky:**

Věrnostní super bonus 56 %

Nejvýhodnější cena pro vaše klienty již nyní.
Platí do 31. 12. 2019.

Vylepšené podmínky zajištění invalidity

Potvrzujeme svou pozici #1 na trhu
v zajištění invalidity.

100% bez papírů

Nově 2D podpis souhlasu s elektronickou kontraktací.

Více informací k novinkám naleznete
na www.aegon5minut.cz.

Svět se sice mění, ale opravdové
partnerství zůstává.



AEGON: JEDNA PLUS JEDNA MŮŽE BÝT MNOHEM VÍC NEŽ DVA

Holandan Maurick Schellekens je ve funkci generálního ředitele NN pojišťovny a penzijní společnosti druhým rokem. Více než korporátní hierarchie ho zajímají lidé s nápadem a odvahou měnit věci k lepšímu. Svým vlastním nasazením a uměním vyhrnout si rukávy je znám nejen v celé NN, ale nyní také v pojišťovně Aegon, kterou společnost před půl rokem koupila. Integrace obou firem je v plném proudu a nás zajímalo, jak to celé probíhá.

V lednu vaše společnost dokončila koupi společnosti Aegon. Tehdy jste říkal, že chcete spojit síly a vytvořit „Novou NN“, která bude založená na fair play z pohledu klientů, zaměstnanců i celého trhu. Jak jste se za ten půlrok posunuli?

Začali jsme u toho nejdůležitějšího – u lidí. Zaměstnanci NN a Aegonu, dvou dosud stále oddělených společností, se spolu především začali bavit pracovní, ale i osobně na různých společných akcích. Začali jsme se na sebe nejen naladit

vat a zjišťovat, kdo co dělá a umí lépe. V tom vidím největší přínos celého spojení. Nejsme jen dvě firmy, které spojením získají větší sílu na trhu, ale především dvě dobré pojišťovny se stovkami tisíců klientů, které se stále ještě mají co učit

pro dobro všech. Je to trochu, jako když si dva dobří kuchaři společně uvaří večeři a ukáží si své nejlepší triky. Věřím, že nás to nesmírně povzbudí nejen v tom, co pro lidi děláme, ale také jak to umíme udělat rychle, jednoduše a vstřícně.

Opravdu si od lidí z menší firmy, kterou jste koupili, necháte radit, kde máte ještě prostor ke zlepšení?

Samozřejmě. Musel bych být hlupák, kdybych si poradit nenechal. NN je společnost, která přišla na zdejší trh před více než 25 lety jako úplně první zahraniční pojišťovna a dnes patří mezi čtyři největší poskytovatele životního pojištění. O to

víc se ale musíme snažit, abychom nezaspali na vavřínech nebo neuvízli v rutině. Osobně mám rád, když se věci zlepšují a hýbou kupředu, a rozhodně nejsem někdo, kdo by myšlenky hodnotil podle toho, kdo je říká. Funkce a hierarchie pro

mě nejsou důležité – mě zajímají lidé, kteří se na věc umějí podívat neotřele a nebojí se ji vzít za svou. Když vám někdo dokáže nastavit zrcadlo a vy se tomu nebráníte, vždycky vás to obohatí.

Jak vám to pomohlo?

Zvenku to celé možná vypadá jako jednoduché spojení větší

pojišťovny s menší, ale ve skutečnosti jde o mravenčí práci,

kdy hledáme to nejlepší z obou společností a z toho skládáme

recept na úspěch „Nové NN“. Zásadní je pro nás to, abychom se dokázali vždy skvěle postarat o klienty, kteří nám v rámci pojištění a spoření na penzi důvěřují. To platí nadále pro Aegon i NN. Díky spojení a tvorbě „Nové NN“ získáváme možnost řadu věcí měnit a vylepšovat, a dostat se tak do výhody oproti ostatním pojišťovnám. Jsem si jistý, že se v našem případě ukáže, že jedna plus jedna může být nakonec mnohem víc než dva.

Je něco, co vás při této mravenčí práci překvapilo?

Je to, jako když si koupíte hezký dům, který si před podpisem smlouvy několikrát důkladně prohlédnete, ale stejně vás nakonec něco překvapí. My jsme věděli, že se nám po-



jišťovna Aegon líbí a chceme ji koupit, ale až po dokončení koupě jsme zjistili, jak dobře jsme udělali. Když se vrátím

k tomu přirovnání s domem – zjistili jsme, že nám na zahradě běhá slepice, která snáší zlatá vejce.

Prozradíte, co je tím zlatým vejcem?

Aegon poskytuje špičkovou péči svým klientům i finančním poradcům. Páteří tohoto skvělého servisního modelu je jednoduchý, propracovaný technologický systém, díky němuž jsou podpůrné procesy automatizované a potažmo

rychlejší a bezchybné, správa clientských smluv je velice moderní a spolehlivá, a veškeré požadavky poradců mohou být okamžitě řešeny a zpracovány. Tento technologický „ekosystém“ vznikl z nadšení a důvtipu několika chytrých

hlav a dnes funguje tak dobře, že si ho poradci i klienti zamilovali. Servis Aegonu je podle makléřů zkrátka jedním z nejlepších na trhu, ne-li tím vůbec nejlepším. Jsem si jist, že až si tento nástroj osvojíme, hodně nám to v obchodě pomůže.

Poznají to nějak i lidé?

Ano, jsem si jistý, že to pocítí nejen naši stávající klienti, ale že se kvalita naší nabídky a služeb takřkajíc „rozkríkne“. Všichni dnes chceme dělat věci rychle a efektivně, dostávat služby na počkání a po-

dle našich potřeb. Přesně tyto možnosti se nám teď naplno otevírají a věřím, že dokážeme posunout kupředu i celé české pojišťovnictví. A z toho budou těžit nejvíc právě lidé, kteří budou mít možnost sjednat nebo

upravit své pojištění na míru, rychle nahlásit pojistnou událost a nechat si vyplatit peníze, které jim pomůžou žít spokojeněji dál.

KONZERVATIVNÍ INVESTICE S ATRAKTIVNÍM VÝNOSEM

ZHODNOCENÍ
5,04%
ZA ROK 2018

Nejnovější akvizice fondu
Karla Engliše 4, Praha 5 Anděl

iINVESTiKA

REALITNÍ FOND, OTEVŘENÝ PODÍLOVÝ FOND

- HISTORICKY STABILNÍ VÝNOS,
PRŮMĚRNÝ ROČNÍ **VÝNOS** ZA TŘI ROKY **5,25 %** *
- JEDNODUCHÁ POPLATKOVÁ STRUKTURA,
NEMÁME VÝSTUPNÍ A VÝKONNOSTNÍ POPLATKY
- **SNADNÉ A VELMI RYCHLÉ SJEDNÁNÍ**
RÁMCOVÉ SMLOUVY PŘES BT INVEST A PORTÁL
MOJE INVESTIKA



Jakub Weinfurtner
Key account manager senior

+420 725 940 223
+420 233 334 991
jakubweinfurtner@investika.cz

www.investika.cz

*k 31. 12. 2018. Minulé výnosy nejsou zárukou výnosů budoucích. Více informací o fondu, včetně jeho investiční strategie, nákladů a poplatků, naleznete ve statutu fondu, ve sdělení klíčových informací a v dalších dokumentech, které jsou k dispozici na internetových stránkách www.investika.cz.



ODBORNÁ ZPŮSOBILOST A CERTIFIKACE REZONUJÍ CELÝM FINANČNÍM TRHEM

Jako základ systematického vzdělávání a odborné způsobilosti můžeme považovat zákon o Doplnkovém penzijní spoření, který poprvé zakotvil v legislativě zákonné podmínky pro oblast finančních zprostředkovatelů. A hned po doplňkovém penzijním spoření přišla certifikace spotřebitelských úvěrů, investičních produktů a v souvislosti se Zákonem 170/2018 Sb. také oblast pojistných produktů.

Bližší podrobnosti certifikací jsou uvedeny v souhrnné tabulce.

TABULKA PLATNÁ K 1. 9. 2019

	PRODUKT	LEGISLATIVA	ZKOUŠKOVÉ OTÁZKY	PLATNOST CERTIFIKACE	NÁSLEDNÉ VZDĚLÁVÁNÍ
1	Doplnkové penzijní spoření (DPS)	Zákon č. 427/2011 Sb. o DPS	Každá akreditovaná osoba má své vlastní otázky schválené ČNB	Platnost 60 měsíců	Investiční zprostředkovatel je povinen vykonávat činnosti s odbornou péčí
2	Spotřebitelské úvěry	Zákon o spotřebitelském úvěru č. 257/2016 Sb.	Otázky připravuje ČNB	Na dobu neurčitou	Povinnost trvale si udržovat odborné znalosti
3	Investiční produkty	Zákon č. 256/2004 Sb., o podnikání na kapitálovém trhu	Otázky připravuje ČNB	Na dobu neurčitou. Běží přechodné období	Povinnost trvale si udržovat odborné znalosti
4	Pojistné produkty	Zákon o distribuci pojištění a zajištění č. 170/2018 Sb.	Otázky připravuje ČNB	Na dobu neurčitou. Běží přechodné období	Rozsah následného vzdělávání činí alespoň 15 hodin v každém kalendářním roce. Provádět odborné zkoušky a pořádat programy následného vzdělávání pro distribuci pojištění může pouze akreditovaná osoba

Aktuálně se nacházíme v situaci, že běží dvě přechodná období, a to na investiční a pojistné produkty.

V každém ze zákonů je doba 24

měsíců, která stanovuje délku přechodného období, které pro investice končí letos (respektive 3. lednem 2020) a na pojistné produkty 1. prosincem 2020.

Z výše uvedené tabulky vyplývá, že osoba, která na finančním a pojistném trhu působí, se musí trvale vzdělávat. Novinkou je však Zákon o dis-

tribuci pojištění a zajištění č. 170/2018 Sb., který již stanovuje rozsah **patnácti hodin následného vzdělávání**, který provádí akreditovaná osoba.

Praxe v příštím roce ukáže, s čím přijdou jednotlivé akre-

ditované osoby a co nabídnou trhu. 15 hodin není málo a samozřejmě bude tlak na efektivitu a účelnost. Jsem toho názoru, že klasický E-learning na dálku bude mít významné místo v následném vzdělávání. VECTOR certifikace má ČNB

schváleno následné vzdělávání formou online kurzů. Chceme využít našeho vlastního IT zázemí a poskytovat různé formy online kurzů a prezenčních školení, které přispějí k růstu odborné způsobilosti ve všech jednotlivých segmentech.

Jaká je náročnost otázek a úspěšnost certifikačních zkoušek?

Podívejme se na dlouhodobou celkovou statistiku u Vectoru.

Z tabulky je zřejmé, že každá další certifikace je náročnější. A ti, kdo nám říkají, že zkouška na DPS byla náročná, netuší, co je čeká u úvěrů a investic. Protože jsme si vědomi toho, že investiční produkty vycházejí ze statistiky velmi negativně, realizovali jsme letos několik jednodenních školení v Praze a Brně a výsledkem bylo značné zvýšení úspěšnosti, z čehož máme radost. Účastníci měli možnost se zaměřit na nejnáročnější ob-

Doplňkové penzijní spoření (90 min):

7869 účastníků. Celková úspěšnost: 92 %

Souhrnná zkouška pro všechny skupiny úvěrů (180 min):

2111 účastníků. Celková úspěšnost: 79 %

Investiční zprostředkovatel (135 min):

1262 účastníků. Celková úspěšnost: 59 %

lasti zkoušky, což jsou hlavně deriváty a otázky, kde je více správných odpovědí.

Protože využíváme vlastního IT zázemí, v našem online pří-

pravném kurzu má účastník tzv. semafor, který identifikuje 3 úrovně náročnosti zkoušky (červená, oranžová a zelená).

Kromě toho nabízíme účastníkům bonusový produkt RED 50.

- Soubor **50 nejtěžších otázek** z každé skupiny (kategorie).
- Nejtěžší otázky vycházejí z odpovědí na **miliony zodpovězených otázek** v online přípravném kurzu na certifikaci – úvěry a investice.
- Členění otázek a odpovědí je totožné jako u certifikační zkoušky do 3 samostatných kategorií – **1 správně / více správně / případové studie**. Celkem tímto tedy získáte **150 nejtěžších otázek** z přípravného kurzu na daný typ certifikace.

V RED 50 najde účastník statistiku nejnáročnějších otázek, ale i vlastní chyby, které mu umožní efektivně se připravit na zkoušku. Tyto dva nástroje jsou určité vhodným způsobem, jak zefektivnit fázi přípravy a uspořít drahocenný čas.

Dobrá zpráva je, že RED 50 je již od 6. září 2019 součástí nabídky online kurzu i na po-

jistné produkty. A symbolická cena **99 Kč** vč. DPH doufám nikoho neodradí od využití této pomůcky.

Souhrnně mohu konstatovat, že uplynulých 6 let přineslo zvýšené nároky na oblast financí, a to v mnoha směrech. To je také důvodem, proč se počet osob, které nabízejí finanční produkty jako OSVČ především

v oblasti úvěrových produktů, zmenšil. Obdobnou redukci počtu osob lze v závěru letošního roku očekávat i u investic a následně i u pojistných produktů. Statistiky uvádějí, že se na pojistném trhu pohybuje cca 100 000 osob. A kolik jich zůstane po ukončení zkušebního období lze jen těžko predikovat.

Co tedy konkrétně čeká zprostředkovatele pojištění?

Prvním krokem by mělo být určení, jaký typ zkoušky je pro ně vhodný z hlediska jejich současného a hlavně budoucího fungování na pojistném trhu. A nabídka je široká, mohou si vybrat z 9 typů zkoušek. Bohužel není možné dělat

„rozdílové“ zkoušky. Proto je důležité si podrobně prostudovat, co který typ zkoušky zahrnuje.

Z našich dosavadních zkušeností, které vyplývají z přihlášení na zkoušky, je nyní nej-

větší poptávka po souhrnné zkoušce v délce 180 minut – život + neživot (POJ-ABC souhrnná zkouška na pojištění).

Ve Vectoru jsme se zamýšleli, jak vyjít vstříc zájemcům, kteří chtějí absolvovat zkoušku až v roce 2020. Proto jsme vypsalí 3 lednové termíny v Praze, Brně a Hradci Králové. Kdo se dnes přihlásí na jakýkoliv nabízený termín zkoušky, má ihned přístup do online přípravného kurzu až do dne konání zkoušky, takže bude mít dostatek času na plánování svých aktivit v rámci time managementu a priorit.

Přeji všem poradcům hodně úspěchů při zkouškách.

Ing. Miroslav Škvára, MBA
Vedoucí obchodního oddělení
VECTOR Certifikace s.r.o.



9 TYPŮ ZKOUŠEK

Podmínky odborné zkoušky pojištění

VECTOR
certifikace

Typ zkoušky	Čas (min)	Teoretická část		Praktická část
Počet správných odpovědí u 1 otázky		1	1 - 4	1
Body		1	2	2
Podmínky složení		60%		60%
		celkem 75%		
POJ-ABC Souhrnná zkouška na pojištění	180	60 otázek	20 otázek	20 otázek
POJ-MVO Pojištění motorových vozidel	90	30 otázek	10 otázek	10 otázek
POJ-NOP Neživotní občanské pojištění	120	39 otázek	13 otázek	15 otázek
POJ-NPP Neživotní pojištění podnikatelů	135	45 otázek	15 otázek	15 otázek
POJ-VPR Pojištění velkých pojistných rizik	150	54 otázek	18 otázek	15 otázek
POJ-ZIV Životní pojištění	120	39 otázek	13 otázek	15 otázek
POJ-ZMV Životní pojištění a pojištění motorových vozidel	135	45 otázek	15 otázek	15 otázek
POJ-ZNO Životní pojištění a neživotní občanské pojištění	180	60 otázek	20 otázek	20 otázek
POJ-ZNP Životní pojištění a neživotní pojištění podnikatelů	180	60 otázek	20 otázek	20 otázek

Než klientům podnikání podrazí nohy, pojistěte je u nás

Vše sjednáte
online za 15 minut
a bez zbytečného
papírování.

direct
konečně normální
pojišťovna

221 221 221 | direct.cz



Martin Frko z Directu:

Pomáháme lidem, kteří jsou v průšvihů

Direct pojišťovna oslaví v příštím roce 5 let své existence na trhu. Měsíčně jí dává důvěru téměř 25 000 klientů. Podle místopředsedy představenstva pojišťovny Martina Frka je ještě více potřeba s nimi mluvit a pomáhat jim. „Klienti musí být na prvním místě pro makléře i pojišťovnu,“ říká Frko.

Direct pojišťovna v příští roce oslaví 5 let své existence. Jak je vnímáte?

Strašně rychlé. Naplňující. Obrovsky poučné. Občas si člověk myslí, že má za sebou nějaké školy a praxi a už ho nic nepřekvapí. Direct je pro mne zase naprosto jiný level učení se. Poznal jsem tu obrovské množství lidských příběhů, ať už to byly příběhy lidí v týmu, našich klientů nebo partnerů. Nikdy předtím jsem to asi nezažil v takové intenzitě.

Jaký máte názor na distribuci neživotního pojištění v ČR?

Myslím si, že se situace posunula k lepšímu. Klienti si více uvědomují potřebu pojištění svého majetku a vidí v tom reálně hodnotu. Současně mě těší, že makléři ve větší míře představují pro klienty na jejich cestě oporu. Že umí v množství různých produktů klientovi pomoci a dobře poradit. Vidím větší míru profesionality ze strany většiny zprostředkovatelů.

Vidíte prostor pro zlepšení?

Pořád je hodně lidí, kteří nemají pojištěnou domácnost nebo třeba odpovědnost. Je to dáno jednak komplikovaností produktů, tak i množstvím variant, které klienti mají a neví, co si vybrat. Právě jednoduchostí se snažíme v Directu odlišit. Řada lidí považuje za svůj majetek auto a chápou, že je potřeba mít ho pojištěné. Neuvědomují si bohužel, že jejich život

může mnohem výrazněji ovlivnit, když se něco stane v jejich domě nebo bytě. Vliv na to mají i stále častější rozmary počasí – bouřky nebo vichřice, které dům poškodí. Byl bych osobně rád, kdybychom naše klienty více vzdělávali. A nejen my, ale i obchodníci a makléři, kteří mají množství zkušeností.

Jak si představuješ ideálního distribučního partnera pro Direct?

Takového, který má zájmy klienta na prvním místě, který mu poskytne dobrou radu a najde společně s ním vhodné řešení jeho situace. Aby šlo o dlouhodobý vztah nejen s klientem, ale i s pojišťovnou. Přestože jde o vztah, který je do velké míry řízený zákonem, tak aby tam bylo něco navíc. Lidská důvěra a přímost v komunikaci. Když se jedné nebo druhé straně nebude něco líbit, abychom to spolu uměli vyřešit a mluvit o tom. Aby i pojišťovna poslouchala, co makléř potřebuje, protože to žádný z nich nemá v terénu lehké.

Co od Directu může tento partner očekávat?

Ve zkratce: Otevřenost, jak na straně nastavení spolupráce, tak i během ní. Že pro něj budeme „user friendly“ partner, který je otevřený dialogu při nastavení produktů i při řešení rizik s nimi spojených. Že budeme přítomní v celém životním cyklu nejen klienta, ale i makléře. Jde o vyvážený vztah, ve kterém držíme, co jsme slíbili.



Co mohou obchodní partneři očekávat v budoucnu od Directu?

Budeme se stále držet myšlenky, se kterou jsme Direct zakládali: se špičkovými a sebemotivovanými lidmi tvořit konečně normální pojišťovnu pro lidi, postavenou na našich 8 hodnotách. Pokud naši myšlenku budeme držet, tak jsem si skvělou budoucností Directu jistý. Samozřejmě i díky partnerům a klientům, kteří nás na naší cestě provázejí.

Co bys vzkázal partnerům Broker Trustu?

Stále ve mně zůstává dobrý pocit z energie, kterou jsem cítil na dubnovém Kongresu Broker Trustu v hotelu Grandior. Ze všech lidí, kteří tam byli. Vnímám jsem, že jim na jejich práci záleží, velmi mne to inspirovalo. A tak bych jim přál, aby jim to zůstalo a neztratili nikdy tuto svou jedinečnost. Aby se nadále rozvíjeli. Věřím, že když je správný úmysl, přetaví se v množství spokojených klientů, partnerských pojišťoven a nakonec se dostaví i obchodní úspěch.



7 TIPŮ PRO KVALITNÍ CESTOVNÍ POJISTKU

Čtyři z pěti Čechů, kteří vyrazí do zahraničí, mají cestovní pojištění. Dobře dělají. Vydat se za hranice bez pojistné ochrany, jen s modrou kartičkou evropského pojištěnce, se může v případě některých zemí a situací prodražit. Náklady v řádu stovek korun za kvalitní cestovní pojistku se tak v případě různých karambolů, úrazů, onemocnění či nehod mnohonásobně vyplatí. Jak si ale cestovní pojištění vybrat, aby skutečně fungovalo?

1

Věnujte čas výběru

Cestovní pojištění sjednáte přes internet za pár minut, mezi produkty jsou často ale zásadní rozdíly. Rozhodně se tedy vyplatí nechat si na jejich

porovnání více času. Když se neseznámíme s podmínkami, můžeme být později při nárokování plnění nemile překvapeni.

2

Pozor na výluky

Výluky jsou situace, kdy pojišťovna nevyplatí peníze. Čím méně jich bude, tím lépe. Třeba u léčebných výloh může pojišťovna požadovat, aby se jednalo jen o nutně nezbytnou lékařskou péči, kterou nelze odložit po návratu z dovolené. Ověřte si také, jak bude pojišťovna přistupovat ke škodám či újmě, kterou sobě či jiným způsobíte pod vlivem alkoho-

lu. Řada pojišťoven nebude plnit ani při teroristickém činu nebo při cestě do země, kam oficiální úřady nedoporučují cestovat. Některé pojišťovny nebudou plnit za nemoci způsobené epidemiemi, žloutenkou či jinými specifickými nemocemi. Vyloučeny mohou být škody, které nejsou bez odkladu konzultovány s asistenční službou.

3

Jste nemocní? Zpozorněte

Pojišťovny z cestovního pojištění v některých případech nemusí hradit léčebné výlohy, které souvisí s léčbou onemocnění, které měl turista ještě před uzavřením pojištění. Trpíte-li tedy chronickým onemocněním, dejte si na tuto výluku pozor. Naštěstí řada pojišťoven není takto striktní a spokojí se s tím, že zdravotní stav pojiště-

ného byl v posledním roce (výjimečně 9 či 6 měsících) stabilizovaný a nedošlo například k navýšení léků či změně léčby. Některé pojišťovny připraví nemocným zájemcům o pojištění speciální nabídku. Zvláštní pojistku musí mít také ženy, které jsou již ve vyšším stupni těhotenství.

4

S limity netroškařte

Věnujte pozornost limitům, do jejichž výše bude pojišťovna plnit. Pokud pojištění nepokryje celou částku například za

léčebné výlohy, musí doplatit zbytek pojištěný. Zajímejte se nejen o základní limit, ale také o dílčí limity, například pro sto-

matologická ošetření. Lékařské zákroky, zdravotní péče i úhrada škod způsobených třetím osobám může v zahraničí vyjít výrazně draž než u nás. Zvolte

proto dostatečně vysoké limity. Překvapit vás může i výše spoluúčasti, a to zejména u pojištění stornopoplatků či pojištění odpovědnosti.

5

Větší klid s pojištěním odpovědnosti

Pojištění odpovědnosti je často podceňované, což může být značně riskantní ve chvíli, kdy způsobíte škodu někomu jinému, ať už na zdraví nebo na majetku. V některých státech se přitom částky za různá odškodnění pohybují v úplně jiných rádech než

v Česku. Pokud tedy nemáte z minulosti sjednáno pojištění odpovědnosti v běžném občanském životě s evropskou či celosvětovou platností, neměli byste na toto připojištění zapomenout v rámci cestovního pojištění.

6

Plánujete sportovat?

V základní variantě se cestovní pojištění běžně vztahuje na rekreační sporty. Tato kategorie zahrnuje třeba vodní lyžování či jiné plážové radovánky. U jiných aktivit ale už rozhoduje jejich náročnost. Například pro plavbu kánoí po poklidné řece postačí základní varianta, pro divokou vodu už bude třeba připojištění. Stejně tak u horské turistiky rozhoduje výška, do které se vypravíte, u potápění hloubka, do které se ponoříte, jestli vystačí se základní pojistkou, nebo se budete muset připojistit. To se týká hlav-

ně rizikových až extrémních sportů, kdy lze sjednat připojištění za přírážku. Pojišťovny u všech výše uvedených kategorií mohou vyžadovat používání vhodných ochranných pomůcek a vybavení. Třetí kategorii pak tvoří nepojistitelné sporty, na které pojištění sjednat běžně nelze, a musíte se obrátit na cestovatelské či jiné kluby, které poskytují skupinové pojištění pro členy či zprostředkovávají nabídky zahraničních pojišťoven.

7

Pojištění ke kartě nemusí stačit

Cestovní pojištění dnes běžně nabízejí i banky jako doplňkovou službu majitelům platebních karet. Dříve nepříliš kvalitní rozsah těchto pojistek se v posledních letech zlepšuje. Nevýhodou může být, že na výběr jsou většinou předem sestavené balíčky, jako když si sestavují pojistku sami. Může se tedy stát, že takové pojištění nebude odpovídat aktivitám, kterým se plánují v zahraničí věnovat. Jako řešení k již existujícímu pojištění, které nedostačuje klientovým záměrům,

může být uzavření ještě jedné základní pojistky s připojištěním konkrétních rizik nebo vyššími limity. V případě pojistné události je pak ale možné čerpat jen od jedné pojišťovny, ta se s ostatními následně podělí o výdaje.

Dušan Šídlo
pojistný analytik
společnosti Broker Trust



PEČUJTE O BUDOUCNOST SPOLEČNĚ

ŠTAFETOVÁ HYPOTÉKA

Sjednejte si hypotéku a dopřejte svým dětem bydlení,
při refixaci pak můžete štafetu splácení předat.



**BUDOUCNOST
JSTE VY**



KB

„ŠTAFETOVÁ HYPOTÉKA“ MŮŽE BÝT ŘEŠENÍM PRO MLADÉ

Vysoké ceny domů a bytů a navíc i zprísňení podmínek pro získání hypotečního úvěru výrazně zkomplikovaly mnoha mladým sny o vlastním bydlení. Odhaduje se, že až třetina zájemců na hypotéku nedosáhne kvůli nízkým příjmům. Řešením může být „štafetová hypotéka“. Jak tato hypotéka funguje a jak nemovitost správně pojistit nám prozradili Ondřej Šuchman, produktový manažer Komerční banky, a Martin Svoboda, produktový manažer Komerční pojišťovny.

Přiznám se, že jsem o štafetové hypotéce ještě neslyšel. Jak může pomoci mladým?

Ondřej Šuchman: Jak už vyplývá ze samotného názvu, podstatou je předání „štafety“ ve splácení úvěru někomu jinému. Možnost předání „štafety“ ve splácení lze využít u všech hypotečních úvěrů, tedy u stávajících hypotečních úvěrů i u nově uzavřených.

Předpokládáme, že štafetovou hypotéku zpravidla „rozběhnou“ rodiče, kteří si vezmou hypotéku nejprve na sebe, nebo společně s dětmi, se záměrem v budoucnu zcela převést splácení na své děti, které mezitím již budou mít dostatečné příjmy na to, aby samy zvládly splácet hypotéku na vlastní byt či dům.

Je předání štafety ve splácení nějak vázáno na termín refixace hypotéky? Je štafetová hypotéka omezena např. na koupi bytu, nebo ji lze využít na více účelů?

Ondřej Šuchman: Předání štafety není vázané na termín refixace. Vzhledem k tomu, že zůstávají zachovány podmínky pro splácení (např. výše úrokové sazby, splátka), je možné tuto změnu učinit třeba i v polovině fixačního období. Co se týká hypotéky jako takové, lze si vybrat ze všech variant hypoték, které nabízíme, tedy od hypotéky na koupi bytu přes vlastní výstavbu až po refinancování.

Když odhlédneme od této novinky, jak obecně doporučujete vybírat hypotéku, aby byly náklady co nejnižší?

Ondřej Šuchman: Vždy je důležité zvážit aktuální situaci na trhu a přihlídnout ke všem parametrům. Doporučuji sledovat aktuální akční nabídky, které mohou podstatně snížit počáteční náklady, ale i pravidelné splátky. K tomu nabízíme garantovanou sazbu 2,29 % p. a. pro hypotéky s LTV do 80 % (pozn.: poměr výše úvěru k hodnotě zajištění). Garantovaná sazba je maximální cena, kterou klient při využití akční nabídky zaplatí.

Nabídka platí pro hypotéku s fixací úrokové sazby na 5 až 15 let, při podání žádosti od 1. 9. do 30. 9. 2019 a zároveň při podpisu smlouvy do 31. 10. 2019 za podmínky zaslání příjmů na účet u KB a při aktivním využívání běžného účtu.

Co takové pojištění vlastně kryje?

Martin Svoboda: V rámci pojištění majetku lze uzavřít kompletní pojištění nemovitosti, domác-



nosti, odpovědnosti a úrazu. Nabízíme přehledné pojištění ve dvou variantách, které se neliší limity, ale rozsahem pojistných nebezpečí, které jsou pojištěním pokryty. Z pohledu klienta je tak celkem snadné se mezi variantami orientovat a vybrat pro sebe tu správnou.

Čím se toto pojištění liší od standardních pojištění majetku?

Martin Svoboda: Rozdíl od konkurence je zejména v tom, že nepoužíváme pojistnou částku. Pro sjednání pojištění nám stačí znát plochu domu nebo bytu. Pro klienty to má velkou výhodu v tom, že si nemusí lámat hlavu s jejím určením a nemusí se obávat případné hrozby podpojištění. Tento náš způsob řeší i postupné zvyšování hodnoty nemovitosti v čase a nehrozí tak, že by v budoucnu klient dostal méně, než jaká bude škoda. V pojištění domácnosti i pojištění nemovitosti nemáme dílčí limity pro většinu pojistných nebezpečí. Pojištění je tak velmi transparentní.

Proč by si lidé vlastně měli vzít hypotéku zrovna u vaší banky?

Ondřej Šuchman: Výhodou Komerční banky je silná produktová nabídka jak v účelech hypotéky, tak i v době splácení apod. Kromě standardních hypoték na koupi bytu (i družstevního), rodinné-

ho domu, výstavbu, rekonstrukci nebo refinancování stávající hypotéky nabízí řešení i pro méně časté případy – například na investici, rekreaci, na refundaci již vynaložených prostředků či vypořádání spoluvlastnických a dědických nároků, přičemž účely je možné kombinovat. Poradit se můžete v široké síti poboček. Svou hypotéku, pokud už ji máte, můžete sledovat v našem internetovém bankovníctví nebo přímo v mobilu.

VZOROVÝ PŘÍKLAD:

Nabídka platí pro hypotéku s LTV do 80 % při podání žádosti od 1. 9. do 30. 9. 2019 a zároveň při podpisu smlouvy do 31. 10. 2019 za podmínky zaslání příjmů na účet u KB.

Výše úvěru 2 000 000 Kč, splatnost 30 let, pevná úroková sazba 2,29 % p. a, fixace 5 let, RPSN 2,32 %, celková splatná částka 2 768 151,54 Kč. 1. splátka úroků 1653,89 Kč, 2. - 359. anuitní splátka 7701 Kč, 360. anuitní splátka 7539,65 Kč. Jednorázové poplatky za: sjednání úvěru 0 Kč, ocenění nemovitosti 0 Kč, návrh na vklad do katastru 1000 Kč, návrh na výmaz z katastru 1000 Kč. Měsíční poplatky za: spravování úvěru 0 Kč, běžný účet MůjÚčet 0 Kč, el. výpis 0 Kč. Příklad je spočítán k datu čerpání 2. 9. 2019 a termínu splácení úvěru vždy k 15. dni v měsíci. Zajištění - zástavní právo k nemovitosti, včetně pojištění nemovitosti.



Bohuslav Černý
Foto: Michal Bílek

„BROKER TRUST MI ZMĚNIL ŽIVOT,“

říká regionální ředitel Bohuslav Černý

Dvanáct let se věnuje finančnímu poradenství, má region s 1000 aktivními poradci, desítkami firem a za sebou přes 1000 lidí na náborových schůzkách. Tak se dá ve stručnosti popsat regionální ředitel Broker Trustu Bohuslav Černý.

Do světa finančního poradenství vstoupil tak trochu omylem v roce 2007: „Při studiu na vysoké škole jsem narazil na inzerát firmy, která hledala finančního analytika. Z makro a mikro ekonomie se ale nako-

nec vyklubalo finanční poradenství v multilevelové firmě. Neodmítl jsem to. Bavila mě práce s lidmi, proto jsem v oboru zůstal a věnoval se mu,“ vypráví Bohuslav Černý. „Velmi rychle jsem postavil tým

o desítky poradců, otevřel velké kanceláře, a i díky štěstí na nadřízené, kteří mi dali relativně velkou míru svobody a přenášeli na mě rozumnou míru tlaku, jsem sbíral cenné zkušenosti tou nejlepší formou.“

Vedení Broker Trustu mě nikdy neodmítlo

Zlom nastal v roce 2012: „Začal jsem budovat externí síť pro finanční skupinu a po několika měsících snah o navázání spolupráce s finančními institucemi mě jedna investiční společnost odmítla poskytnout přímou spolupráci a odkázala na Broker Trust. Pro mě to byla spása,“ vzpomíná Černý. Broker Trust byl jiný svět. Spousta nových zkušeností, přátel, obchodních partnerů, férové jednání, možnost kariéry, podpora. To všechno jsem začal pomalu poznávat a naprosto mě to nadchlo. Jako silnou stránku jsem vnímal a vnímám doteď podporu vedení. V Broker Trustu může kdokoli přijít za vedením s jakýmkoliv ná-

padem, myšlenkou; i přesto, že jsme dnes již velká firma, Zdeněk má v kanceláři každý den dveře otevřené.“

Bohuslav nyní pracuje na pozici regionálního ředitele. „Aktuální post je pro mě skloubením všeho, co mě baví: potkávat se s lidmi, rozvíjet je, hledat synergie, vyměňovat si zkušenosti, spojovat segmentové specialisty, doplňovat firmy vhodnými kandidáty... Majitel se často nemá s kým poradit, řídí lidi a ta nejtěžší rozhodnutí dělá sám, tam pak ocení mě a moje načerpané zkušenosti,“ zamýšlí se Bohuslav Černý.

Pracuji s lidmi, se kterými si rozumím

Má štěstí, jak sám říká. „Baví mě, co dělám, pracuji s lidmi, se kterými si rozumím. Mezi kolegy a obchodními partnery jsem našel přátele. To je pro mě jeden z klíčových důvodů a jedna z priorit. Společně slavíme narozeniny, setkáváme se

o víkendech s rodinami, chodíme si na svatby. Spolupracuji s lidmi, se kterými chci, se kterými si lidsky i profesně rozumím.“

Nové smluvní partnery stále hledá. Nespolupracuje ovšem

s každým a za každou cenu. „Potenciálního partnera si prověřuji. A kooperuji jen s tím, kdo má vidinu dlouhodobé spolupráce, vše musí zároveň fungovat i lidsky. Krátkodobá spolupráce, která mi zvýší jen

čísla a lidsky si nerozumíme, u mě neprojde. To už mě v životě několikrát doběhlo, proto se teď striktně držím tohoto pravidla,“ upozorňuje Bohuslav Černý.

„Otevírá lidem oči“

Jaká je nejsilnější stránka Bohuslava Černého? „Mám cit na lidi. Když přijde firma, která je zaměřená na hypotéky, hned tam vidím potenciál,

jak se rozšířit ke kompletnímu poradenství, pomáhám svým partnerům definovat jejich přidanou hodnotu a akvizovat poradce. Často z nadhledu vidím obchodní příležitost, ale i případné ohrožení dříve než majitel firmy. Mým posláním je pomáhat lidem postavit firmu takovou, jakou ji kdo chce mít, a zároveň lidem otevírat oči, aby viděli vlastní vizi. Snažím se být vždy upřímný, to je jediná cesta, jak na tomto trhu působit dlouhodobě. A jsem vztahový člověk – snažím se pracovat s lidmi, se kterými mě spolupráce baví.“

Vzorem jsou mu v životě rodiče. „Můj otec se celý život staral o rodinu a dneska vidím, jak to vůbec není jednoduché. Maminka pro změnu vytvářela rodinné zázemí a pohodu. Nyní je mi v rodinném zázemí podporou manželka, kterou jsem našel díky Broker Trustu,“ říká Černý. V pracovní oblasti je mu vzorem Zdeněk Sluka, zakladatel společnosti Broker Trust. „On je ten důvod, proč jsem do Broker Trustu nastoupil a stále tu jsem. Absolvoval jsem s ním stovky schůzek a je pro mě vzorem, jak jednat s lidmi.“



Každá 9. hypotéka sjednaná v ČR je pod Broker Trustem. Regionu Bohuslava Černého patří každá 20. hypotéka v ČR.

Bohuslav Černý

Absolvent přípravného kurzu EFA

„Obor finančního poradenství je náročný a na poradce jsou kladeny stále větší nároky. Absolvoval jsem kurz, abych jim byl blíž. Ze své zkušenosti vidím, jak klíčovou roli má a bude mít vzdělávání poradců. Je potřeba se neustále posouvat a jsem rád, že naše řešení vzdělávání patří na trhu ke špičce.“

Bohuslav Černý se ve volném čase věnuje rodině. Miluje lyžování, jízdu na kole, rád chodí po horách, vaří, baví ho psychologie a je velký hobby zahradník. „Málokdo o mně ví, že rád pěstuju zeleninu a měsíčně věnuji péči o perfektní trávník víc než 10 hodin.“





PROČ JE DŮLEŽITÉ MÍT SVŮJ BRAND?

Pokud máte před sebou dvě polo trička s límcem – jedno řekněme zelené a druhé přesně stejné, jen s tím rozdílem, že má na kapse vyšitého malého krokodýla – už na první pohled je jasné, které z nich má větší hodnotu. A určitě to není způsobeno pracností vyšívání krokodýla či jeho estetickým vzhledem. Čím to tedy je?

Značka není logo

Podnikatel ví, že by měl dát své začínající firmě nějaké jméno, které by měl také opatřit nějakým logem. Co udělá? Vytvoří zkratku z počátečních písmen svého jména, přidá k nim generické pojmenování oblasti, v níž působí (např.: ... Finance, ... Profit, ... Invest, ...), a za pár korun si nechá u bratrance své švagrové navrhnout jednoduché logo. Myslí si, že má značku. Omyl!

Značka není jméno firmy, ani její logo. Značka není ani produkt či služba, kterou podnikatel poskytuje. A už vůbec ne designový manuál, jak používat logo. Ba co víc, značka ani objektivně neexistuje!

Značkou se nějaké logo, produkt, služba stává až tehdy, když se v hlavách zákazníků v souvislosti s touto entitou vytvoří určitá síť představ a asociací, nebo, pokud chcete, paměťová struktura. Neznámé firmy a nikomu nic neříkající loga nejsou značkami. Značka je pouze to, co mají ve svých hlavách lidé jako její obraz. Ano, je to cosi efemérního, tékavého, emocionálního, nehmatatelného a občas dokonce i iracionálního, ale přesto je to vždy popsatelné a ovlivnitelné.

Zde nastupuje na scénu branding jako manažerský přístup zaměřený na ovlivnění zákazníků prostřednictvím významů, které firma chce, aby byly s její značkou spojované – top kvalita, profesionalita, spolehlivost, důvěra apod. Jenže to chce každá firma. Takže vzniká otázka, jak vedle těchto charakteristik, které jsou bezpochyby důležité pro fungování jakéhokoliv byznysu, rozvíjet ještě i nějaké jiné vlastnosti, které budou pro zákazníka představovat přidanou hodnotu. V tom nejlepším případě ještě pak najít určitou hodnotu, smysl existence firmy.



Jak se odlišit

Nejlepší, co můžete udělat, je začít s otázkou PROČ? Jak píše Simon Sinek: Každá organizace na světě ví, co (WHAT) dělá – jsou to produkty nebo služby, které prodává. Jen některé organizace vědí i to, jak (HOW) to dělají – to jsou věci,

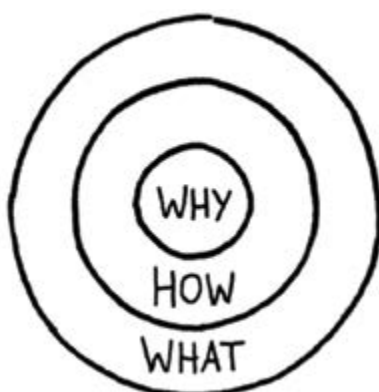
jimiž se odlišují od konkurence. Ale jen málokterá organizace umí říci i proč (WHY) dělá to, co dělá. PROČ není o vydělávání peněz. PROČ je smysl, důvod nebo přesvědčení. Je to ta nejdůležitější příčina existence organizace.¹



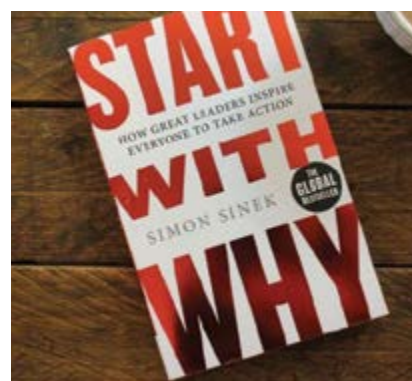
Základní pravidlo však přitom zní: nevymýšlet si! Papír sice snese všechno, ale v současném extrémně transparentním světě je každé přikrášlené prohlášení, nepravda či vědomá lež okamžitě odhalena. Značku byste měli postavit na něčem, co reálně existuje a co si zákazníci mohou snadno ověřit. Mimochodem, i v úvodu článku zmíněný krokodýl má ukotvení v realitě: „Krokodýl“ byla přezdívkou tenisty Reného Lacosteho, kterou získal po prohraném zápase, před nímž se vsadil o sportovní tašku z krokodýlí kůže. Jiné zdroje uvádějí, že tuto přezdívkou dostal podle houževnatého stylu své hry.

Pokud má být taková propozice značky skutečně účinná, musí splňovat několik kritérií současně. Za prvé – musí být atraktivní (přitažlivá, nevšední, zajímavá); za druhé – musí být uvěřitelná (už jsem zmiňoval, že je třeba zabránit výmyslům); za třetí – to, co o sobě tvrdíte, musí být pro zákazníka relevantní, tedy důležité; za čtvrté – musí vás to výrazně odlišovat od konkurentů (tj. mělo by to být něco distinktivního, příznačného, těžko kopírovatelného); a konečně, aby toho nebylo málo, za páté – musí to být něco, co lze dlouhodobě rozvíjet.

¹Sinek, S.: *Start with why*. 2009



Hodnotová propozice vaší značky by měla být zjednodušeným vyjádřením nejlepších výkonů, kterých je vaše značka schopná dosáhnout. Takto zkoncentrované tvrzení pak slouží k usnadnění orientace (aby vás zákazníci či potenciální uchazeči o práci lehce našli) a posilování důvěry ve vaši společnost.



CO DĚLÁ ZNAČKU VÝJIMEČNOU?

Na tuto otázku se pokusili ve své knize Brands and Branding odpovídat její autoři ze společnosti Interbrand. Zformulovali výzkumný problém: Čím se vyznačují silné značky? Co mají společného?

Výsledkem bylo – pro někoho možná překvapivé – zjištění: žádná superkreativní reklama, žádné „fancy“ obaly či geniální PR, ale těchto pět jednoduchých, poctivých pravidel:

1. **Důslednost v naplňování příslibu značky.** Vše, co zákazník zažije v procesu vyhledávání, zkoušení, nakupování či užívání produktu nebo služby dané značky, je verifikací jejího příslibu. Na to, aby značka mohla dodržet svůj slib, musí konzistentně držet linii a nepodlehout pokušení krátkodobého zisku.
2. **Vynikající výrobky a procesy.** Aby si značka získala a udržela zákazníky, musí jim nabídnout produkty a služby, které jsou lepší než všechny ostatní. Tím snižuje riziko nespokojenosti zákazníka.
3. **Charakteristický positioning a zkušenost zákazníka.** Úspěšné značky stavějí na uvědomění si toho, v čem jsou specifické. Příkladem je IKEA, která svou výjimečnost postavila na emocionálním propojení se zákazníkem v protikladu k chaotickým, velkohubým a neosobním konkurenčním prodejcům bytových zařízení.
4. **Propojení externí a interní věrnosti ke značce.** Marketingoví manažeři se obvykle zaměřují pouze na zákazníky a zaměstnanci jsou většinou ti poslední, kteří se dozvídají o připravovaných reklamních kampaních. Úspěšné značky pochopily, že firemní kultura vystavěná kolem značky má mnohem větší šanci poskytnout zákazníkovi výjimečnou zkušenost.
5. **Schopnost značky být stále důležitou, relevantní pro zákazníka.** Takřka každá z úspěšných značek již udělala nějakou chybu. Myslet si, že úspěch je samozřejmostí, se nevyplácí. Úspěšné značky neustále zjišťují, jak se mění – a zda vůbec – potřeby zákazníků.

²What Makes Brands Great. A Chapter from Brands and Branding An Economist Book, Interbrand 2004

Výhody, které přináší budování silné značky

Vytvořit si vlastní značku a starat se o její rozvoj má hned několik výhod. Pokud se vám podaří vybudovat smysluplnou síť asociací s vaší značkou – nejlépe v souvislosti s vašimi nejlepšími výkony – máte šanci vyniknout, stát se díky něčemu, co je pro zákazníky důležité, známými, a tedy i vyhledávanými. Pokud si vaši značku zákazníci oblíbí, budou ochotni za váš produkt či službu platit vyšší cenu. Pokud s ní budou mít dobrou zkušenost, budou u vás nakupovat opa-

kovaně a budou vaši značku doporučovat i svým známým, kolegům, přátelům. Pokud vytvoříte silnou značku, stanete se atraktivními také pro ty nejlepší lidi z branže, kteří budou chtít pro vás pracovat.

Nezáleží tedy na tom, zda působíte v oblasti B2C nebo B2B; budování silné značky je investicí zaměřenou na vytváření dlouhodobé hodnoty, která zajišťuje budoucí úspěch vaší firmy.

Marian Timoracký United Consultants, partner MARK BBDO

Marian Timoracký (*1964 v Žilině) vystudoval Filozofickou fakultu UK v Bratislavě. Pracoval na prognostickém ústavu SAV v Bratislavě, působil na akademických pracovištích v Londýně, Praze i Bratislavě. Od roku 1992 se pohybuje v oblasti marketingu a reklamy. Pod značkou United Consultants rozvíjí byznys marketingového poradenství, je partnerem MARK BBDO Bratislava.

Specializuje se na oblast brand managementu, customer insight a customer experience. Během své více než 25leté kariéry pracoval pro několik domácích i zahraničních značek, jako je např. dm drogerie-markt, Eset, Eurotel (Slovak Telekom), Citroën, Generali, Hartmann-Rico, Telefónica O2, NAY Elektrodom, Orange, VÚB banka, Wella a mnohé další.

Je spoluautorem několika odborných studií, původních výzkumných projektů a knižních publikací, autorem přes 300 odborných článků z oblasti průzkumu veřejného mínění, marketingové komunikace a brandingu. Pravidelně vystupuje na konferencích (Trend conference, Living on the Edge, Retail Summit atd.). Byl vícekrát členem poroty na lokálních (EFFIE, Zlatý hřeb) i mezinárodních (Golden Drum, Portorož) festivalech reklamy.



Máme zlatou hypotéku! Ale stejně si nejvíc ceníme vašeho úsměvu

Česká spořitelna získala prestižní ocenění Zlatá koruna v kategorii Hypotéky.

Odborníci žasli, ale klienti se nediví:

- Na první byt do 5 mil. Kč stačí mít jen 10 % z jeho ceny.
- S možností odkladu, přerušení či změny splátek.
- Možnost on-line ocenění bytu.
- Peníze na výstavbu získáte bez dokládání faktur.
- Při refinancování z jiné banky garance úrokové sazby až rok dopředu.

A protože tu na všechny výhody není dost místa, více se dozvíte
na www.csas.cz/hypoteka.

ČESKÁ 
spořitelna

informační linka: 800 207 207





ALTERNATIVA K HYPOTÉKÁM ANEB BYDLET SE DÁ I JINAK NEŽ VE VLASTNÍM

„Ceny nemovitostí stále rostou, dostupnost hypoték je po opatřeních České národní banky výrazně menší, sazby jsou vyšší než loni.“ Tyto a mnohé podobné fráze je možné číst v tisku nebo slyšet v médiích. Je ale opravdu situace ohledně bydlení pro mladé rodiny nebo i střední generaci tak negativní? Stačí se trochu porozhlédnout a nezaměřovat se jen striktně na pořízení bytu či domku do osobního vlastnictví a zjistíte, že současný stav sice není růžový, ale také není tak kritický, jak by se mohlo zdát. Alternativou je například družstevní bydlení. Přečtete si komentář úvěrového analytika Romana Bečičky ze společnosti Broker Trust.

Růst cen nemovitostí se sice zpomalil, ale nezastavil, takže pořízení bytu vyžaduje stále vyšší a vyšší náklady. Pozitivní informací alespoň je, že hypotéky začaly mírně zlevňovat – v dubnu snížilo své sazby osm ze 14 poskytovatelů těchto úvěrů. Pořídit si nemovitost s pomocí hypotéky se ale stejně nemusí všem podařit.

Důvody jsou známé. Doporučení ČNB na maximální LTV (výše úvěru vůči hodnotě zástavy) vyžaduje po žadatelích buď další nemovitost, kterou by ručili, nebo vlastní zdroje v nemalé výši. Další parametry, které musí banky na doporučení ČNB sledovat, jsou DTI (poměr celkového zadlužení proti celkovému ročnímu čistému příjmu) a DSTI (poměr mezi měsíční splátkou veškerých půjček včetně aktuálně žádaného úvěru proti celkovému čistému měsíčnímu příjmu). Záměrem ČNB je chránit

spotřebitele před nenadálými negativními změnami na trhu hypoték. Z pohledu klientů nebo i některých institucí jde o omezení přístupu k hypotékám, protože klienti musí mít pro získání úvěru vyšší příjmy. Případný další růst úrokových sazeb dostupnost hypoték

v takto nastavených podmínkách dozajista ještě více omezí.

Většině výše uvedených omezení se dá vyhnout, pokud zájemce o bydlení nebude trvat na tom, že získá byt do osobního vlastnictví, a to navíc ihned. Dostupnější alternati-





vu nabízí družstevní bydlení, jehož popularita v poslední době stoupá.

Ceny družstevních bytů jsou nižší než ceny bytů v osobním vlastnictví. Družstevním bytem, přesněji podílem v družstvu,

není možné zajistit hypotéku, odpadá tedy kontrola LTV. V některých případech není nutné řešit ani DTI/DSTI nebo růst úrokových sazeb. A navíc, družstevní byt po čase můžete u některých družstev převést do osobního vlastnictví.

Podívejme se na nejčastější způsoby získání družstevního bytu. Pro úplnost dodejme, že nepočítáme s tím, že by zájemci o bydlení měli jinou nemovitost, kterou by mohli dát do zástavy na hypotéku.

1 Odkup celého družstevního podílu a následné převedení bytu do osobního vlastnictví (nejčastěji do jednoho roku)

V tomto případě lze z výše uvedených výhod získat snad jen nižší pořizovací cenu bytu. Protože financování je řešeno tzv. předhypotečním úvěrem,

který se následně změní v hypoteční, a je tedy třeba kontrolovat jak budoucí LTV, tak DTI/DSTI. Navíc se po dobu předhypotečního úvěru splácejí

jen úroky, takže ani z pohledu sazeb a zaplacených úroků nejde o úsporu.

2 Odkup celého družstevního podílu bez následného převodu do osobního vlastnictví

Stejně jako u předchozí varianty půjde o nižší cenu nemovitosti a bude se rovněž kontrolovat DTI/DSTI. Výho-

dy oproti předchozí variantě jsou v absenci tlaku na rychlý převod do osobního vlastnictví (některá družstva převod ani

neumožní) a absenci kontroly LTV, protože tyto družstevní byty (podíly v družstvu) se financují nezajištěnými úvěry.

Některé banky (např. Sberbank, Komerční banka a jiné) nebo stavební spořitelny (WSS, SSČS a další) se snaží vyplnit mezeru na trhu v této oblasti a nabízejí nezajištěné úvěry ve

výši 1,5 milionu korun, nebo dokonce 2,5 milionu korun. I tato varianta má samozřejmě své mínusy. Je to především maximální výše takovýchto úvěrů, takže se hodí přede-

vším pro financování levnějších bytů mimo Prahu a velká města. Nevýhodou je také výše úrokových sazeb, která je u nezajištěných úvěrů vyšší než u běžných hypoték.

3 Družstevní bydlení – družstevní financování

Tento způsob se řeší především u nově stavěných bytových domů. Zájemci stačí prostředky na základní vklad, který se pohybuje kolem 25 procent ceny

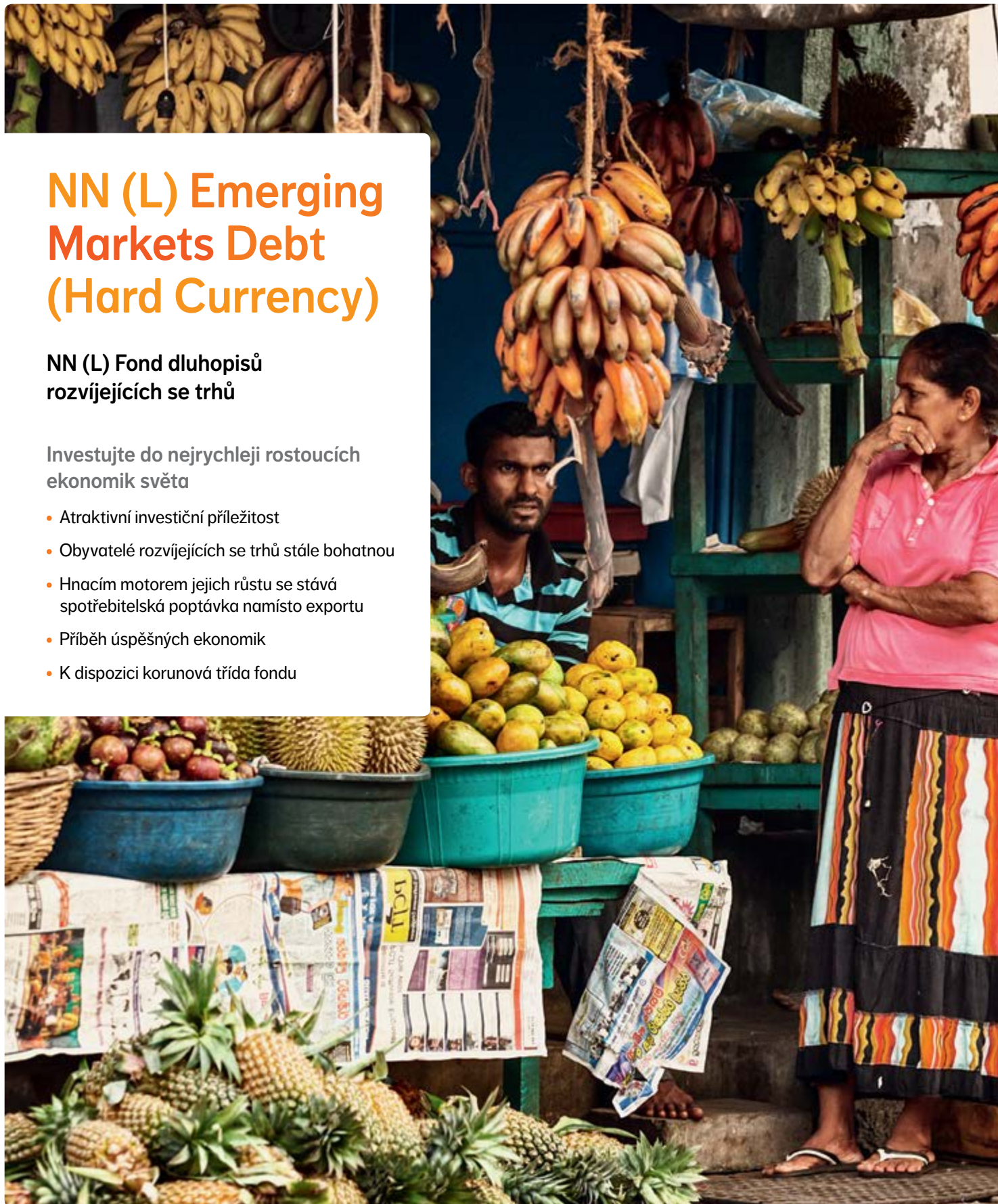
družstevního podílu. Tuto částku může mít zájemce již naspořenou, nebo na ni použije úvěr ze stavebního spoření. Úrokové sazby budou přibližně stejné

jako u předchozí varianty, ale výše úvěru bude podstatně nižší. Díky tomu zde téměř odpadá problém s DTI/DSTI, samozřejmě ti, kteří již mají jiné úvěry, mohou narazit stále. Také LTV se zde neřeší, protože úvěr nebude zajištěn nemovitostí. A co zbývajících přibližně 75 procent ceny? Tu splatíte formou nájmu, kde nemusíte řešit doložitelnost příjmů, vstupní věk nebo vlastnictví jiné nemovitosti k zajištění. Po doplacení si může družstevník byt, pokud to družstvo umožňuje, převést do osobního vlastnictví.

Družstevní výstavbu začínají podporovat významní developéři a již připravili několik takovýchto projektů, o které byl nečekaný zájem, a tak budou následovat další. Podporovat družstevní bydlení chce i vláda. Pokud to bude možné z hlediska legislativy, tak dotačním programem, pokud ne, tak přípravou zákona. Družstevní bydlení se tak do budoucna může stát zásadním řešením pro obyvatele se středně vysokými příjmy, kterým současná situace na trhu hypoték znemožňuje pořídit si bydlení podle svých představ.

Roman Bečička
úvěrový analytik
společnosti Broker Trust





NN (L) Emerging Markets Debt (Hard Currency)

NN (L) Fond dluhopisů
rozvíjejících se trhů

Investujte do nejrychleji rostoucích
ekonomik světa

- Atraktivní investiční příležitost
- Obyvatelé rozvíjejících se trhů stále bohatnou
- Hnacím motorem jejich růstu se stává spotřebitelská poptávka namísto exportu
- Příběh úspěšných ekonomik
- K dispozici korunová třída fondu

Slibná budoucnost rozvíjejících se trhů: investujte do nejrychleji rostoucích ekonomik světa

Zatímco dříve stál za růstem rozvíjejících se trhů export komodit, v budoucnu bude hnacím motorem spotřeba jejich vlastních obyvatel. Adaptují nejnovější technologie, budují infrastrukturu a dohání vyspělý svět. Výhled je více než slibný.

- Zatím vytváří jen 40 % světového HDP, ale na světové populaci se podílí 80 %.
- Tvoří 70 % zemského povrchu a vyprodukuje více než 60 % světových komodit.
- Počet obyvatel ve městech celosvětově roste a přibližně 90 % tohoto růstu se odehrává v rozvíjejících se zemích.

Rozvíjející se trhy nabízí širokou škálu investičních příležitostí, ze kterých si vybere každý

Investice do dluhopisů

Jde o investici s výnosovým potenciálem podobným akciovým trhům, ovšem s nižší mírou rizika. První fond specializující se na dluhopisy rozvíjejících se zemí jsme otevřeli již v roce 1993.

- NN (L) Emerging Markets Debt (Hard Currency)

Investice do firem, které se chovají odpovědně

Investujte s námi do společností, které se kromě finančního zisku zaměřují i na ochranu životního prostředí, dodržování lidských práv či na férové vztahy s dodavateli. Důraz je kladen na dlouhodobě udržitelné atraktivní výnosy a návratnost kapitálu.

- NN (L) Emerging Markets Enhanced Index Sustainable Equity

Investice do firem, které generují dividendový výnos

I na rozvíjejících se trzích najdeme spoustu společností, které svým akcionářům generují pravidelné příjmy ve formě dividendy. Stabilní dividendový výnos akcií snižuje míru jejich kolísání.

- NN (L) Emerging Markets High Dividend

Investice v regionu, který dobře znáte

Také trhy střední Evropy se řadí mezi rozvíjející se trhy. Tyto ekonomiky charakterizuje nízká nezaměstnanost, silná domácí poptávka, stabilní politická situace, hospodářský růst převyšující růst západoevropských ekonomik, růst objemu úvěrů i úrokových marží bank.

- NN (L) International Central European Equity
- NN (L) International Czech Short Term Bond
- NN (L) International Czech Bond



**NN investment
partners**

www.nnfondy.cz

Právní upozornění: Tento dokument má pouze informační charakter, nejedná se o nabídku ke koupi cenných papírů, jeho text není právně závazný a nesmí být použit za účelem prodeje investic nebo upisování cenných papírů v zemích, kde je to zakázáno příslušnými orgány nebo právními předpisy, a proto by si investoři měli sami získat informace o případných registračních či ohlašovacích povinnostech ve vztahu k zamýšleným investicím v rámci své jurisdikce. Za ztrátu, která by mohla čtenáři případně vzniknout použitím informací uvedených v tomto dokumentu, neneseme NN Investment Partners C. R., a. s. žádnou zodpovědnost. S investováním jsou spojena některá rizika. Minulé výnosy nejsou zárukou výnosů budoucích. Hodnota investice může kolísat a není zaručena návratnost investované částky. Upozorňujeme také na možné kolísání výnosů z důvodu výkyvů měnového kurzu. Všechny důležité informace a dokumenty týkající se zmiňovaných fondů, včetně souvisejících rizik a nákladů, jsou k dispozici na www.nnfondy.cz.



NOVÁ DOBA INSURTECHOVÁ

Trh s pojištěním je ovlivňován dvěma trendy: regulacemi a technologiemi. Regulacemi a zákony si protentokrát nebudeme kazit dobrou náladu a zaměříme se raději na technologické vychytávky. Slyšeli jste již slovo „InsurTech“? Určitě ano. Pro pochopení jeho významu je však třeba trochu „spíking“ anglicky. Jde totiž o spojení dvou anglických slovíček: „Insurance“ (pojištění) a „Technology“ (technologie). Jenže co si pod tím konkrétně představit?

„InsurTech“ představuje označení pro technologické inovace v pojistném odvětví či pro spojení pojišťovací a technologické firmy v jeden subjekt, popřípadě pro zcela nové odvětví v podobě nově vzniklých mobilních aplikací, softwarů a start-upů, které chtějí konkurovat tradičním (rozumějte zkosnatěným) pojišťovnám.

InsurTech nabízí zákazníkům inovace

Jistě vás nepřekvapí, že tradiční pojišťovny jsou často příliš velké, pomalé a nedokáží se moc rychle adaptovat na změny na trhu. A největší změny spočívají právě v nových technologiích. Klienti pojišťoven dnes v mnohem větší míře používají chytré telefony, včetně různých nástrojů sdílené ekonomiky, a zejména mladí lidé očekávají flexibilitu a rychlejší informace.

Žijeme v době, kdy některé technologické společnosti, jako je Google nebo Facebook, mají k dispozici mnohem více re-

levantních dat nežli samotné pojišťovací společnosti. Malé technologické společnosti, které nepodléhají regulacím jako velké pojišťovny a dokáží přicházet s novými řešeními, tak učítily obchodní příležitost. Tyto „štiky“ doslova mění zavedené pořádky v celé řadě odvětví, a to včetně pojišťovnictví. Základním posláním těchto nově vznikajících start-upů je zlepšit pojišťovací služby. Snaží se vytvářet řešení, která jsou levnější, rychlejší, chytřejší, lepší – a zaměřené na zákazníka.

InsurTech masivně roste

InsurTech roste v posledních třech letech závratným tempem, podle některých statistik o úctyhodných 200 procent. Jedná se tak doslova o globální fenomén. Vůdcem je v tomto ohledu Čína, kde je více než 90 % obchodů s pojištěním uskutečňováno online, není tam striktní regulace, mají k dispozici vyspělé technologie

i dostatek finančního kapitálu. Nepřekvapí nás tedy, že mnoho start-upů má sídlo právě v Asii, přičemž za kolébku inovací v pojišťovnictví je považován zejména Hongkong. I tomu to vysoce inovačnímu trhu se však nevyhýbají skandály. Nedávno byl například zveřejněn otevřený dopis určený společnosti AXA Hongkong. V něm

si několik stovek klientů stěžovalo na totální ztrátu u kapitálového životního pojištění AXA

pod názvem „Evolution“, ale to je již jiná story...

Tradiční pojišťovny investují do InsurTech

Tradiční pojišťovny si nechtějí nechat ujet vlak a řada z nich v posledních letech masivně investovala do InsurTech scény. Některé pojišťovny to však zřejmě se svými odhady trochu přehnaly a při svých investicích jsou dnes již střízlivější. Zdá se totiž, že finanční podpora ze strany velkých pojišťoven, jako je Allianz (prostřednictvím Allianz X), Axa (prostřednictvím divize AXA XL) či Aviva (přes fond Aviva Ventures), narazila na svoje limity. Těmto významným pojišťovnám již nejde jen o to, že investovat do InsurTech společností je sexy, ale začínají se logicky zajímat i o návratnost investovaného kapitálu. Proto již ohlásily, že nebudou bezhlavě investovat do začínajících technologických firem. Místo nich se zaměří na

již zavedené společnosti, které jsou méně rizikové (generují již nějaký obrát) a současně zapadají do strategických cílů dané pojišťovny. Celkové investice do odvětví InsurTech však přes tato prohlášení zatím neklesají. Není tedy divu, že na pojistném trhu dnes již existují tisíce různorodých InsurTech firem.

Je však jisté, že nově vznikající společnosti budou kvůli střízlivějšímu přístupu pojišťoven obtížněji získávat finanční injekci na svůj rozjezd. To může být problém, neboť značka a velikost zákaznické základny je něco, o čem si InsurTech firmy mohou zatím nechat jen snít. Spolupráce s etablovanými pojišťovnami je tak logickým a přirozeným způsobem, jak InsurTech bude expandovat.

Vznik nových InsurTech pojišťoven

S tématem InsurTech je spojen vznik nových, plně digitalizovaných pojišťoven. Od tradičních pojišťoven se však různí nejen kompletně bezpapírovým procesem, nižšími náklady (často i nižším pojistným) a využitím moderních technologií. Tyto nové pojišťovny jsou mnohem více orientovány na zákazníka. Jak se to projevuje? Lepší pojistnou ochranou (méně výluk), rychlejším sjednáním pojistné smlouvy a rychlejším plněním, větší flexibilitou a nižšími restrikcemi všeho druhu.

Pár příkladů: v Číně se jedná o pojišťovnu Zhong An (jedním z investorů je i známá čínská společnost Alibaba), v Americe například o Root a Metromi-

le (zaměřené na autopojištění), dále Lemonade (pojištění majetku) či Ladder (životní pojištění). A v sousedním Německu jde například o Deutsche Familienversicherung (zejména zdravotní a majetkové pojištění), která poskytuje sjednání pojištění i prostřednictvím virtuální asistentky Amazonu (Alexa).

Tyto nové super trouper pojišťovny oslovují zatím zejména mladou klientelu, ale je jen otázkou času, kdy si najdou cestu k širšímu spektru zákazníků.

A kdo v tvrdé konkurenci vyhraje? Má se za to, že to budou ty pojišťovny, které budou stavět minimálně na následujících třech prvcích.



Za prvé, vítězná pojišťovna musí být vždy součástí života svých zákazníků. Rychle se měnící chování zákazníků a nová dynamika trhu vede pojišťovny k tomu, aby zvýšily frekvenci svých kontaktů s klienty, a těmto kontaktům přikládaly mnohem větší hodnotu.

Za druhé, vítězná pojišťovna musí neustále budovat kontextové ekosystémy. Například, lidé nechťjí hypotéku či pojištění, ale chtějí žít v pěkném domě. Pojištění je obvykle jen součástí řešení, ale zřídka kdy představuje celé řešení daného problému. Pojišťovny

se tedy musí zajímat o celý ekosystém.

Za třetí, vítězná pojišťovna nezapomene působit „prostě lidsky“. Masové digitalizační procesy nesmějí zanedbat „pocity“ zákazníků. Těm je třeba věnovat neustálou pozornost.

InsurTech v České republice

Do segmentu InsurTech lze v České republice do jisté míry zařadit První klubovou pojišťovnu, která se prezentuje jako takzvaná peer to peer pojišťovna. Poskytuje vybrané pojišťovací služby z oblasti majetkového pojištění, a to výhradně pro své členy. Hlavní odlišnost spočívá v tom, že vybrané pojistné jen spravuje a prostředky, které na konci roku zbydou, zůstávají podle určitých

pravidel jejím členům. Využití moderních technologií je však v případě této pojišťovny zatím omezené.

Stoprocentně lze však za InsurTech společnost označit koncept pojištění Mutumutu, které si mohou lidé sjednat výhradně na internetu. Nejde však o novou pojišťovnu, pojišťovací licence je poskytována Komerční pojišťovnou. Hlavní

odlišnost spočívá v aplikaci, prostřednictvím které pojišťovna sleduje pohybovou aktivitu zákazníka a dle toho mu každý čtvrtrok vrací část zaplaceného pojistného zpět.

Ještě dříve však technologie v pojištění využíval mobilní

operátor O2. Ostatně dodnes nabízí tzv. Chytré cestovní pojištění. Jde o pojištění, které je součástí každého mobilního tarifu, stačí ho jen povolit, a to je vše. Toto cestovní pojištění totiž díky mobilnímu telefonu samo pozná, že majitel daného mobilního tarifu vyjel za hra-

nice, což znamená, že se samo zapne i následně vypne.

Na svém začátku je také plně bezpapírová pojišťovna Simplea, která se zaměřuje na jeden produkt rizikového životního pojištění.

INSURTECH V ZAHRANIČÍ

Mnoho zajímavých projektů najdeme především v zahraničí. V Broker Trustu tuto specifickou oblast pečlivě sledujeme, proto jsem v letošním roce navštívil vyhlášenou konferenci „Digital Insurance Agenda“ v Amsterdamu, která je zaměřena výhradně na oblast InsurTech. Na této konferenci mimo jiné zazněly následující myšlenky:



„Co se změní v pojišťovnictví v následujících 3 až 5 letech? Překvapivě málo. Nicméně nelze podceňovat exponenciální dopady, které čtvrtá průmyslová revoluce přinese v dlouhodobém horizontu. Nyní se nacházíme stále v první polovině šachovnice, ale až se dostaneme do půlky šachovnice, bude na reagování již pozdě. Pojišťovny budou místo pojistných matematiků využívat umělou inteligenci a místo brokerů (chat)boty.“

Daniel Schreiber (CEO Lemonade)



„Dnes se začíná digitalizovat téměř všechno. Zapomíná se však na to, že digitalizace vždy začíná produktem a jeho zjednodušením... Klienti, kteří kupují pojištění na internetu, také potřebují nějaký důkaz, že nabízené pojištění je kvalitní. V našem případě je tím důkazem produktový rating.“

Dr. Stefan Knoll (CEO Deutsche Familienversicherung)



„Algoritmy vytěsňují lidské poradce, šetří náklady. Věříme, že existuje dostatečná příležitost vytvořit to nejlepší z obou světů kombinací nových digitálních technologií s lidskými dovednostmi. Lidé vnášejí emoce, empatii, vášeň, kreativitu a v případě potřeby se mohou od postupu odchýlit. Zavedení technologie pro posílení lidského prvku, jako jsou makléři a agenti, má za následek lepší konverzaci, vyšší konverzi a konečně lepší řešení pro zákazníky.“

Roger Peverelli (zakladatel konference Digital Insurance Agenda)

Co dodat závěrem? Většina InsurTech společností bohužel nepočítá s účastí finančních poradců. Svoje služby staví na přímém vztahu se zákazníkem. V následujícím seznamu typických zástupců InsurTech odvětví jsou však uvedeny i příklady společností, jejichž business model s finančními poradci naopak

počítá. Odvětví InsurTech je tak pro finanční poradce nejen hrozbou, ale i příležitostí.

Některé projekty zaměřené na přímý vztah s klienty totiž doplatily na to, že pojišťovací služba není až tolik poptávaná samotnými zákazníky. Postupně tak upravily svůj projekt i pro

zprostředkovatele pojištění. Jejich role, jak zmiňoval Roger Peverelli, je především v lidskosti, kterou technologie musí posilovat, nikoliv odstraňovat.

Dušan Šídlo
pojistný analytik
společnosti Broker Trust

PŘÍKLADY INSURTECH PROJEKTŮ

ALLIANZ 1 – platforma pojišťovny Allianz v Itálii, která v zásadě umožňuje klientům navrhovat a přizpůsobovat pojistky založené na „stavebních blocích“ z oblasti životního, majetkového a zdravotního pojištění. Celkově lze skládat prvky ze třinácti pojistných linií a sloučit je do jediné pojistky s přesným rozpisem úrovní krytí a přidělením pojistného, které se uživateli zobrazí.

Bought by many – optimalizovaný vyhledávač na sociálních médiích, jehož smyslem je dát dohromady skupinu lidí, kteří mají podobné pojistné potřeby a kterým tradiční pojišťovny za individuálních podmínek neposkytují dostatečné možnosti zajištění (např. majitelé domů v povodňových oblastech; cestovatelé, kteří trpí diabetem apod.).

Discovery – pojišťovna, jejímž posláním je pomáhat klientům k lepšímu zdraví a zdravým financím, a to s důrazem na prevenci a inovace. Po celém světě provozuje wellness program Vitality, který využívají i jiné pojišťovny. Důraz je kladen na pozitivní změnu chování klientů (pohyb, životospráva, životní rovnováha) pomocí odměn.

Inshared – digitální pojišťovna, kde klienti vše řeší sami, resp. prostřednictvím virtuálního agenta a life chatu; zákaznická zkušenost je lepší, než když klient volá na call centrum pojišťovny.

Insurago – aplikace, která pomáhá zprostředkovatelům pojištění konkurovat a uspět na moderním pojistném trhu; jedná se o digitální prodejní řešení pojištění profesní odpovědnosti, které mohou zprostředkovatelé nabídnout svým klientům.

Lemonade – jeden z nejznámějších zástupců InsurTech, který expanduje z USA do Německa; pojišťovna, jejímž produktem je aplikace, díky které lze velmi rychle sjednat určité typy majetkového pojištění; při provozu pojišťovny je využíváno umělé inteligence a behaviorální ekonomiky, která vede ke snížení pojistných podvodů.

Policy Genius – platforma, která kromě srovnání ceny pojištění umožňuje vyhledat nedostatky ve stávajících smlouvách klientů.

Trov – začalo jako jednoduché a flexibilní pojištění jednotlivých věcí (přejetím prstu na mobilní aplikaci), postupně bylo rozšiřováno o další typy pojištění a poskytování platformy pojišťovnám.

True Motion – aplikace, která pomocí senzorů v mobilním telefonu měří chování řidičů; pojišťovny na základě získaných dat mohou individualizovat pojistné konkrétnímu řidiči.

Surfly – společnost, která jednoduše umožňuje vylepšit statické webové stránky pojišťoven a finančních poradců, a to prostřednictvím tzv. co-browsingu, kdy je využíván video chat či jiná pomůcka k pomoci návštěvníkovi webových stránek získat potřebnou informaci.

WeFoX – aplikace, která zákazníkům spravuje pojistné smlouvy, přičemž kombinuje umělou inteligenci s osobní radou v případě složitějších problémů; 80 % zákazníků je získáno přes finanční poradce.

Pokud vás oblast InsurTech zajímá, doporučujeme konferenci Digital Insurance Agenda, která se koná letos v listopadu v Mnichově a v prosinci v Hongkongu.

Stavebko a úvěry od ČMSS nově v produktové řadě

Od poloviny září najdete v nabídce produktů novinky - stavební spoření a úvěry od společnosti ČMSS, která je součástí skupiny ČSOB. Stali jste se jedním ze dvou vybraných partnerů, kteří začínají nově prodávat jak stavební spoření, tak i zajištěné a nezajištěné úvěry.

S radostí vám představujeme jedinečnou možnost nabídnout klientům výhodné podmínky spoření a úvěru. Produkty sjednáte snadno online a samozřejmě je kvalitní prodejní a poprodejní podpora ze strany ČMSS. Připravovali jsme se skutečně důkladně a za celou touto spoluprací stojí skvělá domluva mezi ČMSS a Broker Trustem.

Prodej odstartuje v druhé polovině září a vy budete mít možnost zúčastnit se školení, které bude ČMSS pořádat v týdenních intervalech. Během 4 hodin se dozvíte důležité produktové informace a také jak používat naše systémy. **Budete tedy plně vybaveni k tomu, abyste mohli svým klientům úvěry či spoření představit, okamžitě sjednat a navýšit tak jejich zisk.**

Kdo za spoluprací stojí?



Peter Mančík

Ředitel externí distribuce

Peter ve skupině ČSOB pracuje od roku 2017, ale v prostředí brokerských společností se pohybuje více než 20 let. Z pozice obchodního ředitele a předchozí práce makléře zná velmi dobře potřeby obchodníků i jejich klientů.



Michal Hamšík

Key Account Manager

Michal působí ve skupině ČSOB již více než 3 roky a do ČMSS přechází z ČSOB Penzijní společnosti. Tam měl na starosti oblast řízení externí distribuce – tedy makléře. Michal je velmi vztahový a proaktivní člověk a na spolupráci s ním se můžete skutečně těšit.

Mobil: +420 723 861 345

E-mail: michal_hamsik@cmss.cz



Co společně nabízíme vašim klientům?

**Stavební
spoření**

**Úvěr se
zajištěním**

**Úvěr bez
zajištění**



ČLEN SKUPINY ČSOB

Na spolupráci s vámi se těší oblastní manažeři



Severní Čechy

Kamil Bobek

Mobil: +420 774 558 313

E-mail: kamil.bobek@cmss-oz.cz



Východní Čechy

Josef Matoušek

Mobil: +420 608 654 304

E-mail: josef.matousek@cmss-oz.cz



Severní Morava

Bohuslav Šteier

Mobil: +420 725 853 700

E-mail: bohuslav.steier@cmss-oz.cz

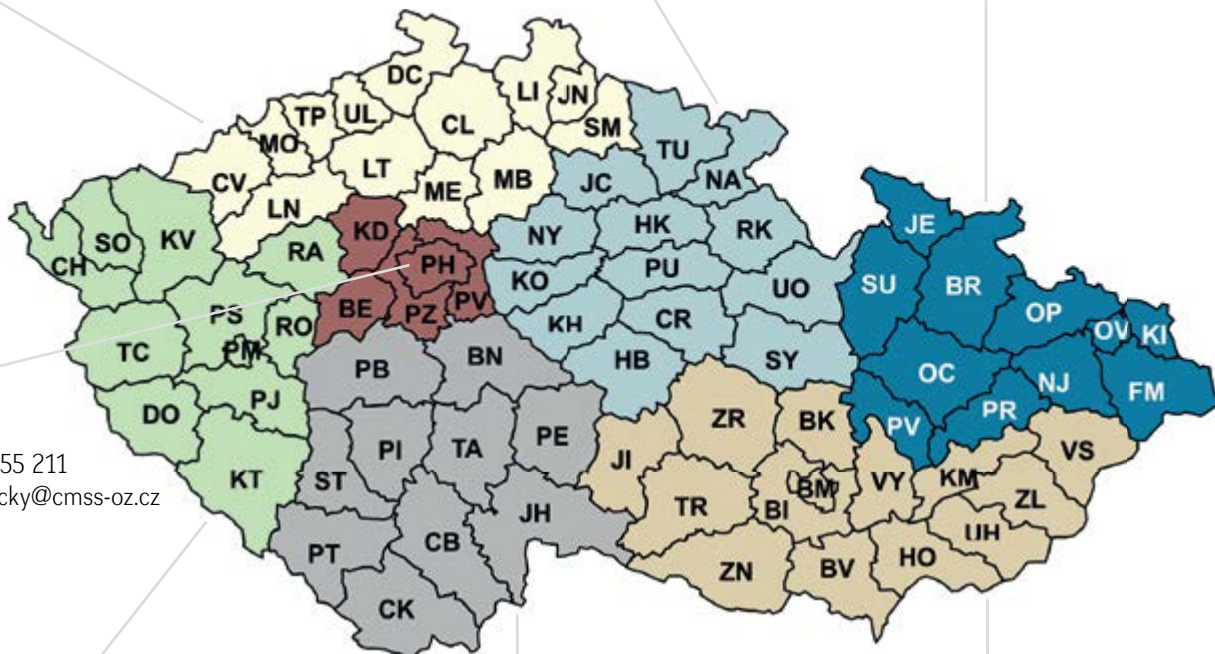


Praha

Jan Petrovický

Mobil: +420 777 555 211

E-mail: jan.petrovicky@cmss-oz.cz



Západní Čechy

Vladimír Dvořák

Mobil: +420 775 941 970

E-mail: vladimir.dvorak@cmss-oz.cz



Jižní Čechy

Michaela Bělíková

Mobil: +420 607 707 988

E-mail: michaela.belikova@cmss-oz.cz



Jižní Morava

René Mička

Mobil: +420 602 821 146

E-mail: rene.micka@cmss-oz.cz

Linka podpory pro obchodníky: **225 222 225**

E-mail pro obchodníky: **podpora@cmss.cz**

Po – Čt 8:00 – 17:00

Pá 8:00 – 16:00



ČLEN SKUPINY ČSOB



TŘI POZNÁMKY K ODBORNÉ ZPŮSOBILOSTI DISTRIBUTORŮ POJIŠTĚNÍ

Následující poznámky autora k problematice odborné způsobilosti distributorů vycházejí ze současné reality – implementace zákona o distribuci pojištění a zajištění, který nabyl účinnosti 1. prosince 2018 do praxe, z jeho znalostí a zkušeností.

POZNÁMKA Č. 1 – start, zveřejnění zkouškových otázek

A je to tady. V úterý 13. srpna 2019 zveřejnila Česká národní banka na svých webových stránkách soubor 1500 zkouškových otázek a 100 případových studií pro šest tematických oblastí, zaměřených v souladu s přílohou k vyhlášce č. 195/2018 Sb., na:

Společné tematické oblasti potřebných odborných znalostí a na tematické oblasti pro distribuci:

- životního pojištění,
- pojištění motorových vozidel,
- neživotního občanského pojištění,
- neživotního pojištění podnikatelů,
- velkých pojistných rizik

Následně byl na webových stránkách ČNB zveřejněn seznam použitých zdrojů, zkratk a základních vzorců pro výpočty.

Zákonem požadovanou tematickou oblast „zajištění“ prováděcí vyhláška nespecifikovala. Nabízí se otázka. Bude problematika zajištění jako ve vyhlášce chybějící tematická oblast dodatečně legislativně upravena, nebo zůstane zajištění pouze součástí fakticky všech tematických oblastí tak, jak je tomu v současné struktuře výše zmíněných 1500 zkouškových otázek? Zcela určitě se ale jakákoliv úprava legislativy podle mého názoru nebude týkat roku 2019.



POZNÁMKA Č. 2 – zkoušky odborné způsobilosti

Zkoušky odborné způsobilosti ní banka udělila k 26. srpnu budou zabezpečovat akredito- 2019 celkem 17 akreditací, a to: vané společnosti. Česká národ-

STAV K 26. 08. 2019, CELKEM NALEZENO SUBJEKTŮ [17]:

IČO	OBCHODNÍ NÁZEV SUBJEKTU	KONTAKTNÍ ADRESA SUBJEKTU				DATUM OD
	PŘÍJMENÍ, JMÉNO (TITULY)	ULICE	MĚSTO, OBEC	PSČ	ZEMĚ	
25600958	Acredité s.r.o.	Na Pankráci 1658/121	Praha	140 00	CZ	03. 07. 2019
04971060	AKREDITFIN, s.r.o.	Dřevná 382/2	Praha	128 00	CZ	02. 07. 2019
49624024	Česká asociace pojišťoven	Milevská 2095/5	Praha	140 00	CZ	28. 05. 2019
45772193	Česká bankovní asociace	Vodičkova 699/30	Praha	110 00	CZ	19. 06. 2019
07535911	Česká certifikační a vzdělávací agentura s.r.o.	Bořivojova 748/73	Praha	130 00	CZ	11. 07. 2019
06973086	edukomforta s.r.o.	Lužická 1237/29	Nový Jičín	741 01	CZ	23. 08. 2019
07738897	E.G.I. Education Grow Insurance, s.r.o.	Rybná 716/24	Praha	110 00	CZ	29. 05. 2019
72084529	Evropská asociace finančního plánování Česká republika	Pobřežní 249/46	Praha	186 00	CZ	28. 05. 2019
28851676	FAPIN s.r.o.	Soukenická 56/6	Hradec Králové	500 03	CZ	13. 05. 2019
24260444	Fincentrum a.s.	Pobřežní 620/3	Praha	186 00	CZ	09. 08. 2019
07080549	Global Insurance Distribution s.r.o.	Charlese de Gaulla 1124/19	Praha	160 00	CZ	04. 07. 2019
05347149	Institut aplikovaného práva, z. s.	Fügnerovo náměstí 1808/3	Praha	120 00	CZ	15. 08. 2019
05203309	Institut odborného vzdělávání s.r.o.	Jáchymova 26/2	Praha	110 00	CZ	29. 05. 2019
28435711	JJMC s.r.o.	Těšnov 1163/5	Praha	110 00	CZ	13. 05. 2019
26378353	Modul Consulting s.r.o.	Dopravní 139/33	Plzeň	318 00	CZ	16. 08. 2019
24225576	VECTOR Certifikace s.r.o.	Jesenická 3004/6	Praha	106 00	CZ	14. 05. 2019
04274644	Vysoká škola finanční a správní, a.s.	Estonská 500/3	Praha	101 00	CZ	14. 06. 2019

Uvedené společnosti tedy mohou zabezpečovat již v roce 2019 zkoušky odborné způsobilosti pro všech následujících devět typů zkoušek:

1. Základní typy zkoušek (5 typů)

- a) pojištění motorových vozidel (90 min)
- b) životní pojištění (120 min)
- c) neživotní občanské pojištění (120 min)
- d) neživotní pojištění podnikatelů (135 min)
- e) Pojištění velkých pojistných rizik (150 min)

2. Kombinované typy zkoušek (3 typy)

- a) životní pojištění a pojištění motorových vozidel (135 min)
- b) životní pojištění a neživotní občanské pojištění (180 min)
- c) životní pojištění a neživotní pojištění podnikatelů (180 min)

3. Souhrnná zkouška na pojištění (180 min) – (1 typ)

Jak připomíná Jan Matoušek, výkonný ředitel České asociace pojišťoven, budou odborné zkoušky nově skládat všichni

pracovníci pojišťoven a pojišťovacích zprostředkovatelů, kteří se podílejí na distribuci pojištění. Nová povinnost se může

týkat až 100 000 osob, které na trhu aktuálně působí a jsou zapsány v registru ČNB.

Jak tedy vypadá současná struktura pojišťovacích zprostředkovatelů v registru k datu 26. 8. 2019?

• samostatní zprostředkovatelé	1 167
• vázaní zástupci	34 664
• doplňkoví pojišťovací zprostředkovatelé	2 255
• pojišťovací zprostředkovatelé s domovským členským státem jiným, než je ČR	6 552

Z přehledu je zřejmé, že autorzy zákona odhadované výrazné snížení počtu pojišťovacích zprostředkovatelů se potvrzuje, i když jejich struktura i počet

v příštím roce zcela určitě dozná změn. Co může být důvodem pro očekávané snížení jejich počtu? Je nabíledni, že očekávaná finanční náročnost

může odradit mnoho v současnosti registrovaných pojišťovacích zprostředkovatelů. Budou ale významné i další faktory. Zkoušky odborné způsobilosti budou obtížné. Sám jsem si některé testy zkusil. Zprostředkovatelé z praxe budou mít určitě problémy s multidisciplinárním přístupem ke zpracování zkušebních otázek. Zájemci o zkoušku budou muset např. ovládat také základy finančního trhu a investování, což jsou témata, která až dosud nebyla předmětem zkušebních testů. Dovedu si představit obchodníky, a třeba i velmi úspěšné obchodníky, kteří prostě svým zaměřením, věkem... nebudou





schopni se na zkoušky kvalitně připravit a svou zprostředkovatelskou aktivitu ukončí.

Zůstanou ti, kteří budou úspěšní. Už několikrát jsem ale upozorňoval, že „žádný test dosud nevytvořil z nikoho odborníka“. Ten, kdo odborníkem není, se často naučí pouze otázky a správné odpovědi, třeba

jen z jednoduchých opakovaných e-learningových programů a cvičných testů. Zkoušku pak napoprvé, napodruhé či napotřetí úspěšně zvládne, aniž by pochopil věcný obsah problematiky, a získá doklad o úspěšném absolvování zkoušky odborné způsobilosti nutný k tomu, aby byl zapsán v registru České národní banky a mohl aktivně pů-

sobit na pojistném trhu. Je ale zárukou odbornosti při jednání s klientem – zájemcem o pojištění? Je zákonem požadovanou ochranou klienta? Odpovědi na takové otázky zůstanou zatím nevysloveny. Teprve verifikace nastavených procesů ukáže jejich správnost či nutnost zásahů.

Pouze pro úplnost těchto poznámek ještě uvádím, že dnem 1. prosince 2020 končí dvouleté tzv. „přechodné období“, povinnost pojišťovacích zprostředkovatelů složit zkoušku odborné způsobilosti. Až do tohoto data se odborné znalosti a dovednosti při registraci prokazují jakýmkoliv osvědčením o úspěšném vykonání odborné zkoušky kterékoliv kategorie podle zákona č. 38/2004 Sb., o pojišťovacích zprostředkovatelích a samostatných likvidátorech pojistných událostí (základní, střední, vyšší) nebo čestným prohlášením osoby oprávněné distribuovat pojištění, pro kterou pracují.

POZNÁMKA Č. 3 – následné vzdělávání

Zákon o distribuci pojištění a zajištění zavádí nově tzv. „následné vzdělávání“, zaměřené na prohlubování odborných znalostí a dovedností pojišťovacích zprostředkovatelů podle skupin odborností. Následné vzdělávání má být zaměřeno na prohlubování odborných znalostí a dovedností podle skupiny odbornosti a týká se pojišťoven a samostatných zprostředkovatelů, resp. jejich pracovníků, jejich vázaných zástupců a jejich pracovníků a doplňkových pojišťovacích zprostředkovatelů a jejich pra-

covníků. Prvním kalendářním rokem, kdy tyto osoby musí absolvovat následné vzdělávání, je kalendářní rok následující po kalendářním roce, ve kterém úspěšně vykonaly odbornou zkoušku.

Provádět odborné zkoušky a pořádat programy následného vzdělávání pro distribuci pojištění může pouze akreditovaná osoba, rozsah činí alespoň 15 hodin v každém kalendářním roce. Samozřejmě jde o zpoplatněnou aktivitu a z toho lze vyvodit jednodu-

ché doporučení. A to je moje rada na závěr:

Ten, kdo nemusí v roce 2019 složit zkoušku odborné způsobilosti, ať tuto zkoušku složí až v roce 2020. Prostě proto, že při úspěšné zkoušce v roce 2019 ho čeká v roce 2020 zpoplatněné následné vzdělávání. Pokud zkoušku absolvuje v roce 2020, musí absolvovat následné vzdělávání až v roce 2021.

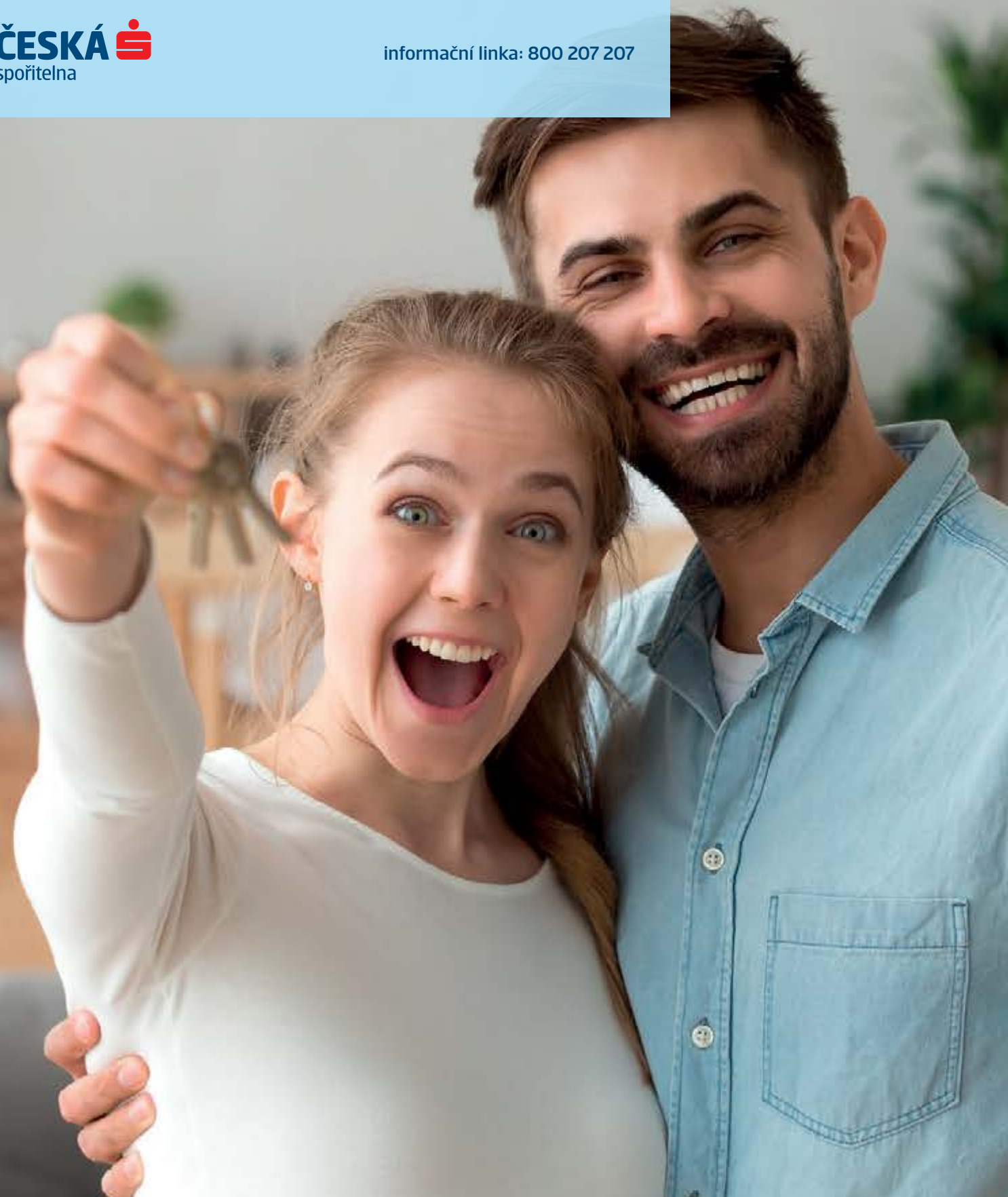
**Ing. Václav Krivohlávek, CSc.,
FAPIN, s.r.o.**

Klíč k vlastnímu domovu máte na dosah

U nás si můžete hypotéku dovolit! Stačí vám mít na první byt do 5 mil. Kč pouze 10 % z kupní ceny. Zeptejte se svého poradce či navštivte www.csas.cz/hypoteka.

ČESKÁ 
spořitelna

informační linka: 800 207 207





ÚVĚROVÁ PLATFORMA

Není žádným tajemstvím, že BrokerTrust pracuje na online platformě pro výběr a sjednávání hypoték. Předběžná první verze této platformy je už dokonce spuštěná v živém prostředí a naši poradci ji už mohou využívat. Stále častěji se množí dotazy na toto téma, proto jsme se rozhodli vyzpovídat ty nejpovolanější – přímo tým, který platformu vyvíjí (Martin Gyurák, Jiří Kryl, Roman Bečička).

Pojďme od začátku. Co vlastně je úvěrová platforma „BT kredit“?

Martin Gyurák:

Odpověď je v podstatě jednoduchá... **BT kredit je jednoduchý online nástroj pro výběr a sjednání hypoték.** Zní to jednoduše, ale za každým slovem se skrývá velká myšlenka.

JEDNODUCHÝ znamená, že se chceme opravdu výrazně zaměřit na vzhled a jednoduchost celého systému. Často se setkávám s názorem, že nástroje pro poradce jsou zbytečně komplikované. Tento názor musíme změnit a věřím, že BT kredit půjde příkladem.

ONLINE znamená, že tento nástroj bude propojený s bankami online pomocí tzv. API. Tvoříme nástroj budoucnosti a ukazuje se, že toto je ta správná cesta. Vlastně to umožní online komunikaci poradce s bankou, skoro jako kdyby pracoval přímo v jejích systémech. Místo toho bude mít jeden přehledný nástroj.

NÁSTROJ znamená, že to je platforma pro desktop (počítač), ale v budoucnu možná půjde i o mobilní aplikaci. Uvidíme, bude záležet hlavně na potřebách poradců. Každopádně si s myšlenkou mobilní aplikace určitě pohráváme.

VÝBĚR znamená, že poradcům nabídneme komplexní srovnání napříč celým trhem. Vše online propojené s bankami. Reálné parametry pro jejich konkrétní klienty. Jinými slovy poskytneme poradci vše, aby se mohl relevantně rozhodnout, která volba je pro klienta nejlepší.

SJEDNÁNÍ je asi to nejdůležitější. Chceme, aby v BT kreditu bylo možné sjednat hypotéku kompletně online, od výběru až do načerpání.

HYPOTÉKA znamená, že BT kredit je v první fázi zaměřený na hypotéky. Spotřebitelské úvěry a úvěry ze stavebního spoření doplníme později.

Proč jste se rozhodli vytvořit zrovna takový nástroj?

Martin Gyurák:

Každý dnes mluví o digitalizaci. Mluví se o tom ve finanč-

ním sektoru už několik let. My o tom nechceme jen mluvit, spíš to chceme rovnou udělat.

Někteří naši partneři (banky) jsou na tom podobně a jsou už dokonce hodně daleko. Někte-

ré banky se už dokážou „technicky otevřít“ i pro úvěrový segment. My toho samozřejmě chceme využít a rovnou z toho udělat výhodu pro naše poradce tím, že to celé propojíme.

Takový komplexní systém všem neuvěřitelně usnadní práci. Poradcům to přinese zjednodušení a zrychlení práce. Lepší evidenci, větší profesionalitu před klienty, a hlavně žádné papíry. Klientům zase větší komfort v rámci celého procesu pořizování nemovitosti. Celý proces tím extrémně zrychlíme na všech stranách.

Jiří Kryl:

Mluvíme s poradci už dlouhá léta a víme, co je trápí. Chceme jim v tom pomoci. V minulosti jsme poradcům poskytli nějaké rychlé nástroje, které jim usnadnily práci kolem hypoték. Teď je potřeba se posunout. Chceme to celé zmodernizovat, oživit a kompletně zjednodušit. Zároveň chceme do platformy nově přinést „třešničky“ (takhle tomu v týmu říkáme). Cílem „třešniček“ je implementovat do platformy nové funkce, které se netýkají pouze sjednání hypotéky, ale komplexně celé-

ho obchodu. Zvažujeme např. online valuaci nemovitosti, generování legislativních dokumentů pro klienta, náhled do katastru a mnoho dalších věcí. Do konce roku budeme posílat velký dotazník, abychom si potvrdili, které funkce jsou důležitější a které tam máme rovnou implementovat.

Martin Gyurák:

Takže když to celé shrnu, děláme to, protože to pomůže úplně všem. My to vlastně musíme udělat... ☺

Jak to celé probíhá? Vypadá to jako poměrně velký projekt, jak to chcete udělat?

Martin Gyurák:

Je to velká věc. Je to opravdu velký projekt, který není snadné zkoordinovat. Jako první musíme pochopit, co je přidaná hodnota pro poradce – co to má umět. A znáte to, co poradce, to jiný systém fungování. My to děláme pro všechny poradce BT, takže někdy je těžké vybalancovat mezi komplexitou a jednoduchostí.

Za druhé musíme vědět, jak to bude celé vypadat a jak se v tom bude pracovat. Jak jsem říkal, snažíme se to dělat opravdu líbivé a moderní. Proto využíváme rychlé uživatelské testy na prototypu na vybraných poradcích.

Poté se musíme velmi detailně sladit technicky i obsahově s bankami, na které se reálně napojujeme.

A v neposlední řadě to „nejjednodušší“ – už jen to udělat ☺. Celé to vyvinout a dostat myšlenky do reality. To je ve finále to nejdelsí, nejtěžší a nejdražší.

Abychom takhle velkou „mašinu“ udrželi v chodu, museli jsme využít prvky různých metodik projektového řízení. Využíváme kombinaci agilního a klasického (waterfall) projektového řízení. Ideu, zadání a celkový prototyp platformy si děláme předem (návrh, který musíme diskutovat s mnoha partnery), ale poté už vyvíjíme postupně. Máme měsíční iterace, to znamená, že se každý měsíc v BT kreditu objeví něco nového. Případně se něco upraví či vylepší na základě zpětné vazby od poradců.

Další věc, která nám hodně pomáhá, je magická zkratka na poli nástrojů – MVP (Minimum Viable Product). Jinými slovy minimum funkcí, aby to „nějak fungovalo“, vypustit to hned na poradce a poté upravovat a doplňovat na základě reálných potřeb. V BT kreditu si na to naši poradci už určitě zvykli. Často slyšíme, že tam

nějaké funkce chybějí. Víme o tom. Kdybyste viděli ta těžká rozhodnutí a diskuse v týmu, které věci tam velmi chceme hned, ale přesto je musíme upozadit. Říkejte nám to prosím dál, my si vedeme evidenci a ty případy, které jsou nejčastější, tam rovnou doplnujeme.



Kdy tedy budete hotovi?

Martin Gyurák:

Celkově s projektem cílíme na konec roku 2020, kdy bychom chtěli mít hotovou celou platformu z pohledu front-endu (hotovou aplikaci). A zároveň ji chceme mít propojenou na většinu producentů, kteří už budou připraveni.

Na druhou stranu všichni víme,

na jakém trhu se nacházíme. Jednak tu máme poměrně silnou regulaci, která nás nutí měnit procesy prakticky každou chvíli. Banky samy o sobě v rámci konkurenčního boje pravidelně také mění procesy a pravidla hry. Rovněž je potřeba reflektovat připravenost jednotlivých producentů.

Chceme tam mít všechny producenty. Pokud se někdo „rozhýbe“ později, tak ho budeme chtít zapojit i po roce 2020. Chci tím říct, že BT kredit asi dokončený nebude nikdy. Budeme jej upravovat a optimalizovat i dlouho poté, co skončí reálný projekt.

Říkal jsi, že už něco máte, jak se říká, venku a poradci to můžou používat. Co to je?

Martin Gyurák:

V prvních fázích projektu jsme se zaměřili na jednodušší části. Na konci prvního kvartálu jsme „vypustili“ modelaci hypoték. To poradcům umožňuje jednoduché vysvětlení, co hypotéka je. Zároveň to nabízí rychlé kalkulace různých případů, které s klienty denně řešíme.

Jako druhou věc jsme se zaměřili na cenové nabídky. Tato verze BT kreditu umožňuje kompletní srovnání cen a všech parametrů jednotlivých nabídek

na trhu. Poradce může jednotlivé položky upravovat, může tisknout konkrétní nabídky.

Roman Bečička:

Po modelaci jsme měli velký dotazník a nejčastěji si poradci řekli právě o cenovou nabídku. Vlastně se nám tím potvrdily naše myšlenky. Chtěli jsme vytvořit nástroj, který nebude jen jednoduchým srovnáním sazeb, ale přinese poradcům opravdu sofistikované řešení. Proto tam máme implementované propo-

jení s metodikami online, můžete jednotlivá porovnání bank tisknout klientovi, a mnoho dalších funkcí. A hlavně to nejdůležitější, jednu banku tam už máme napojenou na API. Takže se nám povedlo vytvořit jakýsi tunel mezi námi a bankou. Vnímáme to jako velký úspěch. Česká spořitelna nám tím pádem dokáže vracet o mnoho více užitečných informací – např. maximální výši úvěru, maximální splátku a vlastně nějakou základní bonitu klienta.

A na čem teď pracujete? Co jsou nejbližší kroky?

Martin Gyurák:

Další krok je doplnění do platformy klienta. Klientem to vlastně celé začíná. Nejdříve si vyberete klienta, kterému poskytnete služby. Poté vytváříte

modelace, srovnáváte trh a tak dále. Jakmile si vyberete správné a vhodné řešení, pokračujete v procesu sjednávání dále už jen s konkrétní bankou. Do konce roku 2019 chceme mít

celý proces sjednání hypotéky kompletně online a vše napojené aspoň na jednoho producenta. To je teď náš plán.

Dobrá, děkujeme za rozhovor, chcete ještě něco čtenářům vzkázat?

Martin Gyurák:

Moc děkujeme za každý podnět, který od vás dostáváme. Také děkujeme za trpělivost a pochopení, že nejde udělat

tak velký projekt za pár týdnů. Zároveň jsme velmi rádi, že se setkáváme s iniciativou ze strany poradců. Je dobré vědět, že v tom nejsme sami. A to je

nesmírně důležité, bez poradců to prostě udělat nejde. Přejeme za celý tým BT kreditu silný a úspěšný rok 2019.



Vážení obchodní partneři,

dovolte, abychom Vás seznámili se změnou, kterou jsme se rozhodli uskutečnit v obsluze externích partnerů. Rozhodli jsme se upustit od regionální podpory a přejít k obsluze jednotlivých společností přes Key Account Managers. K této změně jsme přistoupili v rámci zkvalitňování služeb pro externí partnery.

Dovolte, abychom se se Vám krátce představili.



” Jmenujeme se **Tomáš Buchtyar** a **David Majzlík** a jsme **Key Account manažeři** pro společnost **Broker Trust** napříč Českou republikou za **Stavební spořitelnu České spořitelny – BUŘINKU**.

“

Rádi se s Vámi **setkáme osobně**, a proto prosíme o **zaslání návrhu termínů** na schůzku/školení/účast na Vaší poradě, kde s Vámi probereme aktuální nabídku produktů, probíhající akce, možnosti spolupráce, atd.

Děkujeme za čas věnovaný tomuto e-mailu a těšíme se na budoucí spolupráci.

Již nyní se těšíme zejména na osobní setkání.

S přáním hezkého dne

Tomáš Buchtyar

Key account manager

Stavební spořitelna České spořitelny, a.s.

Útvar externí prodej

Vinohradská 180/1632, 130 11 Praha 3

Tel.: +420 730 573 013

E-mail: tomas.buchtyar@burinka.cz

www.burinka.cz

Majzlík David

Key account manager

Stavební spořitelna České spořitelny, a.s.

Útvar externí prodej

Vinohradská 180/1632, 130 11 Praha 3

Tel.: +420 734 418 369

E-mail: david.majzlik@burinka.cz

www.burinka.cz

Reprezentativní příklad na www.burinka.cz.

Hypotévy hned a bydlení vybíráte později.

Buřinka přichází s novým hypotečním produktem. **Hypotéva od Buřinky GARANT** je vhodný pro ty, kteří chtějí mít jistotu, že budou mít finance, i když ještě nemají vybranou nemovitost. Klient si předem nechá schválit Hypotévu od Buřinky Garant na částku, za kterou si chce nemovitost pořídit a poté má dost času na výběr ideálního bydlení.



25 LET



Oceněné on-line nástroje

AAA rating stability

Prověřeno nejvíce poradci

Férové provize

Partner pro Váš byznys

Od roku 2001

