

# Miesięcznik

# Ubezpieczeniowy

ISSN 1732-2413 • WSZYSTKO, CO TRZEBA WIEDZIEĆ O RYNKU UBEZPIECZEŃ • TOM 20 I NUMER 3 I MARZEC 2023 • 3 MARCA 2023



© Viesinsh/stock.adobe.com

NUMER SPECJALNY:

## Kalejdoskop multiagentów 2023

Najważniejsze w pracy agenta

Oferta dla agenta/Egzaminy/Podatki/Kontrole

# Miesięcznik Ubezpieczeniowy

## Formularz prenumeraty

W przypadku pytań lub wątpliwości prosimy o kontakt:  
[prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl](mailto:prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl)

### ➔ DANE ZAMAWIAJĄCEGO

Imię i nazwisko:

Nazwa firmy:

Adres:

Kod, miasto:

NIP:

Telefon kontaktowy:

E-mail:

### ➔ DANE ODBIORCY PRENUMERATY (JEŻELI INNE NIŻ DANE ZAMAWIAJĄCEGO)

Imię i nazwisko:

Nazwa firmy:

Adres:

Kod, miasto:

PRENUMERATA ROCZNA	Cena brutto (z 8% VAT)
<input type="checkbox"/> Indywidualna – 1 egzemplarz	2 600 zł
<input type="checkbox"/> Firmowa – 3 egzemplarze	3 100 zł

*Uwaga! W okresie wakacyjnym (lipiec-sierpień) ukazują się jeden numer.  
Oferta ważna przez miesiąc od daty wydania niniejszego numeru.*

### ➔ JAK ZAMÓWIĆ?

1. Wpłacić kwotę brutto na konto:

**UWiK Sp. z o.o.**

**ING Bank Śląski SA**

**14 1050 1025 1000 0090 3104 9910**

2. Przesłać mailem wypełniony formularz zamówienia

[prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl](mailto:prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl)

*Realizacja zamówionej prenumeraty rozpocznie się po zidentyfikowaniu płatności na koncie.*

*Wtedy też zostanie wystawiona faktura VAT za prenumeratę.*

*Bez formularza zamówienia identyfikacja płatności może być niemożliwa.*

### ➔ PODPIS ZAMAWIAJĄCEGO

.....  
(miejsce, data)

.....  
(podpis Zamawiającego)

**Miesięcznik Ubezpieczeniowy dostępny w całości wyłącznie dla prenumeratorów**

# Polisy zdrowotne podbijają rynek ubezpieczeniowy

Rynek polis zdrowotnych jest jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi w biznesie ubezpieczeniowym. Jak wynika z danych PIU, prywatne ubezpieczenie zdrowotne ma już co dziesiąty Polak, a tylko w ubiegłym roku wydatki na ten cel wzrosły w naszym kraju o 12% i wyniosły ponad 880 milionów złotych. Ten trend widoczny jest także w wynikach sprzedażowych TU Zdrowie.

Ubezpieczenia zdrowotne cieszą się coraz większym zainteresowaniem Polaków. Dane Polskiej Izby Ubezpieczeń mówią o niemal 11% wzroście liczby ubezpieczonych, którzy sięgnęli po prywatne ubezpieczenie zdrowotne w 2022 roku w jego pierwszych trzech kwartałach. Polisy zdrowotne traktowane są już nie tylko jako uzupełnienie portfela opieki zdrowotnej, ale także jako gwarancja realizacji usług medycznych.

– Wartość rynku prywatnej opieki zdrowotnej w 2022 roku (pomniejszona o wydatki na leki i nieleki), wyniosła blisko 31,5 mld zł. Szacuje się, że do 2027 roku rynek ten zwiększy się o niemal 40%. Dane te napawają optymizmem i jednoznacznie pokazują, jaki potencjał kryje się w tym sektorze. Według prognoz PMR ubezpieczenia zdrowotne będą najszybciej rozwijającym się segmentem rynku w latach 2022–2027. To istotna wiadomość dla wszystkich pośredników, którzy myślą o rozszerzeniu zakresu swojej oferty. W TU Zdrowie bardzo cenimy współpracę z pośrednikami. Zachęcamy wszystkich zainteresowanych do spotkań i rozmów z nami, aby mogli lepiej poznać ten sektor i rozszerzyć portfolio o ubezpieczenia zdrowotne – mówi Bernard Kucharski, zastępca Dyrektora Sprzedaży TU Zdrowie.

## WSPÓŁPRACA Z BROKERAMI I MULTIAGENTAMI

Doskonała współpraca z pośrednikami miała bezpośredni wpływ na osiągnięte w 2022 roku wyniki sprzedażowe TU Zdrowie. Nowa sprzedaż w kanale pośrednim była prawie dwa razy wyższa niż w roku poprzednim.

– Do współpracy z pośrednikami podchodzimy bardzo indywidualnie. Zapraszamy ich na warsztaty, szkolenia i burze mózgów, w trakcie których omawiamy zagadnienia związane z obszarem ubezpieczeń zdrowotnych, dzielimy się wiedzą i doświadczeniem. To ważne, żeby pośrednicy mieli jak największą wiedzę nie tylko na temat warunków ubezpieczenia, ale i korzyści z niego płynących. Zależy nam, aby wiedzieli, jakie rozwiązania warto proponować klientom biorąc pod uwagę specyfikę i budżet poszczególnych firm. Informacje zwrotne, jakie przekazują nam pośrednicy, pomagają nam doskonalić nasze produkty i rozwiązania – dodaje Bernard Kucharski.

## UBEZPIECZENIE ZDROWOTNE JAKO ISTOTNY BENEFIT PRACOWNICZY

W ostatnim czasie widoczny jest wzrost zainteresowania modelem ubezpieczeniowym, podczas gdy model abonamentowy traci na atrakcyjności.

– Pandemia Covid-19 spowodowała, że zarówno pracodawcy, jak i pracownicy, bardziej niż w latach ubiegłych, zaczęli zwracać uwagę



**Teresa Domańska**  
Dyrektor Biura Ubezpieczeń  
Zdrowotnych TU Zdrowie



**Bernard Kucharski**  
zastępca Dyrektora  
Sprzedaży TU Zdrowie

na skuteczny model opieki zdrowotnej. Klienci TU Zdrowie, poza zawirowaniami wywołanymi lockdownem na początku pandemii, przez cały czas mogli realizować swoje potrzeby medyczne, nie wpadając w dług zdrowotny. Gwarantowany dostęp do lekarzy okazał się nie tylko skuteczny, ale bardzo pożądanym przez pracowników – zwłaszcza w modelu, w którym opieka rozszerzona jest na całą rodzinę – mówi Teresa Domańska, Dyrektor Biura Ubezpieczeń Zdrowotnych TU Zdrowie.

## ROZWÓJ OFERTY

W czerwcu 2022 roku uruchomione zostało nowe Contact Center. Dzięki wprowadzeniu nowej infolinii, TU Zdrowie ma pełną kontrolę nad jakością połączeń i świadczonych tą drogą usług. Swoboda kształtowania narzędzia daje możliwość pilotażowego wdrażania i testowania usług, które wejdą w skład – przygotowywanej w Grupie NEUCA – najnowocześniejszej Infolinii Medycznej w Polsce.

– Chcemy, aby docelowo większość spraw związanych z potrzebami zdrowotnymi ubezpieczonych była załatwiana podczas pierwszego kontaktu z infolinią. Oznacza to, że dostęp do pracowników medycznych – lekarzy, pielęgniarek i ratowników, będzie możliwy podczas pierwszej rozmowy z konsultantem. Już teraz działa ścieżka obsługi klienta VIP, gdzie wybranym klientom umożliwiamy skorzystanie z pilotażowych usług. Zebrane doświadczenia przy obsłudze klientów VIP będą w przyszłości wpływały na podnoszenie jakości obsługi wszystkich klientów kontaktujących się poprzez Infolinię Medyczną – mówi Teresa Domańska.

– Pracujemy także nad rozwojem oferty produktowej i ciągłym rozszerzaniem sieci placówek. Obecnie ubezpieczeni w TU Zdrowie korzystają z pięciu różnych Programów Zdrowotnych – „Mój Onkolog”, „Mój Dietetyk”, „Mój Ortopeda”, „Leczenie po Wypadku Drogowym” i „Kontynuacja Leczenia Szpitalnego”. Obok nich opracowujemy i już wkrótce zaoferujemy program „Mój Kardiolog”. Będziemy także wzbogacać naszą ofertę o badania profilaktyczne dla pracowników w miejscu pracy, a działania te będą realizowane przy współpracy z Grupą NEUCA – dodaje Teresa Domańska.

Kolejnym celem TU Zdrowie jest rozwój sieci placówek zarówno własnych, jak i współpracujących. Dzięki synergii z NEUCA TU Zdrowie posiada dostęp do 82 placówek Świat Zdrowia należących do Grupy. Ponadto w ubiegłym roku Grupa NEUCA zakupiła 5 placówek w Trójmieście. W planach jest także budowa i otwarcie placówki własnej w Toruniu. □

# Jak być przywódcą w czasach niedoboru?



**ANDRZEJ ŚMIECH**

Executive Coach, partner zarządzający  
w Śmiech & Partners – Doradztwo Personalne.

Kiedy wydawało się nam, że czas pandemii będzie chwilą wielkiej próby, nadszedł rok 2023, który staje się prawdziwym testem przywództwa w organizacjach.

Po systematycznych redukcjach zatrudnienia oraz wprowadzeniu pracy zdalnej uległ transformacji kontakt pracownik – pracodawca. W jeszcze większym stopniu wzrosła autonomia pracowników, zmieniły się sposoby kierowania pracą w zespołach, budżety kosztowe w najlepszym wypadku są zamrażane ze względu na widmo recesji, a cele i oczekiwania wciąż rosną. Oto krajobraz biznesowy, z jakim przychodzi nam zmierzyć się dzisiaj.

*Przywódcą powinien odnaleźć równowagę pomiędzy adekwatnym reagowaniem na wyzwania rynku oraz budowaniem bezpieczeństwa psychologicznego swoich podwładnych.*

Taka sytuacja buduje poczucie lęku i niepewności, co oczywiście z jednej strony może mobilizować każdego przedsiębiorcę, do adekwatnego przygotowania się na tę ewentualność, z drugiej zaś może prowadzić do zachowań mikro-managementowych podsycanych emocjami. Jeden z moich klientów nazywa to zjawisko „biegunką pilności zarządczej”. To sytuacja, w której manager musi natychmiast, w konkretnym momencie, albo przekazać, albo zdobyć informacje na dany temat, zupełnie tak, jakby od tego zależało czyjeś życie. Zasłyszana historia dotyczyła sytuacji, kiedy w trakcie spotkania, które prowadził mój klient w piątek po południu, jego przełożony słuchając wypowiedzi uczestników tegoż spotkania, wysyłał mu SMS-y z zadaniami do przygotowania na poniedziałek rano. Jednak w poniedziałek okazało się, że część z nich po weekendzie i głębszym przemyśleniu, albo nie ma sensu, albo nie była aż tak istotna i zlecona praca mogła spokojnie poczekać.

## **PILNY NIE OZNACZA NATYCHMIASTOWY**

Tego typu zachowania liderów nie tylko wprowadzają niepożądaną nerwowość w już i tak niepewnych czasach, lecz również sprawiają, że pracownicy funkcjonują w stanie wysokiego pobudzenia emocjonalnego, co ma bezpośrednie przełożenie na niższy poziom koncentracji, szybsze zmęczenie oraz spadek efektywności osobistej. Ponadto stres i problemy ze zdrowiem psychicznym gwałtownie wzrosły od czasu pandemii. Szef Światowej Organizacji Zdrowia w trakcie swojego wystąpienia na Światowym Forum Ekonomicznym w Davos przedstawił dane o wzroście przypadków depresji i lęku o ponad 25% w okresie postpandemicznym. Dlatego teraz, bardziej niż kiedykolwiek wcześniej w naszej historii zawodowej stało się istotne, by przywódca potrafił odnaleźć równowagę pomiędzy adekwatnym reagowaniem na wyzwania rynku oraz budowaniem bezpieczeństwa psychologicznego swoich podwładnych. Wymaga to wysokiego poziomu samoświadomości emocjonalnej i organizacyjnej oraz adekwatnego poziomu samokontroli.

Kompetencje te pozwalają skanować tak siebie, jak i otoczenie zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji oraz świadomie podejmować decyzje, co do inicjowanych działań, aby na skali przesuwać się z poziomu wysokiej reaktywności w kierunku wysokiej responsywności. Dlatego zamiast skraćć tzw. *deadline'y* i podkreślać tempo pracy, może warto poddać rozważce, w jakim stanie funkcjonują członkowie zespołu i czy ta jedna, dodatkowa aktywność nie będzie potoczną „kropką nad i”, która spowoduje, że pracownik podejmie decyzję o odejściu. Będzie to trudne szczególnie w momencie, kiedy jest najbardziej potrzebny, a znalezienie i wdrożenie nowej osoby do zespołu wiąże się dzisiaj często z wyższymi kosztami oraz niezbędnym czasem, którego nie sposób skrócić.

Patrząc z tej perspektywy, żeby coś zrobić szybciej, warto najpierw zwolnić i zastanowić się nad wszystkimi implikacjami swoich decyzji. Dopiero mając pełny obraz i świadomość bezpośrednich i pośrednich konsekwencji, zadać sobie pytanie, czy właśnie w tej chwili muszę wysłać SMS-a lub maila, realizując swój impuls emocjonalny, czy może lepiej poczekać, by zrealizować cel, wykorzystując optymalnie zasoby.



### RACJE CZY RELACJE

Jest takie powiedzenie, że w życiu masz albo racje, albo relacje – wybór należy do ciebie. W czasach próby, to nie zadowoleni, ale lojalni pracownicy czy klienci budują stabilizację organizacji. Jedni od strony jej wnętrza, a drudzy od strony przychodu. Potrafią oni zrozumieć przejściowe trudności i przetrzymać tymczasowe turbulencje ze względu na zbudowane przez lata relacje. Niestety nierzadko, w sytuacjach braku wystarczających zasobów szefom zdarza się nie zwracać wystarczającej uwagi na adekwatną komunikację do obu tych grup. Zamiast poświęcić czas, aby wyjaśnić argumenty stojące za niektórymi decyzjami ograniczają się oni do dyrektywnego sposobu przekazywania informacji. Skutkuje to często zdystansowaniem do osoby lidera, czy też do firmy, od której klienci kupują, a budowane więzi rozluźniają się. Dzieje się tak między innymi dlatego, że mocno angażując się w pracę, ale też nierzadko poświęcając swój prywatny czas, pracownicy oczekują nie przedmiotowego, ale podmiotowego traktowania. Chcą nadal być osobami, a nie zasobami w organizacji. Jeżeli to się zmienia, przestają mieć skrupuły wobec osoby szefa i rozpoczynają poszukiwania atrakcyjnych alternatyw. Podobnie jest z klientami, którzy kupując przez lata przywiązali się do firmy i oczekują od obsługi czegoś więcej niż tylko lakonicznych informacji o wprowadzanych zmianach.

### *Kryzys jest prawdziwym testem dla organizacji, zespołów i przywództwa.*

#### STABILIZACJA W NIESTABILNYCH CZASACH

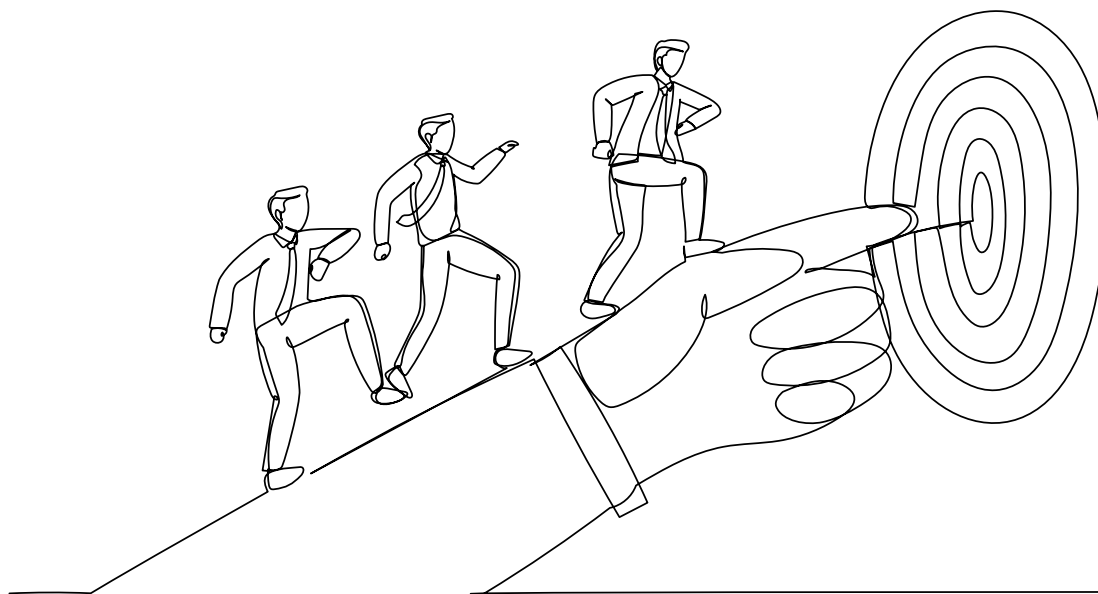
Kluczowym zadaniem lidera w niepewnych czasach jest budowanie poczucia stabilizacji, ale nie tego związanego z otoczeniem zewnętrznym, lecz wewnętrznym organizacji. Lidera,

który jest jak kapitan statku podczas sztormu. Spokojny, uważny i precyzyjny zarówno w swoich decyzjach, jak i zachowaniu, któremu załoga ufa i wie, że nie przez takie turbulencje był w stanie ich przeprowadzić. Szefa, który zamiast izolować się w swoim gabinecie na godziny jest obecny w zespole, angażując go do dzielenia się swoimi spostrzeżeniami i opiniami na

### *Żeby coś zrobić szybciej, warto najpierw zwolnić i zastanowić się nad wszystkimi implikacjami swoich decyzji.*

temat dynamicznie zmieniającego się otoczenia oraz wypracowując wspólnie rozwiązania pozwalające organizacji wykorzystać możliwości, jakie przynosi nadchodzący rok. Takie podejście pozwoli na wzmocnienie osobistego przywództwa oraz jeszcze lepsze scalenie zespołu. Pokaże współpracownikom, że mają wpływ na kierunek, w którym zmierza firma. Dzięki temu wzrosnie nie tylko ich zaangażowanie, lecz także poczucie współodpowiedzialności za generowane rezultaty oraz przywiązanie do lidera, za którym chcą podążać.

Warto pamiętać, że kryzys albo scala, albo rozwala. Słowo kryzys pochodzi z greki i oznacza „rozstrzygać”, „rozdzielać”, „decydować”. Zatem kryzys odcina nas od tego, co było i pcha nas w kierunku tego, co będzie. Odziera z iluzji i sprawia, że musimy stawić czoła rzeczywistości. Jest prawdziwym testem dla organizacji, zespołów i przywództwa. To właśnie od postawy lidera zależy w dużej mierze rezultat, z jakim organizacja z niego wyjdzie, a wiele czynników wskazuje na to, że rok 2023 szykuje dla nas kolejny sprawdzian. ▣



## Zaufanie i dobre relacje



**Dominik Berski**  
Kępno

Pracę zaczynałem w strukturach Poczty Polskiej w 2004 r. Na początku byłem listonoszem, ale w krótkim czasie zostałem oddelegowany do sprzedaży produktów ubezpieczeniowych przy tzw. ladach. W 2005 r. osiągnąłem przypis składki na poziomie 1 mln zł, współpracując wówczas tylko z jednym ubezpieczycielem: MTU. Zostałem wyróżniony jako główny przedstawiciel. Osoby, które w strukturach Poczty Polskiej osiągały dobre wyniki w sprzedaży, mogły należeć do elitarnego Klubu Lidera stworzonego przez firmę. Spotykaliśmy się 4 razy w roku. Braliśmy udział w prezentacjach, dzięki czemu mogliśmy podzielić się doświadczeniami. Zbudowałem w tym czasie portfel na poziomie 400–500 klientów. Zdobyłem ich zaufanie i wypracowałem bardzo dobre relacje, co skłoniło mnie, by rozpocząć własną działalność. Dołączyłem do Polisy Expert. Jej założycielami byli moi byli współpracownicy z Poczty Polskiej. Od tego czasu Polisa Expert bardzo się rozwinęła, ale do dzisiaj w strukturach naszej firmy pracują osoby, które zaczynały pracę na poczcie. Doskonale się czują w naszym środowisku oraz w zgranym zespole, który tworzymy.

Doświadczenia oraz wiedzę, które nam pomagają na co dzień w relacjach z klientami, wynosimy nie tylko ze szkoleń. Korzystamy również z zamkniętych grup w portalach społecznościowych, gdzie wymieniamy swoje spostrzeżenia, polecamy sobie konkretne produkty, ubezpieczycieli, wskazujemy na jakieś niebezpieczeństwa, które mogą się zdarzyć. Na forach można pozyskać dodatkową wiedzę, której nie udaje nam się pozyskać podczas weekendowych szkoleń. Praca przynosi nam czasem nieoczekiwane sytuacje, ale dzięki błyskawicznemu przepływowi informacji na forach, jesteśmy w stanie im sprostać. Zagadnienia te dotyczą głównie sytuacji niestandardowych w zakresie likwidacji szkód. Jako agenci mamy do siebie zaufanie. Zaufanie i relacje ważne są nie tylko w pracy z klientem, ale także w zespole współpracowników czy wśród społeczności agentów.

Dzisiaj wiedza i potrzeby, które posiadają klienci, są coraz większe. Jednak większa świadomość oznacza również większe wymagania, a czasem także większą roszczeniowość. Wraz z wiedzą rosną oczekiwania klientów w stosunku do ubezpieczycieli czy pośredników. □



Partner Ultra  
ubezpieczenia

## Bezpośredni kontakt i realna pomoc



**Agnieszka Bielińska**  
Zalewo



Przewagą agenta nad porównywarką jest możliwość bezpośredniego kontaktu z klientem. I to, co jest najważniejsze – realna pomoc w trudnych, życiowych sytuacjach. Porównywarek jest dużo, ale to dzięki agentom ubezpieczenia nie są bezduszne. Dzięki zaufaniu, jakim darzą mnie klienci, mogę im pomóc w wielu okolicznościach. Klient może zawrzeć ubezpieczenie przez internet, ale na pewno nie może tam zadać tylu pytań, a tym bardziej uzyskać na nie odpowiedzi. Możliwość fachowego doradztwa, uzyskania informacji dotyczących wszystkich zagadnień, a potem w razie szkody realną pomoc, klient ma tylko u agenta.

W zawodzie pracuję od 2010 r., a zdecydowałam o tym przypadku. W pewnym momencie spotkałam na swojej drodze osobę, która zainteresowała mnie ubezpieczeniami. Odbylałam kilka spotkań, później szkoleń i rozpoczęłam pracę jako agent ubezpieczeniowy. W 2017 r. zdecydowałam się na współpracę z multiagencją Ultra Ubezpieczenia.

Miejscowość, w której pracuję, Zalewo, to małe miasto. Niektórzy ludzie nie mają tutaj dużej świadomości potrzeb ubezpieczeniowych. Wielu mieszkańców na terenie miasta i gminy nie ma nawet dostępu do internetu, bo nie może lub nie chce go mieć z różnych powodów. Dlatego tak ważna jest edukacja. Trzeba uświadamiać ludziom, że

wystarczy jeden dzień i można stracić kilkaset tys. zł, a nawet dorobek życia, np. w wyniku huraganu czy deszczu nawalnego. Spora grupa moich klientów to rolnicy, właściciele dużych i małych gospodarstw rolnych. Mają oni zwykle większą świadomość zagrożeń. Ubezpieczają gospodarstwa, uprawy, maszyny, a w razie szkody otrzymują odszkodowanie, które pomaga im zminimalizować straty. Niektórych klientów nadal trzeba edukować, i to jest moja rola. Uważam, że to największa przewaga agenta nad porównywarką internetową. To tu, w biurze, klient często zdaje sobie sprawę, jakie ma potrzeby ubezpieczeniowe, a ja jestem po to, aby mu pomóc. Uświadamiam klientom, że im ludzie są mniej zamożni, tym bardziej powinni dbać o to, żeby się zabezpieczyć na wypadek nieprzewidzianych okoliczności.

Żeby w większym stopniu docierać do klientów, prowadzę konto na Facebooku. Udostępniam tam informacje i ciekawostki nt. ubezpieczeń. Chcę, żeby odbiorcy wiedzieli, jakie sytuacje mogą ich w życiu spotkać. Na jakie ryzyka są narażeni. Wsparcie w zakresie promocji na Facebooku otrzymujemy też z multiagencji Ultra Ubezpieczenia. Wyznaczona osoba do współpracy wspiera nas w przygotowywaniu treści. □

# Rynek się zmienia, my też się zmieniamy

Rynek się zmienia, ale nadal rola pośrednika pozostaje niezwykle ważna. Przed nami wiele wyzwań. Jednym z najbardziej istotnych jest budowanie zaufania między ubezpieczycielami i agentami. Tylko w ten sposób możemy wspólnie wpłynąć na poprawę doświadczeń klienta.

UNIQA większość działań związanych z integracją ma już za sobą. Cały poprzedni rok przygotowaliśmy się, żeby mocniej zaistnieć na rynku nie tylko w oparciu o rozwiązania, które miały upraszczać czy porządkować naszą sytuację związaną z fuzją, ale przede wszystkim o zupełnie nowe pomysły z potencjałem na dalszy dynamiczny rozwój naszego biznesu wspólnie z partnerami. Pomimo trudnego roku mamy pozytywną dynamikę w biznesie we współpracy z multiagentami. Szczególnie dynamicznie rozwijaliśmy się w ryzykach pozakomunikacyjnych, zarówno majątkowych, jak i w ubezpieczeniach na życie. W tych obszarach wzrosty są co najmniej dwucyfrowe. O wzrosty w ubezpieczeniach komunikacyjnych było trudniej, szczególnie że nie byliśmy nastawieni na zdobywanie udziału w rynku kosztem rentowności.



**ADAM MOCZYDŁOWSKI**  
dyrektor zarządzający Pionu Sprzedaży  
– Sieć Franczyzowa i Sieci Partnerskie, UNIQA

ubezpieczeniowego może nie jest to jeszcze tak bardzo odczuwalne, bo oferta nadal jest szeroka. Węższa niż kilka lat temu, ale jeszcze wciąż szeroka. Obserwujemy też konsolidację na rynku pośrednictwa. Na razie jest ona powolna i chyba nie widać symptomów, które miałyby zwiastować przyspieszenie w tym obszarze. Dlatego dużo bardziej istotnym tematem, co jest powiązane z konsolidacją, będzie sukcesja biznesów, które są z powodzeniem rozwijane na naszym rynku od 20 czy 30 lat. Obecni właściciele, albo z racji wieku, albo szukania nowych możliwości, będą musieli podjąć decyzję, co dalej. Sukcesja może w jakimś stopniu stymulować konsolidację rynku. Jednak nie będzie to proces szybki, tylko rozłożony w czasie.

## MUSI BYĆ DROŻEJ

Jesteśmy – jako UNIQA – w takim momencie rozwoju, że mamy zdecydowanie większe apetyty i ambicje na rok 2023, który – jak zakładamy – może być równie trudny jak rok ubiegły. Mam nadzieję, że nie będzie tak nieprzewidywalny geopolitycznie jak 2022, ale na pewno będzie dalej bardzo wymagający z perspektywy ekonomii. Sygnały płynące zarówno od ubezpieczycieli, jak i od pośredników wskazują, że musi być drożej. Teoretycznie może to cieszyć, choć klienci zapewne nie będą okazywali radości, widząc rosnące składki. Mam tylko nadzieję, że zmiany będą następowały bardziej ewolucyjnie niż rewolucyjnie, i że nie doznamy terapii szokowej jak w 2016 r.

Na pewno nie zmieniają się trendy konsolidacyjne na rynku. Już od pewnego czasu liczba ubezpieczycieli działających na polskim rynku systematycznie spada. W przypadku klienta indywidualnego, ale także agenta

## ZAPRASZAMY NOWYCH PARTNERÓW

Zależy nam, by nasi partnerzy postrzegali UNIQA jako ubezpieczyciela wszechstronnego, kompleksowego, z ofertą produktową dla wszystkich klientów. To jest nasza mocna strona. Dlatego intensywnie pracujemy, aby dostępność naszej oferty, np. z segmentu ubezpieczeń korporacyjnych, była jeszcze szersza. W tym roku będziemy wdrażać rozwiązania, które otworzą możliwość współpracy pośrednikom, którzy do tej pory aktywnie z nami nie współpracowali w tym zakresie.

W obszarze klienta indywidualnego również bardzo mocno otwieramy się na rozwój współpracy z nowymi pośrednikami, np. w ramach programu Rośnij z UNIQA, do którego od zeszłego roku zapraszamy wybranych agentów, którzy do tej pory nie współpracowali z nami.

W programie agencji mogą, w bezpiecznych warunkach, z odpowiednimi narzędziami wspierającymi sprzedaż i działania posprzedażowe, rozpocząć z nami współpracę.



Mogą nas przetestować, a potem się rozwijać. Efekt jest taki, że co najmniej 80% partnerów, którzy przystępują do programu, zostaje z nami i dynamicznie się rozwija. To nas cieszy. W tym roku program Rośnij z UNIQA wzmacniamy i rozszerzamy, zapraszamy kolejnych partnerów do współpracy. Program swoim zakresem obejmuje zarówno współpracę w obszarze ubezpieczeń majątkowych, jak i ubezpieczeń na życie.

### WPROWADZAMY NOWE ROZWIĄZANIA

W ramach przyjętej strategii, i to jest nasz absolutny priorytet, chcemy być dla naszych partnerów w gronie trzech preferowanych ubezpieczycieli. Żeby to osiągnąć musimy spełnić co najmniej kilka warunków. Pierwszy istotny element to wsparcie lokalnych menedżerów. Drugi element to odpowiednie wsparcie posprzedażowe, w tym procesy obsługowe klienta, jak np. infolinia. Trzeci obszar to dobry portal, w którym możemy zarówno biznes generować, jak i go później efektywnie obsługiwać. Nad tymi trzema elementami mocno pracujemy. Dokonujemy przede wszystkim radykalnej przebudowy naszego modelu wsparcia w rozumieniu infolinii. W tym zakresie planujemy zupełnie nowe rozwiązanie, o którym już niedługo będę mógł powiedzieć więcej. Na ten moment zarysuję tylko kierunek zmian – chcemy partnerom, którzy z nami aktywnie współpracują, zaoferować wsparcie na niestandardowo wysokim poziomie. Z kolei dla pośredników, którzy nie generują dużego biznesu, chcemy zaoferować typowe wsparcie na poziomie, nazwijmy to, rynkowym.

Inny duży projekt, gdzie konkretne rozwiązania będziemy wdrażać etapami, to zupełnie nowy portal sprzedażowy dla naszych pośredników. Od razu pragnę zaznaczyć, że nie będziemy się skupiać na upiększaniu czy ulepszaniu ścieżek sprzedażowych, bo one są wystarczająco dobre. W pierwszej kolejności chcemy zaadresować procesy obsługowe, posprzedażowe, które powodują większą satysfakcję agenta we współpracy z nami i przyspieszają obsługę klienta. Mamy w tym wspólny interes, wspólny cel i jest to dla nas priorytet. Słuchamy agentów i odpowiadamy na ich potrzeby. Agenci oczekują większej swobody, żeby klientów obsługiwać w pełni samodzielnie i ograniczyć konieczność kontaktu z naszym wsparciem.

### PRACUJEMY NAD ZAUFANIEM

Zmienia się klient i jego potrzeby. Po pandemii w dużej mierze przenieśliśmy się w świat online. To nie znaczy, że klienci kupują wyłącznie w internecie. Klient chce sprawdzić ofertę online, ale często kupić już offline, czyli u pośrednika. Jednak niekoniecznie chce go fizycznie odwiedzić i oczekuje obsługi zdalnej, na odległość. To jest przykład, że my, jako rynek, powinniśmy za tymi potrzebami wciąż podążać i nadążać. Powinniśmy patrzeć całościowo na doświadczenia klienta w jego podróży również w kontekście rozwiązań omnikanalowych.

Niestety, chociaż jako ubezpieczyciele i pośrednicy działamy na jednym rynku i wspólnie tworzymy i wpływamy na doświadczenia klienta, wciąż mamy ograniczone zaufanie do siebie. Współpraca w ramach kreowania doświadczeń

klienta jest niezwykle istotna. Jednak, żeby ze sobą współpracować w tym obszarze, musimy mieć do siebie zaufanie. Podam dwa przykłady, które pokazują, że dzięki zaufaniu moglibyśmy osiągnąć więcej korzyści dla klienta. Pierwszy to kwestia sum ubezpieczenia. Dzisiaj widać, że powinniśmy robić znacznie więcej, żeby zareagować na zbyt niskie sumy ubezpieczenia. Bez wahania można orzec, że większość klientów z ubezpieczeniami majątkowymi ma zbyt niskie sumy ubezpieczenia, które nie nadążają za wzrostem kosztów odtworzeniowych. W tym obszarze za mało wspólnie robimy, a przecież moglibyśmy wykorzystać potencjał technologiczny ubezpieczycieli. Teoretycznie moglibyśmy w sposób zautomatyzowany wyręczyć agenta w tej kwestii, co pozwoliłoby naszym partnerom ograniczyć koszty operacyjne, a finalnie zapewnić klientom większe bezpieczeństwo i satysfakcję, szczególnie w przypadku szkody. Ale do tego potrzebne są dane klienta. I tu przechodzimy do drugiego przykładu. Założmy, że mamy na danym terenie nagle zdarzenie pogodowe, jak np. grad, wicher czy powódź. Jako ubezpieczyciel, zamiast czekać na zgłoszenia, możemy proaktywnie odzywać się do swoich potencjalnie poszkodowanych klientów. Zapytać, czy wszystko w porządku, a w przypadku szkody zareagować szybko, choćby poprzez zaoferowanie kwoty zapornej i wesprzeć klienta doraźnie. Wiemy, że w przypadku nagłego zdarzenia klient zawsze jest w szoku, niekoniecznie myśli o zgłoszeniu szkody. Możemy zadzwonić tylko do tych klientów, do których mamy numery telefonów. Nie do wszystkich mamy.

Niestety, od lat panuje na rynku mocne przeświadczenie, że jeżeli tylko ubezpieczyciel będzie posiadał dane kontaktowe klienta, to na pewno będzie chciał ich użyć w innych, niż wspomniane celach i potencjalnie działać na szkodę agenta. Nic bardziej mylnego. Przez cały okres mojej kariery zawodowej jeszcze nie spotkałem się z taką sytuacją, żeby zakład ubezpieczeń w niewłaściwy sposób zachował się w stosunku do agenta, bazując na danych klienta. Dlatego zależy mi i od pewnego czasu mocno nad tym pracuję, by wzmocnić zaufanie między ubezpieczycielem i agentem, bo nie ma powodów, żeby sobie nie ufać. A w ramach większego zaufania jesteśmy w stanie wspólnie istotnie poprawić doświadczenia naszych klientów. Jeżeli chcemy iść dalej jako rynek, to element zaufania musimy wzmacniać.

### WIERZYMY W AGENTÓW

Potrzeby klienta niewątpliwie się zmieniły. Jest wymagający, potrzebuje wyboru, czyli porównania ofert i profesjonalnego doradztwa w zakresie odpowiedniego ubezpieczenia. Mimo że rynek i oczekiwania klienta zmieniają się, to rola i znaczenie pośredników nie ulegną zmianie w najbliższym czasie. Rola pośrednika jako partnera, zarówno dla zakładów ubezpieczeń, jak i dla klientów pozostanie niezwykle istotna. Jednoczesna duża digitalizacja procesów sprzedażowych i obsługowych pozwala nam poprawiać doświadczenia klienta. Klienci oczekują bardziej aktywnego podejścia zarówno ze strony zakładów ubezpieczeń, jak i pośredników. Liczą na profesjonalną, szybszą i zdalną obsługę. Te potrzeby będą dalej wzmacniały profesjonalizację pośrednictwa oraz cyfryzację procesów. □

## Gra w otwarte karty



**Michał Bok**  
Zabrze



Moja przygoda z ubezpieczeniami zaczęła się w 2009 r. Najpierw krótko pracowałem na infolinii jednego z zakładów ubezpieczeń. Później byłem menedżerem. Jako agent pracuję ok. 7 lat. W zawodzie agenta najważniejsze są uczciwość i transparentność. Przede wszystkim mówimy i gramy w otwarte karty z klientem. Nie ubarwiamy rzeczywistości. Będąc menedżerem zakładu ubezpieczeń, poznałem trochę multiagencji krajowych. Unilink niezupełnie był moim pierwszym wyborem, ponieważ wcześniej pracowałem z multiagencją przejętą przez Unilink. Tym, co mnie ucieszyło, był fakt pozostawienia na stanowisku dotychczasowego kierownika regionu. Dla mnie to przejście nic nie zmieniło na poziomie pierwszego kontaktu z multiagencją.

Obecnie Unilink ma zaawansowane narzędzia sprzedażowe, CRM, narzędzie do generowania APK – wszystko to niesamowicie ułatwia pracę i jest pomocne w wykonywaniu codziennych obowiązków. Jest to duża firma, biorąc pod uwagę strukturę i poziom zaawansowania pracowników, ale nie odczuwam, że bym się dostał w tryby korporacji.

Obsługujemy klientów kompleksowo. Najwięcej sprzedajemy ubezpieczeń komunikacyjnych, ale jeśli ktoś chce się z nami związać na dłużej, a takich klientów jest sporo,

zabezpieczamy również jego majątek, mieszkania, domy, życie. Zdarza się, że klienci chcą zrezygnować z dodatków, które wydają im się niepotrzebne. W takiej sytuacji w trakcie rozmowy staram się wytłumaczyć klientowi, co traci i czym ryzykuje. Na pewno wzrosła świadomość ubezpieczeniowa klientów, w czym paradoksalnie pomogły nam zarówno pandemia, jak i obecna sytuacja na rynku polskim i międzynarodowym, m.in. wojna, trudność w dostępności towarów. Ludzie czują zagrożenie, więc potrzebują zabezpieczenia na wypadek, gdyby im się coś stało.

W Olimpiadzie Wiedzy Ubezpieczeniowej, zorganizowanej przez Unilinka postanowiłem wziąć udział ze względu na męską chęć rywalizacji i przy okazji chęć sprawdzenia swojej wiedzy. Porównania jej z wiedzą pozostałych uczestników. Gdy się dowiedziałem, że wygrałem, byłem zaskoczony, bo rywalizacja była na bardzo wysokim poziomie, a poziom finałowej 10-tki był bardzo wyrównany. Na pewno jest to duża satysfakcja i olbrzymia radość. Ale uważam, że na sukces składa się zawsze w 80% wiedza, w 20% szczęście. Wszystko zależy od tego, na jakie tematy trafimy. Każdy ma tematy, w których czuje się bardzo dobrze i takie, które mniej lubi. Mnie się udało! □

## Zaufanie do nas i do ubezpieczycieli



**Wioletta Bukowska**  
Iława

Aby dobrze obsłużyć klienta, bardzo ważne jest zaangażowanie. Pracę z każdym klientem rozpoczynam od analizy potrzeb (APK). Ważnym aspektem tej analizy jest ustalenie z klientem jego oczekiwań. Czasami trzeba zadać bardzo szczegółowe pytania, na podstawie których dobieram odpowiedni produkt ubezpieczeniowy. Praca agenta ubezpieczeniowego w dużej mierze koncentruje się na słuchaniu. To jedyna droga, by poznać prawdziwe potrzeby rozmówcy. Umiejętności słuchania można się nauczyć, jednak bardzo ważne są naturalne predyspozycje i chęć poznania drugiego człowieka. Otwartość na rozmówcę wyczuwana jest podczas spotkania. Pozwala na budowanie indywidualnej więzi z klientem. Istotna jest również komunikatywność. Zawód agenta oparty jest również na kontakcie z ludźmi, umiejętności komunikacji, dotarciu do klienta poprzez zadawanie pytań i wyciągnięcie właściwych wniosków. Z kolei, żeby dobrze klienta zrozumieć, potrzebna jest empatia. Dzięki niej mamy szansę wczuć się w sytuację klienta. Agent, który stawia się w roli słuchającego partnera, ma dużo większe szanse na właściwe rozpoznanie potrzeb klienta. Zdarzają się sytuacje, kiedy klient nie tylko chce kupić od nas polisę, ale ma potrzebę rozmowy. Klient otwiera się przy nas, opowiada, co było dla niego problemem, np. że zgłaszał szkodę i nie był zadowolony

z likwidacji. W takiej sytuacji staram się pokazać, że jego problem jest dla mnie ważny. Próbujemy wspólnie wyjaśnić, gdzie został popełniony błąd. W naszym zawodzie trzeba być cierpliwym i wyrozumiałym. Np. kiedyś przyszedł do mnie klient, który zażądał zmiany ubezpieczyciela, ponieważ nie dostał odszkodowania. Poprosiłam o dokumenty sprawy, by sprawdzić, co było przyczyną odmowy. Okazało się, że klient nie załączył jednego z wymaganych dokumentów. Dosłaliśmy brakujący dokument i sprawa zakończyła się wypłatą odszkodowania. Możliwość konsultacji w nagłych, trudnych sytuacjach daje klientowi poczucie bezpieczeństwa. Zatem nawiązując relacje z klientem, warto zadbać o jego komfort. Możemy to uczynić w łatwy sposób: odbierając telefony, odpisując na maile, tak by nie czekał w nieskończoność. Jako agenci musimy dbać, by klient nie stracił zaufania do nas, ale i do ubezpieczyciela. Zaufanie do firm ubezpieczeniowych buduje agent. Jeśli agent jest wiarygodny, to i firma ubezpieczeniowa będzie dobrze postrzegana. Ważne, żeby stale informować klienta o możliwych zagrożeniach i przypominać mu o ubezpieczeniach z innych obszarów. Podczas każdej rozmowy z klientem wracam do analizy potrzeb, by wiedzieć, czy i ewentualnie jak zmieniły się jego potrzeby lub cele. □

## Zbudować dobre relacje



**Paweł Cąkała**  
Białobrzegi

**N**ajistotniejsze w zawodzie agenta jest, żeby to klient sobie wybrał ofertę dla siebie. Nigdy nie naciskam na zakup oferty tego ubezpieczenia, którego akurat mi brakuje do realizacji danego kontraktu czy planu. Moją rolą – jako doradcy – jest przedstawić wszystkie oferty, a to klient zdecyduje, co jest dla niego najlepsze.

O wyborze przeze mnie zawodu agenta zdecydowała dość prozaiczna przyczyna. Nie chciałem całego życia spędzić w korporacji, w której wówczas pracowałem. Chciałem sam decydować o tym, co będę robił, kiedy, jak często czy jak dużo. Ważne było dla mnie, żeby nie mieć przysłowowego szefa, a w zamian móc samemu decydować o tym, jak wygląda mój harmonogram dnia.

Jako agent pracuję od sześciu lat. Przez pierwsze 4,5 roku byłem agentem wyłącznym PZU, a od 1,5 roku jestem multiagentem, ale nie zdecydowałem się na współpracę z żadną multiagencją. Sam zawierałem umowy z poszczególnymi ubezpieczycielami. Wcześniejsza praca w PZU

pozwoiliła mi zbudować na tyle dobre relacje, że wielu moich dotychczasowych klientów zdecydowało się na zakup polis w innych zakładach ubezpieczeń. Największym plusem pracy jako multiagent okazała się możliwość przedstawienia klientom ofert więcej niż jednego ubezpieczyciela. Wcześniej mogłem zaproponować wyłącznie jedną ofertę, która dla części osób była zbyt droga, dla innych niedopasowana do ich potrzeb. Sprzedaż multi otworzyła nowe możliwości. Od czasu pandemii o wyborze oferty przez klienta decydują nie tylko cena oraz zakres, ale również możliwość wygodnego zawarcia polisy drogą zdalną. Z moich doświadczeń wynika, że klienci zaczęli zauważać, że pozostali ubezpieczyciele nie ustępują zakresowo PZU, a cenowo już tak, dlatego często wybierają inne oferty – w ich ocenie najlepszą dla siebie. A dla mnie to dobro klienta jest najważniejsze, ponieważ zadowoleni klienci czy znajomi, to najlepsze źródło pozyskiwania kolejnych potencjalnych klientów. □



## Najważniejszy jest klient



**Piotr Cichoń**  
Warszawa



Aby z klientem dobrze współpracować, czyli zaoferować mu profesjonalną usługę, mamy różnego rodzaju narzędzia. Np. dobrze skonstruowany system CRM (Zurmo), który pozwala nam sprawnie obsłużyć klienta. System sam przypomina o kończących się polisach czy innych ważnych tematach. Od kilku lat jest obowiązek przeprowadzania analizy potrzeb, ale ta analiza była zawsze, tylko odbywała się przez telefon. Ustalaliśmy z klientem, jakie ma potrzeby, a teraz to jest sformalizowane. Phinance wprowadziło system, który umożliwia przeprowadzenie tej analizy dosłownie w minutę, żeby było to proste dla klienta oraz oszczędzało mój czas. Najważniejszy jest klient i usługa, która do niego dociera. Bez narzędzi nie byłoby to możliwe. Kolejnym ważnym aspektem zawodu agenta są partnerzy, z którymi współpracujemy. W Phinance mocno selekcjonujemy partnerów, głównie ubezpieczycieli, po to, żeby usługa była rzeczywiście na najwyższym poziomie. By produkty, które oferujemy klientom, były wyselekcjonowane, a to, co zaproponujemy, mogło działać. I wracając do pkt 1., najważniejszy jest klient, ważne, by klient miał usługę nie tylko dzisiaj, ale też jutro, za rok i za 30 lat. W Phinance stawiamy na długofalową pracę z klientem.

Pracuję w branży 14 lat, i klientów, których pozyskałem 14 lat temu, do dzisiaj obsługuję. W bazie Zurmo prowadzę notatki, dzięki temu wiem, kiedy się z kim skontaktować i w jakiej sprawie.

W Phinance również mocno cenimy obsługę klienta całościowo. Ja np. pracuję w dziale ubezpieczeń majątkowych, ale to nie znaczy, że mój klient dostanie tylko taką pomoc. W firmie dzielimy się kompetencjami. Obsługuję wszystkich klientów w ramach swojej specjalizacji, ubezpieczeń majątkowych, również tych pozyskanych przez innych. Takie podejście pozwala nam specjalizować w danej dziedzinie, a klient dostaje kompleksową usługę.

Czynniki takie jak pandemia, wojna, wysoka inflacja odbijają się na decyzjach klientów. Całe moje dorosłe życie nie kojarzę tak wysokiej inflacji. Nie było również wojny tak blisko nas. To wszystko spowodowało, że dużo więcej pytań pojawia się w dziale ubezpieczeń na życie. Wzrost świadomości jest widoczny również w działach inwestycyjnych. Klienci są bardziej świadomi nie tylko ze względu na ostatnie wydarzenia, ale chociażby na sytuację w ZUS. Większość ludzi rozumie, że muszą samodzielnie zabezpieczyć swoją przyszłość. □



## Agentem może być każdy, ale...



**Barbara Ćwik**  
Kruszyn (Bolestawiec)



Najważniejsze w pracy agenta są 4 elementy. Pierwszym jest budowanie relacji z klientem. Gdy nie będziemy potrafili jej zbudować, klient wcześniej czy później odejdzie do innego agenta. Drugim ważnym elementem współpracy jest uczciwość wobec klienta. Wychodzę z założenia, że jeśli klienta oszukam, np. oferując mu niższą składkę, a przez to ograniczę zakres ubezpieczenia, o czym klienta nie poinformuję, to w momencie szkody będzie on niezadowolony. Ważna jest też kompleksowa obsługa klienta. Oferowanie tylko jednego rodzaju ubezpieczeń, np. majątkowych, ogranicza nasze możliwości. Klient, chcąc zabezpieczyć się kompleksowo, pójdzie do innych agentów, co może w przyszłości spowodować przejęcie tego klienta. Czwartym ważnym wg mnie aspektem jest doradztwo. Nie mówię tu o ubezpieczeniu OC ppm, które jest obowiązkowe, ale np. o ubezpieczeniach życiowych bądź mieszkań. Doradztwo pozwala dobrać ochronę do rzeczywistych potrzeb klienta. Myślę, że te 4 elementy są najważniejsze we współpracy z klientem i jednocześnie gwarantują udaną współpracę. Jak wiadomo, każdy klient ma inne potrzeby, więc rozmowę z klientem rozpoczynam

od przeprowadzenia analizy i oceny jego realnych potrzeb. Agent powinien lubić ludzi i lubić rozmawiać z ludźmi. To podstawa przy zawieraniu umowy ubezpieczenia. Żeby dobrać odpowiednie ubezpieczenia dla każdego klienta, trzeba uzyskać od niego odpowiednie informacje. Największą przyjemność sprawia mi zadowolenie moich klientów. To motywuje mnie do dalszej pracy. Agentem może być każdy, pod warunkiem, że będzie lubił to, co robi. Najważniejszą rzeczą w pracy agenta jest praktyka. Ponieważ to w praktyce najwięcej się uczymy. Klienci trafiają do mnie z różnymi problemami, nie zawsze potrafię od razu odpowiedzieć czy znaleźć odpowiednie rozwiązanie, ale trzeba chcieć poszukać odpowiedzi i wrócić do klienta z informacją. Wtedy najwięcej się uczę, a klient dostaje odpowiednią ochronę.

Decyzję o wyborze zawodu agenta spowodowała chęć powrotu do pracy po urlopie macierzyńskim. Zaczęłam od ubezpieczania siebie i swojej rodziny, aby sprawdzić, czy taka praca mi się spodoba. Później odbyłam potrzebne szkolenia i zaczęłam pracę jako agent ubezpieczeniowy. □

# Własny biznes pod szyldem PZU

## PZU zachęca do współpracy franczyzowej

*Ubezpieczyciel informuje, że każdy, kto myśli o własnym biznesie i szuka stabilnego partnera w niepewnych czasach, może rozważyć prowadzenie agencji ubezpieczeniowej. PZU pomaga zostać profesjonalnym agentem. To nic trudnego, firma gwarantuje mocne wsparcie także tym, którzy nie mają doświadczenia w ubezpieczeniach. Można więc prowadzić swój biznes, być sobie szefem przy jednoczesnym wsparciu silnej i znanej marki.*

Przy ciągle zmieniającym się rynku ubezpieczeniowym, PZU chce jeszcze skuteczniej docierać do klientów w całym kraju, a agentom dać szansę na podwyższenie standardów obsługi i pracę w wygodnych warunkach. Celem ubezpieczyciela jest posiadanie profesjonalnych biur agentów w całej Polsce, oferujących produkty całej Grupy PZU.



„Jako największy ubezpieczyciel, wyznaczamy kierunki rozwoju branży i dbamy o najwyższe standardy jakości obsługi naszych klientów. Program rozwoju placówek agentycznych – Agent 3.0, zwiększa dostępność do naszych agentów. Mamy blisko 1500 biur agentów w całej Polsce. Wysoka jakość obsługi w połączeniu z profesjonalnym otoczeniem biurowym, wpływają na zadowolenie klientów. Potwierdzają to otrzymywane wyróżnienia, takie jak „Instytucja Roku” w kategorii „Jakość obsługi w placówce”. PZU posiada też najszerszy wachlarz produktów, z nami można oferować klientom pełną gamę ubezpieczeń majątkowych, komunikacyjnych, osobowych, na życie, a także abonamenty zdrowotne.” – mówi Marcin Salata, Dyrektor ds. Rozwoju Sieci Sprzedaży

„Jako największy ubezpieczyciel, wyznaczamy kierunki rozwoju branży i dbamy o najwyższe standardy jakości obsługi naszych klientów. Program rozwoju placówek agentycznych – Agent 3.0, zwiększa dostępność do naszych agentów. Mamy blisko 1500 biur agentów w całej Polsce. Wysoka jakość obsługi w połączeniu z profesjonalnym otoczeniem biurowym, wpływają na zadowolenie klientów. Potwierdzają to otrzymywane wyróżnienia, takie jak „Instytucja Roku” w kategorii „Jakość obsługi w placówce”. PZU posiada też najszerszy wachlarz produktów, z nami można oferować klientom pełną gamę ubezpieczeń majątkowych, komunikacyjnych, osobowych, na życie, a także abonamenty zdrowotne.” – mówi Marcin Salata, Dyrektor ds. Rozwoju Sieci Sprzedaży

PZU pomaga na starcie w biznesie swoim partnerom oraz zapewnia im największe wsparcie na rynku. Agencje PZU powstają na terenie całej Polski, nie tylko w dużych miastach, ale także w małych miejscowościach. Oferta jest idealna dla przedsiębiorczych osób, które są otwarte w relacjach biznesowych z klientami. To również świetny sposób na połączenie działalności np. biura nieruchomości, biura podróży, usługi księgowo, czy warsztaty samochodowe. Dedykowani Koordynatorzy pomagają przejść przez cały proces otwarcia biura, będą też wsparciem przy poszukiwaniu odpowiedniego lokalu.

„Brak opłat franczyzowych, pełne i bezpłatne wyposażenie placówki w meble i wizualizację, wsparcie menedżerów, specjalne systemy premiowe, silny brand PZU, możliwość sprzedaży produktów z Grupy PZU (PZU Życie, PZU SA, PZU Zdrowie, Link4, Alior, Pekaó) to tylko niektóre elementy przewagi na rynku franczyzowym. Koszty, które właściciel biura ponosi, dotyczą jedynie czynszu za lokal, wynagrodzenia pracowników i zapewnienia sprzętu biurowego, jak laptop czy drukarka. Organizujemy bezpłatne, profesjonalne szkolenia, przeprowadzamy egzaminy na terenie całej Polski. Oferujemy dogodne terminy i lokalizacje. Można dopasować

oferę współpracy do własnych potrzeb i możliwości, wybierając jeden z trzech modeli biznesowych. Dajemy szansę rozwoju naszym doświadczonym partnerom, a początkującym ułatwiamy start w biznesie. Oferujemy wsparcie na każdym etapie zawodowej drogi. Zapraszamy do zapoznania się z naszą ofertą i do współpracy wszystkich tych, którzy chcieliby rozpocząć swoją karierę w branży ubezpieczeniowej.” – mówi Sebastian Oliszewski, Kierownik Zespołu Rozwoju Sieci



Otwierając swój biznes pod skrzydłami PZU, można też liczyć na wsparcie przy promocji swojego biznesu. Szczególny nacisk firma kładzie na wirtualną obecność agentów w sieci. Każdy z nich może mieć własny profesjonalny fanpage na Facebooku, a także stronę internetową, połączoną z wizytówką i mapą Google, dzięki której agenci z biurem, mogą łatwo pokierować klientów do swojej placówki.

„Pomagamy agentom w zakresie marketingu i promocji biznesu. W 2018 r. uruchomiliśmy stronę agentpzu.pl. Dzięki nowej platformie internetowej, na bieżąco informujemy o najnowszych wydarzeniach, zamieszczamy tu porady ekspertów i ciekawe wywiady. Opisaliśmy tam dokładnie jak zostać agentem ubezpieczeniowym, a także co zrobić, by otworzyć własne biuro. Uruchomiliśmy wygodną wyszukiwarkę agentów w całej Polsce. Chcemy, aby ta strona była nowoczesna i odpowiadała na potrzeby agentów, dlatego stawiamy na jej ciągły rozwój. Utworzyliśmy kilka tysięcy indywidualnych, profesjonalnych stron internetowych naszym agentom, a także już blisko 400 fanpage'ów na Facebooku. Będziemy wspierać i popularyzować obecność agentów w internecie, zdając sobie sprawę, że jest to bardzo pożądany przez klientów kanał komunikacji.” – mówi Marta Żukowska, Koordynator Komunikacji i Promocji Sieci Partnerskiej



Więcej informacji o tym jak zostać agentem ubezpieczeniowym i otworzyć własne biuro, znajduje się na stronie: [www.agentpzu.pl](http://www.agentpzu.pl) w zakładce Franczyza. □

## To maraton, a nie krótki dystans



**Piotr Dajnowicz**  
Białystok

W zawodzie agenta trzeba przede wszystkim zdać sobie sprawę, że nie jest to bieg na krótki dystans a maraton. Myślę, że bardzo ważne są tutaj przede wszystkim cierpliwość i konsekwencja. Kluczową kwestią jest bazowanie na relacji, a stali klienci to podstawa. Ponadto, dochodzą nowe osoby, które trafiają do mnie z polecenia, rekomendacji osób korzystających z moich usług.

Uważam, że branża ubezpieczeniowa jest dość konserwatywna i myślę, że podobnie jak inne, ta również, powinna się otworzyć na takie zagadnienia jak marketing. Dlatego prowadzę swój fanpage na Facebooku oraz jestem członkiem grupy biznesowej BNI. Jestem przekonany, że jest to dobry kierunek. Jeżeli chodzi o zakłady ubezpieczeń, trzeba przyznać, że bardzo szybko zareagowały na pandemię Covid-19. Dały nam narzędzia i możliwość sprzedaży zdalnej, które pozostały z nami do tej pory. Obecnie wiele spraw możemy załatwić mobilnie. Zaproponowane rozwiązania oszczędzają nasz czas i są bardzo wygodne. Nie każdy klient czuje potrzebę spotkania się twarzą w twarz aby sfinalizować umowę.

Sprzedaję głównie ubezpieczenia na życie (Allianz), ale zajmuję się także ubezpieczaniem majątku. W tym zakresie współpracuję z firmą Unilink, która oferuje szeroki wachlarz możliwości.

Pracę w branży ubezpieczeniowej zacząłem tak naprawdę przez przypadek, bo trafiłem do zawodu jeszcze na studiach. W tym roku mija 15 lat od początku mojej kariery. Myślę, że o wyborze zdecydowało to, że lubię kontakt z ludźmi oraz fakt, że ubezpieczenia dają sporo niezależności. Nie żałuję mojego wyboru.

Na podstawie moich wieloletnich obserwacji zauważam, że ubezpieczenia nie przeżywają większego kryzysu. Rok do roku notuję wzrost rzędu 20%. Myślę, że są to dobre czasy dla naszej branży. Wszyscy się zgodzą, że im lepiej idzie nam w naszym zawodzie, tym większą przyjemność sprawia wykonywana praca. Podczas gdy inne branże przeżywają trudny czas, ubezpieczenia wciąż dobrze sobie radzą. Oczywiście odbija się to w pewnym stopniu na ubezpieczeniach ale mimo to sytuacja jest dość stabilna. □




**bezpieczny.pl**

## Stawiam na specjalizację



**Daria Dzieszuk**  
Koszalin

Do najważniejszych aspektów w zawodzie agenta zaliczyłabym wiedzę, doświadczenie i uczciwość w trakcie przedstawienia oferty klientowi. Ale są także inne umiejętności potrzebne w tej pracy. Np. umiejętność budowania dobrych relacji z klientem czy umiejętność przełożenia tego, co jest w OWU na język korzyści dla klienta. Agenci często dużo mówią na temat produktu, natomiast ważne jest, żeby klient wiedział, jakie konkretne korzyści niesie dane rozwiązanie. Trzeba też umiejętnie słuchać, w taki sposób, żeby później umieć dostosować dany produkt do jego indywidualnych potrzeb i oczekiwań. Każdy agent musi również dbać o swój rozwój osobisty, uczestniczyć w szkoleniach. I, oczywiście, nie wyobrażam sobie, że ktoś wykonyje ten zawód i nie lubi ludzi.

Zawód agenta wymaga ciągłej aktywności i samodyscypliny. To nie jest praca, która się kończy po godzinie 15:00, dlatego ważna jest dobra organizacja. Staram się, żeby nikt nie miał złudzenia, że jestem do jego dyspozycji, a później nie odbieram telefonu. Wychodzę z założenia, że jeśli ktoś dzwoni późno lub w wolny dzień, to nie dlatego, że tak chce, tylko że coś się stało. Wówczas wystarczy, że podpowiem, co powinien zrobić.

Pracuję w branży 29 lat. Przez wiele lat prowadziłam przedstawicielstwo jednej firmy. Później wspólnie z mężem prowadziliśmy multiagencję, żeby móc klientowi więcej zaoferować. Myślałam, że więcej produktów, to lepsza oferta dla klienta. Obecnie postawiliśmy na specjalizację. Czyli świadomie zrezygnowaliśmy z oferty zakładów ubezpieczeń majątkowych na rzecz konkretnej specjalizacji. W naszym przypadku są to ubezpieczenia na życie, NNW szkolne oraz ubezpieczenie psa. Decyzję tę podjęliśmy dzięki współpracy z Bezpieczny.pl.

BPL oferuje bardzo dobre produkty. Nieocenione jest również wsparcie agentów oraz zaangażowanie prezesa Bezpiecznego, Andrzeja Adamczyka, który dostarcza nam narzędzia, genialny model dystrybucyjny oraz leady zainteresowanych ubezpieczeniem klientów.

Wspólnie z mężem uczestniczymy także w wystawach psów w związku z ubezpieczeniem naszych ukochanych czworonogów, które mamy w ofercie. Jest to jedyny taki produkt w Polsce. Wówczas mamy okazję, aby porozmawiać z potencjalnymi klientami, hodowcami oraz wystawcami zainteresowanymi naszym produktem. □

# NNW odNOWA

– nowe rozwiązanie InterRisk,  
w którym technologia  
wspiera pracę Agentów

*Ubezpieczenie NNW odNOWA oferowane przez InterRisk to ciekawe połączenie klasycznych ryzyk osobowych (nieszczęśliwy wypadek) z ryzykami w obszarze zdrowia (wsparcie podczas choroby). Dzięki zastosowanym rozwiązaniom, Agenci zyskali znaczące wsparcie w swojej pracy.*



**KATARZYNA RUDZKA**  
Dyrektor Departamentu Ubezpieczeń  
Osobowych i Zdrowotnych InterRisk

Na etapie procesu sprzedaży technologia wspiera sprzedawcę, a przede wszystkim ułatwia mu skorzystanie z produktu NNW odNOWA w modelu grupowym. Klient otrzymuje spersonalizowaną ofertę, lecz w kilku wariantach do wyboru. Sam podejmuje decyzję, która z ofert spełnia jego oczekiwania, a przy użyciu kodu QR lub aktywnego linku przechodzi w proces zakupowy. W tradycyjnym modelu – ubezpieczający, który jest stroną umowy grupowej, jest zobowiązany do dostarczenia przed wyborem wariantu ogólnych warunków ubezpieczenia, następnie zebrania list osób, które przystąpią do ubezpieczenia i finalnie przekazania składki na konto ubezpieczyciela. W nowoczesnym modelu wspomniane obowiązki realizowane są za pośrednictwem technologii.

*– W NNW odNOWA zastosowaliśmy dobrze znaną z naszych innych ubezpieczeń osobowych elastyczną konstrukcję, czyli możliwość wyboru jednej z 3 opcji głównych jako obowiązkowego zakresu ubezpieczenia oraz rozszerzenia o tzw. opcje dodatkowe. Jest ich aż 27. Rozwiązanie jest bardzo uniwersalne i dzięki niemu możemy dotrzeć z ofertą zarówno do klientów indywidualnych, jak i grupowych. – wyjaśnia Katarzyna Rudzka, Dyrektor Departamentu Ubezpieczeń Osobowych i Zdrowotnych InterRisk.*

InterRisk często wprowadza do ubezpieczeń osobowych elementy nowatorskie. I tak też stało się i tym razem. Oprócz wielu rozszerzeń, które zwykle znajdują się w produktach NNW dodano np. **ubezpieczenie spłaty rat kredytu konsumentkiego** (jeśli ubezpieczony przebywał na długotrwałym zwolnieniu lekarskim) czy **zwrot kosztów zużycia gazu** i prądu (również w związku ze zwolnieniem lekarskim lub pobytem w szpitalu po wypadku). *– Polecam szczególnie uwadze opcje dodatkowe, przygotowane we współpracy z naszymi zewnętrznymi dostawcami, jak Pakiet Medyczny po nieszczęśliwym wypadku, czy Asystent zdrowotny po wypadku komunikacyjnym. To ciekawe rozwiązania w „typowym” NNW. – stwierdza Katarzyna Rudzka z InterRisk.*

Szerszy wachlarz w ofercie produktowej NNW InterRisk oznacza więcej korzyści dla ubezpieczonych. Ochrona działa nie tylko w przypadku zajścia nieszczęśliwego wypadku, ale również w przypadku chorób rozpoznanych u ubezpieczonego. Takie rozszerzenie staje się powoli rynkowym standardem. Ubezpieczenie InterRisk nie tylko spełnia te standardy, a nawet wykracza daleko poza nie, oferując dodatkowo w NNW odNOWA również

**Pakiet ONKO** czy **Pakiet Medyczny**. Obie opcje są realizowane we współpracy z partnerem medycznym.

W pakiecie ONKO InterRisk oferuje pomoc w przypadku rozpoznania u ubezpieczonego poważnych chorób jak: nowotwór złośliwy, cukrzyca typu I, niewydolność serca, niewydolność nerek, choroba autoimmunologiczna czy zapalenie opon mózgowo-rdzeniowych. Również dostęp do drugiej opinii lekarskiej krajowej oraz telekonsultacje ze specjalistami.

**e-Rehabilitacja** jako kolejna opcja w NNW odNOWA – to samodzielna, interaktywna rehabilitacja w domu dedykowana osobom, które uległy wypadkowi. Klient ma do wyboru model klasyczny, czyli rehabilitację pod osobistym nadzorem i zgodnie z zaleceniami fizjoterapeuty albo z wykorzystaniem technologii – w domu pod zdalnym nadzorem fizjoterapeuty za pośrednictwem systemów teleinformatycznych. Co istotne, klient nie potrzebuje specjalistycznego sprzętu. Wystarczy komputer lub tablet z kamerą internetową.

## TELEMEDYCYNĄ W PRZYJAZNEJ FORMIE

Łatwy w użyciu interfejs pozwala klientom InterRisk na szybkie ustalenie i umawianie wizyt. Klient ma do dyspozycji za pośrednictwem platformy telemedycznej samoobsługową rezerwację czatu/video/konsultacji telefonicznej/wizyty oraz konto z historią medyczną i możliwością pobierania e-recepty.

Technologia wspiera InterRisk, stwarzając wiele możliwości kreowania ofert szytych na miarę pośredników. Z pozycji osób odpowiedzialnych za tworzenie produktu jest to fantastyczne rozwiązanie. Przede wszystkim to jeden produkt w bardzo wielu odsłonach. Agenci współpracujący z InterRisk mogą skorzystać z predefiniowanych ofert – zaprojektowanych oddzielnie dla klienta indywidualnego (4 propozycje wariantów) oraz w modelu grupowym. Warto dodać, że InterRisk tworzy cyklicznie oferty spersonalizowane ciekawe rozwiązania na przykład dla osób wyjeżdżających na ferie, czy pod kątem kontraktów budowlanych albo oferty dla firm budowlanych lub wynikające z potrzeb rynku. *– To dopiero początek, zdecydowanie mamy ambicje być silnie zauważalnym na rynku sztandarowych i unikatowych rozwiązań w obszarze NNW. Zapraszamy Państwa do współpracy. – podsumowuje Katarzyna Rudzka z InterRisk. □*

NOWOŚĆ

# By cieszyć się zdrowiem od nowa

Materiał marketingowy



## Wybierz NNW odNOWA

### Sprawdź dlaczego warto?



minimum formalności dla ubezpieczającego – wykorzystanie nowoczesnej technologii (model hybrydowy – ofertę wybiera ubezpieczający, QR kod lub aktywny link umożliwiające przystąpienie do umowy online)



unikatowe świadczenia: zwrot kosztów prądu i gazu, refundacja spłaty rat kredytu konsumenckiego, e-wizyty, e-Rehabilitacja, Asystent zdrowotny po wypadku komunikacyjnym, Pakiet Medyczny



elastyczna konstrukcja oraz najszerszy zakres ubezpieczenia na rynku



spersonalizowana oferta nawet dla najbardziej wymagających klientów





## Pomoc klientowi w problemie



Fot. Ewa Miketa Fotografia

**Dominika Gola**  
Gliwice



**W** ubezpieczeniach nie lubię słowa sprzedawać, ponieważ w czasie rozmowy z klientem w ogóle nie myślę o sprzedaży. Myślę, jak mu pomóc w problemie, z którym do mnie przychodzi. Czasami wydaje się nam, że klient powinien posiadać jakiś produkt ubezpieczeniowy, natomiast on może go w ogóle nie potrzebować. Np. wszyscy zakładamy, że skoro ktoś ma rodzinę, to na pewno jeździ samochodem, na pewno wyjeżdża na wakacje. Potrzebuje zatem assistance czy dobrej polisy komunikacyjnej. Tymczasem okazuje się, że nasz klient jest osobą bez prawa jazdy. Do pracy jeździ rowerem elektrycznym, a jego rodzina podróżuje autobusem lub również rowerami. I on w ogóle nie potrzebuje ubezpieczenia komunikacyjnego. Natomiast potrzebuje ubezpieczenia roweru o dużej wartości czy assistance rowerowego. Świadomość ubezpieczeniowa wśród klientów wzrasta, ale uważam, że jest to nasza zasługa – agentów ubezpieczeniowych. Zawsze staram się rozmawiać z klientami o zabezpieczeniu życia. Zamieszczam też dużo postów na ten temat w social mediach. Myślę, że łatwiej jest nam trafić z przekazem do osób, które mają doświadczenia w walce z chorobą, szczególnie onkologiczną, czy też dotknęła ich śmierć bliskiej osoby, albo mają negatywne doświadczenia z systemem ochrony zdrowia w Polsce. Widzę, jak ludzie

reagują na moje posty, w których opisuję konkretne przypadki chorób. Czasem piszą: *nawet o tym nie pomyślałam*. Np. miałam kiedyś znajomych, którzy stosunkowo niedawno wykończyli dom. Nie myśleli o ubezpieczeniu na życie, ponieważ nie dopuszczali do siebie myśli, że w wieku, w którym są, mogą umrzeć. Podczas spotkania uświadomiłam im, że nie trzeba umierać, żeby ich sytuacja zmieniła się w dramatyczną. Śmierć w takim przypadku byłaby najmniejszym problemem, ale jeśli ulegną wypadkowi, w wyniku którego nie będą w stanie dalej pracować, staną się obciążeniem dla swojej rodziny. Świadomość zagrożeń ma wpływ na decyzje ubezpieczeniowe.

Na co dzień współpracuję z multiagencją Conditor. Byłam świadkiem ich wzrastania i rozwoju. Wspaniale się pracuje w zespole ludzi z pasją do ubezpieczeń. Zapewniają pomoc merytoryczną i wsparcie marketingowe. Starają się rozwiązać i pomóc w każdym problemie, a to jest najważniejsze, że nie zostajesz z tym sam. To Conditor pomógł mi w otwarciu biura, jego obrandowaniu, projekcie wizytówek i ulotek czy przygotowaniu reklamy na samochód. Jest też sklep z materiałami marketingowymi, z którego możemy korzystać w ramach przyznawanej przez agencję puli punktów do wykorzystania na cele marketingowe. □





## Klient ma się czuć bezpiecznie



**Agnieszka Gwóźdź**  
Ruda Śląska

Praca w zawodzie agenta to rodzaj misji oraz profesjonalne doradztwo w ubezpieczeniach. Sprzedawanie równa się pomaganie. Odpowiednie poznanie klienta, jego rodziny, czym się interesuje, jego hobby, jaką pracę wykonuje pozwala odpowiednio dopasować rodzaj zabezpieczenia dla niego i jego najbliższych. Klient ma się czuć bezpiecznie. Ma wiedzieć, że nie zostanie sam, że zawsze może liczyć na wsparcie, w każdej sytuacji. Ja nie sprzedaję polis, ale pomagam klientom.

Zawsze miałam potrzebę, żeby pomagać ludziom. Dobrze się czułam, doradzając innym. Od 5 lat prowadzę własną multiagencję, ale też współpracuję z dużą multiagencją – Harpie & Orły Sprzedaży, od której otrzymuję wsparcie, jeżeli sama czegoś nie wiem. Doradcy z multiagencji podpowiadają mi, na co zwrócić uwagę, żeby dobrze wystawić daną polisę. Bezcenną pomoc nam agentom niosą również przedstawiciele wszystkich towarzystw. Nie tylko zaopatrują nas w gadżety firmowe, ale również uzupełniają naszą wiedzę o produktach w danym towarzystwie.

W pracy z klientami staram się budować relacje długoterminowe. Ciągłe się zastanawiam nad relacjami z klientem, w jaki sposób przeprowadzić rozmowę tak, aby klient czuł się najważniejszy. Podczas naszej rozmowy zawsze

informuję o wszystkich produktach, że u mnie ubezpieczy nie tylko samochód, ale również dom/mieszkanie, życie, firmę, podróż, dzieci. Podkreślam, że klient może się do mnie zwrócić w każdej sytuacji. Oferuję opiekę kompleksową, tzn. wypowiadam umowy OC, rejestruję sprzedaż pojazdu, pomagam złożyć szkody życiowe, doradzam co zrobić, aby ubezpieczenie było najkorzystniejsze.

Praca agenta ubezpieczeniowego bardzo mnie fascynuje, ponieważ mam możliwość codziennie poznawać nowych ludzi z przeróżnymi pasjami, osoby barwne o bardzo ciekawych życiorysach. Każdy dzień jest inny, co powoduje, że nie mogę się doczekać na kolejny i czym mnie zaskoczy.

Prowadzę również media społecznościowe, mam swój fanpage na Facebooku, Instagramie, a od niedawna prowadzę również TikToka. Staram się tam regularnie publikować posty, by w ten sposób dotrzeć do większej liczby klientów. Ludzie obserwują mój profil i nabierają zaufania. Trzeba mieć oczy szeroko otwarte na to, co się na rynku dzieje. Nie można się zamykać na nowe doświadczenia czy nowe możliwości. Tym bardziej, że internet daje duże możliwości i to w nim buduję swoją markę osobistą. Od czasu pandemii mamy polisy zdalne. Dzięki temu mogę obsługiwać klientów w całej Polsce. □



## Empatia, życzliwość i profesjonalizm



**Kaja Karczewska-Staigl**  
Kolobrzeg



Agenta powinny wyróżniać przede wszystkim empatia, życzliwość i profesjonalizm. Wiedzę ubezpieczeniową można nabyć, ale empatyczne podejście to coś, co trzeba po prostu posiadać. Musimy mieć podejście do człowieka, którego jesteśmy prywatnym opiekunem ds. finansowych, ale również psychologiem. Większość klientów trafiających pod obsługę agentów z OVB już z nami zostaje.

Staram się również dbać o własny rozwój. Czytam dużo książek branżowych, ale też z zakresu psychologii czy rozwoju osobistego. Regularnie odbywam też szkolenia. OVB dba, by klienci byli obsługiwani na światowym poziomie. Profesjonalna obsługa wyróżnia agentów OVB na rynku. W ubezpieczeniach jest dużo aspektów prawnych, na które trzeba zwrócić uwagę, żeby klient wiedział, że jest obsługiwany przez kompetentną osobę, która będzie potrafiła wybrnąć z każdej sytuacji. Branża ubezpieczeniowa dynamicznie się zmienia. Produkty, które oferujemy klientom, są coraz bardziej rozbudowane, dlatego ważne jest, żeby raz w roku przeprowadzić serwis klienta w celu dopasowania jego polisy do bieżącej sytuacji na rynku. Przez rok wiele się może zmienić. Klientowi może powiększyć się rodzina, może zrobić remont,

który podniesie wartość nieruchomości, ale może również stracić pracę.

W naszej pracy widzę też misję. Nawiązanie współpracy z klientem to tak naprawdę dopiero początek drogi. Przed nami wiele wspólnych lat. Jeżeli chcemy dobrze skonstruować ochronę, dopasować ją do potrzeb naszego klienta, musimy dowiedzieć się o nim jak najwięcej. Klient musi nam ufać, wiedzieć, że może na nas liczyć, gdy wydarzy się coś złego, że pomogę mu zgłosić szkodę, żeby odszkodowanie zostało wypłacone.

Covid spowodował, że branża ubezpieczeniowa przeszła odrodzenie. Stał się furtką dla agentów, by mogli jeszcze bardziej uświadamiać klientów. Auto czy mieszkanie trzeba ubezpieczyć także w pandemii, ale ludzie zaczęli również dbać o swoje zdrowie i życie. Teraz właściwie żadne towarzystwo, z którym współpracujemy, nie ma wykluczenia ze względu na Covid. Hospitalizacja, powikłania w postaci niewydolności oddechowej czy śmierć – na wypadek tego wszystkiego możemy się ubezpieczyć. Dzięki konieczności wdrożenia pracy zdalnej możemy obsługiwać klientów w całej Polsce. Większość polis jest wystawiana elektronicznie, co jest dużym udogodnieniem dla nas w obsłudze, ale również dla klienta, który może kupić polisę bez wychodzenia z domu. □

## Najważniejszy jest kontakt z ludźmi



**Marcin Kasprzyk**  
Pińczów



Dla mnie najważniejszy w zawodzie agenta jest kontakt z ludźmi, co osobiście bardzo lubię. Dzięki kontaktowi z klientem jesteśmy w stanie poznać go, jego potrzeby, ale też nawiązać relację, a tym samym, zbudować zaufanie. O słuszności swojej teorii przekonałem się podczas pandemii Covid-19. Po 3 tygodniach pracy z domu, miałem ogromną potrzebę wyjścia do ludzi, spotkania się z nimi, odbycia rozmowy twarzą w twarz, a nie za pomocą maila czy telefonu. Osobiste spotkanie to również odpowiednie przygotowanie się do niego, także wizerunkowe. Ja potrzebuję takiego przymusu.

Pracę w zawodzie agenta rozpocząłem w 2014 r. Na początku byłem pracownikiem etatowym w PZU. Zdecydowałem się jednak przejść na własną działalność, ponieważ w zakładzie ubezpieczeń pracowałem na back office, więc tak naprawdę nie miałem możliwości pracować z ludźmi. Postanowiłem zostać agentem, ponieważ po pierwsze praca ta dawała możliwość kontaktu z ludźmi, po drugie wiązała się z większymi zarobkami. Decyzja, którą podjąłem, była decyzją mojego życia – z perspektywy czasu i doświadczeń okazała się słuszna. Obecnie prowadzę biuro w Pińczowie. Zatrudniam 1 osobę, która wspiera mnie w codziennej pracy.

Z kolei o współpracy z Unilinkiem zdecydowały dobre warunki, jakie zaproponowała mi multiagencja. Były to w mojej ocenie najlepsze warunki współpracy z agentami. Unilink oferuje programy przystosowane do pracy agenta, która w znacznej mierze ułatwiają pracę. Dodatkowo zaplecze merytoryczne w postaci wsparcia dyrektora regionalnego, a także, co niemniej ważne dobre warunki prowizyjne. Nie planuję zmiany, bo jest mi tutaj po prostu dobrze. Współpracuję z dyrektorem regionalnym, więc nie mam poczucia, że pracuję w dużej, ogólnopolskiej sieci. Chyba dlatego też współpraca dobrze się układa. Zawsze, ilekroć tego potrzebuję, jestem wysłuchany, otrzymuję odpowiedź, pomoc i wsparcie. Myślę, że praca w ogólnopolskiej multiagencji nie jest pozbawiona rodzinnej atmosfery.

Najwięcej sprzedaję ubezpieczeń komunikacyjnych, które stanowią 80% mojego portfela. Ubezpieczenia na życie stanowią ok. 5%. Gdy zaczęła się pandemia widoczny stał się wzrost sprzedaży ubezpieczeń życiowych, ale było to zainteresowanie chwilowe. Obecnie sprzedaż ubezpieczeń w segmencie życiowym spadła o co najmniej połowę. □

## Zapewnienie ochrony i zadowolenie klienta



**Mateusz Kolbe**  
Rogoźno

Z branżą ubezpieczeniową związany jestem od 2018 roku, ale przyglądałem jej się już znacznie wcześniej. Dzięki znajomym pracującym w tym obszarze mogłem zobaczyć, jak w praktyce wygląda praca agenta ubezpieczeniowego. Pomogło mi to w podjęciu decyzji, postanowiłem spróbować własnych sił.

Moim najważniejszym zadaniem jest zadowolenie klienta, zabezpieczenie jego wszelkich potrzeb ubezpieczeniowych, zagwarantowanie mu ochrony. Odbywa się to przy wsparciu multiagencji, z którą pracuję, czyli Diamond Finance. Pracę z klientem zaczynam od przeprowadzenia analizy potrzeb, żeby dowiedzieć się, co danego klienta do mnie sprowadza. Często klient przychodzi po ubezpieczenie domu czy mieszkania, a moją rolą jest poinformowanie go, co jeszcze powinna zawierać polisa mieszkaniowa. Zwracam uwagę na dodatkowe ryzyka. Następnie staram się realnie oszacować wartość danego mienia, mieszkania, ruchomości, nieruchomości, żeby klient miał taką

ochronę, z której oboje będziemy zadowoleni, w przypadku gdy dojdzie do szkody. Bym mógł spać spokojnie, staram się właściwie dobrać sumę ubezpieczenia.

Multiagencja Diamond Finance zapewnia wsparcie merytoryczne w zakresie wiedzy nt. nowych produktów, oferując nam szkolenia czy bezpośredni kontakt z menedżerem. Gdy czegoś nie wiem, zawsze mogę się zwrócić do opiekuna i otrzymam pomoc. Multiagencja dostarcza nam także narzędzia, np. kalkulator DFS24, który w znacznym stopniu przyspiesza, ułatwia i automatyzuje pracę agenta. Obecnie widać zmiany w świadomości klientów. Na pewno dla części osób najważniejsze jest to, żeby wyjść z biura z obowiązkowym ubezpieczeniem OC ppm, ale coraz częściej obsługuję klientów, którzy świadomie podchodzą do ubezpieczenia OC komunikacyjnego. Zdają sobie sprawę z wartości swojego pojazdu. Proszą dodatkowo o autocasco czy assistance, gdy wytłumaczę im, na czym polega różnica między tymi dwoma produktami. □



# Aegon: dobra współpraca i dopasowana oferta

*Za nami pracowity rok, który stał pod znakiem rozwijania oferty produktowej, proaktywnego budowania partnerstw sprzedażowych dalszej cyfryzacji procesów. Przed nami kolejny czas intensywnej pracy, bo chcemy być jeszcze bliżej naszych partnerów i jak najlepiej odpowiadać na potrzeby ich klientów w dość wymagających i nieprzewidywalnych warunkach.*

## PO PIERWSZE: DOPASOWANA OFERTA

Istotne w naszej działalności jest to, że naszym partnerom biznesowym dostarczamy kompleksową i nowoczesną ofertę ubezpieczeń życiowych, które można dopasować do różnych, często zmieniających się w czasie oczekiwań klientów i zasobności ich portfela. Elastyczność produktów jest dla nas kluczowa, bo polisy na życie najczęściej zawiera się z nastawieniem, że są one na lata. Dobrze więc, jeśli można je w czasie dopasować do zmieniających się potrzeb.

Przykładem takiego podejścia jest Aegon Smart – terminowe ubezpieczenie z malejącą sumą ubezpieczenia, które wprowadziliśmy do oferty w połowie ubiegłego roku. Polisa stanowi połączenie tego, co najlepsze w terminówce, czyli prostoty, przejrzystości i dobrej ceny z możliwością stworzenia planu dostosowanego do indywidualnych potrzeb i zmian wysokości świadczeń w trakcie trwania umowy. Ważną rolę w tym procesie odgrywa doradca, który dzięki dostarczonym przez nas narzędziom wspierającym sprzedaż, ma podgląd, czy wybrane parametry ubezpieczenia pozwalają na wystarczające zabezpieczenie zobowiązań klienta w czasie. Co niezwykle ważne produkt ten powstał w odpowiedzi na zapotrzebowanie naszych partnerów biznesowych, którzy szukali dla swoich klientów atrakcyjnego zabezpieczenia ich zobowiązań.

W tym roku planujemy kolejne nowości oraz modyfikacje produktowe, którym przyświeca idea jak najlepszego dopasowania.

## PO DRUGIE: PARTNER W CENTRUM

W Aegon stawiamy na proaktywne rozwijanie partnerstw sprzedażowych, zarówno dotychczasowych i nowych, jak i w ramach sieci Profitowi. Sposobem na osiągnięcie sukcesu w tym obszarze jest kompleksowe podejście do współpracy. Na każdym etapie procesu – od prezentacji oferty, poprzez wdrożenie i obsługę – zapewniamy naszym kooperantom pełne wsparcie na poziomie produktowym, szkoleniowym, technologicznym i promocyjnym. Ponadto mamy w całości zdalny proces zawarcia i obsługi ubezpieczeń, uproszczone procedury oraz sprawdzone narzędzia obsługowe.

W relacji z partnerami staramy się być jak najbliżej nich. Słuchać i opowiadać na ich propozycje. Jesteśmy otwarci na



**Monika Woźniak**  
dyrektor ds. Kluczowych Partnerów  
w Aegon Polska

rozwijanie nowych produktów w kooperacji z sieciami sprzedaży, by tworzyć dla nich i ich klientów nową wartość. Niezmiennie naszym celem jest zapewnienie wysokiego standardu obsługi pośredników i naszych klientów. W relacji z partnerami stawiamy na najwyższą jakość serwisu. To nas wyróżnia i będzie wyróżniało nadal.

## PO TRZECIE: INTUICYJNE PROCESY

W Aegon od dłuższego czasu realizujemy strategię cyfryzacji i upraszczania procesów, zapewniając naszym partnerom sprzedaży i klientom w pełni zdalny, wygodny i efektywny proces sprzedaży oraz obsługi ubezpieczeń (bez papierów, drukowania) w ramach naszej platformy Mój Aegon, która jest zintegrowana z naszą aplikacją sprzedażową.

Cyfrowy model sprzedaży i obsługi klienta powoduje, że proces jest szybszy, bezpieczny i przede wszystkim bezbłędny. Klienci mogą zdalnie złożyć wniosek, podpisać

umowę ubezpieczenia na życie, złożyć formularze dodatkowe (np. zmienić dane osobowe, ustanowić uposażonego) czy wypełnić dokumenty dotyczące ryzyka. Nie muszą drukować dokumentów oraz podpisywać ich fizycznie, łącznie z podpisem pod ankietą medyczną. Żeby zwiększyć wygodę użytkowników formularze są już częściowo wypełnione.

Digitalizacja jest naturalną konsekwencją i odpowiedzią na oczekiwania współczesnego, cyfrowego klienta, który nie wyobraża sobie załatwiania spraw tylko stacjonarnie. Zdalne narzędzia wspierają agentów, którzy pełnią wiodącą rolę w procesie zawarcia umowy ubezpieczenia, przeprowadzając przez niego klienta. Niewątpliwą korzyścią dla pośrednika jest usprawnienie sprzedaży. Dzięki platformie Mój Aegon czas od złożenia wniosku do podpisania dokumentów można skrócić do jednego kontaktu z klientem. Wcześniej prawie 60% czasu pracy agenta przed wysłaniem dokumentów do towarzystwa zajmowało ich sprawdzanie. W ramach naszej aplikacji problem znika, bo w cyfrowym procesie automatycznie wyłapywane są braki i błędy w dokumentacji.

W Aegon jesteśmy szczęśliwi, że nasza praca znajduje uznanie w oczach partnerów. Potwierdzeniem są rozwijające się współprace z największymi firmami pośrednictwa finansowego działającymi na naszym rynku takimi jak Unilink, CUK Ubezpieczenia, Phinance czy Grupa ANG. Nasze produkty oraz procesy sprawiają, że firmy chcą z nami zawierać kolejne umowy agencyjne. □



## Praca nie pozwala mi stać w miejscu



**Piotr Kolinko**  
Suwałki

Pracę w zawodzie agenta zacząłem w 1999 roku. Pięć lat wcześniej poszedłem na szkolenie do Commercial Union. Początki nie były łatwe, zwłaszcza w przypadku rozmów o ubezpieczeniu na życie. Po wejściu reformy emerytalnej w 1999 roku było już prościej, ponieważ zaczęła wzrastać świadomość ludzi. To wtedy podjąłem decyzję, że chcę zawodowo i profesjonalnie zajmować się ubezpieczeniami. Agent ubezpieczeniowy, gdy nie pracuje, to się szkoli. Tak jest również w moim przypadku. Z biegiem lat zacząłem się zmieniać. Znalazłem własny sposób na prowadzenie multiagencji. Kompleksowa obsługa klienta, kreatywność, rozwój, zmiana, ale przede wszystkim profesjonalizm, uczciwość i rzetelność – te wszystkie cechy pozwoliły mi na osiągnięcie samodzielności oraz niezależności finansowej. Nie współpracuję z żadną dużą multiagencją, do wszystkiego doszedłem sam. To, co osiągnąłem, zawdzięczam wyłącznie sobie. Zaczynałem od zera, podpisywałem umowy bezpośrednio z każdym z ubezpieczycieli. Było to duże zobowiązanie – wypracowywanie limitów, realizacje

kontraktów, ale gdy osiągam to własną pracą, satysfakcja jest zdecydowanie większa.

Teraz w okresie kryzysu, wysokiej inflacji i zachorowań, można zauważyć wzrost świadomości w zakresie ubezpieczeń na życie. Moja praca nie pozwala mi stać w miejscu. Klienci są dla mnie jak przyjaciele, których chcę zabezpieczyć najlepiej, jak potrafię. Jestem doradcą, któremu można zaufać. Do tego przez całe lata dążyłem i mam nadzieję, że mi się udało. Obsługuję klientów kompleksowo, od zawarcia umowy ubezpieczenia, przez doradztwo, po zgłoszenie szkód. W trudnych sprawach pomagam klientowi zgłosić szkodę.

Chcąc sprawdzić swoją wiedzę ubezpieczeniową, postanowiłem wziąć udział w Olimpiadzie Wiedzy Ubezpieczeniowej Unilinka. Znalazłem ogłoszenie w gazecie i zgłosiłem swoje uczestnictwo. Okazało się, że moje 24-letnie doświadczenie pozwoliło mi zająć III miejsce wśród wszystkich uczestników olimpiady. Jestem dumny, że doszedłem tak daleko. □

## Szkolić się i poznawać rynek



**Ewa Konopka**  
Kraków

Praca agenta to nie jest prosty zawód. Żeby go wykonywać, trzeba posiadać dużą wiedzę, ale też na bieżąco się szkolić i ciągle poznawać rynek ubezpieczeń. Pracę w ubezpieczeniach zaczęłam w 1997 r., będąc jeszcze na studiach. Pracę magisterką pisałam na temat ubezpieczeń na życie. Ubezpieczenia to miała być moja pierwsza praca. Jednak na tyle mnie ta tematyka wciągnęła, że wyszedł zawód na całe życie. Na początku zajmowałam się wyłącznie ubezpieczeniami na życie w Amplico Life. Po jakimś czasie rynek zaczął się zmieniać. Powstawały nowe firmy, oferujące ubezpieczenia majątkowe, dlatego wkrótce zaczęłam sprzedawać również produkty ubezpieczycieli majątkowych, od Ergo Hestii począwszy. Dzisiaj śmieję się, że mam dożywocie w tym zawodzie. Przede wszystkim jest to praca z ludźmi, a to najbardziej lubię. Tematyka ubezpieczeń jest ciekawa i wciąż dochodzą nowe zagadnienia, a ludzie są różni, więc nie sposób się nią znudzić.

Na klienta patrzę kompleksowo. Oczywiście wiadomo, że niektórzy przychodzą kupić tylko najtańsze OC komunikacyjne. Takich nie podejrzewam, że zostaną na dłużej. Oni

zawsze kierują się ceną. Nie należą do wiernych klientów. Nazywam ich poszukiwaczami. Nie wiedzą, o co chodzi, zbierają po 20 ofert, a później i tak nie wiedzą, co wybrać. Wierny klient ubezpiecza się kompleksowo.

Wśród moich klientów, oprócz osób indywidualnych, jest dużo firm. Sprzedaję także ubezpieczenia grupowe na życie czy pakiety medyczne. Dążę do tego, by moi klienci patrzyli na ubezpieczenia poprzez moją osobę. Gdy klient pomyśli, że potrzebuje jakiegoś ubezpieczenia, to będzie wiedział, że trzeba zadzwonić do Ewy Konopki. Chciałabym stworzyć markę firmowaną swoim imieniem i nazwiskiem.

Byłam rozczarowana pracą na wyłączność w Amplico Life. Taka praca w pewnym momencie zamyka drogę rozwoju, ale i samej sprzedaży. Dlatego zdecydowałam się na współpracę z Alwis & Secura, do której przekonało mnie to, że jest to duża i rozwijająca się multiagencja. Zawsze otrzymuję pomoc, gdy tylko jej potrzebuję. Część umów mam podpisanych bezpośrednio. Dywersyfikacja daje mi poczucie bezpieczeństwa, że jeśli z jedną z firm coś się nie ułoży, nie tracę wszystkiego. ▣



Ubezpieczenie  
ma znaczenie

## APK – czyli usłyszeć klienta



**Marcin Kowalski**  
Pleszew



Zawód agenta to ciągle podnoszenie kompetencji. Trzeba stale aktualizować wiedzę produktową i rynkową, bo to zmienny rynek pod względem ustawowym, ale przede wszystkim produktów. Ubezpieczyciele ciągle zmieniają ogólne warunki, a my musimy być z nimi na bieżąco, żeby tę wiedzę przekazywać klientom.

W odniesieniu do klienta trzeba być uczciwym i transparentnym. Agent ubezpieczeniowy to zawód publicznego zaufania. Zdarzają się sytuacje, że klienci przychodzą nie zawsze z łatwymi sytuacjami, np. zmarł ktoś najbliższy, więc niezbędna jest też empatia. Podstawowym narzędziem w zawodzie agenta jest APK. Dobre APK pozwala usłyszeć, z czym konkretnie przychodzi klient.

Można powiedzieć, że ubezpieczenia wyssałem z mlekiem matki. Moja mama pracuje w ubezpieczeniach od 30 lat, ale jest wierna jednej firmie, PZU Życie. Zajmuje się grupowymi ubezpieczeniami na życie. Gdy byłem dzieckiem, czasem mama zabierała mnie ze sobą do klientów. Miałem własną teczkę z ulotkami, które już wtedy rozdawałem

klientom. A tak naprawdę pracę zacząłem po studiach. Poszedłem w ślady mamy i zająłem się ubezpieczeniami grupowymi w PZU w pionie klienta korporacyjnego. Byłem agentem wyłącznym przez 9 lat. Ale z czasem i rynek wymagał czegoś więcej, i ja zacząłem potrzebować możliwości rozwoju, różnych ofert z różnych firm. Niedługo minie 2 lata, odkąd zacząłem współpracę z Viviamo.

W sumie w ubezpieczeniach pracuję 13 lat. Najpierw były ubezpieczenia na życie i z potrzeby klientów wszedłem również w segment ubezpieczeń majątkowych. Dziś moje proporcje się odwróciły – 90% stanowią ubezpieczenia majątkowe i 10% na życie.

Ponieważ jako multiagent zacząłem pracować w pandemii, widzę bardzo dużą zmianę w świadomości klientów. Wielu z nich pandemia dotknęła osobiście, albo słyszeli o zgonach wśród znajomych. Ludzie zaczęli myśleć o zabezpieczeniu siebie i swoich bliskich w przypadku nie tyle zachorowania, ile własnej śmierci. Rolą agenta jest informować klienta o możliwych zagrożeniach. □



# Wygodna i szybka sprzedaż ubezpieczeń

detalicznych  
**wie.net**

dla firm  
**biz.net**

gwarancji  
**bo.net**

## Rzetelność przede wszystkim



**Jolanta Kubacka**  
Konin



Bardzo lubię pracować z klientami. Kontakt z ludźmi daje mi dużo satysfakcji. Drogę zawodową rozpoczęłam wczesnie, bo w wieku 20 lat, bezpośrednio po liceum. Praca agenta zainspirowała mnie tak bardzo, że wiedziałam, że chcę się tym zajmować. Z biegiem lat pracowałam też na stanowisku menedżera zespołu agentów, ale zawsze miałam potrzebę, bezpośredniej pracy z klientami. We wrześniu w 2019 r. otworzyłam swoje biuro we współpracy z Polisa Expert. Jestem bardzo zadowolona, bo mogę się w pełni poświęcić pracy z ludźmi, obsłudze, doradztwu i czuję się spełniona. Gdy otrzymałam propozycję od szefowej Polisy Expert otwarcia biura, nie zastanawiałam się ani chwili. Mamy bardzo duże wsparcie obsługowe i szkoleniowe. Dzięki temu ja mogę się skupić na obsłudze klienta.

W zawodzie agenta najważniejsze są kompetencja i rzetelność. Dostosowanie oferty do potrzeb klienta, ale przede wszystkim poznanie jego potrzeb. Czasami klient przychodzi do nas i tak naprawdę nie wie, czego potrzebuje. Trzeba sformułować analizę potrzeb i przedstawić ofertę, żeby był pewny, że faktycznie jest dobrze obsłużony, ma właściwie dobrany zakres. Czy to jest ubezpieczenie domu,

samochodu, czy na życie – rzetelność przede wszystkim. Tak, żeby klient był pewny, że wybrał właściwą polisę i o taki zakres mu chodziło.

Praca multiagenta daje zupełnie inne możliwości i otwiera nowe horyzonty, niż praca na etacie w zakładzie ubezpieczeń, nawet na stanowisku menedżerskim. Mogę tak powiedzieć, ponieważ przez kilkanaście lat się zajmowałam obsługą klienta na etacie. Będąc multiagentem, można porównać wiele ofert na rynku, porównać ich zakresy. Prowadząc własne biuro bardzo się rozwinęłam pod kątem wiedzy merytorycznej i porównawczej. Mam też dużo szerszą ofertę dla klienta. Mogę dopasować produkty, bo wiadomo w każdej firmie, mimo że produkty się podobnie nazywają, to jednak są inne. Inne są też możliwości negocjacyjne. Polisa Expert bardzo nas wspiera również w pozyskiwaniu budżetów, rabatów. Pracując z Polisa Expert, nie mam narzuconych limitów przypisu przez danego ubezpieczyciela. Ponieważ jest on liczony jako całość. Progi prowizyjne są też korzystniejsze, ponieważ Polisa Expert traktowana jako całość w każdym zakładzie ubezpieczeń ma dużo lepsze wyniki, a dla nas partnerów jest to bardzo korzystne. □



## Solidność, wiedza i odpowiednie podejście



**Alicja i Andrzej Leśko**  
Werbkowice, Hrubieszów



Agentami ubezpieczeniowymi jesteśmy od ponad 20 lat. Właściwego podejścia do zawodu nauczył nas Andrzej Jeska. Szkolenie i pozytywna energia, jaką nam ten człowiek przekazał podczas pierwszego spotkania, spowodowały, że postanowiliśmy zostać agentami ubezpieczeniowymi. Zaczynaliśmy od ubezpieczeń życiowych. Obecnie sprzedajemy zarówno ubezpieczenia majątkowe, jak i życiowe. Ubezpieczenia życiowe są trudne, ale jeśli chcemy zapewniać klientowi kompleksową obsługę, nie możemy się ich bać. Patrząc przez pryzmat naszego dwudziestoparoletniego doświadczenia w zawodzie, świadomość klienta w zakresie ubezpieczeń życiowych w ostatnim czasie znacząco wzrosła. W dużym stopniu przyczyniła się do tego pandemia, która miała też wpływ na wzrost sprzedaży w segmencie ubezpieczeń życiowych. Ubezpieczenia docenia się wtedy, gdy dochodzi do szkód i są wypłaty świadczeń. U części osób brak ubezpieczeń życiowych jest spowodowany brakiem pieniędzy. Wiele osób chciałoby, ale ich po prostu nie stać. Doradzam jednak swoim klientom, że lepiej mieć mniejsze, niż nie mieć w ogóle. Dzisiaj po 20 latach wiemy, że najważniejsze w zawodzie agenta są solidność, wiedza i odpowiednie podejście do

klienta. Wyszukanie produktu, który jest zgodny z potrzebami ubezpieczeniowymi klienta. W pracy agenta bardzo istotny jest również tzw. serwis. Dbanie, żeby klienci na czas mieli przygotowane oferty na kolejne lata. By w razie szkód, zarówno majątkowych, jak i życiowych, pomóc im wysłać zgłoszenie o wypłatę odszkodowania lub świadczenia. Ważne, by nie zostawiać klienta samego. Nie skupiać się wyłącznie na sprzedaży, ale też oferować klientom pomoc. Oczywiście nie chodzi o to, żebyśmy za nich zgłaszali te szkody, ale by pomóc im krok po kroku przejść proces zgłoszenia.

Współpracujemy z grupą RBG, bo mają nowoczesne podejście do ubezpieczeń. Wszystko jest tam na czas. Szeroka gama szkoleń online, które są w dzisiejszych czasach podstawą, bo nikt nie ma czasu jeździć po całej Polsce i się szkolić. Bardzo dobra obsługa agentów. Wszystkie sprawy zgłaszane do grupy załatwiane są bardzo sprawnie. To nowoczesna firma na wysokim poziomie. W ostatnim czasie wdrożyli krótkie filmy reklamowe, w których wspólnie wzięliśmy udział. Pozwala nam to zwiększyć efekty w sprzedaży ubezpieczeń. □

## Klient, agent i firma – naczynia połączone



**Adela Łabęcka**  
Naruszewo

W ubezpieczeniach najistotniejsze są 3 pojęcia: klient, agent i firma – to naczynia połączone. Sensem mojej pracy jako agenta jest rozpoznanie i zaspokojenie potrzeb ubezpieczeniowych klienta i zbudowanie dobrej, długotrwałej relacji. Mam poczucie odpowiedzialności za życie oraz majątek moich klientów. Dlatego bardzo ważne są: zapewnienie sobie ciągłego rozwoju, otwartość, konsekwencja i szczerść. Warto też wierzyć we własne siły i przede wszystkim w moc ubezpieczeń. Początkujący agent szybko staje przed dylematem, czy chce być doradcą, czy sprzedawcą. Jeśli ma się presję zarabiania, trudno być dobrym doradcą. Nie da się nim być również, nie posiadając szerokiej wiedzy na temat produktów ubezpieczeniowych. Firma – czyli przedsiębiorstwo, którego jesteśmy właścicielem lub dla którego pracujemy – wymaga od nas gotowości do budowania stabilnego biznesu i rozpoznawalnej marki, która cieszy się uznaniem klientów. Firma będzie się rozwijać, jeśli zadbamy o klienta i o siebie jako agenta. Firma będzie się rozwijać, jeśli klient będzie zadowolony, a stanie się tak, gdy zapewnimy mu odpowiedni poziom doradztwa poprzez ciągłe zdobywanie wiedzy czy doskonalenie technik sprzedażowych. Za cel stawiam sobie budowanie świadomości klientów na temat

ubezpieczeń, dlatego zaczęłam nagrywać krótkie, humorystyczne filmy, które publikuję na swoim profilu na Facebooku, a które cieszą się popularnością wśród odbiorców. Są to przygody Jadźki i Kazika, którym ciągle coś się przytrafia. Wymyślam jakieś ryzyko, szkodę i pokazuję, w jakich sytuacjach ubezpieczenie może się przydać oraz dlaczego jest ważne. Następnie jako narrator podsumowuję przedstawioną sytuację. Celem tych filmów jest przybliżenie zagadnień ubezpieczeniowych, których ludzie często nie rozumieją.

Dzięki wsparciu ze strony Domu Ubezpieczeniowego Spectrum, z którym współpracuję, udało mi się stworzyć spójną markę, rozpoznawaną w najbliższej okolicy. Dom Ubezpieczeniowy Spectrum zapewnia dostęp do szkoleń, eksperckiej wiedzy, wsparcie informatyków, grafików, koordynatorów oraz osób z bogatym doświadczeniem na rynku ubezpieczeń. Doceniam komfort pracy w systemie SADUS. To narzędzie automatyzuje moją pracę, usprawnia obsługę i pozwala skupić się na kliencie. W systemie mam też dostęp do często aktualizowanej bazy szkoleniowej, z której mogę korzystać, by rozwijać się w roli doradcy. □





## Wsparcie, jakie mogę dać klientom



**Magdalena Malicka**  
Gliwice

Praca agenta to nie jest wyłącznie sprzedaż oferty ubezpieczeniowej, po którą przychodzi klient. Przede wszystkim chodzi o uświadomienie mu potrzeb, które faktycznie posiada, oraz sytuacji zagrożeń, w jakich może się znaleźć. Najważniejsze jest wsparcie, jakie ja mogę dać moim klientom. Często klient przychodzi po OC na przyczepkę, a okazuje się, że ma niezabezpieczony majątek czy życie swoje i swoich najbliższych. Trzeba zadbać o klienta kompleksowo.

Propozycję pracy jako agent ubezpieczeniowy dostałam, ponieważ znajoma odchodziła na emeryturę. Wcześniej pracowałam jako przedstawiciel handlowy przez kilka lat, spędzając większość czasu w samochodzie. Praca przez 8 godzin w biurze była dla mnie świetną perspektywą. Ale gdy zorientowałam się, na czym naprawdę ta praca polega, że jest to realna pomoc ludziom, odnalazłam swoje miejsce na ziemi. Miałam doświadczenie w rozmowach dotyczących sprzedaży, ale nie zdawałam sobie sprawy, że praca agenta ubezpieczeniowego to absolutnie nie jest sprzedaż. Bo gdy klient przychodzi po śrubkę, wychodzi ze śrubką. Natomiast ubezpieczenia to doradztwo i pomoc. Praca agenta nie kończy się w momencie sprzedaży – przyszedł,

zapłacił i mam prowizję. Klient jest realnie zaopiekowany przez cały okres trwania polisy. Ostatnio np. zrobiliśmy akcję w ubezpieczeniach majątkowych, z uwagi na inflację i wzrost wartości nieruchomości. Zadzwoniliśmy do klientów z całego roku z informacją, że powinni podnieść sumy ubezpieczenia swoich nieruchomości. Nasze działanie zostało bardzo pozytywnie odebrane. Tym bardziej, że zwiększenie sumy ubezpieczenia na nieruchomości o 50 tys. zł, to dla klienta koszt 12 zł przy zawarciu aneksu. Klienci dziękowali, że myślimy o nich cały rok, a nie tylko, gdy kończy się ubezpieczenie. Co roku przed świętami Bożego Narodzenia robimy też akcję świąteczną. Każdy klient wychodzi z biura z upominkiem. To również jest bardzo pozytywnie odbierane. W tym roku każda osoba mogła wybrać sobie jakiś świąteczny drobiazg, np. Mikołajka, zawieszkę czy bombkę, bez względu na wartość zawartej polisy.

Współpracuję z multiagencją Harpie & Orły Sprzedaży. Mam najlepszy zespół wsparcia, z którym w każdej chwili mogę się skontaktować. Nawet jeśli czegoś nie wiedzą, dowiadują się i bardzo szybko wracają z informacją. Często zastępują nam menedżerów z zakładów ubezpieczeń. □

## Każdy klient jest ważny



**Tomasz Młyński,  
Krzysztof Majerowicz**  
Świecie, Chełmża, Grudziądz

Zanim zacząłem zajmować się ubezpieczeniami, zajmowałem się budowaniem dróg. Budownictwem trudniłem się z uwagi na wykształcenie. Jednak pewnego dnia doszedłem do wniosku, że chciałbym robić coś innego. Postanowiłem poszukać inspiracji w serwisie franchising.pl. Zainteresowała mnie kategoria finanse i ubezpieczenia. Wspólnie z kolegą Krzysztofem Majerowiczem postawiliśmy na ubezpieczenia. Z tą branżą miałem do czynienia z uwagi na chociażby własne potrzeby, natomiast Krzysztof był agentem wyłącznym w jednym z wiodących zakładów ubezpieczeń. Nasze zainteresowanie wzbudziła multiagencja RCU Ubezpieczenia, z którą właśnie mijają nam 6 lat współpracy. Przekonali nas do siebie przede wszystkim rodzinną atmosferą. Było to widoczne od samego początku. Nie korporacyjne i partnerskie podejście do współpracy oraz ciekawa w naszej ocenie szata graficzna, która zapada w pamięć. Świetnym dodatkiem były fiaty 500 oklejone barwami RCU.

W zawodzie agenta każdy klient jest ważny. Nie ma dla nas znaczenia, czy ktoś przychodzi ubezpieczyć przyczepkę za 50 zł, czy firmę, gdzie odpowiedzialność sięga kilku, a nawet kilkunastu milionów. Każdego staramy się traktować tak, żeby czuł się wyjątkowo. Wychodzimy

z założenia, że podstawą naszych działań jest taka obsługa, jaką sami chcielibyśmy utrzymać. To procentuje, ponieważ ludzie czują zaangażowanie i odwzajemniają je swoją lojalnością. Nie obawiamy się porównywarek typu Rankomat czy Punkta, ponieważ tym, co nas od nich odróżnia, jest fakt, że zawsze jesteśmy pod telefonem. Jesteśmy dostępni 24 godziny na dobę. Wielokrotnie zdarzało się, że trzeba było pomóc klientowi w święta czy w niedzielę. My nie wyłączamy telefonu o 17.00. Lepiej pomóc klientowi o nietypowej porze, niż spowodować, że jego jedynym wspomnieniem z wyjazdu, będzie to, że mu assistance nie zadziałał z przyczyn technicznych.

Bardzo dużo czasu poświęcamy na edukację klienta. Klient wielokrotnie wychodzi od nas nie tylko z OC ppm, ale z dodatkowymi produktami typu assistance, ubezpieczenie szyb czy nawet AC lub smart casco. Wielu agentów obsługuje klienta w sposób szablonowy. Odnowić, odnowić, odnowić. My przykładamy uwagę do każdego klienta. Zdarza się, że dana osoba czegoś nie ubezpiecza, bo nawet nie wie, że może to zrobić. Dzięki temu, że rozmawiamy, klienci wiedzą więcej. Co przekłada się na większą sprzedaż. Ponieważ wiedzą, że istnieje taka możliwość. □



## Rozpocznij współpracę

z AGRO Ubezpieczeniami - Towarzystwem Ubezpieczeń Wzajemnych

**Ubezpieczamy kompleksowo!** W naszej ofercie znajdują się ubezpieczenia:



rolne



komunikacyjne



domów i mieszkań



podrózne



dla firm

### Dlaczego AGRO Ubezpieczenia?

- Jesteśmy godnym zaufania towarzystwem ubezpieczeniowym
- Mamy 20-letnie doświadczenie na rynku ubezpieczeń
- Oferujemy atrakcyjne warunki współpracy
- Zapewniamy wsparcie merytoryczne i szkolenia dla agentów
- Posiadamy intuicyjny, prosty system sprzedaży

**AGRO Ubezpieczenia - Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych** to w 100% polska firma ubezpieczeniowa.

Naszym właścicielem jest Fundusz Składowy Ubezpieczenia Społecznego Rolników.

Specjalizujemy się w ubezpieczeniach skierowanych do rolników i oferujemy m.in. ubezpieczenia upraw rolnych i zwierząt gospodarskich z dopłatami do 65% składki z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.



**Napisz do nas:**  
wspolpraca@agroubezpieczenia.pl

AGRO Ubezpieczenia - Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych  
ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 02-685 Warszawa  
[www.agroubezpieczenia.pl](http://www.agroubezpieczenia.pl)

moskwa-ubezpieczenia.pl  
dla Ciebie i Twojej rodziny lub firmy

## Kartka, która stanowi zabezpieczenie



**Mateusz Moskwa**  
Pszów

W pracy agenta kieruję się ludzkim podejściem do klienta. Staram się być profesjonalistą w tym, co robię. Jestem rzetelny i dokładny. Do każdego podchodzę indywidualnie, bo każdy człowiek jest inny. Ma swoje potrzeby, wymagania. Dla mnie ważne jest, żeby każda wystawiona przeze mnie umowa ubezpieczenia spełniała wymagania finansowe klienta, ale przede wszystkim zakresowe.

Myślę, że ważny jest również dostęp do technologii. Rozwój technologiczny dość mocno wpłynął na branżę ubezpieczeniową, od roku 2000 praca agenta bardzo się zmieniła. A pandemia dodatkowo spowodowała, że wielu ubezpieczycieli, przyspieszyło dostępność do pracy zdalnej z klientem lub ją umożliwiło. Ale ta zmiana następowała już wcześniej.

Bardzo ważne jest również pogłębianie swojej wiedzy codziennie. Pracując z klientami, cały czas poszerzamy wiedzę, ale trzeba pamiętać, że zmieniają się również przepisy, produkty ubezpieczeniowe, więc ważne jest, żeby być na bieżąco. Dlatego często korzystam ze szkoleń oferowanych przez ubezpieczycieli oraz czytam ogólne warunki ubezpieczeń.

W zawodzie agenta pracuję od 2015 r. Ubezpieczeniami od lat zajmuje się moja mama, więc był to czynnik, który

pomógł mi dokonać wyboru. Myślę, że można powiedzieć, że miałem solidne podstawy rodzinne, żeby zostać agentem. Mama przetała szlaki, widziałem, jak wygląda ta praca. A ponieważ jestem człowiekiem, który lubi rozmawiać, dyskutować, analizować, łatwo przyswajam wiedzę i lubi ludzi, spodobał mi się ten zawód. Pracuję w Punkcie Standard Ergo Hestii, który prowadzimy razem z wspólnym zespołem, ponadto jestem również agentem Warty. Współpracuję również z multiagencją Unilink, gdzie bardzo cenię sobie wewnętrzną organizację pracy multiagencji i dużą skalę działania.

W ogólnopolskiej Olimpiadzie Wiedzy Ubezpieczeniowej organizowanej przez Unilink wziąłem udział, żeby sprawdzić swoją wiedzę. To był mój drugi udział w tym wydarzeniu. Było to bardzo cenne i ciekawe doświadczenie. Sprawdziłem się, uzyskując w ostatniej edycji całkiem dobry wynik – zająłem II miejsce, znajdując się w 10 najlepszych agentów w Polsce. Myślę, że dla klienta ważne jest, że agent, który go obsługuje, jest osobą kompetentną, ponieważ ubezpieczenie to jest coś, czego nie widać. Widać je dopiero, kiedy coś się wydarzy. Otrzymujemy kartkę papieru, która stanowi nasze zabezpieczenie. Dzięki tej kartce można zabezpieczyć większość swoich obszarów finansowych. □



## Pomagamy klientom do A do Z



**Patryk Orzechowski**  
Izabelin



Ubezpieczenia pasjonowały mnie od zawsze, odkąd pamiętam. Wybór zawodu agenta ubezpieczeniowego był w moim przypadku bardzo świadomy. Skończyłem studia na kierunku Finanse i ubezpieczenia. Od razu po uzyskaniu dyplomu otworzyłem swoją firmę. Obecnie jestem w trakcie kolejnych studiów specjalizacyjnych w zakresie ubezpieczeń.

Tym, co jest najważniejsze w zawodzie agenta, to kontakt z klientem. Agent musi być kontaktowy i odpowiedzialny. Musi mieć dobry kontakt z klientem, ale też potrafić pomóc klientowi w różnych sytuacjach. Zaufanie klienta do nas budujemy na etapie tworzenia oferty, a później zawierania umowy ubezpieczenia. Już podczas rozmowy z klientem jesteśmy w stanie wywnioskować, czy zaufa on agentowi, czy nam zaufa. Jeśli klient zawrze u nas polisę i dojdzie do szkody, wtedy również może liczyć na naszą pomoc. Pomagamy klientom od A do Z.

Ubezpieczeniami zajmuję się od 2008 r., a współpracę z CUK-iem rozpocząłem w 2017 r. Wtedy otworzyłem swoje pierwsze biuro. Obecnie prowadzę 3 biura. W Izabelinie, Ożarowie Mazowieckim i Piastowie. Zatrudniam

3 osoby. A z żoną pełnimy rolę dodatkowych agentów. Ubezpieczam zarówno majątek, jak i życie. Staram się też rozwijać i pogłębiać swoją wiedzę szczególnie w segmencie życiowym, ponieważ ubezpieczenie samochodu nie jest sztuką.

Na przestrzeni lat widać, jak zmienia się świadomość klientów. Oczywiście obszar ten wymaga jeszcze pracy, ale świadomość klientów jest coraz większa. Coraz więcej osób ubezpiecza nie tylko to, co muszą, ale i to, co mogą. Zaczynają ubezpieczać nieruchomości, coraz częściej myślą o ubezpieczeniu na życie. Myślę, że miał na to wpływ covid, ale i to, co się dzieje w tym momencie na świecie. Wojna w Ukrainie spowodowała, że ludzie zaczęli myśleć o tym, że trzeba się zabezpieczyć na wypadek nieprzewidzianych okoliczności. Niby wojna zawsze była wyłączona z ochrony ubezpieczeniowej, ale ludzie inaczej zaczęli postrzegać świat i własne życie. Zaczęli myśleć również o zabezpieczeniu swojej rodziny. A ponieważ większość z osób żyje obecnie na kredyt, ludzie chcą zabezpieczyć także swoje rodziny na wypadek, gdyby coś im się stało. □

## By klient był ubezpieczony, a nie posiadał ubezpieczenie



**Agnieszka Perlińska**  
Wrocław

W pracy z klientami stawiam na profesjonalizm i rzetelność. Każdy klient jest inny. Ma inne doświadczenia, inne zasoby, inne potrzeby. Mimo to chcę, żeby każdy był solidnie ubezpieczony, a nie po prostu posiadał polisę – aby „obietnice” zawarte w umowie stały się realne.

Zdarza się, że klient, który do mnie trafia, nie wie dokładnie, jakiego rodzaju produktu potrzebuje. Moją rolą jest umiejętnie zdefiniowanie jego potrzeb oraz zaproponowanie odpowiedniej ochrony. Nie jest to zadanie łatwe. Klienci nie zawsze potrafią sobie wyobrazić sytuacje, kiedy w ich najbliższym otoczeniu dochodzi do szkód, które w jednej chwili pozbawiają ich poczucia bezpieczeństwa i panowania nad sytuacją. Jednak to rolą agenta jest edukować, uświadamiać, badać potrzeby i proponować rozwiązania, które zapewnią klientom faktyczną pomoc w sytuacji kryzysowej. Dzięki temu klient nie zostanie sam z problemem – dobrze dopasowana ochrona ubezpieczeniowa zabezpieczy jego interesy. Ponad 90% klientów, którzy trafiają do mnie do biura, pozostają ze mną na dłużej. Nasza współpraca nie kończy się na jednorazowym spotkaniu. Staram się, dzięki jakości w obsłudze i oferowanych rozwiązaniach, budować pełne szacunku i zaufania długotrwałe relacje.

W przypadku ubezpieczeń na życie świadomość klientów, jak i ich potrzeba zabezpieczenia życia i zdrowia jest niska. Wydaje mi się, że wynika to z problemów podczas zgłaszania szkód. Gdy wystąpi zdarzenie objęte ubezpieczeniem, a klient błędnie zdefiniuje jego zakres, to ubezpieczyciel powinien przekwalifikować zdarzenie w ramach zawartej z klientem polisy, a nie odmawiać odszkodowania i odsyłać klienta z kwitkiem. Edukuję klientów, iż o ubezpieczeniu na życie warto jest pomyśleć jak najwcześniej, ponieważ wysokość składki zależy nie tylko od zakresu, ale także w dużej mierze od wieku i kondycji zdrowotnej osoby chcącej się ubezpieczyć.

W branży ubezpieczeniowej pracuję od 2017 r. Poszukując zaufanego partnera biznesowego, w 2018 r. zdecydowałam się na współpracę z multiagencją Unilink. Dzisiaj uważam, że była to bardzo dobra i trafna decyzja. Jest to partner, którego z pewnością można nazwać strategicznym. Jako najsilniejszy gracz na rynku multiagencyjnym zapewnia realne wsparcie merytoryczne i marketingowe. Daje poczucie współpracy z najlepszymi – a to wszystko dzięki wykwalifikowanej, przystępnej i przyjaznej kadrze pracowników gotowych wspierać agenta w jego codziennej walce o sukces. □

DobryAgent.pl

## Marzyć i odważnie realizować cele



**Joanna Piątkowska**  
Pabianice

Po zmianie miejsca zamieszkania w 2000 r., byłam zmuszona poszukać również nowej pracy. Zostałam agentem wyłącznym PZU, gdzie pracowałam 22 lata. Świetnie się odnalazłam w tym zawodzie, ponieważ pracowałam wcześniej w różnych branżach. Znałam branżę rolniczą, bo rodzice prowadzili gospodarstwo rolne. Pracowałam m.in. w branży transportowej czy w księgowości. Jestem osobą twórczą i lubiącą wyzwania, więc chętnie podejmowałam się nowych, trudnych zagadnień, ubezpieczeń. Traktowałam to jako naukę, poznawanie innych aspektów tej pracy. Ubezpieczałam np. wystawy, zajmowałam się ubezpieczeniami finansowymi, których inni się bali. Jednak po wielu latach praca na wyłączność przestała przynosić mi oczekiwaną satysfakcję i zdecydowanie ograniczała moje możliwości. W międzyczasie mój syn rozpoczął działalność jako multiagent. Przyglądając się jego pracy, doszłam do wniosku, że to jest dla mnie droga do dalszego rozwoju. Dlatego podjęłam współpracę z ASF.

Najważniejsze w zawodzie agenta jest pozytywne nastawienie do pracy i kontakt z klientem. Kontakt z człowiekiem i wysłuchanie go dają dużo możliwości. To służy zebraniu informacji, ale jednocześnie pozwala doradzić. Dla

mnie nie jest to wyłącznie aspekt zawodowy, ale po prostu ludzki. Najcenniejszą informacją zwrotną od klientów jest, gdy mówią, że nikt im lepiej nie doradzi. Kieruję się taką dewizą, że chcę tak obsłużyć klienta, jak sama bym chciała być obsłużona.

Obecnie zbliżam się do wieku emerytalnego, a biorąc pod uwagę, że praca to całe moje życie, chciałabym, aby moje dzieci w przyszłości kontynuowały to, co zaczęłam. Dzisiaj na pewno praca agenta jest bardziej wymagająca, ponieważ klient jest bardziej wymagający i ma różne potrzeby. Jest to związane ze wzrostem zamożności i popytem na wiele usług. Dzisiejszy klient oczekuje wielu rozwiązań i kompleksowej oferty. Dotyczy to zarówno całego majątku, pojazdów, ochrony życia i zdrowia czy potrzeb związanych z ubezpieczeniem pracowników. Część ubezpieczeń można przygotować online. I to jest bardzo pozytywne aspekty tej pracy. Jednak przy niektórych ubezpieczeniach spotkanie się i przeanalizowanie pewnych zagadnień są kluczowe. Np. w przypadku MSP warto się spotkać, zobaczyć dany obiekt czy maszyny. To pomaga przy ocenie ryzyka i ustaleniu zakresu ubezpieczenia. Warto marzyć i odważnie realizować swoje cele. □


**bezpieczny.pl**

## Odpowiedzialność, produkt, serwis, technologia, lider



**Barbara Polańska-Matuszek**  
Starogard Gdański

Ważnych obszarów w zawodzie agenta jest co najmniej kilka. Pożądana jest umiejętność brania odpowiedzialności przez agenta za to, co oferuje klientowi. Mam tu na myśli dobry produkt, czyli przemyślane rozwiązania, pod którymi nijako można się podpisać. Dobra znajomość posiadanych produktów umożliwia trafianie wprost w potrzeby klientów, temu celowi służy udział w cotygodniowych szkoleniach.

Wśród cech osobowości agenta nie może zabraknąć wysokiego poziomu empatii, który daje klientowi poczucie, że chcemy dla niego jak najlepiej i że może na nas liczyć również w momencie zgłaszania szkody. Większość informacji o szkodach moich klientów trafia również na moją skrzynkę mailową. Dzięki temu, mogę osobiście zadbać o kompletność dokumentacji roszczeniowej i sprawną likwidację szkody co przekłada się na zadowolenie klientów ze współpracy i polecanie mnie innym potencjalnym klientom.

Drugi kluczowy obszar w pracy agenta to nowoczesne technologie. Zwłaszcza ostatnie lata wykazały jak użyteczne wręcz nieodzowne są narzędzia do zdalnej dystrybucji

ubezpieczeń. W sieci Bebezpieczny.pl, z którą mam przyjemność współpracować, zostałam wyposażona we wszelkiego rodzaju narzędzia takie jak: własna strona internetowa czy technologia pozwalająca łączyć się z klientem za pomocą parowania ekranów na dowolnym urządzeniu. Dzięki temu nie ma bariery kilometrów, co pozwala mi dotrzeć do klientów w całej Polsce. Technologia pozwala mi łączyć tradycyjną pracę agenta ubezpieczeniowego w terenie z pracą online. Dzięki czemu jestem w stanie z miesiąca na miesiąc zwiększać swoją efektywność i satysfakcję z osiągniętych wyników sprzedażowych.

Wszystko to nie byłoby możliwe gdyby nie przynależność do wspierającego się zespołu specjalistów na czele z charyzmatycznym liderem, który potrafi wręcz porwać nas do pracy, zawsze wychodzi naprzeciw naszym potrzebom i chętnie pomaga rozwiązywać trudności oraz koncentruje swoje działania na naszym doskonaleniu. Ponadto wymyśla nowe metody działania, aby zwiększyć naszą skuteczność. Takie warunki pracy sprzyjają rozwojowi i motywują do działania. □



## Dobre perspektywy dla multiagencji

# Punkt zwrotny w rozwoju Allianz Polska

Poprzez akwizycję Avivy, grupa Allianz nie tylko zobowiązała się do tworzenia przyszłości polskiego rynku ubezpieczeniowego. Pokazała też swoje ambicje wzrostowe na jednym z najbardziej ekscytujących rynków. To duża szansa dla multiagencji, które na tym rynku są największym i perspektywnym kanałem sprzedaży.

Pracowałem do tej pory w ubezpieczeniach w kilku krajach i moja fascynacja polskim rynkiem wynika z własnych doświadczeń. Impонуje mi przedsiębiorczość i elastyczność pośredników, a także osiągnięcia w krótkim czasie dojrzałość produktowa i zaawansowanie cyfrowe.

Niedawna inwestycja grupy Allianz w Polsce, o wartości ponad 2,5 miliarda euro, robi wrażenie. Ta kwota przekroczyła 20% rocznego zysku operacyjnego grupy, wypracowanego w ponad 70 krajach. To największa akwizycja grupy Allianz na świecie od 10 lat. Zarazem była to największa transakcja tego rodzaju w polskiej branży ubezpieczeniowej.

Stanowi ona mocne zobowiązanie wobec polskiego rynku. Zwiększa również nasze ambicje dotyczące pozycji Allianz w Polsce i przyspiesza działania służące ich urzeczywistnieniu.

Gdy rozmawiamy o naszych aspiracjach wzrostowych, jedna rzecz jest pewna: musimy rosnąć wraz z multiagentami. Tworzą oni przecież największy i jeden z najbardziej obiecujących kanałów sprzedaży na polskim rynku.

Nasze ambicje spotykają się z wyzwaniami, na jakie napotykał Allianz Polska, współpracując z multiagentami w ostatnich latach. Pojawia się pytanie – jak zamierzamy wykorzystać ten wyjątkowy moment wejścia do pierwszej ligi rynku dla wzrostu biznesu z multiagentami? Czy to będzie punkt zwrotny?

### KRYTYKA BYŁA FAIR

Gdy ponad dwa lata temu dołączyłem do Allianz Polska, miałem świadomość tych wyzwań. Czasem byłem jednak zaskoczony, jak partnerzy nas postrzegali. Rozumiałem obiektywną krytykę – nawet gorzką – niektórych naszych działań. Często jednak słyszałem opinie: nie rozumiemy tego, co robicie.

Krytyka płynąca od multiagentów była całkowicie fair – podobnie jak przyznanie przez nas, że w poprzednich latach nie wszystko robiliśmy dobrze w relacjach z nimi. Również fair jest stwierdzenie, że z powodu niektórych naszych działań multiagenci nie postrzegali nas jako stabilnego i przewidywalnego partnera.

Gdy analizuję nasze relacje z multiagentami widzę, że były też rzeczy, które robiliśmy nie najgorzej, ale mimo to były źle postrzegane. Często z powodu słabej komunikacji z naszej strony – lub nawet jej braku. Nie tylko byliśmy postrzegani jako mało przewidywalni; byliśmy też niedostatecznie blisko rynku, aby na bieżąco wyjaśniać, co robimy i dlaczego to robimy.

### POMYSŁY NA WZROST

Pamiętając o tym wszystkim, wracam do pytania, jak chcemy osiągnąć istotny wzrost w kanale multiagencji. Przede wszystkim kilka rzeczy robimy od tego roku inaczej – czyli lepiej. Przyjęliśmy nowe podejście, aby być bliżej agentów jako stabilny, przewidywalny i konkurencyjny partner biznesowy.



MARTIN KLECHA  
członek zarządu TUIR Allianz Polska S.A.

Najbardziej lubię mówić o konkretach, więc chcę zwrócić uwagę na kilka najważniejszych.

- **Zwiększyliśmy liczbę regionów**, aby być bliżej naszych partnerów, a nasi dyrektorzy i menedżerowie mogli więcej swojego czasu przeznaczyć na współpracę z multiagentami. Zmieniliśmy model pracy naszych menedżerów w terenie, aby byli bardziej dostępni i aktywni. Równocześnie poprawiliśmy komunikację i marketing, aby wzmocnić obecność w poszczególnych regionach.


- **Wprowadziliśmy nową taryfę w ubezpieczeniach komunikacyjnych.** Zależy nam, żeby multiagenci mogli przewidywalnie budować portfel tych ubezpieczeń korzystny dla wszystkich stron. Nowa taryfa odkłamuje też pewne stereotypy co do naszego podejścia. Najbardziej cieszą nas

pierwsze efekty – już po paru miesiącach po wprowadzeniu nowej taryfy sprzedaż w kanale multiagencji wzrosła o 62%! Coraz więcej multiagencji przekonuje się do współpracy, widząc **SKOKOWY** wzrost konwersji. Co czwarta współpracująca multiagencja zwiększyła sprzedaż polis z logo Allianz o ponad 50%, niektóre nawet 2,5-krotnie! Wzrosty na poziomie do 50% odnotowało aż 40% multiagencji. Liczę, że to dopiero początek rozwoju.

- **Wprowadzimy system do szybkich kwotacji.** W drugiej połowie tego roku zamierzamy udostępnić pełną funkcjonalność nowoczesnego systemu do szybkich kwotacji. Agent po wpisaniu kilku podstawowych danych o samochodzie i jego właścicielu otrzyma ofertę; pozostałe dane pozyskamy z zewnętrznych baz danych takich jak CEP, CEK czy UFG. To będzie ogromna pomoc i duża ulga w codziennej pracy sprzedawcy.
- **Lepsze produkty i nowości.** Zwiększamy konkurencyjność naszych produktów i porządkujemy katalog po fuzji, biorąc też po uwagę potrzeby multiagentów. Na początek, ulepszymy ochronę w zakresie NNW i assistance w ubezpieczeniach komunikacyjnych. Wprowadzamy nowe ubezpieczenie podróży i ubezpieczenie dla małych i średnich firm.

Wiemy, że osiągnięcie ważnej pozycji w kanale multiagencji będzie wymagało cierpliwej pracy. Będziemy do niej dochodzić krok po kroku. Mamy świadomość, że rynek będzie obserwował i oceniał nasze działania, zanim obdarzy nas zaufaniem. Jestem jednak pewien, że stopniowo wypracujemy sobie miejsce adekwatne do naszej pozycji rynkowej i zwiększonego potencjału. Naprawiliśmy fundamenty współpracy, aby silna marka ubezpieczeniowa, jaką jest Allianz, pokazała swoje atuty.

Czytelnicy zadają sobie pewno pytanie: skąd u mnie taka pewność? Zmiany, o których mówię, wprowadzamy dopiero od sześciu miesięcy, a już wyraźnie widzimy efekty: wzrost nowej sprzedaży w multiagencjach, jak i pozytywne opinie od naszych partnerów. Z tych głosów partnerów jestem szczególnie dumny.

Wygląda na to, że rynek zaczął na nowo odkrywać atrakcyjność Allianz. Razem możemy więcej! 

## Wejść w buty klienta



**Marcin Seweryn**  
Kraków

**W** zawodzie agenta najważniejsze jest dobrze zbadać potrzeby klienta. A żeby to zrobić, trzeba jak najlepiej wejść w buty klienta. Dopiero wtedy można mówić o doradztwie, gdy zrozumiemy indywidualną sytuację danej osoby. Ja to nazywam analizą finansową. Spotkanie z klientem trwa zwykle od 2 do 3 godzin. Zadaję na nim dużo szczegółowych pytań. Może się okazać, że dany klient nie potrzebuje polisy, bo np. ma bardzo dużo środków własnych. Zamiast zabezpieczenia potrzebuje pomocy w zarządzaniu swoim majątkiem. Ale właśnie dlatego dobrze jest być multiagentem, bo mamy dostęp do wielu produktów i możemy zaoferować klientowi np. produkt związany z oszczędzaniem.

Moja praca w doradztwie to zupełny przypadek. Jednak miałem szczęście, że trafiłem do Phinance, że mój ówczesny pracodawca miał olbrzymie doświadczenie w tym biznesie i uczył mnie zawodu krok po kroku. Mogłem chłonąć wiedzę w ilościach nieograniczonych. Obecnie pracuję jako doradca 9. rok. W ciągu tych lat odbyłem ok. 2,5 tys. spotkań z klientami.

Dostrzegam zmianę w świadomości klientów w ciągu ostatnich 3 lat, ale wyłącznie w młodym pokoleniu. Ono nie tyle zna się na finansach, ile doskonale wie, że musi się pojawić u eksperta. Myślę, że to wynika z dostępu do informacji, ale również z pracy w korporacjach, gdzie młodzi ludzie uczą się, że od wszystkiego trzeba mieć specjalistę. Miałem ostatnio klienta, który prowadzi biznes od 3 lat i niesamowicie przepłaca podatkowo, ale nigdy wcześniej nie poszedł do doradcy. Przyproceedził go 25-letni syn. Ten człowiek był bardzo zszokowany tym, co usłyszał. I jest to kolejny dowód na to, że pokolenie 25-latków jest bardziej świadome. Dawniej wiedzę czerpało się z doświadczeń życiowych, więc osoba starsza z założenia wiedziała więcej. Dzisiaj więcej wie ten, kto więcej wiedzy przyswoił. W internecie można wyłapać dużo merytorycznych informacji, a młodzi ludzie po prostu robią to lepiej. Ja sam wykorzystuję internet do promocji chociażby swojej osoby i działalności. Prowadzę stronę internetową oraz konto na Instagramie, gdzie dzielę się swoim życiem prywatnym, ale też wykorzystuję je do celów rekrutacyjnych, do pozyskiwania nowych pracowników. □



## Rzetelna analiza potrzeb



**Ewa Sidło**  
Piekoszów, Strawczyn



W czasie mojej 20-letniej pracy z klientami doszłam do wniosku, że w kontakcie z klientem ważna jest relacja i zaufanie klienta do agenta. W pracy agenta ważne jest doradztwo. Swoją pracę w ubezpieczeniach traktuję jako misję i wykorzystuję swoją wiedzę do tego, żeby doradzać klientowi, znaleźć mu odpowiedni produkt i zabezpieczyć jego majątek, ale przede wszystkim życie. Przeprowadzenie rzetelnej analizy potrzeb da nam odpowiedzi, czego klient potrzebuje. Żeby być dobrym doradcą, musimy się ciągle rozwijać. Ciągły rozwój zapewniają szkolenia, czy to organizowane przez ubezpieczycieli, czy przez firmy zewnętrzne, znanych trenerów, np. Fryderyka Karzełka. Klient musi nam ufać. Dana osoba musi wiedzieć, że ma do czynienia z profesjonalną obsługą. Obecnie ludzie są na pewno bardziej wymagający, ale i bardziej świadomi niż 20 lat temu. Chociaż ta świadomość jest różna w zakresie różnych ubezpieczeń. Uważam, że segment ubezpieczeń na życie jest bardziej zaniedbany niż segment ubezpieczeń majątkowych. Żeby tę świadomość podnosić, raz w miesiącu organizuję spotkania informacyjne dla klientów. Podczas tych spotkań robię taką analizę potrzeb, opowiadam o ubezpieczeniach na życie,

jakie obszary można zabezpieczyć. Tematem, na który kładę szczególny nacisk, jest ekspercka opinia medyczna i koszty leczenia za granicą. Bardzo chcę to rozpropagować wśród naszych klientów, bo poważne zachorowania czy choroby nowotworowe to zhora naszych czasów. Nie jest to drogi produkt i bardzo bym chciała, żeby klienci byli świadomi, że mogą skorzystać z lepszej opieki za granicą. Np. w Compensie Dystrybucji jest ekspercka opieka medyczna, w ramach której otrzymuje się diagnozę w ciągu 2 tygodni. Ubezpieczyciel wskazuje 3 najlepsze kliniki w Europie, np. w Hiszpanii, we Francji czy w Niemczech, specjalizujące się w określonych zachorowaniach. Koszt takiego produktu to tyle co wyjście do McDonalda czy do restauracji.

W tej chwili jestem w trakcie rejestracji fundacji. Będę pozyskiwać środki, aby pomagać ludziom ciężko chorym, samotnym w trudnej sytuacji życiowej. Działalność mojej fundacji będzie skierowana zwłaszcza do osób starszych, samotnych, których nie stać na leczenie za granicą. Otwarcie fundacji planuję na 15 kwietnia. Jej celem będzie pomoc ludziom, którzy nie mają znikąd indziej pomocy, a którzy nie zdążyli się ubezpieczyć. □

CENTRUM  
UBEZPIECZEŃ ASasist  
MULTIAGENCJA UBEZPIECZENIOWA

## Uświadomić zagrożenia i potrzeby



**Aneta Siuda**  
Przemęt

Kiedy 10 lat temu dobry znajomy zachorował na nowotwór i zmarł po roku zmagania z chorobą, oboje z mężem przeżyliśmy szok. Zdaliśmy sobie sprawę, że gdyby nas spotkała podobna sytuacja, nie mielibyśmy żadnego zabezpieczenia. To był moment, w którym zdecydowaliśmy się ubezpieczyć na życie. Niedługo później zginął członek mojej najbliższej rodziny, który osierocił dwoje nieletnich dzieci. Wtedy podjęłam decyzję, żeby wyjść do ludzi i uświadomić im zagrożenia, potrzeby oraz pokazać, jakie mają możliwości na wypadek nieprzewidzianych zdarzeń losowych. Decyzja, czy z tego skorzystają, czy nie, należy do nich. Efektem tych przemyśleń była współpraca z jednym z zakładów w zakresie ubezpieczeń na życie. Przez 3 lata moja praca polegała na spotkaniach z klientami i rozmowach o tym, co dla nich jest najważniejsze, czyli o zdrowiu i życiu.

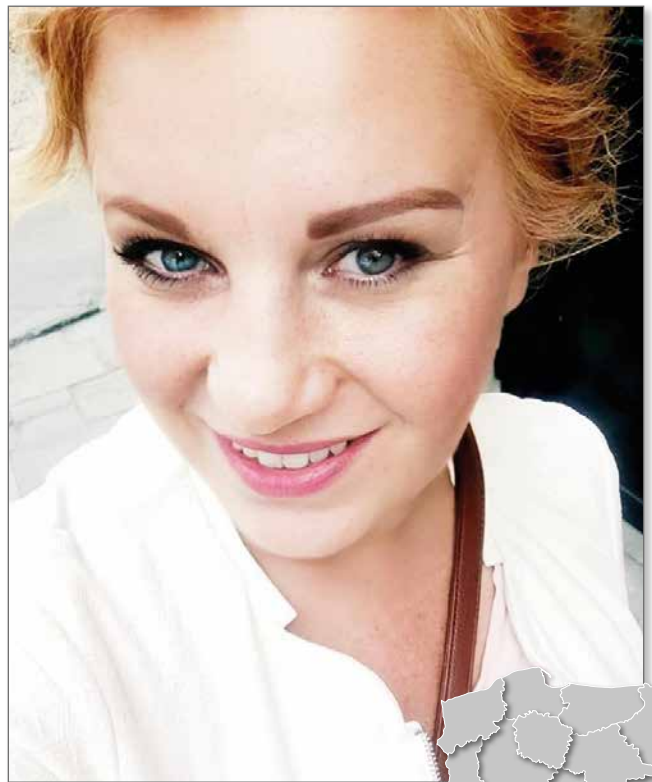
Szczegółowe zbadanie potrzeb klienta podczas rozmowy dawało mi możliwość przygotowania polisy, która zadziała w niespodziewanych, często drastycznych dla nich okolicznościach, np. w przypadku poważnego zachorowania czy śmierci ich bądź ich najbliższych. To nie były łatwe

rozmowy. Wiadomo – klienci są mniej i bardziej świadomi potrzeb ubezpieczeniowych.

Po 3 latach otworzyłam biuro stacjonarne w Przemęcie, które prowadzę do dzisiaj. Przy wsparciu multiagencji Asist szybko rozwinęłam działalność na lokalnym rynku. Rozszerzając swoją ofertę o kolejne zakłady ubezpieczeń, mogę zaproponować klientom również ubezpieczenia komunikacyjne, turystyczne, szkolne, domów czy firm. Miejscowość Przemęt to w dużej mierze gmina rolnicza. Sprzedając ubezpieczenia rolne, zauważyłam, że mieszkańcy wsi opłacają często tylko ubezpieczenia obowiązkowe, czyli OC rolne i ubezpieczenie budynków, które mają bardzo wąski zakres ochrony. Często były to polisy z zaniżonymi sumami ubezpieczenia. W rozmowach uświadamiałam klientom, że warto rozszerzyć zakres ochrony, zwiększyć wartość budynków, dokupić np. o OC w życiu prywatnym. Dzięki dostępności kilkunastu zakładów ubezpieczeń mogę klientowi przedstawić różne oferty, z których on wybierze najlepszą dla siebie. Wszystko odbywa się we współpracy z multiagencją, od której uzyskuję wsparcie merytoryczne i fachowe doradztwo. □



## Głęboka empatia



**Monika Sperzyńska**  
Wrocław

Dość długo byłam doradcą wyłącznie życiowym i pierwsze, co mi się nasuwa jako najważniejsze w zawodzie agenta, to głęboka empatia i umiejętność słuchania. Rozmowy o ubezpieczeniu życiowym to często poważne dyskusje, dotyczące nierzadko bardzo osobistych szczegółów. Dlatego trzeba tę rozmowę prowadzić bardzo delikatnie. Kluczowa jest umiejętność zadawania właściwych pytań, które skłonią rozmówcę do refleksji. Pewne zagadnienia omawiamy dogłębnie, potrzebne jest więc zrozumienie i dużo taktu. Nie może ich zabraknąć w trakcie rozmowy o ubezpieczeniu życiowym. Gdy klient przychodzi, żeby ubezpieczyć się na życie, zawsze pytam, czym jest podyktowana jego decyzja. Dla mnie jest to duża wskazówka, jak z takim klientem rozmawiać. Często powodem rozpoczęcia poszukiwań polisy jest zgon lub ciężka choroba w najbliższym otoczeniu – wtedy wspólnie zastanawiamy się, z czym zostałyby rodzina klienta, gdyby podobne zdarzenie dotknęło jego z dnia na dzień. Natomiast jeśli nie ma konkretnego powodu, klient mówi: „bo już czas”, wówczas zaczynam od możliwości nowoczesnych ubezpieczeń. Potrzeby wychodzą w trakcie dyskusji.

W swoim portfolio posiadam również ubezpieczenia majątkowe. Tu empatia schodzi na dalszy plan, liczą się twarde liczby i rzetelna wiedza, zwłaszcza w przypadku multiagenta, ponieważ oferty zakładów ubezpieczeń różnią się zazwyczaj szczegółami, które są bardzo istotne, gdy dojdzie do szkody. Dzisiaj łatwo sprzedaje się ubezpieczenia. Covid pomógł nam w 2 aspektach. Po pierwsze, bardzo przyspieszył możliwość wdrożenia procesów zdalnych, zwłaszcza w ubezpieczeniach na życie, które nie były wcześniej możliwe. Po drugie, zwiększył świadomość ludzi. Pandemia unaoczniała, że coś może się zdarzyć nagle. W ciągu 3 ostatnich lat świadomość klientów wzrosła. Częściej niż wcześniej czują potrzebę zabezpieczenia bliskich, gdyby ich zabrakło. Wiele osób poszukuje ochrony na wypadek śmierci bliskich czy własnej, ale myślą również o polisach na wypadek choroby lub utraty pracy na jakiś czas. Do każdego klienta podchodzę kompleksowo. Próbuję dowiedzieć się, czego naprawdę potrzebuje, w czym mogę mu pomóc. Klient, który czuje się zaopiekowany, to prawdziwy skarb i źródło wartościowych rekomendacji. □

## Uczciwość, uczciwość, uczciwość!



**Izabela Sucharska**  
Szamotuły



Jest kilka istotnych aspektów w zawodzie agenta. Po pierwsze agent powinien pomagać. Powinniśmy wczuwać się w rolę klienta, tak żeby jak najlepiej dobrać zakres ubezpieczenia. Żeby tak się stało, musimy jak najwięcej rozmawiać z klientem o tym, co jest dla niego ważne, czego on potrzebuje, czego się obawia. Jakie ma oczekiwania wobec polisy, którą zamierza zakupić. W naszej branży dużą rolę odgrywa również stałe doskonalenie zawodowe. Fachowa wiedza pozwala nam być w oczach klienta ekspertem. No i oczywiście empatia. Musimy być otwarci na innych ludzi, na ich emocje, co pozwala nam budować relacje z tym klientem. Jako agent pracuję 12 lat, a z Superpolisą współpracuję od lat 5. Trafiłam na staż do ubezpieczeń w wieku 21 lat, kiedy szukałam swojej drogi. Po 1,5-rocznym stażu w agencji ubezpieczeniowej bardzo mi się spodobał temat ubezpieczeń, polubiłam pracę z ludźmi. Później 6 lat pracowałam w agencji w oddziale PZU, a ponieważ chciałam się dalej rozwijać, podjęłam decyzję o podjęciu współpracy z Superpolisą. Współpraca z multiagencją daje dużo więcej możliwości, ponieważ posiadając w ofercie produkty tylko jednej firmy ubezpieczeniowej, nie do końca sprostałym wymaganiom klienta. Trzeba mieć szeroki wachlarz produktów ubezpieczeniowych, żeby klient miał wybór.

A my – możliwość dopasowania mu oferty cenowo i zakresowo.

W dzisiejszych czasach ludzie są już bardzo świadomi tego, czego potrzebują. Może nie wszyscy, ale też staramy się, gdy klient do nas trafi, uświadomić mu jego potrzeby. Klienci wciąż najczęściej kupują ubezpieczeń OC ppm i tych, które są obowiązkowe. Jednak widać, że ludzie zaczynają rozumieć, że warto ubezpieczyć mieszkanie nie tylko do kredytu, ale w ogóle warto mieć ubezpieczenie mienia. Z kolei wzrost zainteresowania ubezpieczeniami na życie jest zauważalny po pandemii. Mamy o wiele więcej zapytań o ubezpieczenia na życie. Ludzie zaczęli się bardziej interesować tematem własnego zdrowia czy życia.

Niestety zdarza się, że spotykam się w swojej pracy z klientami, którzy trafiają do mnie od nie do końca uczciwych agentów. Np. ostatnio trafił do mnie klient, który dostał ofertę od innego agenta, w której świadomie składka była policzona za samochód osobowy, a nie ciężarowy. Moja stawka różniła się o 1000 zł. Podobnych sytuacji, w których uczciwość agentów pozostawia wiele do życzenia, jest mnóstwo. Dlatego zawsze powtarzam, uczciwość, uczciwość, uczciwość. Uczciwość jest w naszej pracy bardzo ważna, w stosunku do klienta to podstawa. □



## Świadomość naszego zawodu



**Artur Szelağ**  
Nysa, Kraków, Opole



**W** pracy z klientem najważniejsza jest świadomość naszego zawodu. Podjęcie się misji oraz w dużym stopniu edukacja społeczeństwa. Naszą rolą jest pokazanie klientowi, jakie są konsekwencje braku zabezpieczenia np. w przypadku groźnej choroby, wypadku lub najgorszego – zgonu żywiciela rodziny. Jest to o tyle trudne, że sprzedajemy coś nienamacalnego. Jeśli osoba będąca agentem nie ma poczucia misji, świadomości, co sprzedaje, w mojej ocenie, nie będzie długo pracować w tej branży, co więcej, uważam, że nie powinna tego robić. W pracy agenta ważne jest słuchanie klienta. Naszym zadaniem jest zrozumienie jego obaw, sytuacji, w której się znajduje. Zrozumienie, czego klient potrzebuje dzisiaj, w danym momencie, ale również w przyszłości, kiedy np. jego dzieci będą potrzebować środków na studia, wkład własny na mieszkanie czy on sam jako emeryt przy obniżonych dochodach. Zawsze staram się zadać sobie pytanie, co bym sobie doradził, gdybym siebie spotkał jako doradcę i był „w skórze” danego rozmówcy. I to jest najważniejsze – relacyjna sprzedaż, rozmowa bez żadnych schematów. Szczera. Świadomość potrzeby naszego fachu oraz podchodzenie do obsługi klienta tak, jak sami byśmy chcieli być obsłużeni.

W OVB specjalizujemy się w ubezpieczeniach na życie oraz w produktach pozwalających budować kapitał dla klienta. Podczas APK rozmawiamy o celach i życzeniach naszych klientów, pomagając im je realizować. Tworzymy indywidualnie dobrane plany finansowo-ubezpieczeniowe, które sprawiają, że klienci osiągają swoje cele zarówno te finansowe (dodatkowe oszczędności na emeryturze, pomoc na start w dorosłość dla dzieci, nadpłata kredytów czy po prostu podróż marzeń), jak i te ubezpieczeniowe, kiedy klienta spotka w życiu coś nieoczekiwanego (np. groźna choroba, wypadek, niezdolność do pracy czy zgon). Sprzedajemy też ubezpieczenia grupowe, majątkowe, przy okazji komunikacyjne, ubezpieczenia nieruchomości czy NNW dzieci. Jednak w 80% nasza praca to zabezpieczenie egzystencji klienta. Klienci są przez nas obsługiwani kompleksowo i długoterminowo.

Często klienci OVB zostają naszymi współpracownikami. Mają najważniejszą cechę, czyli świadomość, o której mówiłem wyżej, a to solidny fundament do pracy. Reszta to chęci i wewnętrzna etyka, która pozwoli zbudować im dodatkowy dochód lub potężne przedsiębiorstwa pod marką OVB. □

Program Certyfikacji Sieci Agencyjnej ERGO Hestii

# Profesjonalizacja to więcej niż wiedza

Jesteśmy w specyficznym momencie – rynek agencyjny w ciągu najbliższych kilku lat bardzo się zmieni. Program Certyfikacji Sieci Agencyjnej to odpowiedź ERGO Hestii na rosnące wymagania, jakie świat ubezpieczeń stawia przed pośrednikami. Klienci mają bardzo duże oczekiwania w stosunku do agentów. Dostrzegamy to zwłaszcza w obliczu rozwoju sektora e-commerce i coraz głębszej świadomości ubezpieczeniowej klientów. Sukces agenta jest uzależniony od poziomu jego profesjonalizacji. I to właśnie profesjonalizacja zawodu agenta ubezpieczeniowego jest celem Certyfikacji, programu, w którym w aktualnej edycji bierze udział kilkudziesięciu przedstawicieli Multiagencji Krajowych. Jak rozumiemy ideę tego programu?



**Magdalena Ozdowska**  
Menedżer Projektu Certyfikacji Sieci Agencyjnej  
w Grupie ERGO Hestia

## KURS NA JAKOŚĆ

Wiedza i umiejętność sprzedaży szerokiego wachlarza ubezpieczeń będzie decydująca dla rozwoju agentów przyszłości. Dziś klienci wykazują coraz większą świadomość ubezpieczeniową. Znają coraz lepiej produkty, wiedzą jak z nich korzystać. Jednak największą zmianą jest zrozumienie dla kompleksowej ochrony, potrzeba zabezpieczenia nie tylko mienia, ale także ryzyk osobowych, czy życia.

Ideą stojącą za powstaniem Programu Certyfikacji było podniesienie prestiżu zawodu pośrednika i zwiększenie poziomu uprawnień. Dlatego zapraszamy do niego zweryfikowanych przez rynek, doświadczonych doradców, którzy dbają o kompleksową ochronę swoich klientów.

Owo „zapraszamy” jest tu kluczowe – w ERGO Hestii sami wybieramy osobę, którą nominujemy do Programu. Uczestnik przechodzi cykl szkoleń, zakończony egzaminem i przyznaniem Certyfikatu. Certyfikowani pośrednicy otrzymują dużo większe uprawnienia i decyzyjność w prowadzeniu swojego biznesu. Przenosimy na nich część uprawnień pracowników ERGO Hestii. To jednoznaczne z przynależnością do grupy najbardziej

profesjonalnych doradców. Osiągnięcie tego „stemplu jakości” przebiega według precyzyjnie zarysowanego planu.

## CO WYRÓŻNIA PROGRAM CERTYFIKACJI ERGO HESTII

Program Certyfikacji ERGO Hestii jest z kilku względów unikatowy. Po pierwsze to kompletny proces, podzielony na przemyślane etapy. Zaczynamy od szkoleń w większości stacjonarnych, udział w których jest obowiązkowy, aby... móc przystąpić do pisemnego egzaminu. Zwieńczeniem tej drogi jest wręczenie certyfikatu i przekazanie uprawnień. Po drugie, zdobywcy certyfikatów otrzymują uprawnienia, którymi dotąd dysponowali wyłącznie underwriterzy z centrali ERGO Hestii. Po trzecie – i może dla wielu najważniejsze – wyróżnia nas zaufanie, jakim obdarowujemy uczestników. Wierzymy w ludzi, którzy mają wiedzę. Wierzymy w ich eksperytę i ufamy, że zrobią z niej dobry użytek. Wyrazem tego jest m.in. możliwość stosowania klauzul produktowych dostępnych wyłącznie dla absolwentów Programu. To wielki rynkowy atut. To nowe spojrzenie na rynek agencyjny. Wsparcie menedżerów sprzedaży czy dyrektorów w oddziałach wciąż jest i będzie istotne,



ale absolwent hestyjnego Programu Certyfikacji staje się jeszcze bardziej samodzielny. Certyfikowany doradca będzie mógł działać na znacznie szerszą skalę.

### WIEDZA. KOMPETENCJE. UPRAWNIENIA

Program Certyfikacji to jedyny tego rodzaju proces na rynku. Z pełną świadomością używam słowa „proces”, bo to coś znacznie pojemniejszego zakresowo niż zwyczajny zastrzyk nowej wiedzy. To pełny, kompletny proces rozwoju kompetencji, w którym wynik egzaminu końcowego determinuje uprawnienia agenta. Dodajmy, nie na zawsze, ale na 5 lat. Przez ten czas absolwenci Programu otrzymają dostęp do dedykowanych im spotkań i warsztatów. To nasza firmowa gwarancja, że posiadacz certyfikatu zawsze legitymuje się aktualną wiedzą, wciąż się szkoli i przyswaja nowe kompetencje. Wszystko po to, aby stale zapewniać profesjonalną obsługę swoim klientom, aby właściwie „czytać” ich potrzeby i lepiej ich rozumieć. Wierzę, że doradcza rola jest tym elementem, który wyróżnia najlepszych pośredników i wnosi jakość w procesie budowania relacji z klientem.

### JAK DZIAŁA CERTYFIKACJA SIECI AGENCYJNEJ ERGO HESTII?

Program składa się z 4 głównych etapów: Szkolenie, Egzamin, Certyfikat, Uprawnienia. Certyfikowani pośrednicy podejmują wyzwanie zdobycia kolejno 3 poziomów uprawnień, określanych jako poziomy Gamma, Beta i Alfa. Ich gradacja polega na stopniowym poszerzaniu posiadanych uprawnień. Wszystkich uczestników w pełni wspierają nasze systemy informatyczne. To niezwykle istotne dla komfortu codziennej pracy

### MIKS ŚWIATÓW

Jako bardzo duży wyróżnik Programu ERGO Hestii nasi dotychczasowi absolwenci Certyfikacji wskazują także wyjątkowe połączenie na linii doradca – centrala ubezpieczyciela. Najlepsi pośrednicy szkoleni są przez praktyków, underwriterów, twórców produktów ubezpieczeniowych. Dlatego pomyślnie zdany egzamin końcowy, oprócz bezcennej wiedzy i unikatowych uprawnień, zapewnia nie tylko szersze spojrzenie na potrzeby klienta, ale także na polski rynek ubezpieczeniowy. Daje uczestnikom Programu także coś rzadkiego na rynku: perspektywę towarzystwa ubezpieczeniowego. Zdradzamy i wyjaśniamy zasady, jakimi kierujemy się przy podejmowaniu centralnych decyzji underwritingowych czy przy tworzeniu produktu.

### UNIKATOWY CERTYFIKAT

Ciekawym wyróżnikiem Programu Certyfikacji jest forma samego certyfikatu. To nie jest zwykły dyplom. To unikat wydany przez Polską Wytwórnę Papierów Wartościowych. Posiada swój niepowtarzalny numer i miejsce w oficjalnym rejestrze certyfikatów ERGO Hestii.

### SPOJRZENIE W PRZYSZŁOŚĆ

W ERGO Hestii korzystamy z potężnego zaplecza analitycznego. Na tej podstawie potrafimy określić, czego możemy spodziewać się w najbliższej przyszłości. Wykorzystujemy tę wiedzę do tworzenia strategii rozwoju sieci agencyjnej. I dzięki certyfikacji proponujemy agentom konkretny kierunek rozwoju. W efekcie certyfikowani doradcy są lepiej przygotowani na dynamicznie zmieniającą się rzeczywistość i wyzwania, jakie niesie przyszłość. Ich wyróżnikiem jest znajomość i umiejętność sprzedaży różnorodnych produktów ubezpieczeniowych – to ogromny atut.

Certyfikacja Sieci Agencyjnej skupia w sobie cechy, które uważamy za najważniejsze w naszej branży – stały rozwój i wysoki poziom kompetencji. A agent przyszłości właśnie tym będzie zdobywał konkurencyjną przewagę – kompleksowym doradztwem.

### ŻADNYCH DRÓG NA SKRÓTY

Stała profesjonalizacja sił sprzedażowych to zadanie wymagające dyscypliny. I to zarówno od ERGO Hestii, jak i od uczestników Programu. Dajemy dużo, ale też wiele wymagamy. Wszystkich uczestników obowiązuje konieczność przestrzegania reguł, przejawiająca się choćby w obowiązkowej obecności na szkoleniach stacjonarnych i online realizowanych w ramach 3-miesięcznej sesji szkoleniowej. Dlatego wymagania co do warunków kwalifikacyjnych są wysokie. Liczba miejsc jest ograniczona do 200 na poziomie Gamma i 100 miejsc na poziomie Beta. Z kolei rozpoczynająca się w marcu sesja wiosenna to już 4 edycja poziomu Gamma i 3 edycja poziomu Beta, a wśród osób zaproszonych do udziału w Programie są także doradcy działający w ramach Multiagencji.

W listopadzie poprzedniego roku do najbardziej prestiżowego poziomu Alfa po raz pierwszy zaprosiliśmy najlepszych spośród Certyfikowanych doradców poziomu Beta – obecnie to jedynie 15 osób, które już teraz skupiają się na zdobyciu najwyższego poziomu uprawnień.

Żeby dotrzeć na szczyt piramidy certyfikacyjnej, trzeba przejść przez wszystkie poziomy „wtajemniczenia”. Im bliżej poziomu Alfa, tym jest trudniej, ale większa jest też nagroda.

### AGENCI LUBIĄ TO

Warto też mieć świadomość, że każda kolejna edycja jest coraz lepsza. Dlaczego? Bo sami uczymy się dzięki informacjom zwrotnym od uczestników. Certyfikacja ERGO Hestii to „żywy” program, który wciąż jest przez nas rozwijany i modyfikowany. Został skonstruowany tak, aby dostarczyć wiedzę i narzędzia najbardziej potrzebne agentom w aktualnej rzeczywistości. Szkolenia przybierają formę wymiany poglądów i dyskusji. Są żywe, wypełnione aktywnością. Konstrukcja Programu (formuła warsztatowa, praca w grupach, synergia doświadczeń sprzedażowych) sprawia, że absolwenci stanowią zwartą wspólnotą celami oraz dążeniem do rozwoju i profesjonalizacji „wspólnotę certyfikowanych”, wspierającą się wzajemnie i wymieniającą uwagami, podnoszącymi jakość ich sprzedaży. To wyjątkowe – nie tylko w ubezpieczeniach, ale również w środowisku sprzedażowym jako takim. Dzięki temu stale utwierdzamy się w przekonaniu, że warto rozmawiać, warto słuchać i warto pytać o perspektywę drugiej strony. Wiemy z rozmów, że nasi uczestnicy to czują i doceniają.

### TAKŻE DLA MULTIAGENTÓW

Certyfikacja ERGO Hestii po pierwsze wzmacnia kompetencje agentów i poszerza ich wiedzę, a po drugie – daje znacząco wyższe uprawnienia osobom, które pomyślnie przejdą egzamin kończący każdy z poziomów Programu.

Dbamy o to, aby każdy pośrednik, który promuje ofertę ERGO Hestii, był dobrze przygotowany do wysokojakościowej obsługi klienta. Widzimy, że Multiagencje doceniają jakość ERGO Hestii, naszej oferty produktowej i procesów usługowych. Widzimy, że chcą się razem z nami rozwijać. Program Certyfikacji chętnie będzie w tej drodze towarzyszyć wszystkim, którzy podzielają naszą wizję agenta przyszłości i stawiają na profesjonalizację. □

## Świadomość klienta i rzetelność agenta



**Mateusz Szmit**  
Biskupiec

**W** zawodzie agenta pracuję już trzeci rok pod szyldem Domu Ubezpieczeniowego Spectrum. Ponieważ lubię kontakt z klientem, dążyłem do tego, żeby wykonywać zawód, który mi to umożliwi. Najważniejsza jest rzetelność agenta w wykonywaniu zawodu i świadomość klienta w kwestii tego, co kupuje. Trzeba poświęcić czas na wytłumaczenie klientowi, jakiego wyboru dokonuje, za co płaci i przede wszystkim, w jaki sposób może z tego skorzystać. Wielu klientów nie zawsze pamięta, jakie ryzyka ma ubezpieczone.

Zawsze myślałem o ubezpieczeniach, wzorując się na tym, jak ja czy moja rodzina jesteśmy obsługiwani i czego nam w tej obsłudze brakuje. I brakowało właśnie świadomości. Zwykle większość moich znajomych czy rodziny twierdziła, że mają wszystko ubezpieczone, a gdy trzeba było skorzystać z polisy, okazywało się, że nie mieli nic. Płacili krocie i nigdy nie potrafili z tego skorzystać. To spowodowało, że wybrałem zawód agenta. Chciałem po prostu pomagać ludziom w umiejętności korzystania z produktów ubezpieczeniowych. Wychodzę z założenia, że ubezpieczenia mają zabezpieczać w sytuacjach, w których z jakiegoś powodu nie będziemy mieć środków bądź stracimy dobytek całego życia.

Zawsze staram się być doradcą, który wysłucha, dopasuje ofertę do oczekiwań klienta i przedstawi mu ją świadomie. Największą satysfakcję daje mi fakt, że klient ma dopasowaną ochronę i świadomość, co ona obejmuje i jak z niej skorzystać. Przykładem może być sytuacja, z jaką klienci często spotykają się podczas zakupu sprzętu RTV AGD. Podczas transakcji sprzedawcy doradzają ubezpieczenie sprzętu. Tłumaczę klientom, żeby pamiętali, że mają sprzęt ubezpieczony w polisie mieszkaniowej i nie muszą powielać ochrony.

Kiedy przechodziłem z etatu na własną działalność, wiedziałem, że jako agent jednego ubezpieczyciela nie mam zbyt dużych szans na rynku, bo każda z firm jest inna, ale każdej czegoś brakuje. Wszystkie produkty są podobne, jednak różnią się niuansami. Szukałem możliwości sprzedaży produktów wielu firm ubezpieczeniowych, w rodzinnej atmosferze. Gdy spotkałem się z zarządem Domu Ubezpieczeniowego Spectrum i przedstawiłem pomysł na własną firmę, spotkał się on z przychylnością. Gdybym mógł dokonać ponownego wyboru, wybrałbym tak samo ze względu na atmosferę, system wdrożeniowy oraz pomoc, na jaką mogę liczyć ze strony Domu Ubezpieczeniowego Spectrum. ▣

## Najlepszy poziom wiedzy



**Łukasz Trzaskoma**  
Skrzeszew



Jednym z najważniejszych aspektów w pracy agenta jest dbanie, żeby nasza wiedza była stale na najwyższym poziomie, by móc dobrze doradzać klientowi. Należy korzystać ze szkoleń, które oferują firmy ubezpieczeniowe, ale nie ograniczać się wyłącznie do teorii produktów. Trzeba dbać również o praktykę sprzedaży, o umiejętność obsługi klienta. Będąc agentem ubezpieczeniowym, pracującym z dość dużą liczbą klientów, wiem, że praca często ogranicza się głównie do obsługi czy komunikacji z klientem. Analiza potrzeb, którą ma obowiązek przeprowadzić każdy agent, to sposób na przeprowadzenie rozmowy z klientem. APK nie tylko wspiera rozmowę, ale pozwala zidentyfikować realne potrzeby klienta. Drugim bardzo ważnym elementem w pracy agenta jest wsparcie ze strony firm ubezpieczeniowych, ich przedstawicieli czy menedżerów w trudnych i niestandardowych sytuacjach. Pomoc menedżera, underwritera czy produktowca, który odbierze telefon, oddzwoni czy odpowie na maila, jest często bezcenna. Są firmy, które dają realne wsparcie, mają kompetentnych i przyjaznych menedżerów, w każdym momencie gotowych pomagać i rozwiązywać problemy. Ważne jest też wsparcie multiagencji, w moim przypadku Conditor, z którą współpracuję już od ok. 7 lat. Od początku budujemy biznes oparty na partnerstwie oraz zaufaniu.

Możemy zawsze liczyć na pomoc i fachowe wsparcie. Współpraca daje możliwość poszerzania wiedzy poprzez oferowane szkolenia oraz rozwoju własnej sieci dystrybucji poprzez otwarcie placówki partnerskiej. W ostatnim roku wspólnie z multiagencją Conditor otworzyliśmy placówkę partnerską, dzięki której możemy jeszcze dynamiczniej rozwijać biznes. W firmie, którą prowadzę razem z żoną, wdrożyliśmy APK i zadaliśmy o bezpieczeństwo danych osobowych naszych klientów, wprowadzając RODO. Bezpieczeństwo danych klientów oraz przedstawienie im odpowiedniego produktu, który będzie zgodny z ich potrzebami, są dla nas bardzo ważne.

Pracę w ubezpieczeniach zaczynałem w PTU (obecnie Wiener) jako pracownik biurowy. Szybko rozwinąłem się i zacząłem obsługiwać klientów. By móc pracować z klientem, musiałem zdać egzamin PUNU, poznać produkty i nauczyć się sprzedaży. Dzięki dobrym opiniom na rynku zaoferowano mi pracę w Warcie, gdzie spędziłem 8 lat. Wiedza i doświadczenie, które zdobyłem jako menedżer sprzedaży, osiągając kilkakrotnie tytuł master managera, pozwalały mi spróbować sił samodzielnie i ostatecznie postawiłem wszystko na jedną kartę – zawód agenta ubezpieczeniowego. □

## Otwartość, systematyczność i elastyczność



**Marcin Tuchewicz**  
Mława



Jestem agentem bezpośrednim. Nie mam stacjonarnego biura. Pracuję w ubezpieczeniach 6 lat i każdą moją polisę osobiście dostarczam klientom. Jednego dnia przygotowuję propozycje ofert dla nowych klientów, drugiego wsiadam w samochód i jadę w teren. Mieszkam w Mławie, ale pochodzę ze Skrwilna, więc rozpowszechniłem swoje usługi w obu tych miejscowościach. W ciągu 6 lat zbudowałem bazę ponad 1300 klientów, którzy trafiają do mnie wyłącznie z polecenia. Mam swój rejon działania i swoich zaufanych klientów. Niezwykle rzadko zdarza się, że ktoś trafia do mnie z tzw. ulicy, bo zobaczył informację o ubezpieczeniach. Jednak doświadczenie pokazuje, że taki klient nie pozostaje zwykle dłużej niż rok. Mimo to do każdej osoby, która do mnie zadzwoni czy przyjdzie, podchodzę profesjonalnie. Starannie analizuję temat, z jakim się zgłasza.

Żeby dobrze wykonywać pracę agenta i jednocześnie cieszyć się zaufaniem klientów, trzeba być otwartym na ludzi i systematycznym, ale praca agenta wymaga też elastyczności. To, że jestem „mobilnym” agentem jest dla mnie wielkim plusem. Zwłaszcza gdy przyjeżdżam i widzę

zadowolenie klientów, którzy nie muszą odrywać się od swoich obowiązków i nie są zmuszeni specjalnie jechać do miasta, aby ubezpieczyć swoje mienie.

Po skończeniu szkoły szukałem pracy. Wówczas nie było takich możliwości, jakie są teraz. Podjąłem pracę w dużej fabryce w Mławie, gdzie szukano pracowników w moim zawodzie. Po 15-stu latach pracy wreszcie odważyłem się spróbować pracować na własny rachunek. Na początku nie było łatwo, gdyż musiałem pracować na dwóch etatach. Zostanie agentem wiązało się ze zdaniem egzaminów, otrzymaniem dostępu do wszystkich zakładów ubezpieczeń, co zajęło mi ok. roku. Zaczynałem od jednego ubezpieczyciela, po latach doszedłem do wszystkich. Oczywiście wymagało to ode mnie dużego poświęcenia i zdecydowania, bo na początku stawki nie są duże. Dopiero jak człowiek zbuduje bazę i portfel klientów, praca zaczyna przynosić oczekiwane efekty. Od samego początku również podjąłem współpracę z multiagencją Asist, zgłaszając chęć współpracy przez formularz. Korzystam z ich wiedzy w sytuacjach, kiedy potrzebuję wsparcia przy trudnych zagadnieniach. □



## Cykl życia agenta



**Krzysztof Tymoszek**  
Wolsztyn

Życie agenta podzieliłbym na 3 etapy. W zależności od tego, na którym etapie dany agent się znajduje, coś innego jest najważniejsze. Ponieważ zajmuję się rozbudową sieci, wdrażam agentów do zawodu. Podzieliłbym ich ze względu na staż. Agent, który stawia pierwsze kroki w zawodzie, agent o średnim stażu i agent z dużym stażem.

Zaczynając od agenta, który dopiero zaczyna pracę, najważniejsza jest wiedza (zdobywanie, uczenie się wraz z nowymi ofertami), lokalizacja oraz tak zwana stara lista stu. Czyli po pierwsze trzeba bardzo dużo się uczyć, odbywać szkolenia, a po drugie dzwonić do znajomych czy członków rodziny. Od tego trzeba zacząć. Chodzi o zbudowanie portfela w oparciu o znajomych. Jednak sami znajomi nie przyniosą oczekiwanego efektu, ale nie da go również wyłącznie dobra lokalizacja. To musi być połączone. Nowy agent na początku nie ma wielu klientów, więc ma czas, żeby się kształcić. Te 3 czynniki gwarantują sukces. Młody agent musi mieć też świadomość, że najlepsze dynamiki w tej pracy zaczynają się od 13-15 miesięcy. Musi więc mieć zaplecze finansowe, żeby ten czas przetrwać.

Dla agenta, który już się utrzymuje, bardzo ważna jest kwestia oprogramowania, które przyspiesza pracę, żeby mógł szybko odpowiedzieć, gdy klient zadzwoni np. z pytaniem, kiedy ma 2. ratę, jaki zakres (bo nie pamięta) oraz pilnowanie wznowień. Jeśli ja w odpowiednim momencie przypomnę klientowi o kolejnej racie, o wznowieniu, on ze mną zostanie. Trzeba też podkreślić, że bez względu na lokalizację, w 70-80% o sukcesie decyduje osoba, która obsługuje klienta. Na kolejnym poziomie – wieloletniego agenta – również ważne jest oprogramowanie, ale na tym etapie rozróżniam agenta i sprzedawcę. Jeden będzie potrafił doskonale wyliczyć ubezpieczenie, ale nigdy nie zaproponuje dosprzedaży. Zdarza się, że agent przez 15 lat oferuje kontynuację w tym samym zakładzie ubezpieczeń, bo tam „jest najtaniej”. Nie wykorzystuje swojej wiedzy, a w 99% ma potężną. Agent ma wiedzę, ale nie oferuje dodatkowych produktów. Doradca z kolei sam zadzwoni do klienta, zaoferować mu dodatkowy produkt, czyli zajmuje się również obsługą klienta. Najlepiej jeśli agent jest sprzedawcą i sprzedawca jest agentem. Najpierw trzeba zdobyć klientów, a później ich obsługiwać. □



## Kontakt, zaufanie, sukces biznesowy



**Aleksander Tyrakowski**  
Jarocin



Agentem zostałem tak naprawdę w wyniku przypadku. Jednak dzisiaj nie wyobrażam sobie, żebym mógł zajmować się czymkolwiek innym. Swoje pierwsze kroki zawodowe stawiałem w czasach, gdy rynek pracy był dużo trudniejszy niż obecnie. Rynek agencyjny również. Zbieg okoliczności spowodował, że znalazłem się właśnie w branży ubezpieczeniowej. Nie ukrywam, że na początku czułem się trochę zagubiony i przerażony. Jednak w miarę nabywania doświadczenia, stawiania kolejnych kroków w zawodzie, zdobywania wiedzy, odbywania kolejnych spotkań i szkoleń, czułem się coraz pewniej. W 2015 r. zaczynałem pracę na stanowisku pracownika w agencji ubezpieczeniowej. Natomiast 5 lat później, w 2020 r., miałem już własną agencję ubezpieczeniową. W tym samym czasie podjąłem decyzję o współpracy z multiagencją NAU Ubezpieczenia, z którą współpracuję do dzisiaj. Moja działalność z NAU rozpoczęła się w trudnym dla wszystkich czasie, bo wiosną 2020 roku. Czyli w momencie, kiedy zaczęła się pandemia. Czas był niepewny na zaczynanie czegokolwiek, ale udało nam się przetrwać. Dzisiaj myślę, że najgorsze mamy za sobą.

Obecnie prowadzę biuro we współpracy z 3 osobami, z którymi wzajemnie uzupełniamy swoje kompetencje. Praca z klientem bywa bardzo różnorodna, co zapewne potwierdzi każdy, kto pracował w handlu czy w sprzedaży. Natomiast nasza praca, a jednocześnie rola agenta, dodatkowo polega na tym, żeby klientów uświadamiać. Na szczęście mam stałe grono zaufanych klientów, którzy mogą na mnie polegać, ale i ja mogę polegać na nich. Poświęciłem dużo czasu na budowę relacji z klientami, ponieważ wychodzę z założenia, że jeżeli wzajemnie sobie ufamy, będzie nam się dobrze pracować. Moi klienci są dla mnie partnerami w biznesie. Za każdym człowiekiem stoi jego historia.

Podstawę mojej sprzedaży stanowią komunikacja i mienie, ponieważ najlepiej się w tym czuję. Nigdy nie byłem dobrym „życiowcem”, dlatego ubezpieczenia na życie są w moim portfelu dodatkowym produktem. Z mojego doświadczenia wynika, że najważniejszy w pracy agenta jest kontakt z klientem. Dobry kontakt przekłada się na zaufanie, a to z kolei przekształca się w sukces biznesowy. □

## Multiagent może więcej!



**Sylwia Urbańczyk**  
Radomsko



Najważniejszy jest kontakt z ludźmi, z potencjalnymi lub rzeczywistymi klientami. Jako agenci jesteśmy po to, żeby klientom po prostu pomagać. Zbadać ich potrzeby ubezpieczeniowe, przeliczyć ubezpieczenie, zaoferować odpowiednią ochronę. Tak naprawdę służy to obu stronom. Jeśli klient będzie zadowolony, my – agenci – też będziemy zadowoleni, z racji tego, że klient nadal do nas przychodzi i, co ważniejsze, poleca nasze doradztwo swoim znajomym, bliskim, rodzinie. Do mnie niemal w 100% klienci trafiają właśnie z polecenia. Czyli tak naprawdę zadowolony klient oznacza kolejnych zadowolonych klientów.

Zawód agenta łączy pomaganie ludziom ze sprzedażą. Rozmowy z klientem, doradzanie, sprzedaż, to jest coś, co trzeba lubić. Jestem agentem już 4. rok. Nie jest to bardzo długo, ale z drugiej strony zdobyłam już pewien poziom wiedzy i umiejętności. A trafiłam do zawodu przez znajomych, którzy pracowali w tej branży od kilkunastu lat. Oni mnie zachęcili, bym spróbowała swoich sił w sprzedaży ubezpieczeń. Postanowiłam podjąć wyzwanie. Praca

daje dużo satysfakcji, w tym także satysfakcji finansowej. Związałam się z multiagencją Superpolisa, bo funkcjonowanie w sieci sprawia, że łatwiej się pracuje. Superpolisa dostarcza nam np. kalkulator ubezpieczeń, co jest ogromną pomocą w wyborze najlepszego OC, oraz różne narzędzia rozliczeniowe, które znacznie przyspieszają pracę. Dzięki temu mogę zrobić więcej w krótszym czasie.

Obecnie praca z klientem jest trochę trudniejsza niż dotąd. Od ubiegłego roku utrzymuje się tendencja wzrostu składek na ubezpieczenia majątkowe, np. domy, mieszkania. Trudność polega na tym, że trzeba wykonać więcej przeliczeń, żeby klient był nadal zadowolony i przedłużył ubezpieczenie. Jednak będąc multiagentem, mam tę przewagę, że mogę porównać ubezpieczenia w wielu firmach i przedstawić klientowi najbardziej dogodną dla niego ochronę. Gdybym miała w ofercie wyłącznie jedną firmę, klient nie mając wyboru, musiałby albo zdecydować się na zakup oferowanego ubezpieczenia, albo pójść do innego agenta. Multiagent może więcej. □

## Zabezpieczyć swoje zdrowie i życie



**Łukasz Warzocha**  
Łask, Pabianice, Zduńska Wola



Praca w ubezpieczeniach nie była przeze mnie zaplanowana. Sytuacja życiowa zmusiła mnie do zmiany zajęcia, a poszukując własnej drogi, zainteresowałem się ubezpieczeniami i w ten sposób trafiłem do CUK Ubezpieczenia. Odwiedziłem kilka placówek multiagencji w różnych miastach. Tym, co mnie urzekło, był spójny standard oraz profesjonalizm doradców. CUK dba o spójny wizerunek placówek. Łatwo można się o tym przekonać, odwiedzając placówki w różnych miastach w Polsce. Zaręczam, że wszystkie będą wyglądały tak samo. Jedynie człowiek obsługujący będzie inny. To wszystko spowodowało, że sam ubezpieczyłem się za ich pośrednictwem, a następnie mój wybór padł na CUK. Przeszedłem szkolenie i rozpocząłem pracę w zawodzie agenta. Obecnie mam 3 biura, w Łasku, Pabianicach i Zduńskiej Woli (woj. łódzkie).

Myślę, że najważniejsze jest budowanie relacji z klientami. Świadomość, że klient może polegać na swoim agencie to jeden z najważniejszych aspektów. Zajmuję się ubezpieczeniami od 8 lat. Zdobyte przez lata doświadczenie, rzetelne badanie potrzeb klienta, pomoc w różnych kwestiach posprzedażowych, pozwoliły mi zbudować relację opartą

na zaufaniu klienta do agenta. Jeżeli klient potrzebuje zaczerpnąć jakiejś informacji, niekoniecznie dotyczącej samego zakupu, ale np. w kwestiach związanych z obsługą pojazdu czy ze szkodami, może się do mnie zwrócić po pomoc.

Puntem wyjścia podczas rozmowy z klientem jest ubezpieczenie OC komunikacyjne. Gdy nawiążemy już kontakt, możemy klientowi zaoferować również ubezpieczenie mieszkania/ domu, ubezpieczenie w podróż czy na życie. Jeśli klient ubezpieczy się u mnie na życie, wiem, że jest to na tyle stabilna relacja, klient na tyle nam zaufał, że zostanie ze mną na dłużej. W ubezpieczeniach życiowych klient potrzebuje więcej wsparcia agenta. Od czasu Covid-19 widać wzrost zainteresowania klientów w obszarze ubezpieczeń życiowych. Ludzie są bardziej świadomi tego, że trzeba zabezpieczyć swoje zdrowie i życie, rodzinę. Dzięki współpracy z multiagentem mogą porównać oferty różnych zakładów ubezpieczeń, a nawet zweryfikować polisę, którą posiadają np. w zakładzie pracy. Zdarza się, że przychodzą, by zweryfikować, czy ochrona, którą mają jest rzeczywiście dobra zakresowo. □



## Wychodzę naprzeciw potrzebom klienta



**Jakub Wawro**  
Katowice



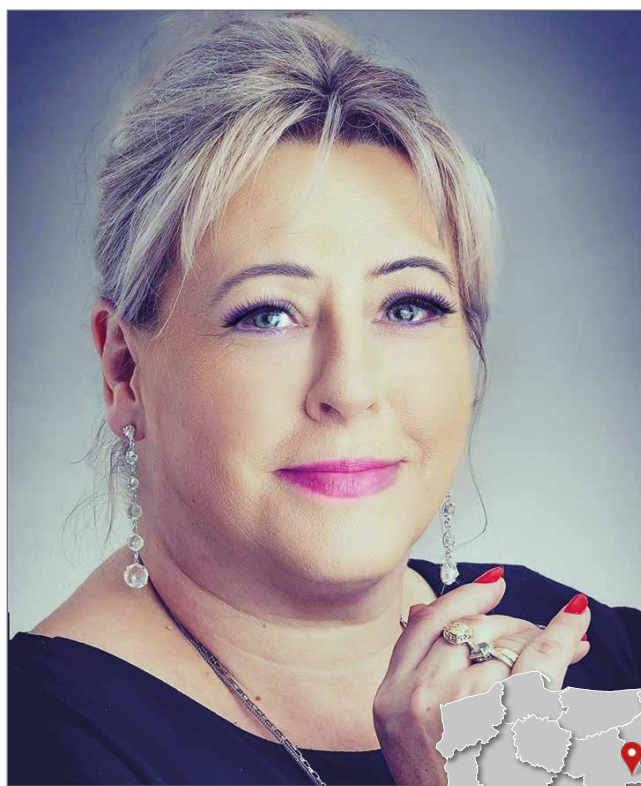
**R**olą agenta jest zapewnienie klienta, że jest obsługiwany z pełnym zaangażowaniem, że agentowi nie zależy wyłącznie na prowizji, ale na faktycznym dobrze pojętym interesie klienta. Trzeba klienta obsłużyć kompleksowo i dać mu poczucie, że zrobiło się wszystko, żeby dopasować dla niego najlepszą ofertę. I rzeczywiście znaleźć najlepszą ofertę. Generalnie wychodzę naprzeciw potrzebom klienta. Nie wymyślam klientowi wszystkich możliwych okoliczności, ryzyk, sytuacji, które mogą mu się przydarzyć, tylko realnie oceniam sytuację. Oczywiście zdarza się, że oferuję komuś dodatkowe ubezpieczenie, jeśli podczas rozmowy okaże się, że dana ochrona mogłaby się przydać. Wówczas klienci reagują pozytywnie.

Pracuję jako agent od 10 lat i to wtedy rozpocząłem współpracę z multiagencją RBG. Firmę prowadzę wspólnie z żoną. Większość umów mamy podpisanych przez multiagencję, a jedną bezpośrednio z ubezpieczycielem, w Inter. Inter nie oferuje produktów OC komunikacyjnego czy assistance samochodowego, więc nie stanowi konkurencji dla produktów ubezpieczycieli, których umowy mam podpisane przez RBG.

Staramy się mieć jak najszerszą ofertę dla klientów. Część naszej działalności stanowią ubezpieczenia medyczne, OC lekarzy, podmiotów medycznych i pozostałych produktów medycznych. I to jest jedna część naszej działalności. Druga to pozostałe ubezpieczenia, głównie komunikacyjne, majątkowe – domy, mieszkania, firmy oraz na życie.

W Polsce świadomość klientów na temat ubezpieczeń jest ciągle niezbyt wysoka. Mam np. zamożnych klientów, którzy dobrowolnie nie ubezpieczają się w ogóle, ponieważ uważają, że nigdy im się to nie przyda. Jednak zwykle mają takie przekonanie do pierwszej szkody. Ostatnio miałem klienta, który nie kupował ubezpieczeń dobrowolnych, ale przydarzyła mu się szkoda. Twierdzi, że od teraz wszystko będzie ubezpieczał. Gdy klient odczuje we własnej kieszeni wartość szkody, czasem jego podejście się zmienia, kiedy np. trzeba zapłacić za naprawę samochodu 25 tys. zł. Bardzo niska świadomość jest również w zakresie ubezpieczenia mieszkań. Ludzie nie wiedzą, że zalanie można zlikwidować z OC w życiu prywatnym. Mimo że coraz więcej ludzi posiada ubezpieczenia, niestety wciąż wiele osób uważa, że są niezniszczalni. □

## Słuchać i zbudować atmosferę zaufania



**Anna Wąsowska-Mroczek**  
Węgrów

**W** moim zawodzie najważniejsza jest dobra relacja z klientami. Zdobywam swoje doświadczenie od 2001 roku i wiem, że wzajemna komunikacja między mną a klientem jest podstawą tworzenia mojej marki osobistej. By zbudować odpowiednią relację, trzeba przede wszystkim uważnie słuchać i umieć rozmawiać oraz stworzyć atmosferę wzajemnej akceptacji i zaufania. Na podstawie takiej rozmowy jestem w stanie określić potrzebę klienta i zaproponować ochronę adekwatną do realnych potrzeb ubezpieczeniowych.

Kiedy podjęłam decyzję o wyborze pracy agenta ubezpieczeniowego, zafascynowała mnie różnorodność tematyki ubezpieczeń. Zaczęłam od ubezpieczeń na życie. Zdałam egzaminy i otworzyłam własną firmę. W późniejszym czasie rozpoczęłam współpracę z firmą Cigna STU (obecnie InterRisk), rozszerzając swoją ofertę o ubezpieczenia komunikacyjne, majątkowe i firmowe. Z czasem podpisałam umowy z innymi ubezpieczycielami, by zapewnić moim klientom dostęp do oferty całego rynku ubezpieczeniowego. Wymaga to ode mnie ciągłego szkolenia, ponieważ rynek ten jest bardzo dynamiczny, a oczekiwania klientów zmienne.

Od niedawna współpracuję z grupą ASF. Dzięki tej współpracy mogę się nadal rozwijać. Grzegorz Adamczuk stworzył firmę, w której panuje atmosfera wzajemnego zaufania, szacunku i współpracy. Zapewnia nam szkolenia, ale też pełną profesjonalną pomoc. Mam możliwość korzystania z narzędzi wspomagających zarówno mój rozwój jako przedsiębiorcy, jak i rozwój osobisty. Jednym z najmłodszych projektów firmy ASF jest projekt DobryAgent.pl. Przystąpiłam do niego i jako jedna z pierwszych agencji otworzyłam placówkę pod szyldem projektu. Dzięki temu mogłam przyspieszyć wdrożenie w życie swojego największego marzenia – stworzenia pokoleniowej agencji ubezpieczeniowej i przygotowania swoich następców. Mój młodszy syn również zajął się doradztwem w zakresie ubezpieczeń na życie, komunikacyjnych i majątkowych. Prowadzi jedno z moich biur i rozwija swoje kompetencje. Mam świadomość, że realizacja tego marzenia to mój najważniejszy i długi projekt, przy którym jeszcze czeka nas dużo nauki i pracy. Jednak wierzę, że również mój drugi syn pójdzie w moje ślady i pewnego dnia usiądzie ze mną przy biurku, aby wspólnie obsługiwać klientów. Widzę, że zawód agenta zaczyna go interesować, więc jest szansa, że moje marzenie się spełni. □

## Pokora



**Katarzyna Włoch-Lasoń**  
Będzin



Najważniejsza w pracy agenta jest chyba daleko idąca pokora. Pokora tego zawodu. Ubezpieczenia to jest bardzo głęboka studnia, w zasadzie bez dna. Paradoksalnie im więcej wiemy, tym więcej powinniśmy się uczyć. Powinniśmy być otwarci na zmiany, na dynamikę rynku, ale też na zmieniające się potrzeby naszych klientów. Pokora jest bardzo potrzebna, ponieważ nie jest możliwe, żeby wiedzieć wszystko na temat ubezpieczeń. I jeśli komuś się tak wydaje, jest w błędzie. Musimy mieć zawsze świadomość, że jest coś, czego jeszcze nie wiemy. Z otwartą głową podchodzić do każdego tematu. Uczyć się, ale też konsultować się ze specjalistami w danej dziedzinie. I – co nie mniej ważne – potrafić się przyznać, że nie jesteśmy nieomylni.

Placówkę prowadzę od 2018 r. Wcześniej przez 3 lata pracowałam jako dwuzawodowiec. Ubezpieczenia wybrałam dość przypadkowo. Byłam tłumaczem i nauczycielem jęz. angielskiego i chciałam spróbować czegoś innego, mieć tzw. plan B. I ubezpieczenia wciągnęły mnie na tyle, że dzisiaj prowadzę prężnie funkcjonującą placówkę franczyzową Superpolisy. Jestem bardzo zadowolona, przede

wszystkim dlatego, że Superpolisa to ludzie z dużym doświadczeniem i wiedzą. Multiagencja zapewnia nam back office. Mamy również wsparcie merytoryczne, jeżeli jest taka konieczność, techniczne, informatyczne, które bardzo sobie cenię.

Mam szczęście pracować ze świadomym swoich potrzeb, lojalnym klientem. Mogę bazować na poleconych klientach, a to na pewno bardzo ułatwia pracę. Nie jest to kontakt z przypadkową osobą. Bardzo cenię dialog z klientem, tym bardziej jeżeli ma pytania, wątpliwości i chciałby się dzielić swoimi doświadczeniami. W wielu przypadkach prowadzimy żywą i konstruktywną dyskusję, co buduje partnerstwo. Klienci gdy np. wyjeżdżają, pytają, na jaką formę assistance mogą liczyć. Kiedyś np. miałam ciekawe pytanie od klienta, czy jeżeli będzie miał stłuczoną szybę w samochodzie, to w ramach autocasco będzie kalibracja kamery, w którą ta szyba jest wyposażona. Było to wówczas dla mnie trudne pytanie, musiałam się zwrócić po informację do ubezpieczyciela. Bardzo szybko uzyskaliśmy dla klienta potwierdzenie, że taka usługa będzie wykonana. Dzięki takim sytuacjom, poszerzam swoją wiedzę. □

## Dobro i bezpieczeństwo klienta



**Sławomir Wojciechowski**  
Kraśnik

Jest wiele cech, które powinny wyróżniać przedstawicieli naszego zawodu i wszystkie są równie ważne. W mojej ocenie kluczowym jest dbanie o bezpieczeństwo klienta, poprzez dobór odpowiednich rozwiązań, spełniających potrzeby i oczekiwania. Klient, który wychodzi z mojego biura, musi mieć pełną świadomość, do czego służy ubezpieczenie i dlaczego wybrał dany zakres. Żeby było to możliwe, agent musi aktywnie słuchać, żeby nie tyle usłyszeć, ile odkryć prawdziwe potrzeby i je zdefiniować. Musimy być jak lekarz, który bada pacjenta, żeby postawić właściwą diagnozę. Dotrzeć do rzeczywistych potrzeb możemy dzięki otwartości i szczerzej rozmowie.

Zawód agenta ubezpieczeniowego to również ciągły rozwój. Styl i warsztat pracy przeszedł ogromne przemiany od lat 90. Zmieniły się wymogi prawne, ale i potrzeby oraz oczekiwania klientów, a to wymaga od agenta kompetencji w różnych obszarach, np. żeby umiejętnie łączyć wiedzę ubezpieczeniową z wiedzą na temat ekonomii, medycyny, prawa czy podatków. Zmienił się również nasz obraz w oczach naszych klientów, którzy jeszcze 20 lat temu postrzegali agenta jako akwizytora, a obecnie coraz częściej agent to *profesjonalista znający się na swojej robocie*. Na taką

opinię trzeba zapracować, a to wymaga samodyscypliny, nieustającej edukacji i mozolnej pracy nad sobą, w budowaniu zaufania, naszej marki osobistej, a z czasem może nawet legendy.

Klienci oczekują od nas przedstawienia korzystnego rozwiązania, dlatego musimy być mocno zorientowani w tym, co robimy, jednocześnie kierując się najlepiej pojętym dobrem klienta. W moim odczuciu etyka w tym zawodzie to bycie doradcą, a nie sprzedawcą czy dystrybutorem. Moją licencję otrzymałem w lutym 1999 r. Dziś z perspektywy 24 lat w zawodzie mogę powiedzieć, że to była bardzo dobra decyzja. Do branży trafiłem, ponieważ w 1997 r. miałem wypadek samochodowy. Po tym wydarzeniu mogłem na własnej skórze przekonać się, jak wygląda likwidacja szkody i docenić, jak ważna jest praca ludzi pracujących w ubezpieczeniach. I oczywiście, jak ważne jest posiadanie dobrej polisy. Na początku ubezpieczenia były moim dodatkowym zajęciem, co sprawiło, że do nowej branży podchodziłem z pasją i bez szczególnych oczekiwań finansowych, dzięki temu miałem wysoki komfort pracy. Obecnie jesteśmy multiawencją współpracującą z większością ubezpieczycieli, zarówno majątkowych, jak z segmentu ubezpieczeń na życie. □





## Chęć ciągłego poznawania



**Rafał Wróbel**  
Bolestawiec



Najważniejszą cechą agenta ubezpieczeniowego jest chęć nauki, chęć ciągłego poznawania. Ponieważ nasza branża stale się zmienia i rozwija. Każdego dnia dostajemy dużo informacji od zakładów ubezpieczeń o zmieniających się warunkach, wytycznych, nowych produktach. Dlatego ważne jest, żeby posiadać umiejętność ciągłego zdobywania nowej wiedzy. Chodzi zarówno o teorię ubezpieczeń, jak i chęć poznawania nowych systemów sprzedaży czy rozwiązań technologicznych. Chęci poznawania nawet wtedy, kiedy wydaje się nam, że nasz poziom zdobytej wiedzy jest wystarczający, że rozwiązania technologiczne mamy opanowane w bardzo dobrym stopniu. To cecha charakteru, która ułatwia pracę. W każdym zawodzie związanym ze sprzedażą są takie cechy, które wpływają na jej jakość. Np. komunikatywność wpływa na nasze kontakty z klientami, ale również na wyniki w pracy. Ważne jest też elastyczne podejście do zmieniającej się sytuacji, odpowiedzialność za swoje działania, pozytywne nastawienie i samodzielność w poszukiwaniu rozwiązań.

Pracę pośrednika zaczynałem na stanowisku finansowym, gdzie miałem w ofercie produkty jednej czy dwóch firm,

co w znacznym stopniu ograniczało moje możliwości. W związku z tym, żeby się rozwijać, postanowiłem otworzyć działalność ubezpieczeniową. Podpisałem umowę z Diamond Finance. Dzięki tej współpracy, którą rozpocząłem w 2012 roku, zyskałem dużo większe zaplecze. Trudno było wtedy jednoznacznie ocenić, czy będzie to dobre rozwiązanie, jednak zakres i liczba ofert zakładów ubezpieczeń oraz narzędzia wspierające sprzedaż, jakie oferuje Diamond Finance spełniły moje oczekiwania. W kolejnych latach multiagencja zawierała umowy z kolejnymi ubezpieczycielami, a nasza współpraca rozwijała się. Zacząłem potrzebować dodatkowych rąk do pracy, w związku z tym moja żona Aleksandra postanowiła ze mną pracować.

Do klienta podchodzę elastycznie, nie nastawiam się na jeden rodzaj ubezpieczenia. Oferuję klientowi to, czego on w danym momencie potrzebuje. Dla przykładu, jeśli przychodzi do mnie rolnik, ubezpieczam mu gospodarstwo rolne, maszyny rolnicze, ale przy okazji także samochody, dom, jego życie oraz dzieci, które chodzą do szkoły. □



## Swoboda i niezależność



**Bartłomiej Wyrzykowski**  
Pułtusk

Najważniejsze jest posiadanie umiejętności słuchania, żeby wiedzieć, czego dany klient oczekuje i odpowiednio zaspokajać jego potrzeby. Powinno się indywidualnie podchodzić do każdego klienta, ponieważ każdy człowiek ma inne oczekiwania. Ubezpieczenie ubezpieczeniu nierówne. W przypadku OC ppm wiadomo, że jest ono ustawowo takie samo. Ale już autocasco może się znacznie różnić zakresem. Świadomość klientów wzrasta. Coraz więcej osób wie, co to jest amortyzacja, co to jest udział własny i coraz bardziej szczegółowo interesuje ich zakres, czyli to, co w ubezpieczeniu tak naprawdę najważniejsze. Oczywiście dla klienta ważna jest również cena, ale jeśli już porównujemy ceny, warto porównać również zakresy. To że coś jest tańsze, nie oznacza, że jest lepsze.

Zawsze widziałem siebie w sprzedaży, a z kolei temat ubezpieczeń mnie interesował. Zawód agenta pozwolił mi połączyć te dwa zagadnienia. W zawód agenta wpisane są swoboda i niezależność, a ubezpieczenia są na tyle różnorodne, że dają duże możliwości rozwoju. Są tematy proste, które łatwo ubezpieczyć, i te bardziej wymagające. Cały czas uczę się czegoś nowego. W sumie ubezpieczeniami zajmuję się od 7 lat. Na początku przez prawie 7 lat pracowałem w Link4. Placówkę CUK-u otworzyłem w czerwcu 2022 r.

Potencjalny partner w CUK może wybierać dla siebie dowolną formę współpracy: franczyzę, model partnerski lub niezależnego doradcy czy agenta ubezpieczeniowego. Ja wybrałem placówkę franczyzową. Dzięki współpracy z CUK mam dostęp do produktów wielu firm ubezpieczeniowych, co daje większe możliwości sprzedażowe. Dostęp do porównywarki webCUK powiązanej z naszą aplikacją internetową powoduje, że wiele procesów odbywa się automatycznie, np. przysyłanie dokumentów, które są dostępne z telefonu komórkowego. Dzięki multiagencji praca jest łatwiejsza. Mamy do dyspozycji ponad 30 firm ubezpieczeniowych, a agencyjne systemy wewnętrzne pomagają nam automatyzować pracę.

Najwięcej sprzedaję ubezpieczeń komunikacyjnych, ale mocno stawiam również na majątek, ubezpieczenia firm czy ubezpieczenia z segmentu życiowego. Klienci coraz częściej chcą zabezpieczyć swoje rodziny na wypadek choroby czy pobytu w szpitalu, żeby mieli dodatkowe środki, jeśli np. nie będą mogli pracować. Sprzedaję ubezpieczenia indywidualne na życie i grupowe w firmach. Coraz więcej mam również klientów biznesowych. Oferuję im pełną obsługę ubezpieczeniową. Od ubezpieczenia samochodów, przez ubezpieczenie OC, po cały majątek. □



**Bożena Zielińska**  
Toruń

## Systematyczność i konsekwencja

Lubię pracę z klientem, ponieważ codziennie przynosi coś innego, inne zagadnienia do realizacji, inne wyzwania. Zawsze bardzo mi to odpowiadało. Zaczynałam pracę w ubezpieczeniach w latach 90. ub. wieku. Gdybym miała porównać minione czasy i obecne, zmieniło się zapewne wiele, ale sens ubezpieczeń tak naprawdę pozostał taki sam. Klienta trzeba obsłużyć. Dzisiaj dysponujemy lepszymi narzędziami, np. internet, portale itd., ale nasza praca jest bardzo podobna.

Jako 60-letnia osoba, zajmująca się ubezpieczeniami od 1992 r., mogę z pełną odpowiedzialnością powiedzieć, że wtedy był to trudny rynek. Pracę zaczęłam w Amplico Life. Nie było wtedy ani oddziału, ani szkoleń, ani menedżera, który służyłby informacją czy wsparciem merytorycznym. Nie było również nikogo, kto skorygowałby błąd. Dzisiaj to system pilnuje poprawności, jeśli coś źle wpisujemy, system online tego nie przyjmie. Dawniej wszystko pisaliśmy ręcznie. Jestem wychowana na analizie potrzeb klienta. Byłam zdziwiona, gdy APK nagle zaczęła być obowiązkowa. Dla mnie ona zawsze była obowiązkowa i to już w roku

1998. Od 2014 roku prowadzę wraz ze współniczką agencję ubezpieczeniową Kokon. Po wielu latach pracy wiem, że najważniejsze w pracy każdego agenta powinny być systematyczność i konsekwencja. Bez systematycznej pracy i bycia konsekwentnym nie udało by mi się zbudować portfela.

Dzisiejszy klient jest wyedukowany, świadomy, po co jest ubezpieczenie, że w sytuacji, gdy stanie się coś złego, ma zabezpieczenie. W latach 90. klient właściwie w nic nie wierzył. Niczego nie znał, ponieważ ubezpieczenia kapitałowe dopiero docierały do naszego kraju. Później zaczęłam odbywać szkolenia. Znałam schemat rozmów. Było trochę łatwiej. Nadal trzeba było klienta obsłużyć, ale mieliśmy już wsparcie w postaci szkoleń czy asystentki, która sprawdziła, czy nie popełniliśmy błędu.

We współpracy z NAU cenię przede wszystkim merytoryczne wsparcie, jakie oferują poszczególni menedżerowie. Są zawsze skłonni dzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem. Oprócz tego możemy korzystać z przeglądarki, gdzie wystarczy wpisać dane, żeby otrzymać kilkanaście ofert różnych ubezpieczycieli. □

## Zachować granice w relacjach



**Katarzyna Zielona**  
Kozienice



**N**ajistotniejszy jest kontakt. Agent nie może bać się rozmawiać z klientem. Powinien być otwarty i słuchać, co klient mówi. Ale trzeba też zachować granice w relacji z klientem. Po kilkuletniej pracy z klientem wiem, że to praca z ludźmi jest wszędzie trudna. W kontaktach z klientami mam taką zasadę, że zostaję na służbowym poziomie relacji. Łatwiej się wtedy rozmawia i sama relacja jest zdrowsza.

Praca agenta nie jest dla wszystkich. Osoby, które nie lubią bezpośredniego kontaktu z drugim człowiekiem, nie powinny wybierać tego zawodu. Jeśli ktoś nie potrafi sobie radzić z problemami, również odradzam tę pracę. Dla niektórych stanowi to barierę, której nie są w stanie przekroczyć. Praca w ubezpieczeniach to duża odpowiedzialność. Zawierając z klientem polisę, agent powinien się czuć odpowiedzialny za to, co sprzedał. I jeśli klient będzie miał szkodę, powinien również go wesprzeć w procesie likwidacji. Jeśli się z klientem na coś umawiamy, bierzemy za to odpowiedzialność, bo przeprowadzaliśmy analizę potrzeb klienta. APK stanowi ochronę dla agenta. Jednak podczas

analizy klienci czasem sugerują się ceną, nie zakresem. Później klient myśli, że ma polisę, więc wydaje mu się, że jest w niej wszystko zawarte.

Decyzja o przejściu do branży ubezpieczeniowej była bardzo przemyślana. Przez 1,5 roku byłam dwuzawodowcem. Wiedziałam, że to nie będzie proste. Do multiagencji Alwis & Secura trafiłam przez przypadek. Szukając punktu zaczepienia, dzwoniłam do firm ubezpieczeniowych, żeby nawiązać z nimi współpracę. Trafiłam w ten sposób na jednego z menedżerów, z którymi teraz pracuję. Poleciał mi wówczas tę firmę. To była dobra decyzja. Agencja daje dużo narzędzi, dostęp do szkoleń. Menedżerowie są bardzo wspierający i ludzcy. Na początku nie mogłam się przestać dziwić, że wszystkim nam zależy na tym samym, że menedżerowie są po naszej stronie. Alwis & Secura oferuje dodatkowo dużo opcji motywacyjnych. Nie jest to tylko sprzedaż, ale zawsze idzie za tym jakaś wymierna korzyść. A gdy są gorsze dni, człowiek wie, że nie jest zupełnie sam. ▣





## Słuchanie i „szycie produktu na miarę”



**Janusz Zysk**  
Łomża



**W** zawodzie agenta bardzo ważna jest obsługa klienta oraz wysłuchanie jego potrzeb. Jest to ważne, abyśmy następnie mogli „uszyć produkt na miarę” jego potrzeb. Zaoferować mu polisę, która zabezpieczy wszystkie jego potrzeby.

Firmę prowadzimy wspólnie z żoną od czerwca 2022 roku. Największą satysfakcję odczuwamy wtedy, gdy klienci pomimo szkody wracają do nas, ponieważ zostali profesjonalnie obsłużeni. Wcześniej przez 7 lat prowadziliśmy działalność finansową i leasingową. Otwarcie biura ubezpieczeniowego było spowodowane zainteresowaniem produktami ubezpieczeniowymi przez naszych dotychczasowych klientów z działalności finansowej czy leasingowej. Postanowiliśmy wyjść naprzeciw ich oczekiwaniom, ale chcieliśmy skorzystać ze wsparcia, jakie oferują multiagencje. Zrobiliśmy więc rozpoznanie na rynku multiagencyjnym i nasze największe zaufanie wzbudziła multiagencja Viviamo, z którą rozpoczęliśmy współpracę, otwierając placówkę franczyzową w Łomży.

Viviamo oferuje szeroki dostęp do reklamy, jest multiagencją, rozpoznawalną i działającą na terenie całej Polski. Zatrudnia grono specjalistów z zakresu tematów korporacyjnych, jak również ubezpieczeń grupowych. Szeroka oferta oraz wsparcie ze strony multiagencji dały nam możliwości szybkiego rozwoju na rynku ubezpieczeń. Szczególnie mocno rozwinęliśmy się w sektorze ubezpieczeń grupowych na życie. Świadomie skoncentrowaliśmy nasze działania wokół ubezpieczeń grupowych i indywidualnych na życie, ponieważ pandemia koronawirusa bardzo zmieniła świadomość klienta w tym zakresie. Według mnie, co uwidoczniło się w naszym regionie, Covid-19 przyspieszył rozwój całej branży ubezpieczeniowej. Nastąpił duży wzrost zainteresowania klientów produktami żywymi i zdrowotnymi. I na tym postanowiliśmy się skupić, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów.

Naszymi klientami głównie są osoby indywidualne oraz firmy, które trafiają do nas z polecenia czy reklamy na Facebooku. Skupiamy się na obsłudze dużych firm w całej Polsce. □



## Jakość ważniejsza od ilości



**Wacław Migacz**  
prezes zarządu Alwis & Secura

W rok 2023 wchodzimy z mottem „Jakość ważniejsza od ilości”. Możemy odnieść to do każdej sfery funkcjonowania naszej multiagencji. Skupiamy się na ważnych procesach nie w kontekście ilościowym, ale przede wszystkim jakościowym. Nasze 20-letnie doświadczenie na rynku nauczyło nas wiele. Z tych wieloletnich lekcji wynieśliśmy wiedzę, która pozwoliła usprawnić funkcjonowanie i opracowanie wsparcia dla agentów na najwyższym poziomie.

Stworzyliśmy swoisty klub ubezpieczeniowy, do którego rekrutujemy agentów, zapewniając im pakiet narzędzi. Klub ma ograniczoną liczbę członków. Może do niego należeć maksymalnie 2 tys. agentów. Mają oni zapewnione kompleksowe zaplecze wsparcia. Skupiliśmy się na wyszkoleniu i pomocy na każdym etapie kariery ubezpieczeniowej agentów współpracujących z nami.

Jesteśmy liderem wśród multiagencji w zakresie wsparcia marketingowego. Pomagamy zwiększyć widoczność w internecie. Prowadzimy już 200 wizytówek Google Moja Firma dla naszych agentów. Wyręczamy w regularnym ich prowadzeniu, co zwiększa lokalną widoczność w sieci naszych agentów. Dodatkowo agent dostaje zupełnie za darmo konto premium na Mapie Agentów – największej bazie agentów ubezpieczeniowych w Polsce. Prowadzimy także ogólnopolskie kampanie reklamowe we współpracy

z zakładami ubezpieczeń, zapewniamy spersonalizowane kreacje graficzne, mailingi, materiały drukowane, gadzety biurowe i wiele więcej.

Skupiamy się na szkoleniach, które pozwalają na nabycie nowych umiejętności i wiedzy. A kiedy pojawi się nagły problem? Nasi specjaliści pomogą w bieżących sprawach i nie zostawią agenta z problemem. Kolejnym bardzo ważnym obszarem wsparcia jest dostarczanie wiedzy i pomocy w konfliktowych sytuacjach z klientem, także w zakresie IDD oraz RODO. Dostarczamy narzędzia informatyczne tworzone tylko dla naszych agentów. Oznacza to prostą obsługę danych czy zautomatyzowany proces wystawiania polis, automatyczne generowanie SMS-ów do klientów. A rozliczenia? Z nami nie musisz przejmować się rozliczeniami. Prowadzimy je za ciebie, abyś mógł skupić się na sprzedaży.

Warto wspomnieć, że szczególnie wspieramy agentów w zakresie sprzedaży ubezpieczeń na życie i zdrowie. W tych obszarach posiadamy dedykowane produkty, a także specjalny program, dzięki któremu agenci współpracujący z nami zyskują dodatkową przewagę.

Nie jesteśmy korporacją, dlatego nie ma tu stresu spowodowanego wyrabianiem norm. Wierzmy, że dobra atmosfera w pracy wpływa na efektywność i zadowolenie agentów i dlatego tak bardzo dbamy o jej utrzymanie. □



## Jakość i wiarygodność



**Anna Hyska**  
członek zarządu ASF

W ASF stawiamy przede wszystkim na wiarygodność, a tę z kolei konsekwentnie budujemy przez jakość, bo tylko jakościowe działania budują obraz organizacji wiarygodnej. Oferta ASF to w głównej mierze wspieranie rozwoju współpracujących z nami partnerów, zarówno tego osobistego, jak i biznesowego. Skupiamy się na dostarczaniu rozwiązań, aktywności i narzędzi, które dobrze wykorzystane przez naszych partnerów przełożą się na wysoki poziom jakości i wiarygodności w codziennej obsłudze klienta.

Dlatego zaczynając od programów wdrożeniowych, dedykowanych nowym agentom, poprzez Akademię Dobrego Agenta – autorski program rozwojowy o charakterze coachingowym, skupiony wokół kształtowania umiejętności doradczych i sprzedażowych, dbamy o wiedzę i rozwój.

W 20. rocznicę grupy ASF powołaliśmy wysokojakościowy projekt DobryAgent.pl, skierowany do naszych zaufanych partnerów biznesowych. Wspieramy ich w efektywnej i jakościowej komunikacji marketingowej do klientów. Pokazujemy agentom, jak skutecznie łączyć markę własną w oparciu o know-how zaufanego partnera oraz jak ważne jest zapewnienie spójnej i wiarygodnej jakości, nie tylko w obszarze obsługi, ale w każdym miejscu styku agent-klient.

W trosce o automatyzację i szybkość najważniejszych procesów nieustannie inwestujemy w rozwój technologii,

we własny system operacyjny ASF24, ale przede wszystkim w narzędzie dla agentów – porównywarkę ubezpieczeń HIPERIO. To dzięki niej agenci mają możliwość wyszukania w krótkim czasie ofert odpowiadających oczekiwaniom klienta i porównania ich ze sobą. Ponieważ funkcjonujemy w zmiennym otoczeniu nasze narzędzia także się zmieniają i dostosowują do potrzeb naszych partnerów, nieustannie rozszerzamy zakres i funkcjonalności. Wspieramy również agentów w rozwijaniu ich własnych CRM-ów.

Oferta dla agenta w ASF to również mocny i jakościowy codzienny serwis naszych pracowników: Regionalnych Dyrektorów Sprzedaży – kompetentnych, zaangażowanych, z wiedzą produktową i sprzedażową, obecnych w terenie, w biurze agenta. Biura Wsparcia Agenta w ubezpieczeniach detalicznych i korporacyjnych – kilkunastoosobowe zespoły w centrali, gotowe do pomocy na każdym odcinku obsługi klienta, również aktywnie szkolące w terenie.

Oczywiście rozwijamy zakres naszej oferty produktowej, do współpracy z nami dołączają kolejne zakłady ubezpieczeń, starannie dobieramy, nie o ilość, ale również w tym obszarze o jakość chodzi.

Jesteśmy przekonani, że wspólne działania pod szyldem jakości i wiarygodności wpłyną zarówno na zmianę postrzeżenia nie tylko nas samych, ale i całego rynku usług ubezpieczeniowych. □



## Bo w biznesie najważniejsza jest współpraca!



**Rafał Ćwikliński**  
prezes zarządu Asist

Aktualny rynek ubezpieczeniowy stawia przed agentami wiele wyzwań, m.in. rosnące oczekiwania klientów, silną konkurencję i rozwój technologii. Ciągłe zmiany wymagają elastyczności w biznesie, otwartości na nowe wyzwania i maksymalnej efektywności, która jest możliwa tylko przy użyciu nowoczesnych narzędzi.

„Bo w biznesie najważniejsza jest współpraca” – tak brzmi nasze motto i zgodnie z nim od ponad 20 lat staramy się pracować. Stawiamy nacisk na wielokierunkową pomoc agentom w ich codziennej pracy. Każde działanie związane z rozwojem firmy skupione jest na naszych partnerach i na tym byśmy mogli dostarczać im takie rozwiązania, które uczynią ich pracę łatwiejszą i efektywniejszą.

Stawiamy nacisk na nowoczesne technologie, dlatego posiadamy autorskie systemy, które są w pełni ze sobą kompatybilne i całkowicie darmowe dla naszej sieci agencji. Dobrze wszystkim znany Asistomat, aplikacja ASISTmobile, czy Panel Agencji dostępne są 24h/7, wspierając codzienną pracę agentów. Niezwykle ważny jest dla nas także ciągły rozwój, a do tego niezbędne są szkolenia, dlatego stworzyliśmy własne platformy, na których można odbyć szkolenia produktowe

i sprzedażowe, obowiązkowe szkolenie zawodowe oraz egzaminy licencyjne.

Każdy agent podpisujący umowę współpracy z naszą multiagencją otrzymuje do dyspozycji dedykowanego Opiekuna oraz Kierownika Regionalnego. Opiekun wspiera agenta zdalnie w procesie sprzedaży, motywuje do osiągnięcia jeszcze lepszych wyników oraz pomaga w kwestiach związanych z rozliczeniami czy polisowaniem wniosków. W styczniu br. stworzyliśmy nowy dział Regionalnych Kierowników Sprzedaży, którzy wspierać będą naszych parterów w terenie, odwiedzać ich w biurach i kompleksowo pomagać w prowadzeniu i rozwoju biznesu. Zależy nam na zachowaniu synergii we współpracy Agent, Opiekuna i RKS-a.

Starannie zaplanowanym krokiem w oferowaniu naszym współpracownikom jak najlepszych rozwiązań jest dołączenie Asist do PIB Group. Tak samo jak my, PIB Group koncentruje się na współpracy z klientem, co stanowi kluczową wartość grupy, umożliwiającą nieustanny rozwój oraz wdrażanie innowacji zgodnych ze szczegółową strategią. Naszą wspólną misją jest zapewnienie pośrednikom kompleksowego wsparcia w rozwoju i sprzedaży, opartego na ogromnym doświadczeniu PIB Group na rynkach międzynarodowych. □





bezpieczny.pl

## W trudnych czasach nie zatrzymujemy się



**Andrzej Adamczyk**  
prezes zarządu Bezpoczny.pl

Rok 2022 był trudny. Nauczyliśmy się jednak, jak żyć w pandemii i zrozumieliśmy, że rynek dystrybucyjny zachowuje się nieco inaczej. Rok 2023 będzie jeszcze bardziej wymagający dla dystrybutora. Pewne nawyki zdalne, jak np. niechęć do spotkań zawodowych czy transakcyjnych polskich klientów, pozostają z nami. A do tego dochodzą nowe wyzwania, z którymi wszyscy musimy się zmierzyć, jak trudności makroekonomiczne oraz geopolityczne. Ponadto widzimy bardziej zdystansowanego i wymagającego klienta na polskim rynku. Klienta, który bardziej patrzy na swoje wydatki przez pryzmat zakresu. To wymaga od nas jeszcze większej uwagi na potrzeby klienta. Dla Bezpoczny.pl ubiegły rok był rekordowy zarówno pod względem przypisu składki, jak i zysku operacyjnego. Optymistycznie patrzymy także na rok bieżący. Tylko styczniu podwoiliśmy składkę względem stycznia 2022 r. Największe dynamiki dotyczą sprzedaży ubezpieczeń psa i turystycznych – ok. 250%.

W tym roku skupiamy się budowaniu szerszej skali na rynku i inwestycjach, które będą dotyczyć 3 obszarów:

**1. Rozwój produktów.** Jeszcze w tym roku chcielibyśmy wprowadzić do sprzedaży ubezpieczenie kota. Planujemy także przegląd produktowy, co będzie skutkowało zmianami dającymi jeszcze więcej korzyści i nowych

świadczeń klientom. Inwestujemy w rozwój technologiczny produktów i rozwój przekazywania odpowiednich treści ubezpieczeniowych.

- 2. Rozwój agentów.** Cały czas prowadzimy aktywną rekrutację agentów. Mamy ściśle określony profil kandydatów, których poszukujemy: osoba fizyczna, prowadząca działalność, niezależna, chcąca się rozwijać modelowo. Jednocześnie kładziemy ogromny nacisk na szkolenie agentów, czyli szlifujemy diamenty. Poza standardową ofertą szkoleniową, na początku lutego uruchomiliśmy Akademię Digitalu, czyli szkolenia z narzędzi, które należy wykorzystywać w procesie dystrybucji, by zwiększyć swoją wydajność. Agenci mierzą się z silną presją ekonomiczną - wzrastają koszty prowadzenia i utrzymania działalności, przy jednoczesnym braku wzrostu przychodów z prowizji. Kluczem jest zatem wydajność pracy i ograniczenie kosztów związanych z pozyskiwaniem klienta. Wszystkie szkolenia prowadzone są bezpłatnie.
- 3. Widoczność produktów, platformy i agentów.** Przed wszystkim będziemy inwestować w promowanie nowych agentów i w nowe produkty. Nie zatrzymujemy się – naszym celem jest budowanie i zacieśnianie długoterminowych relacji jako life time partner zarówno do klientów, jak i naszych agentów. □



## Technologia w parze z pozostałym wsparciem



**Wojciech Andrzejak**  
dyrektor sprzedaży Conditor

Świadomość agregatorów na temat konieczności dostarczenia niezbędnych narzędzi dla swoich partnerów jest na naszym rynku bardzo wysoka. Każdy z nas zdaje sobie sprawę, że musimy stanąć na wysokości zadania i dostarczać agentowi najlepsze rozwiązania technologiczne. Narzędzia powinny ułatwiać codzienną pracę, automatyzować proste procesy i wspomagać zwiększenie poziomu sprzedaży.

Jestem przekonany jednak, że technologia powinna być przede wszystkim dopełnieniem wielu innych aspektów. Zadaniem multiagencji jest zapewnienie pośrednikowi bezpieczeństwa prowadzenia swojego biznesu i wspierania jego własnej wizji na budowanie silnej pozycji na rynku. Po naszej stronie jest dbanie o to, by nasi partnerzy byli w prosty, szybki sposób informowani o zmianach i planach zakładów ubezpieczeń i regulatorów prawa. Pełna oferta dla agenta zawiera cały wachlarz zadań, bez których pośrednik będzie tracił swój czas, zamiast skupić się na profesjonalnej obsłudze swoich klientów i rozwijaniu swojego biznesu.

Od samego początku istnienia Conditor wyznaje wartość, że naszymi klientami są agenci. To zmienia jakość pracy w relacji agencja-pośrednik. Dzięki temu, jako agencja z 25-letnim doświadczeniem, stawiamy na budowanie silnej pozycji naszych partnerów na lokalnych rynkach. To

nasi agenci wiedzą, jak prowadzić swój biznes. My jesteśmy dla nich wsparciem merytorycznym, informatycznym i bierzemy na siebie odpowiedzialność za szybkie wdrażanie zmian wymuszonych przez ustawodawców, zakłady ubezpieczeń czy zalecenia Komisji Nadzoru Finansowego. Dlatego do dyspozycji oddajemy cały zespół, gotowy do pracy dla naszych agentów. Naszych partnerów wspieramy narzędziami informatycznymi takimi jak: wewnętrzny system współpracy – rozliczenia produkcji, podgląd swoich dostępu i dodatkowo oferujemy nowoczesną porównywarkę ubezpieczeń komunikacyjnych połączoną z bazą CRM. Nasz zespół w centrali prowadzi infolinię wsparcia sprzedaży, a nasi ludzie w terenie codziennie fizycznie wspierają naszych partnerów w ich biurach.

25 lat konsekwentnie się rozwijamy, budując biznes oparty na partnerstwie oraz zaufaniu, a doświadczenie, które zdobywamy od lat, pozostaje do państwa dyspozycji. Jesteśmy jedną z największych multiagencji w Polsce właśnie dzięki naszym agentom, których jest prawie 2000. Wciąż nas inspirujecie do działania.

Stawiamy na wspólny rozwój poprzez dobranie odpowiedniego modelu współpracy w oparciu o naszą wiedzę, fachowość i rzetelność w obsłudze oraz indywidualnym traktowaniu naszych partnerów. □



## Pomagamy agentom zwiększyć efektywność i lepiej zarabiać



**Jacek Byliński**  
prezes CUK Ubezpieczenia

Dystrybucja ubezpieczeń w partnerstwie z multiagencją staje się coraz bardziej atrakcyjną formą współpracy. Z CUK Ubezpieczenia współpracuje ponad 3000 agentów. W 2022 r. ta liczba wzrosła o kolejnych 750 partnerów, czyli mniej więcej codziennie dwie osoby dołączały do organizacji. Nowe punkty brandowane otwieraliśmy średnio raz na tydzień. Dziś działa ich ponad 500 w wielu miejscach na terenie całej Polski.

Konsolidacja rynku pośredników i migracja agentów w stronę dużych multiagencji jest naturalnym procesem. Wysoka konkurencyjność rynku, coraz więcej regulacji i konieczność dostępu do drogiej technologii powodują, że zdecydowanie trudniej jest działać samodzielnie bez wsparcia większej multiagencji. Konsolidacji towarzyszy również profesjonalizacja rynku.

Zmiana w kierunku nowoczesnego doradztwa ubezpieczeniowego wynika ze zmian w zachowaniu klientów oraz rozwiązań biznesowych i technologicznych dostarczanych m.in. przez CUK. Kupujący cenią wygodę, szybkość obsługi oraz przegląd ofert z całego rynku, połączony z fachową wiedzą i możliwością zakupu również online. Co bardzo istotne w CUK mamy bardzo wiele form współpracy, można zacząć od niezależnego doradcy i skorzystać z części wsparcia lub uruchomić punkt partnerski albo

placówkę CUK i korzystać z potencjału znanej marki oraz kompletu nowoczesnych narzędzi.

Konkurencja na rynku i rosnące koszty powodują, że agenci muszą szukać sposobu na zwiększenie efektywności sprzedażowej. W CUK skupiamy się na przygotowaniu rozwiązań, które skracają proces ofertowania i zawierania polis oraz eliminują znaczną część czynności backoffice'owych, jak np. dokumentacja zdjęciowa, wgrywanie dokumentów czy rozliczenia. Agenci zyskują automatyzację procesów, bogaty wachlarz rozwiązań on-linowych i marketingowych, które powodują, że stają się liderami na lokalnych rynkach. Często sprzedaż zwiększa się nawet o połowę w zaledwie kilka miesięcy od startu współpracy, do tego dochodzi poprawa portfela produktów i tym samym lepsza wypracowana średnia prowizja.

Jako pierwsi w branży wdrożyliśmy OmniCUK, łącząc wszystkie kanały dystrybucji w jeden model sprzedaży. Agenci otrzymują prowizję bez względu na wybrany przez klienta sposób zakupu. Na ich korzyść pracują wszystkie przestrzenie sprzedażowe. Klienci kupują na stronie cuk.pl, w Strefie Klienta, przez aplikację mobilną, telefonicznie przez contact center lub w placówce, czy wznawiając online, ale agent i tak otrzymuje prowizję, ma gwarancję zachowania bazy i kolejne opcje dosprzedaży. □



**Adam Lejbman**  
wiceprezes zarządu Diamond Finance

## Coraz mocniejsze wsparcie dla agentów

W Diamond Finance uznajemy i doceniamy postępującą cyfrową transformację. Wzbogacamy technologiczną stronę naszej firmy o coraz więcej innowacyjnych nowości, aby zoptymalizować jak najlepiej narzędzia udostępniane naszym partnerom (OFWCA). Zdecydowanie pomaga to w uporządkowaniu i ułatwieniu codziennych czynności wykonywanych przez naszych partnerów, a co za tym idzie – zwiększa skuteczność pracy przy ofercie produktowej kilkudziesięciu zakładów ubezpieczeń czy innych partnerów biznesowych.

Od dłuższego czasu działa przyjęty z dużym entuzjazmem przez sieć sprzedaży kalendarz szkoleń i egzaminów – KalenDiaFin. Narzędzie to pokazuje wszystkie szkolenia organizowane przez zakłady ubezpieczeń oraz nasze wewnętrzne w jednym miejscu z miesięcznym wyprzedzeniem. Kalendarz ma na celu przede wszystkim uporządkowanie obszaru szkoleń. Nasz partner z góry wie, jakie szkolenia będą się odbywały, o jakiej tematyce, z jakiego zakładu ubezpieczeń. Zawiera on również terminy egzaminów KNF. Umieszczamy w nim nie tylko daty, ale również linki do logowania na dane wydarzenie. W ten sposób nasza sieć w jednym miejscu otrzymuje pełną informację na temat szkoleń i nie musi już poszukiwać pojedynczych wiadomości w skrzynce mailowej czy innych miejscach.

Ponad 2 lata temu uruchomiliśmy porównywarke ubezpieczeń komunikacyjnych DFS24, z możliwością sprzedaży zdalnej. Nasi partnerzy mają dostęp nie tylko do prostego porównania stawek aż 16 ubezpieczycieli, ale również do wystawienia tzw. polis mobilnych. To kompletne narzędzie sprzedażowe, które cały czas jest rozwijane, np. w zakresie funkcji CRM. Pośrednicy coraz bardziej doceniają możliwość zarządzania swoimi relacjami z klientami: odnowieniami, ratami, „przypominajkami”. Niedawno rozszerzyliśmy kalkulator o sprzedaż ubezpieczeń na życie. Ciągłe powiększamy też gamę dostępnych ubezpieczycieli. Oddaliśmy również do użytku naszym partnerom wewnętrzny system do ewidencji i dokumentacji, m.in. APK (ePartner). Agenci mogą w nim archiwizować wszystkie dokumenty związane z analizą potrzeb klienta. W razie jakiegokolwiek kontroli mają oni pewność, że będą w stanie udowodnić, że APK zostało przeprowadzone zgodnie z IDD. W ostatnim roku postawiliśmy mocno na obecność w internecie. Nie tylko zmodernizowaliśmy naszą stronę internetową, ale też staramy się ułatwić zaistnienie w tym medium naszym partnerom. Każdy nasz pośrednik może w bardzo łatwy sposób, za darmo, wygenerować swoją własną stronę www, którą może następnie udostępnić klientom oraz promować np. w swoich mediach społecznościowych. □





## Wierni tradycji i ubezpieczeniom

Od ponad 20 lat buduję firmę, której celem jest stworzenie takiego środowiska biznesowego, w którego centrum stoi agent – osoba fizyczna wykonująca czynności agencyjne – oraz tworzony przez niego zespół wysoko wykwalifikowanych współpracowników. Nazywamy to budowaniem „firmy w firmie”. Naszą ofertą jest zatem odpowiedni styl pracy, prowadzenia biznesu. Z jednej strony sprzedajemy ubezpieczenia, wykonujemy niezwykle szlachetny zawód, który pomaga chronić życie, zdrowie oraz majątek naszych klientów, a z drugiej umożliwiamy agentom wszechstronny rozwój zawodowy i możliwość działania jak przedsiębiorca. Nie jesteśmy zwykłą spółką dystrybucyjną.

Wywodzimy się z niemieckiej grupy ERGO i wiele cennych doświadczeń wynieśliśmy właśnie z tego środowiska biznesowego. Każdemu nowemu współpracownikowi zapewniamy pełne wsparcie produktowe, organizacyjne, serwisowe, a przede wszystkim szkoleniowe. Często słyszymy, że system szkoleń w EPRO należy do najatrakcyjniejszych na całym rynku.

W tym roku naszą uwagę skupiamy również na rozwoju narzędzi IT, które w znaczny sposób wspomogą pracę przedstawicieli w całym kraju. Jest to dla nas szczególnie ważne dziś, gdy widzimy, że lwią część rozmów handlowych odbywa się online, czyli w środowisku coraz bardziej naturalnym zarówno dla klienta, jak i agenta. □



**Peter Grudniak**  
prezes EPRO

System kariery w EPRO jest transparentny, czytelny dla każdego, kto rozpoczyna współpracę. Podobnie z ofertą – skupiamy się na kilku bardzo dobrych produktach ubezpieczeniowych od czołowych ubezpieczycieli. Interesuje nas wysoka jakość produktu, sprzedaży oraz wsparcia, jakiego udzielamy agentom. Obecnie pracujemy nad wdrożeniem ubezpieczenia zdrowotnego, które dopełni kompleksowość

naszej oferty. W tym przypadku także starannie dobieramy partnera. Zakładamy, że wdrożenie nastąpi w IV kwartale br.

Na chwilę obecną nie myślimy o rozszerzeniu portfela o inne produkty finansowe, jak kredyty czy leasing. Pozostajemy wierni ubezpieczeniom, a naszą sieć dystrybucyjną chcemy wprowadzać także na te obszary kraju, gdzie jeszcze nie jesteśmy mocni. □



**Piotr Grzesik**  
prezes EPRO



## Trójstronna współpraca z korzyścią dla agentów



**Magdalena Toruń**  
**Daniel Palak**  
Zarząd Harpie&Orły Sprzedaży

Budowanie sieci sprzedaży i mocny rozwój marki to zawsze wyzwanie. W Harpiach & Orłach Sprzedaży nasze umiejętności wykorzystujemy do podnoszenia jakości pracy i przygotowania rozwiązania technologicznego przeznaczonego dla naszych sprzedawców, tak aby z każdym rokiem nasza oferta była jeszcze bardziej atrakcyjna.

W tym celu zrodziły się profesjonalne i nader przyjazne relacje biznesowe z wiodącymi na rynku podmiotami – Insly oraz K-BIT Spółka jawna. Połączyła nas wspólna droga, w której agentów stawiamy na pierwszym miejscu. Wierzymy, że są oni w naszej pracy najważniejsi.

Współpraca z Insly daje naszym agentom możliwość ofertowania składki tożsamej ze składkami z portali ubezpieczeniowych. Dostępna porównywarka pozwala na przegląd kilkunastu ofert wiodących ubezpieczycieli w ciągu kilku minut, a także wystawianie polis, co niewątpliwie przekłada się na lepszą obsługę klienta.

Wspólnie z K-BIT, w oparciu o stworzoną przez nich aplikację iAgent24®, udostępniłmy naszym agentom szereg rozwiązań dopasowanych do ich oczekiwań: CRM pomagający w prosty sposób zmierzyć się z wszelką obsługą portfela klienta, możliwość przeprowadzania w pełni elektronicznej analizy potrzeb klienta, generowanie różnego rodzaju raportów dotyczących współpracy, jak również terminowe naliczenie prowizji, która

jest automatycznie udostępniana na profilu agenta. Efektywne planowanie pracy agenta pozwala na jej kontrolę i bieżącą ocenę.

Naszą wspólną rolą jest dostarczenie agentom rozwiązań technologicznych i compliance dla jeszcze lepszej oraz efektywniejszej dla obu stron współpracy.

Obecna rzeczywistość jest niestety taka, że agentom, po spełnieniu obowiązków wynikających z regulacji, brakuje już czasu na własny rozwój czy rozszerzanie koszyka produktowego. Nasze narzędzia pozwalają ten cenny czas mocno zaoszczędzić. Dodatkowo, wielu ubezpieczycieli wprowadza dynamiczną taryfę, opierając się na sztucznej inteligencji. Wiąże się to z koniecznością sprawdzania dla klienta całego rynku. Rzetelne wykonanie zadania na piechotę również jest czasochłonne, dlatego Harpie, Insly oraz K-BIT umożliwiają ten proces w jednej ścieżce.

Ścisła współpraca naszych trzech spółek zapewnia agentowi szereg korzyści: połączenie obsługi klienta dzięki porównywarkę, dostępność bazy klientów i każdej wystawionej im polisy dzięki CRM połączonemu ze wszystkimi zakładami ubezpieczeń, a także sprawne naliczanie prowizji (często dwukrotnie wyższej!). Wszystko to sprawia, że praca agenta staje się jeszcze bardziej opłacalna, a dzięki naszym narzędziom mamy pełną kontrolę nad sprzedażą, odnowieniami oraz prowizjami. □



## Bezpieczna przystań

**Adam Rowicki**  
prezes Nauczycielskiej Agencji Ubezpieczeniowej

Stawiamy na otwartą formułę współpracy z agentami – w NAU nie wymagamy od nich wyłączności portfela. To szczególnie istotne po serii rynkowych transakcji kupna-sprzedży dużych multiagencji. Nam zależy, żeby agent miał poczucie stabilności, niezależności i nie musiał obawiać się, że go sprzedamy. Pomimo tego, że obecnie proces konsolidacji przybiera na sile, to my deklarujemy, że nie jesteśmy na sprzedaż.

Każdy współpracujący z nami agent jest w pełni niezależny, ale ma również poczucie bezpieczeństwa i możliwość podjęcia decyzji, jak bardzo chce się z nami integrować. Zresztą, widać to w trakcie codziennej pracy. Od wielu lat agencji czerpią ze wsparcia technologicznego, które oferujemy. Rozwijamy przede wszystkim system NAU24 – najpierw używali go głównie jako porównywarki, a w tej chwili odkrywają naszą platformę jako użyteczny CRM do zarządzania nie tylko małą multiagencją, ale również bardziej złożonymi strukturami. System NAU24 uzupełniliśmy, oprócz ubezpieczeń komunikacyjnych,

również innymi produktami majątkowymi, jak ubezpieczenia mieszkaniowe czy turystyczne. Planujemy także wdrożyć ubezpieczenia na życie. Agent ma do dyspozycji jedno kompleksowe narzędzie, które jest w stanie wykorzystać przy najprostszyc czynnościach, takich jak kwotacje oraz przy tych bardziej zaawansowanych, jak zarządzanie kontynuacjami, swoimi sprzedawcami czy rozliczenia.

W ostatnim czasie wprowadziliśmy też tzw. sprzedaż semi-direct, żeby pozwolić agentom na rozszerzanie własnej działalności o klientów, którzy do tej pory byli poza ich zasięgiem i prawdopodobnie nigdy nie trafiliby do ich biura. Chcemy, żeby przestali bać się directu, a zaczęli go wykorzystywać, by się rozwijać i zwiększać sprzedaż, sięgając po inne kanały i nowe sposoby dotarcia do klientów. Semi-direct stanowi również odpowiedź na bieżące wyzwania, z którymi muszą sobie radzić agenci, jak rosnące koszty prowadzenia działalności przy braku wzrostu cen ubezpieczeń. Dzięki NAU24 mogą zwiększać produkcję i docierać do zupełnie nowych klientów. □



## Jednolite wsparcie dla wszystkich



**Artur Kijonka**  
prezes OVB

Od wielu lat OVB bardzo mocno nastawione jest na edukację współpracowników. Systematycznie rozwijamy i udoskonalamy system naszych szkoleń. Jednocześnie cały czas to, co nas wyróżnia na rynku, to możliwość zbudowania własnej struktury przez współpracownika, przy kompleksowym wsparciu ze strony OVB.

Kiedyś nowa osoba, która zaczynała swoją karierę w OVB, przechodziła szkolenie w lokalnym biurze, a dopiero po ok. 3 miesiącach była zapraszana do Warszawy na 2-dniowe, centralne szkolenie GST Seminarium. Podczas tego szkolenia pokazywaliśmy nowym współpracownikom system pracy OVB. Nie było usystematyzowanego cyklu kolejnych szkoleń.

Wprowadzając Karriere Campus, zmieniliśmy podejście. Oferujemy 5 centralnych szkoleń i dzięki temu mamy pewność, że każdy, kto trafia do OVB, dostaje jednakowe wsparcie niezależnie od tego, w jakim regionie Polski działa. Dzięki porozumieniu wszystkich dyrektorów krajowych, udało się uzgodnić również jednolity schemat wprowadzania współpracownika od pierwszego dnia jego pracy. Jestem szczególnie dumny i dziękuję dyrektorom, bo spośród wszystkich krajów europejskich, gdzie działa OVB, tylko w Polsce się to udało. W trakcie pierwszych 12 tygodni szkoleń współpracownicy korzystają ze wsparcia nowego cyfrowego narzędzia – personal development. Jest to portal

dedykowany nowym współpracownikom, na którym mogą znaleźć wszelkie materiały szkoleniowe oraz ogromną bazę wiedzy. Jak to działa? Każdy, kto rozpoczyna pracę w OVB, podpisuje umowę i dostaje dostęp do portalu. Menedżer, który się nim opiekuje, wskazuje materiał do opanowania np. na kolejny tydzień. Po tym czasie spotykają się, rozmawiają i sprawdzają, czy wiedzę z danego zakresu udało się dobrze przyswoić. Forma elektroniczna pozwala monitorować, czy dany materiał rzeczywiście zostały przejrany i ile czasu dany współpracownik poświęcił na naukę na portalu. Dzięki personal development osiągnęliśmy 2 istotne korzyści. Pierwszy element ma charakter edukacyjny – wszyscy mają dostęp do takich samych materiałów, widzą to samo, mają takie same szanse. Jednocześnie mogą szkolić się i rozwijać w swoim tempie i w dogodnym dla siebie czasie. Drugi element pozwala menedżerowi ocenić indywidualne zaangażowanie danej osoby.

Po każdym etapie są egzaminy, które wymagają opanowania odpowiedniej partii materiału. Zaliczenie egzaminów jest warunkiem awansu, a dzięki cyklowi Karriere Campus, po każdym awansie współpracownik zapraszany jest na kolejne, centralne szkolenie. Nowym kierownikom i dyrektorom daje to wiedzę niezbędną do ich rozwoju oraz prowadzenia struktur, a OVB ma gwarancję, iż każdy działa w kompetentny i jednolity sposób. □





## Wszechstronne wsparcie dla agentów



**Marcin Kaczmarek**  
członek zarządu Phinance

Phinance krok po kroku realizuje ambicje bycia największym klientocentrycznym, wieloproduktowym multiagentem w Polsce. Szerokość oferty, kompetencje niezbędne do sprostowania i obsłużenia administracyjnego, sprostanie wymaganiom regulacyjnym to oczywisty wstęp do tego, aby ta wizja była możliwa. Ale to jeszcze za mało – potrzeba narzędzi i rozwiązań, które wesprą, a czasem wyręczą w niektórych procesach agenta tak, żeby na koniec dnia klient otrzymał pełną usługę z „jednej ręki”.

**PhiCRM.** Podstawowym technologicznym narzędziem jest CRM – w Phinance to całkowicie nowa platforma zbudowana od zera. Z jednej strony pod dyktando potrzeb i wymagań doradców, a z drugiej według reguł specjalistów IT dbających o UX i ergonomię narzędzia. Całość podporządkowana prostocie i zdalności procesów, bo tego dziś oczekuje zarówno agent, jak i klient.

**Kalendarz pełen spotkań.** Najlepszym sposobem optymalizowania pracy agenta jest zrobienie za niego wszystkiego, co nie jest spotkaniem z klientem. Dlatego od kilku lat koncentrujemy wysiłki nad rozwojem i rozbudową CC, którego zadaniem jest, aby doradca miał nieustannie pełen grafik. Umawiamy ok. 11 tys. spotkań miesięcznie – z konkretnym miejscem, datą, czasem, detekcją i tematem. Pomagamy tym samym rozbudowywać portfele klientów, maksymalizujemy wykorzystanie kompetencji i oszczędzamy czas.

**Wspólna obsługa klienta.** W modelu wieloproduktowym doradca nie może wszystkiego robić sam. W Phinance proponujemy doradcy specjalizowanie się w 2 lub w 3 kategoriach produktowych i równoległe alokowanie – udostępnianie klientów do specjalistów znających się na innych produktach. Gwarantujemy przy tym rozdzielanie i rozliczanie prowizji uczestnikom takiego procesu, oraz pilnujemy, aby „właścicielem” klienta pozostał leadujący doradca – dając poczucie bezpieczeństwa i komfortu.

**Asystent sprzedaży.** Technologia, zdalność, spotkania w grafiku – wszystko to doprowadza do rosnącej liczby procesów administracyjnych, dokumentów, spraw, które trzeba „ogarnąć”. A celem jest nadal być na spotkaniach z klientami, a nie tonąć w papierach. Takim doradcem rekrutujemy, organizujemy i współfinansujemy Asystenta Sprzedaży – osobę dedykowaną, która wykonuje wszystkie procesy okołosprzedawcze i okołobsługowe.

Nadrzędnym celem i wspólnym mianownikiem powyższych narzędzi jest ciągle zwiększanie liczby procesów, jakie doradca jest w stanie wykonać z klientami. Poza zwiększeniem efektywności pracy doradcy pozwala mu to wzmacniać i zacieśniać relacje, którą rozwija z klientem.

**Gramy na markę doradcy, bo w gruncie rzeczy to biznes oparty wyłącznie o relacje człowieka z człowiekiem.** □



## Wspieramy rozwój agentów



**Arkadiusz Grabski**  
prezes zarządu Polisa Expert

Polisa Expert rozpoczęła swoją działalność w lutym 2012 r. Twórcy firmy, agenci z wieloletnim doświadczeniem w branży, określili długofalową strategię firmy opartą na fundamentalnych wartościach. Są to uczciwość, transparentność, wiedza i jakość. Wszystko to poparte zostało pasją i ogromnym zaangażowaniem. Określona ponad 10 lat temu strategia zrównoważonego rozwoju pozwoliła na ekspansję firmy w całej Polsce.

Pierwsze 3 biura Polisy Expert utworzone zostały w Pile, Chodzieży i Złotowie. W okresie dziesięciu lat firma włączyła do struktury 70 biur partnerskich pod własną marką. Poza biurami partnerskimi z Polisą Expert współpracuje ponad 600 indywidualnych doradców ubezpieczeniowych w całej Polsce.

Firma stosuje wewnętrzne instrumenty finansowe i narzędzia premiowania dla wyróżniających się partnerów. Współpraca z partnerami budowana jest na lojalności oraz biznesie relacyjnym.

Nowym partnerom biznesowym zapewniamy wsparcie finansowe i marketingowe. Gwarantujemy profesjonalne szkolenia. W codziennej pracy stawiamy na bezpośrednią komunikację, przyjacielskie relacje, poszukiwanie skutecznych rozwiązań oraz nabywanie nowych umiejętności.

Polisa Expert przez cały czas wspiera finansowo biura partnerskie w prowadzeniu biznesu. Partnerom

zapewniamy pomoc w przygotowaniu projektu i wizualizacji biura, którego wykonanie finansujemy. Opieka menedżera Polisy Expert w pełni przygotowuje do prowadzenia profesjonalnego i aktywnego biznesu. Posiadamy dostęp do kalkulatora ubezpieczeniowego, który przyspieszył w znacznym stopniu obsługę klienta, jak również daje możliwość tworzenia bazy swoich klientów. Partnerom przekazujemy karty przedpłacone prepaid, które umożliwiają szybsze zdobycie wygranych z licznie organizowanych konkursach. Współpraca z Polisa Expert daje możliwość rozwoju biznesu w branży, którą cechuje stały wzrost zyskowności.

Posiadając w ofercie produkty 40 znaczących zakładów ubezpieczeń, kompleksowo odpowiadamy na indywidualne potrzeby i oczekiwania każdego klienta. Oferowany, bogaty wachlarz produktów ubezpieczeniowych, wpływa na coraz większą rozpoznawalność marki Polisa Expert wśród klientów w całej Polsce.

Nasz profesjonalizm doceniają zakłady ubezpieczeń, o czym świadczą liczne nagrody. Sukcesy corocznie świętujemy na Kongresie Polisa Expert. Dopasowując się do zmian zachodzących na rynku, nieustannie dbamy o wysoki standard naszych usług. Nasze biura budzą zaufanie klientów. □

grupa **punkto**

## Szukamy tych, którzy myślą podobnie...



**Michał Daniluk**  
prezes Punkty

Nasza grupa systematycznie się powiększa. W obszarze działalności agencji w skład grupy wchodzi: **Punkta**, **Profi Insurance** i od sierpnia ub.r. **Arrant**. Akwizycje nie były przypadkowe. Kierowaliśmy się znajomością ludzi i pewnych wartości. Wiemy, jak ważny jest lider i zaangażowanie konkretnej osoby. Zależy nam na poszanowaniu dziedzictwa marki, co ma kluczowe znaczenie tak dla sieci, jak i dla klientów agencji. Promujemy dużą samodzielność poszczególnych brandów i ich najlepszych, wypracowanych praktyk. Idziemy nawet dalej – zarządzanie dotychczasowymi sieciami agencyjnymi Punkty i Profi Insurance przekazaliśmy zespołowi Arranta – ze względu na ich największe w tej materii doświadczenie. Naszym celem jest wprowadzenie jednego standardu zarządzania i współpracy z sieciami agencyjnymi.

Obecnie skupiamy się na wdrożeniu i uspoźnieniu systemów w poszczególnych spółkach. Dla wszystkich uruchamiamy system **Skaner**, czyli porównywarke cen ubezpieczeń komunikacyjnych dla agentów, z nowym silnikiem i nowymi funkcjonalnościami. Ponadto dla agentów udostępniana jest **Sonda**, czyli porównywarke zakresów dostępnych produktów indywidualnych. Jest ona oparta o silnik sztucznej inteligencji, szczegółowo

skanujący i porównujący ogólne warunki zakładów ubezpieczeń działających na rynku. Traktujemy to jako istotny element naszej przewagi technologicznej, a także realizację wymogów regulacyjnych – nikt nie jest w stanie samodzielnie porównać zakresów na bieżąco, to może zrobić tylko odpowiedni algorytm. Ponadto w całej strukturze wdrażamy nasz autorski program **APK** z pełną digitalizacją i archiwizacją procesu oraz szereg systemów uzupełniających. Wszystkie wdrożenia to duży i wymagający projekt, którego zakończenie planujemy jeszcze w I kwartale br.

Cały czas rozglądamy się na rynku za kolejnymi partnerami, którzy myślą podobnie i chcieliby skorzystać synergicznie z naszych rozwiązań technologicznych.

Jednocześnie optymalizujemy funkcjonowanie obszaru directowego, który w ciągu ostatnich 2 lat przeszedł radykalną zmianę, jeśli chodzi o efektywność i ekonomikę biznesu. E-commerce stał się niezwykle wymagający. Kluczem do sukcesu są modele hybrydowe, które skutecznie wdrażamy. Rozwijamy również działalność opartą o partnerstwa afiliacyjne. Żaden z tych projektów nie kanibalizuje współpracy z agentami, wręcz przeciwnie – dobrze ją dopełnia. □

GRUPA  RBG

## Agenci a wyzwania naszych czasów



**Rafał Redzyna**  
Grupa RBG

Stawianie na agentów w czasach sprzedaży internetowej jest jak najbardziej zasadne. Należy dać im tylko odpowiednie narzędzia i pomóc się rozwijać.

Dwadzieścia, trzydzieści lat temu zdobywanie klientów wyglądało zupełnie inaczej. Był to najczęściej punkt w dobrym miejscu, prośba do zadowolonego klienta o przekazanie wizytówki, szczytem marketingu było rozniesienie ulotek. Następnie umówienie się na spotkanie, na którym agent wypisywał polisę. Miał okazję zaproponować inne ubezpieczenia. Był czas na rozmowę, kawę i pogaduchy, a to wpływało na sprzedaż i nawiązywanie relacji. Później przyszła pandemia i zmieniło się wszystko.

Agenci w większości zaczęli pracować zdalnie. Jest to wygodne i szybkie: telefon do klienta, odnowienie polisy, wysłanie jej mailem, składka na konto i już. Jednak w tym wygodnym i szybkim świecie zabrakło spotkania, rozmowy, z której można było wywnioskować potrzeby klienta i zaproponować kolejne ubezpieczenie. Na odległość odnowić polisę jest łatwo, ale gorzej jest nawiązywać relacje, budować swój wizerunek, a tym bardziej sprzedawać i oferować kolejne produkty.

Dostrzeżliśmy ten problem. Dlatego w naszej ofercie dla agentów, prócz szkoleń online, kalkulatora Insly, oferujemy gratis dla współpracujących z nami agentów filmy produktowe od „Avatar Agenta”. Dlatego, że agentom

sprzedającym na odległość łatwiej jest wysłać prezentację produktu ubezpieczeniowego niż o nim opowiadać przez telefon. W czasach, kiedy ludzie nie czytają, a oglądają na YouTube filmy pokazujące choćby, jak przykręcić kontakt, wypełnić PIT, czy jak bić kotlety, to dlaczego mieliby czytać OWU.

...to znaczy przeczytają, ale wtedy, jak ich zainteresuje produkt, a nie odwrotnie.

Dodatkowo filmy wspierają naszych agentów w kształtowaniu ich wizerunku w internecie.

Dziś przekazywanie wizytówek i ulotek zastąpiły, filmy, polubienie i udostępnienia. Dlatego widzimy duży napływ młodych agentów w nasze szeregi. Agenci ci, podobnie jak my, rozumieją siłę sprzedaży zdalnej z pomocą nowoczesnych narzędzi. Wiedzą, jak ważne jest kreowanie swojego wizerunku. Obecnie klient być może nigdy nie spotka się ze swoim agentem, nie wypije z nim kawy, ale to nie znaczy, że klient nie będzie znał twarzy agenta, informacji, jakie przekazuje, jego podpowiedzi i sugestii ubezpieczeniowych. Nasi agenci nie obawiają się directów. Będą bezpośrednio z nimi konkurować, oferując klientowi znacznie więcej. Klienci otrzymają obsługę równie szybką jak direct, ale będzie za nią stał profesjonalista, żywy człowiek, który za klienta wystawi polisę i weźmie na siebie odpowiedzialność wyboru odpowiedniego ubezpieczenia. □





## Jesteśmy efektywni. To nasz znak firmowy!



**Lucjan Brychcy**  
prezes RCU Ubezpieczenia

**R**CU Ubezpieczenia jako organizacja w naturalny sposób tworzy, a następnie posługuje się katalogiem standardów biznesowych, zweryfikowanych poprzez lata działalności. Standardy te to nic innego jak know-how, który wyróżnia firmę na tle konkurencji, budując jej indywidualny charakter. To firma z ponaddwudziestoletnią historią, która od zawsze kładła nacisk na efektywny model pracy, stale podkreślając swój rodowód i tradycje rodzinne.

Może zaskakiwać, że przy 150 umowach agencyjnych i niewiele ponad 250 OFWCA, średni poziom sprzedaży na agenta w zauważalny sposób przekracza średnią dla branży ubezpieczeniowej w Polsce. To nie przypadek! To efektywność wynikająca ze standardów firmowych i silnych relacji zbudowanych z agentami. Indywidualne podejście zaowocowało zebraną składką w wysokości blisko 200 mln zł w 2022 r.

Udostępniamy agentom innowacyjne oprogramowanie sprzedażowe. Jest to kompleksowe narzędzie obejmujące szereg obszarów: od kalkulacji, przez wystawienie polisy i zapisanie polisy, rozliczenie, wznowienie, powiadomienie klienta i wiele więcej w ramach rozwiązań z obszaru CRM.

Stale rozwijamy rozwiązania informatyczne dla agentów, wdrażając nowe funkcjonalności. Celem nadrzędnym jest

optymalizacja i pełne wsparcie pracy agenta z wykorzystaniem mechanizmów automatyzujących, np. obieg dokumentów czy rozliczenia produkcji. Dodatkowo już teraz wyposażyliśmy sieć sprzedaży w autorskie rozwiązania, rozszerzające portfel produktów, które agent przy minimalnym zaangażowaniu własnym może oferować swoim klientom.

Agenci RCU Ubezpieczenia mogą liczyć na wsparcie w obszarze indywidualnej promocji w internecie oraz otrzymują dofinansowanie zakupu materiałów reklamowych. Wierzymy, że jest to inwestycja zwiększająca poziom sprzedaży ogółem, która przyniesie efekty w przyszłości i za którą nie pobieramy żadnych opłat.

Niezależnie od wcześniej wymienionych działań stworzyliśmy programy motywacyjne dla agentów jeden z ostatnich zakończył się tygodniowym wyjazdem do Tajlandii, w którym uczestniczyło ponad 70 agentów. A dla nowych agentów mamy program „Bonus na start”.

Wiemy, dokąd zmierzamy i posiadamy rozwiązania, które pozwolą nam na stały, dynamiczny rozwój. Zapraszamy nowych agentów do współpracy z RCU. Oferujemy wyłączność na określonym obszarze prowadzenia działalności i pełne, zaangażowane wsparcie na każdym etapie rozwoju. □



## Inteligentny wymiar ubezpieczeń



**Artur Zajdel**  
prezes Dom Ubezpieczeniowy Spectrum

Dom Ubezpieczeniowy Spectrum od lat utrzymuje pozycję lidera innowacji na rynku, tworząc inteligentny wymiar ubezpieczeń w oparciu o nowoczesne rozwiązania. Inwestujemy w digitalizację środowiska pracy dla doradcy ubezpieczeniowego, ponieważ wierzymy, że zaawansowany backoffice to najskuteczniejsza forma wsparcia. Umożliwia zautomatyzowanie wielu procesów i czynności związanych np. z obsługą posprzedażową, rozliczeniami czy kontaktami w sprawie wznowienia polisy. Dzięki innowacyjnym narzędziom agent może zaoszczędzić zasoby przeznaczone do tej pory na czasochłonne formalności i skoncentrować się na zadaniach, które są ważne dla rozwoju kariery zawodowej oraz własnej działalności.

Partnerzy sieci Spectrum mają dostęp do kompleksowego systemu *All in #1 SADUS*, który obejmuje m.in.: porównywarkę ubezpieczeń z możliwością wystawienia polisy, inteligentny CRM, moduł APK i RODO z cyfrową archiwizacją, automatyczne rozliczenia produkcji i wiele innych narzędzi potrzebnych na co dzień w pracy agenta. Dodatkowo system zawiera także bazy informacyjne (np. kontakty, dokumenty) i platformę szkoleniową, która umożliwia doskonalenie zawodowe. Oprócz tego

udostępniamy zintegrowane z systemem aplikacje – dla agenta *SADUS mobile*, a dla klienta *SPECTRUM mobile*. Nasze rozwiązania powstają przy udziale specjalistów w dziedzinie technologii informatycznych, prawa i ubezpieczeń – dzięki temu mamy pewność, że doskonale odpowiadają na bieżące potrzeby użytkowników. System *All in #1 SADUS* oraz towarzysząca mu aplikacja dla agenta *SADUS mobile* stale są aktualizowane i rozwijane o kolejne udogodnienia. Nie mamy wątpliwości, że nasze narzędzia należą do najbardziej zaawansowanych w branży.

Wsparcie dla partnerów sieci Spectrum obejmuje nie tylko innowacyjne rozwiązania informatyczne, ale również eksperckie szkolenia, dostęp do materiałów marketingowych czy pomoc doświadczonych specjalistów. Dla wielu osób, które decydują się na nawiązanie relacji biznesowej ze Spectrum, istotne jest również elastyczne podejście do formuły współpracy oraz sprawnie funkcjonujące zaplecze formalno-organizacyjne.

Innowacyjne narzędzia i kompleksowe wsparcie to czynniki, dzięki którym agent ubezpieczeniowy może łatwiej osiągnąć sukces. Wierzymy w potencjał naszych partnerów, dlatego koncentrujemy się na dostarczaniu rozwiązań, dzięki którym mogą w pełni rozwinąć skrzydła. □



## Z Superpolisą agent otrzymuje kompleksowe wsparcie



**Jakub Nowiński**  
prezes zarządu Superpolisa Ubezpieczenia

Superpolisa to grupa spółek, które tworzą silną sieć multiagencyjną. Zrzeszamy ok. 3500 agentów. Każdy z partnerów uwierzył, że z nami sprawniej poprowadzi biznes. Spełniamy obietnicę, zapewniając narzędzia do pracy, szkolenia i wsparcie.

Konsekwentnie powiększając grono multiagencji, stale wprowadzamy zmiany systemowe i organizacyjne. Rozpoczęliśmy dedykowane cykle szkoleniowe, rozwijające kompetencje naszych partnerów – z tego jesteśmy naprawdę dumni.

Rosnąca świadomość klientów sprawia, że oczekują oni coraz większego doradztwa. Oferujemy agentom projekty szkoleniowe o różnym profilu i zaawansowaniu, rozwijające kompetencje merytoryczno-ubezpieczeniowe i miękkie. Akademia SuperAgenta, Uniwersytet SuperAgenta, szkolenia produktowe, platforma e-learningowa umożliwiają ciągle podnoszenie kwalifikacji.

Mocną stroną Superpolisy była i jest technologia. Wdrażanie rozwiązań IT dla agentów wspierających pracę pozostaje naszym nadrzędnym celem. Podstawą sprawnego

funkcjonowania grupy są nowoczesne narzędzia i cyfryzacja procesów. Stale rozbudowujemy system sprzedażowy o nowe funkcjonalności i moduły projektowane z agentami. W 2023 r. udostępniliśmy nową platformę – Strefa Agent, która usprawnia współpracę i umożliwia komunikację, a stale budujemy kolejne moduły. W Strefie Agent nasz Pośrednik będzie na bieżąco weryfikował rejestracje w KNF, loginy, dane kontaktowe do menedżerów sprzedaży z zakładów ubezpieczeń, a ponadto znajdzie tam bazę wiedzy. Dodatkowymi modułami będą CRM, strefa konkursów i szkoleń.

Nad bieżącą współpracą z agentami czuwa powiększony zespół infolinii oraz Regionalnych Opiekunów. Ta bliska współpraca pomaga nam dostrzegać bieżące potrzeby i reagować, wprowadzając nowe usprawnienia.

Zapraszamy do kontaktu. Nasza oferta skierowana jest do wszystkich: od jednoosobowych agencji aż po duże sieci. Każdy znajdzie w grupie Superpolisa nie tylko niezbędne narzędzia, ale szacunek, partnerstwo przez duże P i rozwój. □



## Po czwarte – dbać o bezpieczeństwo partnerów



**Marek Niewiadomski**  
prezes zarządu Ultra Ubezpieczenia

W poprzedniej edycji *Kalejdoskopu multiagentów* misję Ultra Ubezpieczenia zawarłem w trzech zasadach: wspierać pośredników kompetencyjnie i technologicznie, niezawodnie i transparentnie rozliczać prowizje, budować społeczność.

Coraz częściej ostatnio – z rozmów z naszymi pośrednikami, jak też szerzej w kuluarach branżowych eventów – wynikało, że materia wysuwającą się na czele oczekiwań wobec takich struktur jak Ultra, staje się zapewnienie odpowiedniego komfortu pracy rozumianego jako pielęgnowanie najwyższego poziomu zgodności z przepisami prawa i oczekiwaniami nadzoru.

No i świetnie, bo to jest to, czemu od zawsze poświęcaliśmy dużo uwagi, energii i czasu. I pieniędzy, bo nie wszystko da się zrobić bez nich. Od lat w ramach Ultra Akademii edukowaliśmy z pomocą profesorów, doktorów i innych znawców oraz miłośników ubezpieczeń, co robić, by działać prawidłowo i skutecznie. By pracować bezpiecznie, by zapewnić najwyższe standardy obsługi konsumentom naszych usług. I nie były to odświeżające wydarzenia, ale ustawiczny proces.

Zdajemy sobie sprawę, jak wiele wyzwań stoi na drodze pośrednika ubezpieczeniowego. Jednym z nich jest na pewno konieczność dynamicznego dostosowywania się do zmieniających się przepisów prawa i standardów regulacyjnych. Dlatego wszystkim Ultrawiczom zapewniamy

niezbędne wsparcie i dostęp do profesjonalnej obsługi prawnej i compliance, z której mogą skorzystać w każdym czasie.

Ważną częścią naszej oferty jest poddawanie partnerów cyklicznym przyjaznym audytom weryfikującym, czy wszystkie czynności dystrybucyjne wykonywane są prawidłowo. Analizujemy wykonywanie obowiązków informacyjnych, przeprowadzanie i dokumentowanie APK, przedstawianie klientowi obiektywnej informacji o produkcie, a także wypełnianie procedur tzw. „rodowskich”. Dział compliance kontaktuje się z wybranymi osobami oraz analizuje próbkę umów ubezpieczenia. Oprócz samego przeglądu dokumentacji, audyt taki ma również formę konstruktywnej dyskusji. Dzięki temu możemy wychwycić i usunąć ewentualne niedoskonałości. Wyniki przeglądów podsumowujemy na wewnętrznym uPortalu lub organizujemy spotkanie, na którym szczegółowo omawiamy ewentualne nieprawidłowości. Pozwala to zapewnić obu stronom najwyższy poziom zgodności z wymogami prawnymi i nadzorczymi. A wszystko to w aurze współpracy, pomocy, konsultacji, pogodnie, mimo że to poważne sprawy. I Ultrawicze to cenią, bo rozumieją, że to we wspólnym interesie.

Bo w Ultra lubimy tę robotę. Nie zwalniamy tempa i planujemy kolejne projekty. Zespołowi z pasją pomysłów nie brakuje! □



**Unilink**  
LIDER UBEZPIECZEŃ

## Zwinnie reagujemy na potrzeby agentów



**Aleksandra Friedel**  
członkini zarządu Unilink

Rozbudowany zespół dyrektorów regionalnych oraz dedykowane, wyspecjalizowane zespoły w centrali pozwalają być nam blisko doradców ubezpieczeniowych i szybko reagować na ich potrzeby. Głos naszych agentów jest dla nas bardzo ważny, dlatego m.in. powołaliśmy „UniRadę” złożoną z przedstawicieli naszych doradców. Cykliczne spotkania „UniRady” umożliwiają rozmowy o wyzwaniach i szansach branży, a także stwarzają przestrzeń do podzielenia się nowymi pomysłami lub sugestiami dotyczącymi dedykowanych produktów ubezpieczeniowych oraz narzędzi wspierających pracę agentów. Zarząd Unilink regularnie spotyka się z agentami przy okazji regionalnych spotkań, nagradzających najlepszych doradców. W kwietniu br. podczas Konferencji Unilink spotkamy się z 700 partnerami w hotelu Narvil w okolicach Warszawy, a także połączymy się zdalnie z naszymi pozostałymi doradcami.

Nieustannie inwestujemy w rozwój już istniejących systemów sprzedażowych oraz rozbudowę ich funkcjonalności, a także tworzymy lub kupujemy dodatkowe rozwiązania, zgodnie z potrzebami agentów. Jednym z dedykowanych narzędzi, ułatwiających codzienną pracę, jest terminal płatniczy „UniPay” z wbudowaną funkcjonalnością BLIK, który przygotowaliśmy z ING Bankiem Śląskim.

Nasi doradcy posiadają także dostęp do najszerszej oferty produktowej na rynku. Jako pierwsza multiagencja w kraju wdrożyliśmy ubezpieczenia szpitalne Lux Med, poszerzyliśmy też ofertę o ubezpieczenia komunikacyjne i majątkowe Wefox. Proponujemy nieszablonowe rozwiązania, które promują agentów, a także wspierają ich biznes, m.in. ogólnopolskie i lokalne kampanie telewizyjne oraz specjalne akcje promujące linie produktowe, np. ubezpieczenia szkolne. Jesteśmy również sponsorem Polskiej Ligi Siatkówki.

W DNA naszej działalności wpisane jest dzielenie się wiedzą i know-how ze współpracującymi z Unilink agentami, którzy mogą liczyć na szkolenia: produktowe, z prowadzenia biznesu oraz umiejętności miękkich. Poza tym, jako jedyni na rynku, nagradzamy agentów za wiedzę, organizując Olimpiadę Wiedzy Ubezpieczeniowej dla wszystkich doradców w Polsce.

Z kolei program „UniStarter” pozwala rozpocząć przygodę z ubezpieczeniami osobom, które zapragną zostać doradcą ubezpieczeniowym. Ponadto, program ten pozwala naszym agentom szybko i skutecznie wdrażać ich nowych pracowników. Uruchomiliśmy także szereg benefitów, np. zniżki na usługi partnerskich firm czy też doradztwo księgowo i podatkowe. Agenci Unilink mogą liczyć również na naszą pomoc przy planowaniu sukcesji. □



## Ubezpieczenie ma znaczenie



**Jarosław Łoń**  
prezes zarządu Viviamo Ubezpieczamy

Dzięki wieloletniemu doświadczeniu w branży ubezpieczeniowej i obserwacji zmieniającej się rzeczywistości finansowej, byliśmy w stanie dopasować się do wymogów, które stawiał przed nami rynek. Posiadamy jedną z najliczniejszych sieci sprzedaży na terenie całego kraju, będąc w czołówce liderów przypisu składki i dynamiki sprzedaży. Prężnie rozbudowujemy sieć regionalnego wsparcia merytorycznego i produktowego, stawiając przy tym na zapewnienie naszym partnerom poczucia bezpieczeństwa i stabilności.

Przedstawiając ofertę współpracy z Viviamo Ubezpieczamy, dajemy partnerom wiele elastycznych rozwiązań. Wspieramy ich naszym know-how, aby ułatwić im start w biznesie ubezpieczeniowym. Pamiętamy przy tym jak ważny jest innowacyjny system szkoleń stacjonarnych i on-line oraz udostępnienie niezbędnych narzędzi sprzedażowych, które w dzisiejszych czasach pośpiechu są niezbędne w realizacji oczekiwań, jakie niosą za sobą przepisy ustawy o dystrybucji ubezpieczeń czy przepisy o ochronie danych osobowych.

Na chwilę obecną rozwijamy w naszych partnerach świadomość rozbudowywania struktury portfela o produkty życiowe i majątkowe, co zapewni im stabilność w czasach niesatysfakcjonujących cen składek ubezpieczeń komunikacyjnych. Aby zapewnić bogaty wybór, wchodzimy we współpracę z kolejnymi ubezpieczycielami, co ma zapewnić

klientowi i agentowi swobodę wyboru i dostosowanie go do swoich potrzeb oraz możliwości finansowych klienta, pamiętając, że ubezpieczenie ma znaczenie.

Wierzymy również, że stawianie na partnerskie relacje w biznesie jest kluczem do sukcesu dla obu stron. Dlatego przez cały rok spotykamy się z naszymi partnerami, wymieniając się doświadczeniami, słuchając opowieści o ich obawach i wątpliwościach, jak również planach, które możemy wspierać.

Dopasowując się do oczekiwań rynku, postawiliśmy na rozwinięcie modelu franczyzowego o opcję Umowy Partnerskiej, cechującej się drobnymi zmianami, które zwykle ułatwiają podjęcie decyzji o współpracy. Jak już wspomniałem, wciąż staramy się być elastyczni w naszej działalności franczyzowej, zachowując przy tym kluczowe założenia marki Viviamo Ubezpieczamy.

Ubezpieczenie ma znaczenie dlatego zapraszamy do współpracy wszystkich, którzy są gotowi na wyzwania i chcą zbudować swój biznes oparty na solidnych podstawach i długotrwałych relacjach. Stawiamy na ludzi zaangażowanych, ukierunkowanych na sukces i gotowych do działania. Takich, którzy wspólnie z Viviamo chcą budować swój biznes ubezpieczeniowy.

„Ludzie pracujący razem jako jedna grupa potrafią dokonać rzeczy, których osiągnięcie nie śniło się nikomu z osobna” – Franklin Delano Roosevelt. □

# Egzaminy agencyjne mogą pozostać zdalne

Mniej egzaminów i łatwiejsza ich organizacja, a więcej przeegzaminowanych osób, do tego oszczędność czasu i pieniędzy. To efekt przejścia na zdalną formułę egzaminów dla OFWCA. To rozwiązanie, wprowadzone tymczasowo na czas pandemii, powinno stać się standardem. Z korzyścią zwłaszcza dla osób wchodzących do zawodu, bo mogą szybciej rozpocząć pracę, ale też dla tych, którzy chcą rozszerzyć swoją ofertę o ubezpieczenia kolejnych zakładów.

STANISŁAWA ŚWIST-ZAWADA

sekretarz Komisji ds. dystrybucji ubezpieczeń majątkowych w Polskiej Izbie Ubezpieczeń

Po ogłoszeniu lockdownu Komisja Nadzoru Finansowego błyskawicznie, bo już po tygodniu, ogłosiła Pakiet Impulsów Nadzorczych, który pozwolił branży na rozwój zdalnego trybu działania w wielu obszarach. Szybko zareagowało też Ministerstwo Finansów, które zmieniło odpowiednie rozporządzenia tak, żeby umożliwić przeprowadzanie egzaminów dla osób ubiegających się o wykonywanie czynności agencyjnych, czynności dystrybucyjnych zakładu ubezpieczeń oraz czynności dystrybucyjnych zakładu reasekuracji w sposób zdalny, z wykorzystaniem systemu teleinformatycznego. Uproszczona również została procedura złożenia wniosku o wpis i zmianę wpisu do rejestru agentów ubezpieczeniowych i agentów oferujących ubezpieczenia uzupełniające. Dopuszczono rejestrację na podstawie kopii dokumentów, pozostawiając jednak obowiązek uzupełnienia oryginałów w ciągu 60 dni po zakończeniu stanu pandemii. Tym samym egzaminy zdalne na czas pandemii stały się faktem.

*Według danych zakładów reprezentujących ok. połowy rynku liczba egzaminów zmniejszyła się w 2021 o 48% w porównaniu z rokiem 2019. Jednocześnie liczba przeegzaminowanych osób wzrosła o 22%.*

## NOWE PRZEPISY – WYDAJNIEJSZY SYSTEM

Wprowadzenie trybu zdalnego nie było jednak automatyczne. Zakłady ubezpieczeń musiały spełnić szereg wymogów, by ten tryb uruchomić. Musiały przede wszystkim poinformować KNF, jak identyfikują osoby, które zdają egzaminy, jak przestrzegają samodzielności pracy oraz limitu czasu przewidzianego na egzamin. Mimo tych wymogów i inwestycji z tym związanych, szybko przekonaliśmy się o zaletach tej formuły. Według danych zakładów reprezentujących około połowy rynku liczba egzaminów zmniejszyła się w 2021 o 48% w porównaniu z rokiem 2019. Jednocześnie liczba przeegzaminowanych osób wzrosła o 22%. Jak to możliwe? Dziś wszyscy chętni z całej Polski zdają egzamin w określonym terminie. Wcześniej musieli czekać na jego organizację w pobliskim mieście. Zdaniem ekspertów wzrosły też wymagania egzaminacyjne przy jednoczesnym obniżeniu kosztów ponoszonych zarówno przez ubezpieczycieli, jak i kandydatów na agentów. To też duże ułatwienie dla osób mieszkających i pracujących poza większymi miastami oraz dla pośredników wchodzących do zawodu, czy takich, którzy chcą poszerzyć swoją ofertę o kolejne zakłady ubezpieczeń.

Sprawdziła się również możliwość złożenia wniosku o wpis do rejestru agentów ubezpieczeniowych na podstawie kopii określonych dokumentów. Uprozczone na czas pandemii zasady nie spowodowały wzrostu liczby nadużyć. System okazał się skuteczny i efektywny.

*KNF poinformowała, że wspiera proponowane przez PIU wprowadzenie na stałe możliwości przeprowadzania egzaminów zdalnych.*

## CZARNY SCENARIUSZ – BRAK NOWYCH REGULACJI

Jest tylko jedno „ale”. Zasady określone w zmienionych na początku pandemii rozporządzeniach mają obowiązywać tylko w okresie stanów nadzwyczajnych. Brak nowych regulacji w momencie zakończenia stanu pandemii oznaczałby powrót do poprzednich, mniej wygodnych i generujących zbędne koszty egzaminów stacjonarnych. Zmorą dla ubezpieczycieli będzie też perspektywa konieczności dostarczenia oryginałów dokumentów, na podstawie których dokonywano rejestracji agentów lub zmian w rejestrze od maja 2020 r. Mieliby to zrobić w ciągu 60 dni od odwołania stanu zagrożenia epidemiologicznego lub epidemii, co wydaje się niemal niewykonalne.

## POTRZEBNE ZMIANY LEGISLACYJNE

Polska Izba Ubezpieczeń przygotowała propozycję zmian legislacyjnych pozwalających na uniknięcie „powrotu do przeszłości” i przekazała ją KNF i MF. W odpowiedzi przekazanej Izbie pod koniec 2022 r. KNF poinformowała, że wspiera proponowane przez PIU wprowadzenie na stałe możliwości przeprowadzania egzaminów zdalnych. Co więcej, KNF niezależnie wystąpiła do Ministerstwa Finansów z odpowiednią propozycją legislacyjną, która ma uwzględniać wszystkie kwestie dotyczące egzaminów zdalnych, tak by zrównać je z egzaminami stacjonarnymi na stałe. Komisja zadeklarowała też, że – mając świadomość trudności w zgromadzeniu w ciągu 60 dni oryginałów dokumentacji będącej podstawą rejestracji OFWCA w minionych dwóch latach – nie będzie sprzeciwiała się propozycji legislacyjnej PIU mającej na celu odstąpienie od tego wymogu. Czekamy więc na projekty rozporządzeń.

Mamy nadzieję, że dalsze prace nad przepisami będą sprzyjały rozwiązaniom, które się sprawdziły na rynku i które ułatwiają pracę wielu osobom. Możliwość szybkiego podjęcia pracy czy poszerzenia oferty bez wielotygodniowego oczekiwania to dodatkowa istotna wartość w trudnych ekonomicznie czasach. □

# Compliance – The Game, czyli agent vs potworne kontrole



**DR REMIGIUSZ SZCZECHOWICZ**  
psycholog, antropolog kultury zainteresowany  
tematyką komunikacji i mediów, compliance  
menedżer w Insly.

## 1. WSTĘPNIAK OD TWÓRCY

Bycie agentem ubezpieczeniowym to sposób na dochód, karierę, ba! nawet samorealizację, jeśli ktoś potraktuje to jako wyzwanie polegające na pomaganiu innym. Ale droga do tego jest wyboista, pełna trudności, frustracji i niebezpieczeństw. Przebieg kariery doradcy ubezpieczeniowego zadziwiająco przypomina... mechanikę gry! I stąd ten tekst, zupełnie nietypowy, w dużej mierze alegoryczny. Niech Was nie zwiedzie pozornie lekka treść i rubaszny język. Wiedza za nimi stojąca jest jak najbardziej realna i poważna. A forma? No cóż, ci co mają odciski na kciukach od padów/joysticków i klawisze „WSAD” w sercu mam nadzieję, że uśmiechną się nostalgicznie i z pełnym zrozumieniem. Pozostałym zachęcam do przebrnięcia przez tekst mimo wszystko, bo na końcu znajdują garść kluczowych i przydatnych w codziennej pracy porad.

... LOADING ...  
START NEW GAME

## 2. INTRO I WYBÓR POSTACI

*Sprzedaż ubezpieczeń to przyjemny i opłacalny biznes. Przecież każdy pojazd MUSI być ubezpieczony, a ich tyle na ulicach. A jak do tego dodać ubezpieczenia domów i jeszcze na życie – prawdziwe Eldorado na wyciągnięcie ręki! Spróbuję i ja! Od czego by tu zacząć...?*

Oczywiście od „wygooglowania” kim jest agent, jakie są jego zadania i obowiązki i opinie doświadczonych „graczy”. I tu pierwsza ściana, z jaką trzeba się zmierzyć – ogrom informacji. Liczba zakładów ubezpieczeń, produktów, ryzyk, przepisów instytucji, formalności... Ale nie zniechęcaj się i wykonujesz pierwszy krok, podejmując ważne decyzje: samemu (agent) czy

pod egidą kogoś doświadczonego (OFWCA), agent wyłączny reprezentujący jednego ubezpieczyciela czy może multiagent? Te wybory zadecydują o tym, jak potoczy się dalej Twoja historia. Oczywiście spotkają Cię te same „niespodzianki”, ale różnica będzie w wielkości potencjalnego zagrożenia i sposobu, w jaki sobie z nim poradzisz. Ale nie wyprzedzajmy zdarzeń. Na razie szukamy lokalu, zakładamy działalność i stronę www oraz profil w mediach społecznościowych. Następnie, jak już zdecydowaliśmy o wyborze partnera/partnerów podpisujemy umowę agencyjną. I tutaj zaczyna się prawdziwa rozgrywka!

## 3. TUTORIAL /LEVEL 1 Początki

Sama umowa agencyjna to potencjalna pułapka czy raczej bomba z opóźnionym zapłonem. Zaleca się więc dużą ostrożność i uważność w analizowaniu jej zapisów, bo może się okazać, że nie spełnia ona wymagań formalnych, faworyzuje wyraźnie jedną stronę czy też niesie za sobą określone ryzyka dla „nooba”. Oczywiście po jej zapisy sięga się dopiero w sytuacji kryzysowej konfliktu lub jakiegoś incydentu, a wtedy kluczowe znaczenie może mieć nawet jedno słowo czy przecinek w określonym miejscu.

To jest etap, w którym poznajemy świat gry: innych playerów, możliwych rozdających karty (ubezpieczycieli, kierownictwo dużych agencji sieciowych), reguły rozgrywki, nieformalne kodeksy postępowania, źródła wiedzy wszelakiej. Uczymy się korzystać z dostępnych narzędzi/broni (portale zakładów ubezpieczeń, systemy CRM, porównywarki, narzędzia marketingowe itd.). Zderzamy się też z folklorem: pierwszymi wzmiankami o wszechmocnym i strasznym... **KNF**: jego potężnym zamku, armii ślepo oddanych i bezwzględnych sług, strasznym orzętu w zbrojowni i bezdenym skarbcu publicznych pieniędzy. Wcielone zło, które jest tak pewne swojej pozycji i nieomyślności, że



jestes dla niego nic nie znaczącym pyłkiem na wietrze. Ale już teraz musi pokazać, kto tu jest władcą absolutnym, więc jako jego wasal z automatu (na mocy dekretu królewskiego) musisz wystosować petycję, za pośrednictwem możnych (TU), o umieszczeniu w rejestrze podwładnych. Oczywiście przed tym musisz się wykazać odpowiednimi przymiotami (m.in. niekaralność) i wiedzą (szkolenia zakończone zaliczonymi egzaminami). Jeśli skryba uzna, że nadajesz się, zostajesz umieszczony w elektronicznych annałach. Przed Tobą otwarta droga do otwarcia kramu z polisami. Jeszcze tylko krótka potyczka ze zleceniobiorcami odpowiedzialnymi za remont izby, jej oznakowanie, przygotowanie materiałów reklamowych. Uzbrojony w stosowne cyrografy z zapisami terminów, kar za ich niedotrzymanie oraz oczekiwany standardami końcowymi, a także ogromne pokłady optymizmu i zdecydowanie mniejsze oszczędności i limit kredytowy, przechodzisz do kolejnego etapu, zanurzając się coraz głębiej w mityczny świat...

#### 4. LEVEL 2 Pierwsze Starcie

Rozgrzany pierwszymi potyczkami i niezrażony ogromem wyzwań, otwierasz kram. Pojawia się pierwszy klient, kolejny... Zaczyna przybywać punktów/pieniędzy na koncie. Możesz zacząć spłacać debet i ruszać ku następnym wyzwaniom. Klientów mimo wszystko jak na lekarstwo w skali dnia, więc poświęcasz czas na zgłębianie wiedzy. Dowiadujesz się o powszechnym kulcie zwanym **RODO**. Ta pseudoreligia omotała i podzieliła wszystkich mieszkańców świata gry. Fanatycy ślepo używają jej dogmatów na prawo i lewo, nie bacząc na absurdalność takich zachowań. Inni wykorzystują ją do swoich niecznych celów, wykręcając i deformując leżące u jej podstaw całkiem szczytne ideały. Wreszcie cała reszta gawiedzi przynajmniej od czasu do czasu o tym rozmawia, tak naprawdę nie mając pojęcia, o co w tym wszystkim chodzi. Nie chcesz być ignorantem ani nie identyfikujesz się z żadną z wymienionych postaw, więc czytasz poradniki i zaczynasz tworzyć narzędzia w postaci dokumentacji RODO, w myśl zasady, że jak chcesz pokoju, to szykuj się do wojny. Praca nie poszła na marne, bo wieść gminna niesie, że zbliża się **UODO**! To prawdziwy papież inkwizycji, którego krucjaty sięją postrach i pożogę nawet daleko poza równinami Krainy Ubezpieczeń.

Pech chciał, że jeden z Twoich klientów, Jarema, był oszołomem-paranoikiem, który posłał wielu innych graczy na stopy. Przekonany, że przekazałeś jego dane osobowe wędrownemu kupcowi-szalbierzowi handlującemu cudownymi kociołkami i latającymi dywanami, zadenuncjował Cię do UODO. Ten niezwłocznie wysłał swoje sługi, by rozprawiły się z poganinem-pasożytem. Walka w czasie kontroli była zaciekle, ale dzięki przygotowanym procedurom i dokumentacji, udało się wyjść bez szwanku. Widząc święte księgi na miejscu, nie pokryte nawet kurzem, co mogło świadczyć o regularnym użytkowaniu, odstąpili. Uff! Tym razem się udało, ale zakon nie powiedział jeszcze ostatniego słowa, a pieniacz rozpowiada na targowisku i w karczmie, jakim to niegodnym zaufania hochsztaplerem jesteś.

#### 5. AML QUEST (OPCJONALNY)

Misja poboczna, nie jest wymagana do przejścia do kolejnej planszy. Jako osoba ambitna, chcesz dążyć prosto do celu i nie tracić cennego czasu na dodatkowe zadania. Zorientowałeś się z opisu, że ten wątek dotyczy prania brudnych talarów i przeciwdziałania finansowaniu złoczyńców. Jakoś ciężko to było Ci powiązać z działalnością ubezpieczeniową, a i sama nazwa raczej nie rozpałała ognia w Twojej duszy wojownika. Postanowiłeś pominąć.

#### 6. LEVEL 3 Pechowa Gra

Twoja kariera rozwija się dalej coraz dynamiczniej. Z uśmiechem na twarzy wspominasz opowieści, którymi straszono Cię na początku drogi, o strasznym KNF i jego wszystkowiedzącym oku. Okazały się one najwyraźniej tylko legenda wyolbrzymioną przez bardów, bo nikt w tym grodzie ani sąsiednich siolach nie widział wysłanników tego demona w ludzkim ciele. Klienci tymczasem walą drzwiami i oknami, a nawet domagają się wystawiania polis na odległość. Czasami spotykasz się z nimi przy stole w karczmie *Pod Wypchaną OWCĄ*, gdzie podczas gry w *Gwinta* domagają się wystawienia polis na ich powozy. Nagle w drzwiach staje zziązany wioskowy głupek, który próbuje wydobyć z siebie głos: „IiiiiDDDD-zie tuu SMOK!”. Chwilę później bestia o obcojęzycznej nazwie **IDD**, będąca na usługach KNF, ma Cię już w swoim uścisku. Pyta



grobowym, śmiertelnie poważnym głosem o analizie potrzeb tych kmiotów, z którymi jeszcze przed chwilą nad kartami rozprawiałeś o nowej karocy kasztelana, racząc się przy tym niezgorszym trunkiem. Robisz zdziwioną minę i zaczynasz się mętnie tłumaczyć, że przecież mówili, czego im trzeba i wszystko ustaliliście przed wystawieniem polisy. Na pytanie o zwój zawierający te informacje z rosnącym przerażeniem kręcisz głową. Smok otwiera paszczę i jednym, krótkim wydechem zamienia Cię w zwęglone truchło.

## GAME OVER. RETRY? PLEASE PRESS THE BUTTON: Y/N

### 7. LEVEL 4 Nieoczekiwana Wizyta

Na szczęście kolejne życie pozwoliło Ci wrócić do gry/biznesu. Z trudem odbudowujesz swoje małe imperium. Ciągłe jeszcze lizasz rany po wcześniejszych starciach, a tu nagle do sieni wpada **GIIF** (na dworze tytułowany Generalnym Inspektorem Informacji Finansowej) – znany czarnoksiężnik, który dzięki magii potrafił wyprane monety ponownie pokryć brudem i jeszcze wytropić niegodziwców, którzy tym nielegalnym procederem „czyszczenia” się parali. Uzmysławiasz sobie w okamgnieniu, że pominąłeś quest, który pozornie opcjonalny, de facto niósł za sobą ważkie następstwa (sprzedając ubezpieczenia, zwłaszcza życiowe, powinieneś o tym wiedzieć). Mag bez wahania zamroził Twoje skarby skrzętnie gromadzone w lokalnym banku, będąc przekonany, iż działałeś z premedytacją i wspierałeś rzeźmieszków. Szczęściem zaliczyłeś szkolenie z tego zakresu organizowane przez jednego z magnatów. Tylko to uchroniło Cię od solidnej kary. Skończyło się na kilku siniakach i karze finansowej za niedopełnianie obowiązków stosowania środków bezpieczeństwa finansowego.

Niestety przerwa w działalności firmy, czasowa blokada środków i ich uszczuplenie przez karę, a także plotki, jakie się rozniosły po rynku, spowodowały że musiałeś się zająć w tym samym lichwiarskim banku, żeby przetrwać... do kolejnej planszy.

### 8. LEVEL 5 Bitwa Czterech Armii

Wykaraskałeś się z tarapatów i zaczynasz odbudowywać swój interes. Otworzyłeś nawet drugi kram w sąsiedniej wsi i zatrudniłeś pracownika – bystrą białogłową, do obsługi tamtejszych mieszkańców. Ale KNF nie zapomniał o Tobie, a smok **IDD** pilnie Cię obserwował, szukając okazji do kolejnego ataku. Szukając słabych punktów, zaczął podchody do Twojej „owieczki”, bacznie patrząc jej na ręce. Weryfikował udostępniane klauzule, nagabywał klientów, pytając o APK i przekazane OWU/IPID, lustrował pełnomocnictwa. Ale Ty zaprawiony we wcześniejszych bojach nie uległeś. Uzupełniłeś wiedzę, przygotowałeś niezbędne procedury i wzory dokumentów, przeszkoliłeś i uczuliłeś swoją podwładną. **IDD** nie mógł się przebić przez taką zbroję. KNF nie wzbogacił się ani o złamanego srebrnika.

Niestety znalazł się drobny, ale przebiegły złodziejczek, który był bardzo łasy na złoto i tytuły. Założył swoją gildię zwaną Kancelaria Odszkodowawcza. Wraz ze swoimi kompanami spod ciemnej gwiazdy zaczął knuć złowrogi plan. Jako że wspomniany wcześniej Jarema od kufla nie stronił, to ochoczo przystał na zaproszenie do ich stolika, gdzie nakłonili go do odegrania się na Tobie. Niedawno ubezpieczył swoją chałupinę u Twojej służebnicy, to nadarzyła się po temu okazja. Nowi kompani nakłonili do podpisania cyrografu i ochoczo wsparli przy pisaniu skarg. Skutkiem tego już wkrótce u Twego progu stanął on – **Reczyk Finess** (Rzecznik Finansowy, tłumacząc na ludzką mowę), zakapior znany ze swojej bezwzględności, pomimo nikczemnego wzrostu, nawet jak na krasnala. Wprowadzony w błąd, że niby polisa, jaką zakupił Jarema, ma się nijak do jego ówczesnych potrzeb, pragnął dochodzić sprawiedliwości na swój sposób, skracając Cię toporem o głowę. Zanim jednak ruszył do starcia upewnił się, że złożyłeś w terminie wymagane sprawozdanie roczne dotyczące reklamacji, bo to niepozorny, ale wielce skuteczny oręż. Niemal równocześnie pojawił się **UO KIK** – elf z północy, zaprzysięgły wróg wszystkich kupców i innych dorobkiewiczów, którzy od pokoleń ciemiężą nie tylko jego pobratymców. Przebrany za parobka, który chciał ubezpieczyć swoją furmankę, próbował złapać Cię na gorącym uczynku. Na domiar złego do tej dziwacznej kompanii zwrotniadców dołączyły się straża, bo sędzia również został poinformowany o rzekomym łupieniu biednych nieszczęśników. Od takiego ataku nie uchronią Cię nawet takie legendarne artefakty, jak OC Multiagenta czy D&O! Bitwa była zacięta i długa. Ciosy padały ze wszystkich stron, ale udało Ci się ująć z życiem tym razem. Uratowały Cię elektroniczne zwoje, przechowywane w dziwacznym kuferku z kablem. Ale to jeszcze nie koniec zmagania.

### 9. LEVEL 6 Ostateczna Bitwa w Chmurach

Magiczny kufer, który ochronił Twoje życie, tym razem okazał się źródłem nowego zagrożenia i kolejnym pretekstem do rozlewu krwi. Za sprawą czarów łączył się z miejscem leżącym gdzieś daleko, między chmurami, gdzie w bezkresnym skarbcu przechowywane były największe tajemnice Twoich klientów. Wielkiemu KNF-owi nie spodobało się, że Twoja potęga rośnie, a gromadzona fortuna jest coraz większa, więc postanowił położyć temu kres, wypowiadając wojnę magii. W szczególności uwiązał się na tę Krainę Wśród Chmur, pożądliwie patrząc na bogactwa, które skrywała. Nie był królem, więc nie mógł wydawać dekretów, ale mimo to zapragnął mieć podobną władzę i zaczął wypuszczać „komunikaty”, „wytyczne”, „rekomendacje” i inne pseudo-dekrety. Na ich podstawie zaczął kontrolować swoich poddanych i przykładnie ich karać za brak odpowiednich procedur i ksiąg: poczynawszy od mało dokuczliwych kar, jak publiczne wyznanie winy i nakazy zaprzestania działalności, aż po srogie kary pieniężne i wykreślenie z rejestru poddanych, co może być równie dotkliwe jak zagrabienie całego majątku, bo grozi pozbawieniem możliwości zarobkowania i tym samym skarże Cię na wygnanie. W walce nie brakło mu sprzymierzeńców, choćby w osobie **UPIUra**, który łasy na względy i bogactwa możnych, nie dbał o skórę plebsu i w swoim skrypcie więcej obowiązków nakładał na biednych agentów z ograniczonymi zasobami, niż na swoich mocarnych patronów. Ten skrytobójczy cios mógł uczynić Ci wiele szkód, a **UPIUr** będzie dalej płał w bogactwach swoich mocodawców. Czy tej mrocznej klice się uda się zwyciężyć? To zależy tylko od Ciebie.

## 10. OUTRO

A teraz pora oderwać się od gry i zabrać za prawdziwą robotę. I choć kariery agentów nie zawsze kończą się klasycznym „żyli długo i szczęśliwie”, to jednak „grywalność” w tej branży jest wysoka, a trofea do zdobycia bardzo atrakcyjne. Co nie znaczy, że można je osiągnąć bez wysiłku. Żeby jednak choć trochę ułatwić rozgrywkę osobom mniej doświadczonych przygotowałem coś, co pozwoli łatwiej przebrnąć przez wszystkie niebezpieczeństwa czające się po drodze i pokona nawet największych „bossów”, czyli hających za każdym rogiem.

## 11. SOLUCJA/TIPS & TRICKS

W prawdziwym świecie nie masz kilku żyć, więc co zrobić, żeby to jedyne wykorzystać jak najlepiej i nie nabawić się wrzodów za sprawą labiryntu przepisów czy nie skończyć w lochu za niedopełnienie jakichś obowiązków. Oto garść porad, jak przetrwać w świecie ubezpieczeniowym zawieruchy compliance'owe.

### > Poznaj zasady.

Tak, jak w każdej grze musisz się nauczyć na początku jej reguł. Informacje można znaleźć w internecie, ale ich ilość i czasami wątpliwa rzetelność może powodować frustrację, a przynajmniej stratę czasu. Stąd też najlepszym rozwiązaniem są szkolenia, choćby w formie webinarów, prowadzone przez kompetentne osoby, z dużą wiedzą i doświadczeniem w obszarze ubezpieczeń i zgodności z przepisami i wytycznymi.

### > Dobierz narzędzia.

W cyfrowej rozgrywce ważne są elementy techniczne jak hi-endowy komputer/konsola, duży ekran, precyzyjna myszka/pad czy nawet wygodne siedzenie. W naszej branży fotel „Diablo” czy mysz „Mayhem” mogą co najwyżej wywoływać drwiący uśmiech. Ale już narzędzie typu CRM w pełni zgodne z przepisami i wytycznymi, automatyzujące procesy związane np. z RODO czy IDD i gwarantujące przy tym gromadzenie wszystkich „dowodów”, jakie mogą być wymagane podczas kontroli w agencji, to już prawdziwy „must have”. Pozwoli bez rujnowania budżetu spać spokojnie nawet początkującemu agentowi, a większym sieciom zapewni niezbędną kontrolę nad OFWCami, za które ponoszą odpowiedzialność przed regulatorami czy innymi instytucjami przewijającymi się w tej opowieści.

### > Zbierz drużynę.

Choć gra w pojedynkę daje dużo satysfakcji, to jednak dopiero tryb „multi” pozwala w pełni rozwinąć skrzydła. Dzięki wsparciu drużyny pokonasz najsilniejszych wrogów, a operowanie w ramach klanu graczy pozwala na specjalizacje i działanie dużo efektywniejsze i sprawniejsze. Przekładając to na podwórko insurance: działając w większych strukturach, łatwiej można radzić sobie z formalnościami, bo przygotowane procedury i wzory dokumentów są powtarzalne, a koszt ich opracowania przez specjalistę rozkłada się na wszystkich. Jeśli zdarzy nam się kontrola, to „assistance” profesjonalisty w trakcie jej trwania może się okazać bezcenny i uchroni nas od sankcji czy dodatkowych siwych włosów.

### > Czerp z mądrości innych.

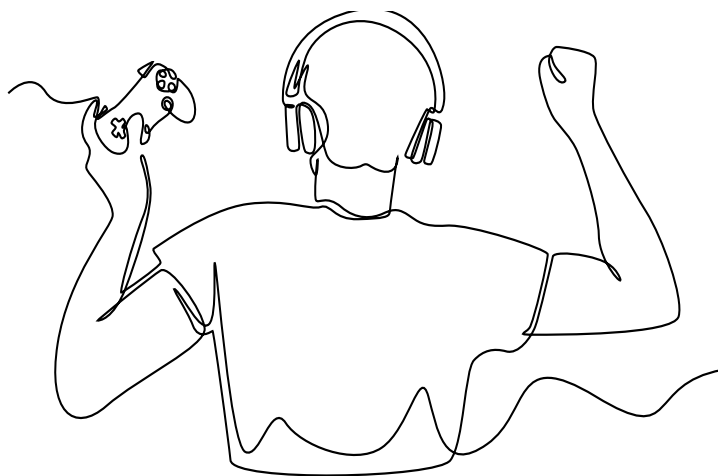
W grach typu RPG (nie mylić z zabawką komendanta policji) poznajemy historię i rozwijamy swoją postać głównie przez interakcje z innymi osobami. To samo sprawdzi się w „realu”, o ile wiemy, do kogo zwrócić się o pomoc. Jeśli sami przygotowaliśmy procedury i korzystamy z wzorców znalezionych w sieci (albo też zrobił to jakiś prawnik wiele lat temu i leżą gdzieś na dnie szafy/w czeluściach HDD), to na pewno warto poprosić profesjonalistę o zweryfikowanie, czy aby na pewno jesteśmy zgodni z aktualnymi wytycznymi. Takie „ćwiczenia na sucho”, czyli audyt compliance nie musi kosztować krocie, a na podstawie raportu z niego będziemy wiedzieli, jakie braki uzupełnić czy modyfikacje dokonać. W tym zresztą też może nam pomóc taki konsultant.

## 12. EPILOG

Pamiętajmy, że tak jak w każdej legendzie jest ziarno prawdy, tak i w tej fikcyjnej historii jest dużo prawdy. Choć podobieństwo do realnych instytucji jest przypadkowe, to jednak obszary podlegające kontroli, środki ich przeprowadzania i sankcje, jakie mogą być zastosowane, są jak najbardziej prawdziwe. Chcąc znaleźć się w ubezpieczeniowym „Hall of fame”, musisz być w pełni świadomy, jakie obowiązki i wyzwania przed Tobą stoją i jak sobie nerwowo reagował na słowo „kontrola” a swoim klientom zapewnisz najwyższe kompetencje i jakość, w zamian otrzymując ich zaufanie, wdzięczność, przewagę konkurencyjną i ... spokojny sen pełen pięknych księżniczek/walecznych rycerzy zamiast potworów.

## GAME OVER

Uwaga! *Compliance – The Game: DORA* – już wkrótce sequel kultowej gry RPG dostępny na wszystkich platformach (ubezpieczeniowych)! ☐



© klikline/stock.adobe.com

# Rozliczenie podatkowe agentów za 2022 r.



**RAFAŁ TOŁWIŃSKI**  
doradca podatkowy,  
Partner w ALTO



**MARIANA SKIDAN**  
starszy konsultant  
w ALTO



**JAKUB SOBIESKI**  
aplikant radcowski, starszy  
konsultant w ALTO

Przy rozliczeniu PIT za 2022 r. agenci opodatkowani liniowo i ryczałtem mają możliwość zmiany formy opodatkowania zaeszły rok na rozliczenie według skali. Warto więc zweryfikować, czy ewentualna zmiana będzie korzystna dla agenta.

Rok 2022 dostarczył pośrednikom ubezpieczeniowym, prowadzącym działalność gospodarczą wielu wyzwań związanych z rozliczeniami podatkowymi. Zmiany w zakresie opodatkowania PIT oraz składki zdrowotnej istotnie wpłynęły na obowiązujące zasady opodatkowania działalności gospodarczej. Na skutek dużego niezadowolenia podatników oraz negatywnych skutków reformy wprowadzonej w ramach Polskiego Ładu, jeszcze w trakcie roku podatkowego ustawodawca zmodyfikował obowiązujące zasady opodatkowania, w tym m.in. wprowadził możliwość zmiany stosowanej formy opodatkowania od lipca 2022 r.

Aktualnie zbliża się termin rozliczenia podatkowego zaeszły rok, w przypadku którego obowiązują szczególne, odmienne niż w latach poprzednich zasady. Agenci muszą więc odpowiednio przygotować się do rozliczenia PIT za 2022 r. W dalszej części artykułu przypominamy, jakie opcje opodatkowania PIT prowadzonej działalności mają pośrednicy ubezpieczeniowi oraz wskazujemy kluczowe kwestie, na które należy zwrócić uwagę przy rozliczeniu rocznym za 2022 r.

*Aktualnie jest dobry czas dla agentów na ponowną ocenę swojej sytuacji podatkowej.*

## DOSTĘPNE FORMY OPODATKOWANIA DZIAŁALNOŚCI POŚREDNIKÓW

Pośrednicy ubezpieczeniowi prowadzący jednoosobową działalność gospodarczą mają możliwość zastosowania jednego z trzech wariantów opodatkowania. Podstawową formą jest **opodatkowanie na zasadach ogólnych**, tj. według skali podatkowej (12%/32%). W tym wariantcie przedsiębiorca ma możliwość skorzystania m.in. z kwoty wolnej od podatku (30 000 zł) oraz wspólnego rozliczenia z małżonkiem. Składka zdrowotna jest w tym przypadku kalkulowana jako 9% dochodu i nie pomniejsza podstawy opodatkowania.

Kolejnym, w poprzednich latach najpopularniejszym sposobem opodatkowania, było tzw. **opodatkowanie liniowe** według stawki 19%. W tym przypadku składka zdrowotna wynosi 4,9% i po zmianach wprowadzonych od 1 lipca 2022 r. może być zaliczona do kosztów uzyskania przychodów maksymalnie do wysokości 8 700 zł w roku. Ostatnią dostępną formą opodatkowania działalności gospodarczej przez pośredników jest **ryczałt od przychodów ewidencjonowanych**. Podstawą opodatkowania jest w tym przypadku przychód, więc podatnik nie pomniejsza podstawy opodatkowania o ponoszone koszty podatkowe. Stawki ryczałtu dostępne dla pośredników ubezpieczeniowych to co do zasady 15% lub 17%. Przepisy przewidują trzy wartości składki zdrowotnej, której wysokość jest w konkretnym przypadku uzależniona od wysokości przychodów podatnika. Dodatkowo, 50% wartości składki zdrowotnej pomniejsza przychód podatnika.

## JAKICH ZMIAN MOŻNA DOKONAĆ W ROZLICZENIU ZA 2022 R.?

Na początku 2022 roku agenci mieli możliwość wyboru najkorzystniejszej dla nich formy opodatkowania, z uwzględnieniem zasad wprowadzonych przez Polski Ład. Ustawodawca w lipcu 2022 r. wprowadził kolejne istotne zmiany do zasad opodatkowania PIT działalności gospodarczej, w szczególności zwiększyła się atrakcyjność rozliczenia według skali podatkowej poprzez obniżenie stawki podatku w pierwszym progu podatkowym z 17% do 12%.

Przedsiębiorcy na początku roku 2022 nie mieli wiedzy dotyczącej planowanych zmian, nie mogli więc ich uwzględnić przy wyborze formy opodatkowania. Żeby wszyscy podatnicy mieli równe szanse na ocenę własnej sytuacji podatkowej, biorąc pod uwagę liczne zmiany wprowadzone przez Polski Ład, **ustawodawca przewidział możliwość zmiany wybranej formy opodatkowania po zakończeniu roku podatkowego**. Należy natomiast mieć na uwadze, że przedsiębiorcy **nie mają w tym przypadku możliwości zmiany formy opodatkowania w dowolny sposób**. Przepisy dopuszczają bowiem wyłącznie zmianę na opodatkowanie według skali podatkowej (12%/32%). Z możliwości tej mogą więc korzystać wyłącznie podatnicy, którzy w 2022 r. korzystali z opodatkowania według stawki liniowej lub ryczałtem od przychodów ewidencjonowanych.



Co istotne, podatnik nie będzie musiał składać do urzędu skarbowego dodatkowych oświadczeń, dotyczących zmiany. Wybór opodatkowania według skali za 2022 r. będzie możliwy poprzez złożenie w terminie (tj. **do 2 maja 2023 r.**) właściwego zeznania podatkowego. Należy pamiętać, że jeżeli za 2022 r. zostanie już złożone zeznanie podatkowe, właściwe dla formy opodatkowania stosowanej w trakcie roku podatkowego, nie będzie możliwości zmiany decyzji dotyczącej skorzystania z rozliczenia według skali za 2022 r., w tym również poprzez złożenie korekty. Aktualnie jest dobry czas dla agentów, którzy w 2022 r. rozliczali się według tzw. liniówki lub ryczałtem, na ponowną ocenę swojej sytuacji podatkowej oraz zweryfikowanie, czy rozliczenie za 2022 r. według skali podatkowej byłoby dla nich korzystniejsze. W dalszej części artykułu wskazujemy na kluczowe kwestie, o których należy pamiętać, rozważając ewentualną zmianę opodatkowania w rozliczeniu rocznym za 2022 r.

*Wybór opodatkowania według skali za 2022 r. będzie możliwy poprzez złożenie w terminie (tj. do 2 maja 2023 r.) właściwego zeznania podatkowego.*

#### ZMIANA W PRZYPADKU OPODATKOWANIA LINIOWEGO (19%)

W odniesieniu do agentów, którzy w 2022 r. stosowali opodatkowanie liniowe, zmiana formy opodatkowania na opodatkowanie skalą podatkową będzie obejmowała cały dochód uzyskany przez podatnika w ramach prowadzonej działalności w 2022 r. W celu wyboru opodatkowania według skali za 2022 r., wystarczy terminowo złożyć właściwą deklarację podatkową, tj. zeznanie PIT-36 (lub PIT-36S) za 2022 r. (zamiast PIT36L lub PIT36LS). Rozliczenie według skali nie powinno być w tym przypadku skomplikowane. W treści zeznania należy bowiem wykazać wartość osiągniętych przychodów, poniesione koszty podatkowe oraz dochód lub stratę. W polach przeznaczonych na zaliczki należy wykazać rzeczywiste zaliczki należne i wpłacone według zasad obowiązujących dla rozliczenia podatkiem liniowym w roku 2022 r. oraz kwotę należnego podatku obliczonego według skali.

#### ZMIANA W PRZYPADKU OPODATKOWANIA RYCZAŁTEM

Polski Ład zdecydowanie zwiększył atrakcyjność opodatkowania działalności ryczałtem od przychodów ewidencjonowanych, który jest dostępny również dla pośredników ubezpieczeniowych. Jednak kalkulacje najkorzystniejszej formy opodatkowania przygotowane na początku 2022 r. mogły się zdezaktualizować z uwagi na zmianę zasad opodatkowania, która miała miejsce w trakcie roku. Dla agentów, którzy wybrali ryczałt, ostatecznie mógł on okazać się mniej korzystny niż rozliczenie według skali podatkowej. W takim przypadku istnieje możliwość zmiany formy opodatkowania w rozliczeniu rocznym.

Zmiana będzie obejmowała wszystkie przychody podatnika uzyskane w 2022 r. Analogicznie jak w przypadku przedsiębiorców korzystających z opodatkowania liniowego, należy w tym celu, w terminie złożyć zeznanie podatkowe PIT-36 (lub PIT-36S) za rok 2022 (zamiast PIT28 lub PIT28S).

Trzeba również mieć na uwadze, że od lipca 2022r. agenci mieli możliwość wyboru opodatkowania ryczałtem na okres lipiec-grudzień 2022 r., jeżeli takiego wyboru dokonali, **nie mają już**

**możliwości ponownej zmiany formy opodatkowania w odniesieniu do całego 2022 r. w zeznaniu podatkowym.**

Dokonując zmiany na rozliczenie według skali, w rocznym zeznaniu podatnik będzie musiał wykazać kwoty przychodów, koszty uzyskania przychodów, dochód (lub stratę), kwoty należnego i zapłaconego w 2022 r. ryczałtu PIT oraz kwotę należnego podatku obliczonego według skali

Co ważne, w sytuacji zmiany z ryczałtu na skalę podatnik **musi dodatkowo zaprowadzić i uzupełnić podatkową księgę przychodów i rozchodów (PKPiR)** – można to zrobić bezpośrednio przed złożeniem zeznania.

#### ISTOTNA RÓWNIĘŻ SKŁADKA ZDROWOTNA

Podatek nie jest jedynym obciążeniem publicznoprawnym, które obciąża osoby prowadzące działalność gospodarczą. Szczególnie od 2022 r. należy zwracać uwagę na kwestię składki zdrowotnej, co ma również znaczenie przy zmianie formy opodatkowania w rozliczeniu rocznym. Ewentualne przejście na skalę w odniesieniu do 2022 r. będzie bowiem oznaczało konieczność:

- rekalkulacji 9% składki zdrowotnej zgodnie z zasadami obowiązującymi dla skali,
- pokrycie różnicy względem składek już wpłaconych w ciągu roku na innych zasadach,
- kalkulacji i wpłaty odsetek za zwłokę w płatności,
- skorygowania złożonych deklaracji ZUS.

Oceniając korzyści wynikające z wyboru skali podatkowej, nie można zapomnieć o ww. kwestiach związanych ze składką zdrowotną, co może istotnie wpłynąć na wybór najkorzystniejszej dla agenta formy opodatkowania.

#### ROZLICZENIE ZA 2022 R. A FORMA OPODATKOWANIA W 2023 R.

Agenci, którzy zdecydują się na wybór PIT według skali podatkowej w odniesieniu do 2022 r. **muszą pamiętać, że wybór ten nie będzie obejmował rozliczeń za 2023 r.**

Chcąc zmienić formę opodatkowania na ten rok, należało o tym zawiadomić właściwy urząd skarbowy zasadniczo **do 20 lutego 2023 r.**, jeżeli agent prowadził działalność w styczniu i z niej uzyskiwał przychody (lub do 20 dnia m-ca następującego po miesiącu, w którym został osiągnięty pierwszy przychód w roku podatkowym).

*Oceniając korzyści wynikające z wyboru skali podatkowej, nie można zapomnieć o kwestiach związanych ze składką zdrowotną.*

#### O CZYM PAMIĘTAĆ PRZY ROZLICZENIU ROCZNYM

Po niespokojnym roku, który dostarczył przedsiębiorcom dużo niepewności oraz zmian w zakresie zasad opodatkowania działalności gospodarczej, wszyscy mają nadzieję na stabilizację. Ostatnim elementem, związanym z rozliczeniem podatkowym 2022 r., będzie złożenie zeznania podatkowego. W tym roku termin na złożenie deklaracji upływa 2 maja 2023 r. Agenci którzy w trakcie 2022 r. byli opodatkowani według liniówki lub ryczałtem, mają możliwość zmiany formy opodatkowania za 2022 r. na skalę podatkową (12%/32%). Jeżeli opodatkowanie według skali byłoby korzystniejsze, warto rozważyć zmianę, co jednak musi zostać poprzedzone przeprowadzeniem odpowiedniej analizy, z uwzględnieniem kwestii związanych ze składką zdrowotną. □

# Summa summarum



**MICHAŁ MALCZYŃSKI**  
prezes Fabryki Ubezpieczeń

Ucząc się łaciny w szkole i na studiach, zastanawiałem się, czy kiedykolwiek przyda mi się w prawdziwym życiu. No i proszę! Jak człowiek ma problem z wymyśleniem tytułu felietonu, to jednak się przydaje.

Ale – cytując Sapkowskiego – „żarty na bok, jak powiedział król Dezmod, gdy wśród uczyty goście zaczęli nagle sinieć i umierać”. Często, gdy dziennikarze chcą udowodnić, że jakiś polityk oderwany jest totalnie od rzeczywistości, pytają go, ile kosztuje kilogram cukru. Albo bilet na tramwaj. Albo inne masło. Jakiś czas temu premier przez półtorej minuty odpowiadał na pytanie, ile kosztuje chleb, finalnie nie podając konkretnej kwoty. I do niedawna wydawało mi się to śmieszne. Aż pojechałem ostatnio na zakupy i w jednym z dyskontów kupiłem kalafior. Jak się okazało – za 14 złotych. Małutki taki. 14 ziko za sztukę! Nie za kilo. Przecież to prawie rata za ubezpieczenie przyczepki lekkiej, półrocza. W świetle tego kalafiorowego rozboju, który uszczuplił mój i tak już fit portfel, zacząłem się przyglądać temu, co mam w koszyku.

*Wciąż spotykam się z niedowierzaniem klientów, gdy okazuje się, że ich kilkuletni samochód system ekspercki wycenia na wyższą kwotę niż rok wcześniej.*

## UBEZPIECZAĆ Z GŁOWĄ

Summa summarum. Ubezpieczeniowa suma wszystkich sum powinna być naszą – niczym tytuł pewnego filmu – sumą wszystkich strachów. Zatelefonował dziś do mnie klient, który zakupił sprzęt muzyczny o wartości ok. 10 tys. zł, co przekładając na główki kalafiorów, daje aktualnie ok. 714 sztuk. Chciał się upewnić, czy ów nowy nabytek z automatu stanie się ruchomością domową w ubezpieczanej przez niego nieruchomości i w jakim zakresie towarzystwo obejmie go ochroną. Okazało się, że klient około dwa i pół roku temu zawarł polisę 3-letnią, w ramach której mienie ruchome kilkuosobowej rodziny znajdujące się w ponadstumetrowej szeregówce ubezpieczył na – uwaga, werble – 20 tys. zł. Miejmy tutaj jasność – to nie kwestia kilkudziesięciu miesięcy jazdy na srogiej inflacji. Z maili jasno wynika, że proponowałem sumę znacznie wyższą, lecz klient świadomie i dobrowolnie wybrał... niższą składkę, rozumując w kategoriach ubezpieczenia „na pierwsze ryzyko”. Kiedy dotarło do niego, że gdy chałupa się spali, za wszystko, co znajdowało się wewnątrz, otrzyma równowartość jednej gitary i kilkuset małych kalafiorów, kulki w głowie się zderzyły. Cóż, lepiej późno niż później, a już na pewno lepiej późno niż po szkodzie.

Przysłowie o tym, że cudze chwalimy, swego nie znamy, sami nie wiemy, co posiadamy, w dobie galopującej inflacji i bańki na rynku nieruchomości nabiera zupełnie nowego znaczenia. Nie zaglądamy do swoich „koszyków”, a koniec końców mamy taką minę jak ja, gdy płaciłem za kalafiora. Wciąż spotykam się z ogromnym zdziwieniem i niedowierzaniem klientów, gdy okazuje się, że ich kilkuletni samochód system ekspercki wycenia na wyższą kwotę niż rok wcześniej. Albo mieszkania. „Panie Michale, przecież to do remontu generalnego”. Do remontu czy nie – obsługuję wielu pośredników w obrocie nieruchomościami, rozmawiam z nimi i słyszę, że jak w Krakowie dochodzi do transakcji z ceną poniżej 10 tys. zł (1 gitara) za metr, to rzecz niesłychana.

W ostatnim czasie wiele zakładów ubezpieczeń uruchomiło przeróżne akcje i programy, niektóre do bólu wręcz nachalne, zwracające uwagę agentów na szeroko pojętą kwestię adekwatności sum ubezpieczenia. Z jednej strony stoi za tym przede wszystkim wymiar biznesowy – by się w tych niełatwych czasach ów biznes spinał. Z drugiej – branżowa odpowiedzialność, żeby ubezpieczenia miały nie tylko „ręce i nogi”, ale także by ubezpieczać „z głową”, nie dopuszczając do pojawienia się fali rozjuszonych poszkodowanych, którym suma ubezpieczenia wyczerpała się równie szybko co cierpliwość.

## CENA CZYNI CUDA

Sam dostrzegam jeszcze jeden aspekt. Być może wynika to z moich „flashbacków z biznesowego Wietnamu”, tj. budowania firmy kilkanaście lat temu, gdy w 2008 roku globalna gospodarka zrobiła wielkie bum! Wtedy to, w połączeniu z rosnącą penetracją rynku przez directy i porównywarki, cena zaczęła czynić cuda. Oczywiście każdy, kto choć raz kupił za półdarmo na bazarze buty made in China, wie, że taki koncept to nie nowa droga, a jedynie ślepa uliczka. Odciska to jednak swoje piętno – na rynku, na pośrednikach i na klientach.

Stajemy zatem w obliczu sytuacji, w której sumę ubezpieczenia albo zaniży klient, by „zaoszczędzić”, albo agent, by nie stracić lub pozyskać tegoż klienta za wszelką cenę i przeżyć. W skrajnych przypadkach najpierw walczący o przetrwanie w czasach recesji agent proponuje bieda-zakres, a następnie szukający oszczędności klient jeszcze go okroi, dzięki czemu finalnie, działając wspólnie i w porozumieniu, stworzą bieda-polisę.

A potem czeka nas mnóstwo spraw, w których, wyzywany od najgorszych, ubezpieczyciel będzie pytany, dlaczego wypłacił takie marne grosze?

W takich sytuacjach najlepiej będzie moim zdaniem odpowiedzieć: „pomidor”!

Nawet nie „kalafior”, ale właśnie „pomidor”... □

 **dziennik**  
**Ubezpieczeniowy**

————— Miesięcznik —————  
**Ubezpieczeniowy**

[prenumerata@dziennikubezpieczeniowy.pl](mailto:prenumerata@dziennikubezpieczeniowy.pl)  
[prenumerata@miesiecznikubezpieczeniowy.pl](mailto:prenumerata@miesiecznikubezpieczeniowy.pl)

<reklama>



**INSLY**

**i długo  
nic.**

Insly to zdaniem wielu najlepszy program  
dla pośredników ubezpieczeniowych.

Sprawdź na  
**[inslyidlugonic.pl](https://inslyidlugonic.pl)**