

Giełda
➤ Załóż rachunek inwestycyjny
• Notowania
• Notowania przez SMS
• Podatek giełdowy
• Oferty publiczne - IPO
• Akcje
• Futures
• Znajdź rachunek inwestycyjny
• Znajdź dom maklerski
• Złoto
• Poradniki

Znajdź profil
podaj symbol, ticker lub nazwę waloru

[szukaj](#)

Sprawdź ofertę
➤ Dom Maklerski ING
➤ Dom Maklerski X-Trade Brokers
➤ Dom Maklerski BOŚ
➤ Beskidzki Dom Maklerski S.A.
➤ City Index

Narzędzia inwestora
• Wyniki finansowe spółek
• Katalog domów maklerskich i brokerów walutowych
• Wykresy online
• Kalendarz finansowy
• Profile spółek
• TraderNews
• Raporty analityków
• Kalkulator debiutu giełdowego
• Rekomendacje
• Analiza techniczna akcji
• Oferty publiczne - IPO
• Wyszukiwarka domów maklerskich i brokerów walutowych

[więcej narzędzi...](#)

Moje spółki
TPS 16.40 -3.24%
PKN 31.60 -1.43%
KGH 107.80 -1.01%
PEO 173.50 -3.07%

[edytuj portfel..](#)

Źródło: [Gazeta Ubezpieczeniowa](#)

2005-10-31 06:53

Krzysztof Karzewicz: Planowanie finansowe to rewolucja na rynku pośrednictwa ubezpieczeniowego

Gazeta Ubezpieczeniowa

Bożena M. Dołęgowska-Wysocka: - Panie Prezesie, we wrześniu 2004 roku minęło 10 lat działalności agencji Perfect, co się wydarzyło w firmie od tego okresu?

- Tak rzeczywiście, rok temu obchodziliśmy jubileusz, którego kulminacyjnym punktem był pełen niezapomnianych wrażeń rejs 10-lecia Perfect, żaglowcem Pogoria po Morzu Śródziemnym z udziałem naszych najlepszych doradców. Był to jednak przede wszystkim okres wyjątkowej pracy. Głównym zadaniem agencji było dostosowanie poziomu usług doradztwa finansowo-ubezpieczeniowego w naszej firmie do standardów i wymogów rynku Unii Europejskiej. W tym celu przeprowadziliśmy wiele szkoleń dotyczących tego tematu, wzorując się na doświadczeniach najlepszych doradców i planistów finansowych z rynku zachodniego. Wdrożyliśmy również w pełni nasz autorski **Rodzinny Plan Finansowy - Perfect Plan**. Dzięki niemu nasi klienci wiedzą na czym polega planowanie finansowe, mają przejrzysty obraz posiadanych ubezpieczeń oraz poprzez dobór odpowiednich rozwiązań, wymierne korzyści w postaci znacznych oszczędności w budżecie domowym.

Czy Wasz Perfect Plan jest niezmienny?

Podstawowa formuła oparta na najważniejszych potrzebach rodziny się nie zmienia - zmieniają się za to narzędzia do planowania finansowego oraz produkty. Jesteśmy obecnie na etapie wdrażania do agencji internetowego programu e-mka. Według mojej oceny jest on najbardziej profesjonalnym narzędziem na rynku, pomagającym doradcom w planowaniu finansowym i całym procesie sprzedaży. Program jest również świetnym narzędziem wspierającym sprzedaż, ponieważ korzyści w postaci niższych kosztów ubezpieczeń czy wyższej ochrony za podobną składkę, przekładają się na wartościowe polecenia do nowych klientów. Niezależnie od powyższych działań, w ostatnim roku poszerzyliśmy ofertę o kolejne produkty, m.in. ubezpieczenia na życie, ubezpieczenia zdrowotne, programy inwestycyjne czy kredyty hipoteczne. Był to więc ciekawy rok, obfitujący w nowe wydarzenia i mobilizujący do dalszej pracy.

Planowanie finansowe, o którym Pan wspomina, zaczyna być coraz „modniejsze” na rynku ubezpieczeniowym. Co Pan przez to rozumie i na

Narzędzia Bankier.pl
Towarzystwa ubezpieczeń życiowych
Towarzystwa ubezpieczeń majątkowych
Instytucje ubezpieczeniowe

Wiadomość przez email

Dziennik Bankier.pl

Tygodnik Firma

Twój e-mail:

[Dalej](#)

[ustawienia subskrypcji](#)

Gorące tematy

- Świąta w finansach
- Kryzys się kończy
- Dziurawy budżet 2010

FORUM BANKIER.PL

- [Czy to definitywny KONIEC?](#)
analizagieldowapl (1) 23:06
- [Teraz już nie czas na sprzedaż akcji.](#)
~XPower (7) 23:06
- [Przypominam WIG20 spadnie do 1800 pkt do końca roku !!!](#)
~Karolina (18) 23:06
- [Weź udział w dyskusji!](#)

Centrum Finansowe

Zamów online produkty finansowe:

- [Rachunki inwestycyjne](#)

Przejdź do serwisu

- [Finanse osobiste](#)
- [Giełda](#)
- [Ubezpieczenia](#)
- [Waluty](#)

Narzędzia powiązane

- [Wyszukiwarka kont oszczędnościowych](#)
- [Wyszukiwarka lokat](#)
- [Kalkulator kredytowy](#)

[więcej..](#)

Najnowsze

- 2009-12-08
- 22:05 [Wall Street zlekło się kryzysu finansowego](#) [Bankier.pl]
- 22:01 [Miasto Poznań przejmie spółkę PKS Poznań](#) [PAP]
- 20:28 [Listonosze protestowali przeciwko odebraniu im premii](#) [PAP]
- 20:28 [Techmex złożył zażalenie na postanowienie sądu dotyczące upadłości](#) [PAP]
- 20:28 [Niepełnosprawnym będzie łatwiej na kolei](#) [PAP]

[więcej..](#)

Statystyka sesji		
Statystyka sesji 2009-12-08		
16:30:00		
Wolumen: 103 781 158 akcji		
Obrót: 1 736 608 936 zł		
Akcje: 99 wzrosło, 213 spadło, 52 bez zmian.		
Największe wzrosty:		
TEX	1.59	13.6%
PCE	5.44	13.1%
PGD	20.76	9.0%
ATC	15.82	6.2%
MIP	4.88	5.4%
Największe spadki:		
SKY	0.24	-14.3%
FRP	123.10	-8.8%
BCM	8.80	-8.1%
QBL	13.90	-7.3%
ODL	0.94	-6.9%
Najwyższe wolumeny:		
CZP	0.59	12369344
PGN	3.66	6339721
BIO	0.23	5404681
TPS	16.40	3291842
STX	1.84	3196813
Najwyższe obroty:		
KGH	107.80	258649522
LWB	71.00	244088806
PEO	173.50	120613694
PKO	37.95	113901176
TPS	16.40	109574780

czym ono polega?

- Planowanie finansowe to kolejny etap ewolucji a raczej „rewolucji” pośrednictwa ubezpieczeniowego w Polsce. W ciągu niespełna 15 lat przeszliśmy całą drogę rozwoju sprzedaży ubezpieczeń na życie, począwszy od akwizycji, sprzedaży produktowej, doradztwa czy wreszcie planowania finansowego. Przez to ostatnie rozumie się przede wszystkim znalezienie najlepszych sposobów wykorzystania mechanizmów finansowych dostępnych na rynku. Jego celem jest zabezpieczenie posiadanego majątku oraz jego efektywne pomnażanie a fundamentem - ubezpieczenie na życie. Dopiero potem dochodzą kolejne elementy: ochrona zdrowia, planowanie emerytury, zabezpieczenie majątku, strategia inwestowania i budowania kapitału pod konkretne cele i potrzeby, zabezpieczenie przyszłości dzieci. Planuje się zarządzanie kredytami, uwzględnia się plan ochrony przed nadmiernymi podatkami oraz plan przekazania kapitału i majątku przyszłym pokoleniom. Wszystkie te elementy ujmują się w plan finansowy.

Niewiele ma to wspólnego z prostą sprzedażą produktu na pierwszym spotkaniu.

- Rzeczywiście. Planowanie finansowe składa się z kilku etapów: pierwszego spotkania, gdzie buduje się relację wzajemnego zaufania pomiędzy klientem a doradcą, dopiero potem zbiera się wszystkie niezbędne informacje dotyczące klienta czyli posiadane polisy, kredyty, finansowe plany, cele i potrzeby. Analizuje się również jego status materialny i możliwości finansowe. Kolejny etap to praca w biurze, gdzie przygotowuje się propozycje rozwiązań finansowych pod konkretne potrzeby klienta. Żeby w pełni wykorzystać możliwości planowania finansowego, niezbędna jest również pomoc i konsultacja ze strony specjalistów z poszczególnych dziedzin; prawników, doradców kredytowych, specjalistów ds. ubezpieczeń komunikacyjnych i majątkowych, doradców inwestycyjnych itp.

A drugie spotkanie?

- To pisemna prezentacja rozwiązań, zasad działania produktów i korzyści z nich wynikające. Konkretnie nazwy produktów i towarzystwo ubezpieczeń są przedstawiane dopiero na końcu procesu planowania finansowego po to, by być obiektywnym. Dopiero kiedy klient ustali priorytetowe potrzeby, zaakceptuje rozwiązania, cenę oraz zasady dalszego serwisu - dokonuje się sprzedaży. Długotrwały efekt planowania finansowego osiągnie się dopiero wówczas, kiedy będzie ono stale dopasowywane do aktualnych potrzeb i możliwości finansowych klienta oraz zmieniających się produktów na rynku. Planowanie finansowe nie jest więc sezonową modą, która przemija ale podstawowym wymogiem i fundamentem naszej pracy. Warto też wspomnieć, że na rynku planowania finansowego jest również miejsce na sprzedaż produktową. Dotyczy to tych klientów, którzy mają ściśle sprecyzowane potrzeby i cele np. emerytura i nie interesują ich inne tematy.

Czy warto zadać sobie tyle trudu, aby przedstawić się na taki rodzaj pracy?

- Po pierwsze nie ma odwrotu od takiego sposobu wykonywania pracy. Dyrektywa europejska w sprawie pośrednictwa ubezpieczeniowego narzuca nam wszystkim konieczność dostosowania się do powyższych standardów. Po drugie, podnosimy w ten sposób prestiż naszego zawodu. Klienci mają prawo i zasługują na to, żeby korzystać z usług rzetelnego doradcy, do którego będą mieli pełne zaufanie, który zaproponuje im nie tylko najbardziej korzystne rozwiązania, ale również pomoc w

najkorzystniejsze rozwiązania, ale również pomoc w otrzymaniu świadczeń w sytuacjach losowych. Z kolei zadowoleni klienci będą rekomendować nasze usługi swoim znajomym, a my pracując profesjonalnie zyskujemy komfort pracy, lojalnych klientów i godziwe wynagrodzenie na wiele lat.

Sądzę, że nie wszyscy czytelnicy „Gazety Ubezpieczeniowej” znają multiagencję Perfect, czy mógłby Pan ją przedstawić?

- Od początku działalności, kieruję multiagencją razem ze współnikiem **Wiktorem Jacyno-Onuszkiewiczem**. Siedziba firmy mieści się w urokliwym miejscu na ul. Rajskiej w Małym Młynie z XIV wieku (www.perfect.pl). Naszą specjalizacją jest **Kompleksowa Obsługa Rodziny** w zakresie kluczowych obszarów takich jak ochrona życia, zdrowia, finanse, zabezpieczenie majątku, kredyty, ochrona prawna. Nadrzędnym celem firmy jest rzetelne i uczciwe doradztwo wobec naszych klientów, dostosowane do ich potrzeb, oczekiwań, celów i marzeń. W tym mieści się w zasadzie cała idea, sens i wartość naszej pracy.

Jak zaczęliście?

Zaczynaliśmy od skromnej oferty, dzisiaj oferujemy praktycznie nieograniczony dostęp do wszystkich najlepszych produktów z rynku finansowo-ubezpieczeniowego. Jesteśmy takim centrum usług z tej dziedziny, gdzie w jednym miejscu klient może korzystać z tego, co najlepsze na rynku - wszystko „**Pod jednym dachem Perfect**”. Obecnie obsługujemy kompleksowo ponad 20 tysięcy rodzin, co przekłada się na liczbę kilkudziesięciu tysięcy zawartych umów. Znaczną ich część stanowią specjalne produkty ze znakiem jakości, przygotowane przez towarzystwa tylko dla naszej agencji.

Może podać Pan przykład?

- Oczywiście. Idźmy po kolei:

Perfect Multiochrona - dożywotnie ubezpieczenie na życie, w pełnym pakiecie NNW i chorobowym.

Perfect Ochrona - ubezpieczenie na życie pod kredyty i zobowiązania.

Perfect Zdrowie - rodzinne ubezpieczenie zdrowotne.

Perfect Rodzina - pakietowe ubezpieczenie domów/mieszkań.

Przystań - grupowe ubezpieczenie na życie z opcjami.

Najważniejszą jednak wartością Perfect jest sprawdzony zespół doradców z wieloletnim doświadczeniem, działający w Trójmieście i innych regionach kraju. To dzięki nim jesteśmy liczącą się agencją w Polsce i osiągamy sukcesy, zdobywając liczne nagrody i wyróżnienia. Myślę, że udało nam się stworzyć **Partnerską Formułę Współpracy**, która daje poczucie bezpieczeństwa finansowego i perspektywę pracy w zawodzie doradcy finansowo-ubezpieczeniowego przez wiele lat.

Nasi doradcy mają w umowie zagwarantowany **system zabezpieczeń socjalnych** w sytuacjach losowych oraz **Program Rentierski** zapewniający wynagrodzenie również po przejściu na emeryturę. Utworzyliśmy też w firmie **Pracowniczy Plan Emerytalny** - finansowany przez Perfect proporcjonalnie do wyników sprzedaży.

Czyli stawiacie na partnerstwo?

- Tak, stawiamy na kulturę organizacji firmy, opartą na wspólnych celach, dobrej komunikacji, zaufaniu i wzajemnym szacunku do tego co robimy. O tym, że taka formuła współpracy przynosi efekty, świadczy fakt, że średnio na jednego naszego doradcę przypada ok. 12 umów miesięcznie a średnie wynagrodzenie wynosi ponad 5 tysięcy złotych. Nasze osiągnięcia i dobre wyniki podsunęły pomysł nawiązania współpracy z nowo powstającymi agencjami, w ramach umowy franchisingowej lub produktowej. W ciągu dwóch lat od rozpoczęcia działań w tym kierunku, do franchisingu przystąpiło już kilka agencji, wyróżniając się na własnym rynku profesjonalnym doradztwem i coraz mocniejszą pozycją.

Na jakich zasadach działa taki franchising w Państwa firmie?

- Franchising opiera się na założeniu, że znacznie łatwiej jest prowadzić własną firmę, jeżeli ma się możliwość skorzystania ze sprawdzonych pomysłów, wzorców i doświadczeń innych firm, które odnoszą sukcesy w swojej branży. Musieliśmy je tylko zaadoptować do rynku usług finansowo-ubezpieczeniowych oraz realiiów prowadzenia multiagencji. Umowa franchisingowa dotyczy wyłącznie tych agencji, które posiadają minimum 10 osób (w przypadku mniejszych agencji, podpisujemy „umowę produktową” na wybrane produkty z naszej oferty). Umowa zapewnia dostęp do pełnej oferty Perfect, dostosowanej do potrzeb i strategii agencji.

Czy agencja ma możliwość wyboru podpisania umowy bezpośrednio z towarzystwem ubezpieczeniowym?

- Oczywiście - z towarzystwem lub z nami. Gwarantujemy partnerom pełną niezależność, prawo do własności portfela klientów oraz warunki wynagrodzenia korzystniejsze niż standardowe umowy pomiędzy towarzystwami a agencjami. W ramach umowy, agencja ma dostęp do szkoleń, warsztatów sprzedażowych prowadzonych przez najlepszych praktyków i specjalistów oraz know how Perfect. Przeprowadzamy stałe spotkania i konsultacje w zakresie sposobu organizacji firmy, strategii działania, planów rozwoju itp. Umowa franchisingowa daje również możliwość opłacenia składki OC agencji przez Perfect oraz rozliczania przez nas umów, polis i wynagrodzenia. Tym samym nasi partnerzy mogą znacznie obniżyć koszty prowadzenia firmy oraz zapewnić większą stabilność biznesu. Przeprowadzamy również wspólne akcje promocyjne, rekrutację, uzupełniamy się obszarem działania. Wszystkie te elementy gwarantują naszym partnerom stały rozwój i osiąganie sukcesów.

A co Perfect zyskuje w zamian?

W zamian budujemy dobrą markę i znajomość Perfect na rynku finansowo-ubezpieczeniowym.

Nasze logo i nazwa grupa Perfect znajduje się na wizytówkach, tablicach reklamowych, stronie internetowej współpracujących z nami agencji. Produkty Perfect niezależnie od ich zalet i wysokiej jakości, mają szansę na większą sprzedaż, tym samym stajemy się kluczowym partnerem dla towarzystw ubezpieczeniowych.

Natomiast dla agentów jesteśmy postrzegani jako atrakcyjny pracodawca, gwarantujący rzetelne rozliczanie się z prowizji i dający perspektywę rozwoju na

przyszłość.

Poza tym w formule franchisingowej, opartej na zasadach wygrana - wygrana, łatwiej osiąga się założone cele, mając poczucie bezpieczeństwa finansowego i oparcie ze strony silnego i zaufanego partnera.

Zawód pośrednika ubezpieczeniowego jest ciągle postrzegany bardzo nisko, jakie kroki, Pana zdaniem, należałoby uczynić, żeby podnieść jego rangę?

- Faktycznie, o tym jak jesteśmy postrzegani, świadczą chociażby ogłoszenia w prasie typu „szukam pracy - praca w agencji towarzyskiej i ubezpieczeniach wykluczona”.

Nie zmienimy opinii o nas w ciągu miesiąca czy roku, potrzeba na to wielu lat oraz zdecydowanych działań ze strony całej branży ubezpieczeniowej. Moim zdaniem środowisko ubezpieczeniowe reprezentowane przez PIPUiF oraz PIU powinno wymóc na KNUiFE i ustawodawcach określenie zasad i kryteriów weryfikacji licencji, ponieważ w rejestrze KNUiFE, od czasów reformy emerytalnej, figurują ciągle tysiące osób z licencją, którzy sprzedają ubezpieczenia od przypadku do przypadku. Najczęściej są to tzw. dwuzawodowcy, którzy nie mają czasu na szkolenia i doskonalenie swoich umiejętności.

A co z wymogiem szkoleń?

- Uważam, że sama ustawa wprowadzająca konieczność zaliczenia 50 godzin w ciągu 3 lat niczego nie zmieni w kierunku podniesienia profesjonalizmu agenta. Rynek, produkty, oczekiwania klientów zmieniają się tak szybko, że szkolenia potrzebne są nam ustawicznie i robimy to na co dzień. Agencje czy towarzystwa ubezpieczeniowe posiadają swoje odrębne systemy szkoleń dopasowane do swojej strategii działania. Myślę jednak, że jak najszybciej powinniśmy wypracować na skalę ogólnopolską pewien zakres szkoleń, który będzie uniwersalny dla wszystkich pośredników ubezpieczeniowych typu: prawo ubezpieczeniowe, etyka pracy, analiza finansowa, standardy serwisu klienta, wiedza o rynku finansowym czy elementy planowania finansowego związane z umiejętnością liczenia rent kapitałowych, kredytów, lokat bankowych itp. Wprowadzenie centralnego systemu szkolenia np. w formie e-learningu, przygotowane przez najlepszych specjalistów z poszczególnych dziedzin z naszego rynku, zakończone egzaminem i wręczeniem certyfikatów przyniosłoby wiele korzyści m.in.:

- spełniony wymów ustawy ubezpieczeniowej,
- oszczędność czasu i pieniędzy związaną z tradycyjną formą przeszkolenia,
- zestandaryzowanie podstawowego poziomu wiedzy o rynku finansowo-ubezpieczeniowym, aktualizowanej na bieżąco,
- możliwość kształtowania pewnych wzorców i zachowań pośredników ubezpieczeniowych,
- podniesienie kwalifikacji zawodowych.

Istnieje również konieczność wprowadzenia wspólnej nomenklatury dla pośredników. Towarzystwa ubezpieczeniowe i agencje mają własne ścieżki kariery i nazewnictwa jakimi się posługują np.

- Reprezentant,

- Agent,
- Doradca,
- Konsultant,
- Specjalista.

W każdej firmie oznacza to coś innego i nie da się tego w ogóle porównać. Może więc warto byłoby zebrać te informacje w jedną całość, przeanalizować i stworzyć jeden wspólny system nazewnictwa pośredników ubezpieczeniowych i wprowadzić na rynek jako standard, do którego możemy się odnieść. W przyszłości można również wprowadzić rozszerzony poziom i zakres szkoleń dostosowany do tytułów, jakimi mogliby posługiwać się pośrednicy ubezpieczeniowi.

Pierwszy duży krok w tym kierunku został już zrobiony. Przy współpracy PIPUiF i „Gazety Ubezpieczeniowej” powstała Europejska Akademia Ubezpieczeń i Rada Ekspertów, która będzie pracować nad tym projektem. Mam zaszczyt i przyjemność być jedną z osób zaproszonych do Rady Ekspertów i mam nadzieję, że wniosę małą „cegiełkę” w to przedsięwzięcie.

A jak Pan widzi naszą konferencję na temat szkoleń?

- Rzeczywiście, odbyła się również niedawno bardzo udana Pierwsza Warszawska Konferencja poświęcona tradycyjnym i nowoczesnym metodom w kształceniu pośredników ubezpieczeniowych. Wiele cennych uwag i spostrzeżeń uczestników konferencji na pewno przyda się przy tworzeniu projektu. Jednak niezależnie od ustawodawców i podjętych działań w kierunku stworzenia centralnego szkolenia pod wymóg ustawy, powinniśmy sami zadbać o jakość i poziom oferowanych przez nas usług.

Weryfikujemy nierzetelnych pośredników, rezygnujemy ze współpracy z osobami, które sprzedają ubezpieczenia od przypadku do przypadku. Przykład Francji pokazuje dobitnie, że zmniejszona liczba pośredników nie wpłynęła na obniżenie poziomu sprzedaży, wręcz przeciwnie, znacznie wzrósł przypis składki oraz poziom wynagrodzenia agentów. Uważam, że jeżeli uda nam się zrealizować w praktyce powyższe punkty, mamy szansę pracować w zawodzie o najwyższym stopniu zaufania publicznego.

Jak Pan ocenia dzisiejszą sytuację agentów i perspektywy ich rozwoju?

- Przykłady krajów z rynku zachodniego pokazują, że rynek rozwija się w kierunku niezależnego doradztwa finansowo-ubezpieczeniowego poprzez multiagencje i brokerów, którzy posiadają pełną paletę produktową oraz reprezentują interesy klientów. Widać ten trend coraz wyraźniej również w Polsce. Następuje systematyczny odwrót od doradztwa w ramach jednego towarzystwa na rzecz doradztwa nie ograniczonego produktami. Coraz mniejsze znaczenie będzie miało to jakiej firmy jest ten produkt, na rzecz tego jak on spełni oczekiwania klientów. Powstaje ponadto coraz więcej kilkuosobowych agencji, ale również wchodzi na rynek duże multiagencje z kapitałem zachodnim. Towarzystwa ubezpieczeń na życie będą dalej dynamicznie się rozwijać, ale bardziej poprzez sieć zewnętrznych dystrybutorów niż sieci własne oraz sprzedaż prostych masowych ubezpieczeń na życie we współpracy z bankami czyli bancassurance. Kierunek rozwoju agentów - to kompleksowe doradztwo finansowo-ubezpieczeniowe oparte na planowaniu finansowym.

Poziom cywilizacji mierzy się nasyceniem rynku ubezpieczeniowego. Im większe nasycenie - tym mniejsze ryzyko utraty majątku, dochodów i większa pewność bezpieczeństwa finansowego w przyszłości.

A wasi klienci

- Klienci w Polsce stają się coraz bardziej wyedukowani i świadomi swoich potrzeb. Będą zatem oczekiwać obiektywnych porad, uczciwych rozwiązań, rzetelności i sumienności oraz pomocy przy realizacji świadczeń. Jeżeli jeszcze społeczeństwo stanie się bardziej zamożne - otworzą się nowe potrzeby i kolejne możliwości. Im szybciej zatem rozpoczniemy naszą karierę w kierunku profesjonalnego doradztwa, tym mamy większe szanse na pozyskanie nowych, wartościowych klientów i znalezienie swojego miejsca na rynku. Doradca finansowo-ubezpieczeniowy to naprawdę zawód z ogromną przyszłością!

Jakie zadania i cele stoją przed Perfect w najbliższym czasie?

- Chcielibyśmy rozwijać się w dwóch kierunkach. Pierwszy z nich związany jest bezpośrednio z dalszym budowaniem pozycji i dobrej marki Perfect na rynku. Do grudnia 2008 r. planujemy 3-krotne zwiększenie obrotu firmy oraz przekształcenie się w spółkę akcyjną. W ten sposób naszym współpracownikom będziemy mogli zapewnić udział w zyskach firmy, jako akcjonariuszom Perfect SA. W najbliższym czasie finalizujemy projekt, który pozwoli nam dotrzeć do zupełnie nowego rynku potencjalnych klientów, oczekujących naszego doradztwa. Planujemy też rekrutację nowych menedżerów i doradców z rynku ubezpieczeniowego ale również osób spoza branży.

Nie ukrywam, że szukamy tylko najlepszych ludzi z pasją, zaangażowaniem i „otwartą głową”. Chcielibyśmy utrzymać się w czołówce agencji w kraju, zachowując przy tym rodzinny charakter firmy, nastawionej na osiąganie wspólnych celów oraz oferowanie produktów i usług przekraczających oczekiwania klientów.

Drugi bardzo ważny kierunek działania wiąże się z celem, jakim jest zbudowanie w ciągu najbliższych sześciu miesięcy wspólnej platformy ośmiu dużych, niezależnych, współpracujących ze sobą multigencji w Grupie (robocza nazwa G-8).

Może Pan przybliżyć założenia tego projektu?

- Wszyscy prowadząc agencje mamy podobne problemy. Każda z multigencji ma swoje mocne i słabe strony. Ważne jest:

- Jak być konkurencyjnym na rynku?
- Jaką wybrać strategię działania - specjalizację czy kompleksową obsługę?
- Jak pozyskiwać środki na rozwój firmy?
- Jak zabezpieczyć stabilność dochodów?
- Jak skutecznie rekrutować i być atrakcyjnym pracodawcą?
- Jak efektywnie zarządzać agencją czyli minimalizować koszty przy maksymalizacji zysków?

Naszym celem jest znaleźć taką formułę współpracy, która wykorzysta wspólny potencjał Grupy; wiedzę, doświadczenie, ludzi do łatwiejszego osiągnięcia celów każdej agencji będącej w Grupie oraz wspólnego

każdej agencji będącej w Grupie oraz wspólnego rozwiązywania powyższych problemów. Na pierwszym etapie współpracy planujemy robocze spotkania szefów Grupy oraz menedżerów w zakresie stałej analizy rynku i produktów, wspólne negocjacje najwyższych prowizji (w oparciu o sprzedaż Grupy a nie poszczególnych agencji), uzupełnianie się obszarem działania, wprowadzenie wspólnych produktów, procedur i standardów w zakresie doradztwa, szkoleń, rekrutacji, zarządzania oraz permanentną wymianę doświadczeń.

Drugi etap współpracy zakłada w perspektywie trzech lat przekształcenie Grupy w jedną silną agencję oraz znalezienie dużego inwestora strategicznego w celu pozyskania środków finansowych na dalszy rozwój (inwestor zewnętrzny lub giełda).

Dotychczasowe doświadczenia Perfect w zakresie współpracy franchisingowej z agencjami pokazały, że jest to dobra formuła, dająca Partnerom konkretne korzyści. Wierzę, że podobnie będzie we współpracy również z dużymi multiagencjami. Obecnie zadeklarowało już chęć przystąpienia kilka multiagencji z różnych regionów w kraju. Korzystając z możliwości wywiadu, zapraszam do rozmów i współpracy przyszłych Partnerów, którzy chcą pracować mądrzej - nie ciężiej oraz mają podobne poglądy na prowadzenie biznesu. Synergia jest naprawdę potężną siłą, dzięki której możemy osiągnąć dużo więcej i szybciej niż działając w pojedynkę. Potwierdzają to przykłady licznych fuzji banków, towarzystw ubezpieczeniowych oraz czołowych firm z innych branż.

A podsumowując?...

- Czekają nas w najbliższym czasie nowe, ambitne zadania ale również ogromne możliwości, które należy wspólnie wykorzystać.

Dziękuję za rozmowę i życzę sukcesów w realizacji tak interesujących przedsięwzięć.

Bożena M. Dołęgowska-Wysocka



[Igrzyska Olimpijskie to nie tylko wyczyny sportowe, lecz także szansa rozwoju architektury. Atrakcją najbliższych w Londynie będzie ...](#)

Komentarze do artykułu

Dodaj komentarz

Krzysztof Karżewicz: Planowanie finansowe to rewolucja na rynku pośredni Autor: ~Były klient 2006-08-29 18:18

To są same bzdury i mżonki chorej głowy.

Krzysztof Karżewicz: Planowanie finansowe to rewolucja na rynku pośredni Autor: ~obecny klient 2008-01-27 20:58

Mają świetne ubezpieczenia. Od 6 lat obsługuje mnie agent, dzięki któremu nie przepłacam za ubezpieczenia.

Krzysztof Karżewicz: Planowanie finansowe to rewolucja na rynku pośredni Autor: ~agent z rynku fin. 2008-11-19 21:58

Chciałbym, żeby na rynku finansowym mogli działać wszyscy Doradcy w taki sposób. Wtedy klienci zmienią o nas zdanie. Na prawdę duże uznanie dla sposobu w jaki została przekazana treść artykułu. Dla mnie (..)

Pokaż treść wszystkich



VAT.pl

PIT.pl

mojeauto.pl



twoja-firma.pl

pmews.pl

Bankier.pl

PODSZY PORTAL USŁUG FINANSOWYCH