



PORADENSTVÍ & FINANCE

ČASOPIS VYDAVATELSTVÍ A11 – WWW.PROFIPF.CZ – 150 Kč

3/2022



MOJMÍR KRAMNÝ:

**Je potřeba rozvíjet digitální mindset,
ne pouze vytvářet nové nástroje**

PORADENSKÝ TRH

Ekonomické dopady
válečného konfliktu

POJIŠŤOVNICTVÍ

Kybernetická kriminalita
vs. pojištění

PARTNERSKÝ SPECIÁL: FKI

FKI, INVESTICE
S ROZUMEM

INVESTICE

Kolektivko v době
inflace i války

Je potřeba rozvíjet digitální mindset, ne pouze vytvářet nové nástroje

ROBUSTNÍ CRM SYSTÉM, SROVNÁVAČE „NA VŠECHNO“ A PAPERLESS PROCES JE DNES SAMOZŘEJMOSTÍ A NEZBYTNOSTÍ. CENA A ENERGIE TOMU VĚNOVANÁ VŠAK MŮŽE PŘIJÍT NADARMO, CHYBÍ-LI EDUKACE, DOVEDNOSTI A DIGITÁLNÍ MINDSET.

Před necelým rokem jsme si povídali s Mojmírem Kramným, jednatelem a ředitelem společnosti holver, o plánech, vizích, novém systému a obchodních nástrojích, které chystají. Dnes se podíváme na to, kam se od té doby posunuli a jak vidí další vývoj.

Nejprve bych se chtěla zeptat na vaše loňské výsledky, jste s nimi spokojeni?

Ano, jsem spokojen, ale dlužno říct, že loňský rok bylo těžké nerůst. Celkově jsme zaznamenali zvýšení obrátu o nějakých 40 %. Celý rok byl hodně tažený úvěry, ale rostli jsme i v pojištění, u kterého se nám daří měnit poměr mezi produkcí životního a neživotního pojištění.

Vidíte nějaké dopady posledních dvou covidových let na poradenský trh? Změnila ho nějakým způsobem pandemie?

Myslím, že z dlouhodobého pohledu ho významně nezasáhla, spíše nakopla ke změnám. Rozhodně to nebylo tak horké, jak se očekávalo a nedopadlo to na náš business tak, jako v některých jiných odvětvích. Byl to v podstatě počáteční šok a následný návrat k normálu. Očekávám spíše dopady zvýšené inflace, úrokových sazeb atd.

A co holver, kam vás to vše posunulo?

Neřekl bych, že by nás pandemie nějak posunula nebo nasměrovala jiným směrem. V podstatě jsme si jen potvrdili, že jdeme po správné cestě, a to, co jsme připravovali, se nám zúročilo. Již před pandemií jsme měli vyřešenou povinnou dokumentaci a elektronický podpis, sjednáváme pojištění a úvěry, paperless proces, používali jsme interně Teams a jiné nástroje. Dnes to je standard, ale před dvěma lety tak úplně nebyl.

Do budoucna se bude více rozvíjet formát placeného poradenství, o který se začínáme zajímat, a vytváříme koncept, který by byl schopen na trhu obstát.

Znamenalo to pro nás restart a výzvu zároveň, na řadu přišlo mnoho transformací, novinek a aktualizací.

Nyní se vraťme k našemu loňskému rozhovoru a k hodnocení vašich tehdejších plánů, o kterých jsme si před necelým rokem povídali. Jak dopadla jejich realizace? Bylo jich více než dost v poměrně krátkém čase, podařilo se vám je naplnit?

Ano, podařilo. Začali jsme již před dvěma lety, kdy jsme si analyzovali naši pozici, zvážili možnosti a udali směr, kterým půjdeme. Věděli jsme, že chceme zachovat osobní servis, rychlou reakční dobu a vzdělávání. Naše Achillova pata však byla v systému. Ne, že bychom se na něj nemohli spolehnout, ostatně dlouhá léta byl spolehlivou páteří celého holveru a naší konkurenční výhodou. Postupem času mu ale začaly chybět moderní CRM funkce a workflow, které by ještě více zvýšily jeho obchodní potenciál.

Mohli jsme tedy buď zůstat u stávajícího řešení, nebo se vzdát komfortu a zavelet rázně ke změnám. Znamenalo to pro nás restart a výzvu zároveň, na řadu přišlo mnoho transformací, novinek a aktualizací. Říká se, že každá změna bolí... My jsme ji ale zvládli a investice do ní se nám rozhodně vyplatila.

Co jste tedy změnili a jak se to projevilo?

Abychom mohli realizovat to, co jsme si předsevzali, museli jsme udělat několik personálních změn v našich řadách a posílit tým o nadšence, kteří sdílejí stejné hodnoty a vize. Odborníky, kteří se nebojí změn a umí je uskutečnit. Mám velkou radost z toho, jak se nám to povedlo a jak celý tým pohání nadšení pro společnou věc.

Rozhodli jsme se investovat do rozvoje technologií a zavázali se k tomu, že budeme vybírat jen ty nejlepší nástroje, které jsou na trhu k dispozici. Tedy jen profesionální nástroje od společností, které se plně soustředí na neustálý rozvoj i udržitelnost těchto řešení. V tomto ohledu jsme nedělali kompromisy. →



FOTO: ARCHIV HOLVER

Mojmír Kramný, ředitel a jednatel společnosti holver

Z tohoto důvodu jsme jako klíčového partnera a dodavatele obchodních nástrojů vybrali společnost Business Logic. Oceňujeme hlavně jejich flexibilitu, dynamiku a kvalitu dodávaných řešení.

Ukončili jsme rovněž vývoj původního core systému a vystavěli nové základy nad platformou Salesforce, světovou jedničkou mezi CRM. Pro rozvoj tohoto systému jsme našli tým lidí, který má bohaté zkušenosti, inovativní pohled na věc a skvělý drive.

Prostřednictvím propojení nového systému a nástrojů jsme se významně posunuli v digitalizaci celého obchodního procesu. Zrychlili jsme administrativu a snížili chybovosti na minimum. Oblíbenost těchto nástrojů vidíme i ve směřování produkce, která jde primárně digitální cestou. Například ve sjednávání hypotečních úvěrů děláme více než 75 % produkce (u napojených bank) a ve sjednávání neživotního pojištění dokonce přes 80 %. Nově máme spuštěn také modul životního pojištění, od kterého si do budoucna hodně slibujeme.

Proč jste opustili původní systém a zvolili právě Salesforce?

Důvodů je celá řada. Obecně už se nám prostě nechtělo vyvíjet další systém na zelené louce. Vyzkoušeli jsme si to několikrát a došli jsme vždy ke stejnému konci – příliš mnoho změn, z toho vyplývající komplikace protahující vývoj, potřeba aktualizací, omezení rychlosti. Řekli jsme si, že už nebudeme stavět od nuly a využijeme profesionální CRM, které si následně customizujeme k obrazu svému. Z mnoha řešení, která jsme měli na stole, pak padla volba právě na Salesforce.

Jde o špičkové CRM, které využívají největší firmy na světě, a s tím je spojen bezproblémový rychlý chod, bezpečnost dat i pravidelné aktualizace celého systému dnes i do budoucna. Je možné ho stavět modulárně a flexibilně, přidávat další add-on aplikace, připojovat se přes SSO anebo napojit přes API data ze sjednávачů i od ostatních producentů. V obchodním procesu pak můžeme pořízená data v systému opakovaně využít pro potenciálně nový business. A to například formou notifikací na výročí, změnu, rekalkulaci smlouvy nebo samotný podnět ze strany klienta jedno-duše prostřednictvím klientské zóny.

Již dnes máme napojený proces jednotného přihlášení k obchodním nástrojům a výměnu dat mezi nimi přes API. Dalším krokem je pak napojení producentů a automatická aktualizace dat.

Prostřednictvím propojení nového systému a nástrojů jsme se významně posunuli v digitalizaci celého obchodního procesu.

Ve finančním plánu by se z pohledu dlouhodobosti mělo s negativními vlivy trhu, případně s nepříznivou životní situací počítat a připravit se na ni.

Na začátku jste řekl, že nestačí vyvíjet pouze nové nástroje...

Ano, to je pravda. Realizovali jsme poměrně hodně změn v krátkém čase a v jednu chvíli jsme zapomněli na osvětu, myšlenky byly pouze v našich hlavách. Museli jsme se začít více věnovat edukaci poradců a motivovat je k tomu, aby začali tyto nástroje efektivně využívat.

Můžete mít perfektní nástroj, vyladěné workflow a aktualizovaná data, ale chybí-li digitální mindset a dovednosti nebo produktové znalosti, je vám to k ničemu. Kromě technických předpokladů se proto orientujeme i na dodávání praktických informací, analytické nástroje a vzdělání.

Dnes má každý producent svůj intranet s informacemi, formuláři a vlastní kalkulačkou. Těchto produktových partnerů je přitom stovka. My tyto informace koncentrujeme na jedno místo, do Infoportálu v našem systému, aby je naši poradci našli rychle a v aktuální podobě. Na denní bázi navíc informujeme o aktualitách z trhu. Analýzu řešíme prostřednictvím srovnávacích produktů, které máme pro oblast investic, hypotečních a spotřebitelských úvěrů, pojištění aut, majetku, cestovka i odpovědnosti a životního pojištění.

Co se týká vzdělání, pořádáme tzv. holverdny, tedy školení, kdy na konkrétní téma diskutujeme s jednotlivými zástupci poskytovatelů produktů a přinášíme tak extrakt proobchodních informací ve velmi krátkém čase. K dispozici máme obchodní tým, specialisty v oblasti investic, úvěrů i pojištění, kteří jsou schopni poradit s metodickými dotazy, zajistit individuální úpis nebo úrokovou sazbu, proškolit produkt atp.

Je ještě něco, co holverd na první pohled odlišuje?

Dochází ke konsolidaci trhu, některé firmy již přerostly své kapacity. Je vidět, že ne všem poradcům tato anonymita vyhovuje a hledají partnera, k němuž mají důvěru a na kterého mají přímou, osobní vazbu.

Pool naší velikosti má výhodu rychlé reakční doby. Jsme připraveni věci měnit a umíme se na nich rychle shodnout. Jsme tady pro všechny osobně, řešíme individuálně každodenní požadavky a potřeby. Řeklo by se, že je to samozřejmost, ale obyčejná lidská slušnost a podání ruky u nás stále platí, na tom si zakládáme.

Nemohu se nezeptat ještě na vaše plány na letošní rok. Co připravujete a na co konkrétně se chcete letos zaměřit?

Máme ještě celou řadu věcí, které bychom chtěli nasadit v novém systému, ta pipeline je naplně-



FOTO: ARCHIV HOLVER

„Pool naší velikosti má výhodu rychlé reakční doby. Jsme připraveni věci měnit a umíme se na nich rychle shodnout. Jsme tady pro všechny osobně, řešíme individuálně každodenní požadavky a potřeby. Řeklo by se, že je to samozřejmost, ale obyčejná lidská slušnost a podání ruky u nás stále platí, na tom si zakládáme,“ říká Mojmír Kramný, ředitel a jednatel společnosti holver.

na na rok dopředu a čekám, že než ji odbavíme, ještě se rozšíří. Mimo jiné nás čeká aktuálně výroční setkání s klíčovými poradci, takže o další podněty nebude nouze. Celkově to tedy bude o nových funkcích systému, nových obchodních nástrojích, které teď nasazujeme a jejich vzájemnému propojení do funkčních workflow.

Pokud bych měl opustit digí, tak bychom se chtěli letos více zaměřit na investice, ve kterých jsme byli vždy silní, a poslední roky nevyužíváme jejich plný potenciál. Sa- ➔

Nebojím se o budoucnost finančního poradenství, jen je třeba se připravit na efektivnější práci s klientem, protože celý trh se profesionalizuje a finanční gramotnost klientů zvyšuje.

mostatná kapitola je pak koncept vzdělávání, kde vidím taky hodně prostoru pro vylepšení. Něco bych si ale nechal na další článek.

Minule jste v našem rozhovoru zmínil, že role poradce bude v budoucnosti více vztahová, zaměřená na kvalitní poradenství v klíčových segmentech. Vyvíjí se trh i holver více tímto směrem? Je opravdu důvěra tak klíčová?

Vidím to pořád stejně, možná bych jen upravil tu budoucnost. Svým způsobem se to děje již dnes s nástupem dokonalejších technologií a u mladé generace, zvyklé na život v online světě, to bude ještě markantnější. Vidíme to třeba na exponenciálním růstu nákupu zboží přes internet, kde jsou mladí zastoupeni výrazným podílem.

Zkracuje se distribuční řetězec a tam, kde je to možné, se bude cílit čím dál tím více přímo na koncového zákazníka. Finanční poradce tedy bude muset klientům nabízet přidanou hodnotu a důvody, proč se na něj mají i nadále obracet.

Jak vidíte obecně budoucnost finančního poradenství?

Bude-li chtít poradce uspět, musí mít znalosti, profesionální přístup a kvalitní nástroje. Bude hrát roli konzultanta, a tato role bude významně vztahová. Do budoucna se bude více rozvíjet formát placeného poradenství, o který se začínáme zajímat, a vytváříme koncept, který by byl schopen na trhu obstát.

V holveru jsme udělali za poslední rok obrovský kus práce v rámci vývoje technologií, abychom mohli vyzbrojit naše poradce pokročilými analytickými nástroji, zrychlili a zkrátili administrativu na minimum a dodali jim metodickou podporu. Ostatní už je na poradci samotném a na jeho komunikačních i technických dovednostech.

Odpověď na vaši otázku tedy zní: „Nebojím se o budoucnost finančního poradenství, jen je třeba se připravit na efektivnější práci s klientem, protože celý trh se profesionalizuje a finanční gramotnost klientů zvyšuje.“

A ještě poslední otázka související se současným děním. Jak reagujete vy a vaši klienti na aktuální geopolitickou situaci? S čím se na vás nejčastěji obracejí? Má to dopad na finanční chování lidí? Jsou třeba ochotni se i uskromnit? A na druhou stranu, co jim tedy radíte?

Aktuální situace na Ukrajině je tragédie, jinak se to nazvat nedá. Všichni jsme pomohli, jak

Rozhodli jsme se investovat do rozvoje technologií a zavázali se k tomu, že budeme vybírat jen ty nejlepší nástroje, které jsou na trhu k dispozici.

jsme uměli, někdo přispěl finančně, někdo nakoupil potřebné věci a dodal je na sběrná místa. Věřím a doufám, že se celá situace brzy vyřeší a svět se vrátí do „normálu“.

Co se týká dotazů, nejvíce se jich točilo kolem tématu, co se bude dít se Sberbank, jak mají klienti řešit nenačerpané hypotéky, splácení těch stávajících nebo vklady na účtech. Zda bude mít celá situace přímý dopad na finanční chování lidí, to se uvidí v následujících měsících, uskromnit se ale budeme muset v každém případě. Obecně řečeno, v posledních letech už bylo dost jiných impulzů, které mohly mít na koncového spotřebitele přímý či nepřímý dopad. Od migrační krize, přes covid, ceny energií, zvyšující se úrokové sazby, až po konflikt na Ukrajině, který bezesporu přinese další utahování opasku.

Každá doba má své příležitosti, nejlepší ochranou před negativními vlivy však stále zůstává nastavit produkty na dlouhodobý horizont a být věrný plánu. To platí jak z pohledu investic, tak z pohledu krytí rizik i nákupu nemovitostí. Ve finančním plánu by se z pohledu dlouhodobosti mělo s negativními vlivy trhu, případně s nepříznivou životní situací (ztráta zaměstnání, úraz, nemoc atp.) počítat a připravit se na ni. |



Mojmír Kramný,

ředitel a jednatel společnosti holver

Ve financích začínal před 16 lety jako poradce, převážně se zaměřením na pojištění a úvěry. Školil externě distribuční síť v oblasti motivace a obchodních dovedností. Stál za vznikem konference Colors of Finance. Jako projektový manažer pracoval na několika aplikacích (srovnávač úvěrů Methodius, finanční studio aj.). Od roku 2015 nastoupil do holveru, nejprve jako support v oblasti úvěrů, poté jako obchodní ředitel, nyní působí jako ředitel a jednatel společnosti.

Finanční poradce tedy bude muset klientům nabízet přidanou hodnotu a důvody, proč se na něj mají i nadále obracet.