

# (Investiční) životní pojištění je jako elektřina

**Zúčastnil jsem se konference pořádané časopisem Profi PF „Jak dál v poradenství“. Byť jsem zaplatil jen jeden účastnický poplatek a snědl jeden oběd, tak tam de facto byli Zdeňkové Santlerové dva.**

Jeden je osoba, která působí několik let ve finančním sektoru (nábor, vzdělávání, rozvoj, certifikace), druhý je běžný občan, který má průměrnou znalost finančních produktů, má své finanční poradce a potřeby zajištění budoucnosti. Ten první si konferenci velmi užil, ačkoli se téma „Jak dál v poradenství“ zúžilo především na téma MLM versus pool a systém výplaty provizí u ŽP. Ten druhý – občan/klient s postupujícím časem přestával chápat, kam se vlastně poradenství ubírá.

## Co je „sexy“

Proto jsem zástupcům pojišťoven (a distributorům) nadhodil glosu, že pouze oni si myslí (stejně jako například energetici), že jejich produkt je „sexy“. Přitom běžného spotřebitele podobný produkt zajímá pouze v okamžiku koupě, případně když se něco přihodí nebo něco nefunguje. Zkrátka to nejsou produkty, kterými člověk žije, a nepůjde večer za sousedem a nebude mu povídat: „kamaráde, dnes jsem si koupil krásnou životní pojistku, mám krytí na 3 miliony, a kdybys viděl ta super připojištění...“ Stejně tak nebudeme přátelé historikami o nové ceně pro třířákový jistič sazby D45d. O přestávce mě zastavilo několik účastníků a vyjádřilo podobný názor, proto si troufnu svůj pohled rozvinout o pět vysvětlujících tezí, protože by to mohlo

pomoci mnoha tvůrcům produktů, a zejména distributorům/poradcům.

### 1. Vyrobit životní pojistku je dnes snadné, vyrobit elektřinu rovněž.

Ano, uslyším názor, že ŽP má mnohem více parametrů, připojištění, variací a kdoví čeho ještě (otázkou zůstává, nakolik to klienta zajímá), ale výroba je snadná. Když se v Opatovicích zeptáte, tak vám řeknou, že vyrobit elektřinu je taky snadné (zahřát vodu, roztočit turbínu, rozsvítit...).

### 2. Elektřinu potřebuje každý, životní pojistku potřebuje každý.

Toto samozřejmě můžeme relativizovat. Můj názor je, že běžný občan ČR, který bydlí, navštěvuje zaměstnání a alespoň lehce řeší budoucnost, potřebuje ke svému životu optimální ŽP stejně jako

elektřinu. Tuším, že to byl Petr Hrubý, kdo řekl, že ŽP je produkt, který se nekoupí, ten se musí prodat. A má naprostou pravdu! Rolí poradců je, aby navštívili spoluobčany a „pouze“ jim vysvětlili parametry, výhody a užitek produktu.

V tomto to energetici mají těžší, protože lidí bez elektřiny je méně než těch bez ŽP. Ta relativita spočívá ve skutečnosti, že beduin na poušti možná nepotřebuje ani elektřinu, ani ŽP a vede spokojený život (ale to je už jiný příběh).

### 3. Prodat životní pojistku je těžké, prodat elektřinu je těžké.

A jsme u distribuce! Problém totiž nespočívá v produktu, ale v jeho distribuci. Nepředpokládám, že je na trhu vyloženě špatná ŽP nebo elektřina. Problém nastane v okamžiku, kdy nějaký poradce tvrdí, že ta částka na smlouvě je roční pojistné a 75letá klientka (ano, je to opravdu klient s potřebou ochránit své budoucí příjmy) zjistí až po první složenke, že to je měsíční splátka.

Stejně tak problém nastane, když prodejce elektřiny klientovi vysvětlí, že ČEZ bude končit („čtete přece noviny a víte, jak dopadli na Balkáně a je potřeba rychle přejít k jiné společnosti, jinak přestane fungovat mrazák a uvidíte ten smrad ze zkaženého masa“). Ano, prodat seriózně ŽP informovanému klientovi je těžší a těžší, stejně jako u elektřiny, ale stále to jde. Jen si musíme holt zvyknout, že budeme všichni muset víc „makat“, abychom se měli alespoň jen o něco málo hůř, než jsme byli zvyklí.

### 4. Životní pojistka je dobrý byznys, elektřina je dobrý byznys.

K tomuto bodu snad není třeba nic dodávat. Snad jen to, že pokud to je opravdu dobrý byznys, tak není nutné do něj pouštět nepoctivé, nezdělané, neproškolené, necertifikované poradce, distributory (totéž platí pro výrobce). Nejsem zastáncem regulace ve smyslu zákazů produktů ani zákazů vybraných provizních schémat. Proč bych si nemohl svobodně koupit IŽP na 2435 Kč měsíčně s 30000 Kč pojistnou částkou (vím, proč jsem si ji uzavřel a přesně vím, kolik jsem prodělal, když jsem ji po 6 letech zrušil ☺). Špatný výběr partnera je pro život horší než „špatná“ životní pojistka a taky to nikdo nereguluje. Regulace, kterou zastávám, se týká kvalifikace a odbornosti poradců. Necht' zmizí ti, kteří klienty špatnou radou okrádají nevědomě, protože to zkrátka neznají a neumí. Stačí, když i tak zůstane pár set těch, kteří podvody budou páchat vědomě (snad postací pár 6 milionových pokut, vyhozovů a black list).

Ten druhý – občan/klient s postupujícím časem přestával chápat, kam se vlastně poradenství ubírá



zábavný sexy	Ferrari F12	trénink měkkých dovedností *
	noc v prezidentském apartmá v Hiltonu	běžky (sport + přeprava)
	cigarety, doutníky	oblečení (např. dámské krajkové spodní prádlo)
	drogy (pozor některé prý zábavné nejsou)	dobré víno v omezené míře
	bulvární tisk	jízdní kolo (sport + přeprava)
ATRAKTIVITA	žádný finanční produkt mě nenapadá, možná aktivní účast na burze, ale nevím, jestli je to užitečné	
	důchodové spoření (2. pilíř) v existující podobě	voda, chleba
	spousta dalších finančních produktů	pánské spodní prádlo
	špatný film v kině	čistý vzduch
	turistický salám	Škoda Fabia 1.2 Junior pozor KOMBI
nudný	vybrané články v odborných časopisech	elektrina
	vybrané příspěvky na odborných konferencích	životní pojistka
neúžitečný		užitečný
<b>UŽITEK</b>		

\* autor je majitelem vzdělávací společnosti ☺

### 5. Životní pojistka je nudný, ale užitečný produkt, elektrina je nudný, ale užitečný produkt.

Na tento bod jsem se těšil asi nejvíce a není lepší téma do hospody nebo na páteční poradě, která se koná jen ze zvyku. Z uvedené tabulky je zřejmé, že atraktivita a užitek nemusí přímo korelovat s poptávkou po produktu. Rozhlédněte se po své domácnosti a zjistíte, kolika neúčinnými a/nebo neatraktivními věcmi se obklopujeme a zas a zas je budeme kupovat. Vytvořil jsem jednoduchou matici rozdělující různé produkty do čtyř kvadrantů podle jejich atraktivity a užítka. Je to z velké části subjektivní členění a každý si může matici doplnit a změnit podle svých preferencí.

V okamžiku, kdy si výrobce a především poradce uvědomí, že prodává produkt na úrovni chleba nebo elektriny, tak pochopí, že úspěch se skrývá v péči, servisu a osobní vazbě.

Pokud to nepochopí a bude se i nadále opájet pocitem, že prodává finanční skvost, jehož koupí se klientovi změní život, a svou pojistku bude z protipožárního trezoru vyndávat jen při výročí založení republiky, pak se, chudák poradce, šíleně plete. Většina klientů má svou pojistku (pokud ji už mají) na lednici v krabici od bot – hned vedle smlouvy o dodávce elektriny a pod záručním listem od zmiňované ledničky. Ta je totiž do okamžiku, než se něco klientovi stane, pro jeho život mnohem důležitější.

A pokud se mi něco stane, na tu krabici od bot jsem manželce napsal kontakt na finančního poradce, který se o nás postará. Naše rodina mu totiž věří a jsem rád, když mi 2x za rok zavolá, uděláme změny, ušetříme, zainvestujeme a jinak to fakt neřeším. Hlavně, že to funguje – stejně jako elektrina!

**Zdeněk Santler**

Santia a EXAMS CENTRUM

**Hlavně,  
že to funguje – stejně  
jako elektrina!**