

# Deset od deset

- Čakovec je mala sredina, ja svakog svog klijenta sretnem barem dva, tri puta mjesečno, u kafiću, na misi, na nogometnoj utakmici. Znači prema tim ljudima moraš biti pošten i iskren, stajati iza svake riječi ugovora kojeg si s nekim sklopio, ne obećavati ono što ne možeš ispuniti

Ako se nakon svih dosadašnjih i budućih razgovora s najboljim zastupnicima prodaje u osiguranju odlučim napisati knjigu o tome kako postati najbolji ili barem jedan od najboljih zastupnika prodaje u osiguranju dat ću joj naslov „Deset od deset“. I odmah da priznam ideju za ovaj sjajan naslov dao mi je moj simpatični domaćin u Čakovcu gospodin Branko Braniša, najbolji zastupnik prodaje osiguranja u izboru svoje osigurateljne tvrtke – Triglav osiguranja.

Zašto „Deset od deset“? Zato što je na moje pitanje po čemu je on to najbolji zastu-

pnik bez promišljanja glatko odgovorio: „Zato što od deset ponuda uspijem prodati deset polica“.

Svatko tko zna barem nešto o prodaji osiguranja znać će i to da je prodati deset polica od deset ponuda uistinu impresivan rezultat, posebno ako se ostvaruje u jednoj maloj sredini koja ima samo 17.000 stanovnika i možda još toliko u okolnim naseljima. Zapravo, odlazeći u središte Međimurske županije kod gospodina Braniše htio sam prije svega dobiti odgovore na pitanja kako je to biti zastupnik prodaje osiguranja u manjem mjestu, kako se ulazi u taj posao, kako se stječu

znanja o osiguranju, ima li i u manjim mjestima bespoštedne konkurencije osiguratelja ... No, kako smo razgovor započeli u kafiću, nastavili u njegovoj podružnici, a zatim šeući čakovečkim ulicama i redosljed pitanja se ponešto promijenio.

- **Gospodine Braniša, to „deset od deset“ ste kazali kao nešto što se razumije samo po sebi. Vjerojatno put do takvog poslovnog rezultata nije bio lagan?**

I nije, potrebne su godine strpljivog rada, učenja, stjecanja povjerenja od strane klijenata da biste mogli prodati samog sebe.

## Od šefa (i o šefu) sve najbolje

U dijelu ovog zanimljivog razgovora pridružio nam se i Denis Sanjković, direktor prodaje podružnice Triglav osiguranja u Čakovcu, ujedno i šef Branka Braniše. Za novinara dobra prilika za malo provokacije.

- **Gospodine Sanjković, kako Vi ocjenjujete Vašeg najboljeg prodavača, recimo od jedan do deset?**

Čista devetka.

- **Kako devetka, pa on Vam je najbolji?**

Ostaje devetka, ne smijete nikad dati maksimalnu ocjenu. To čovjeka opusti, a ovako je stalno na „radnoj temperaturi“.

- **Gospodine Braniša kako Vi ocjenjujete svog šefa?**

Prije svega mi smo veliki prijatelji. Drugo, od njega sam naučio izuzetno mnogo o svom poslu i od njega i danas mogu dobiti sve odgovore na pitanja koja se javljaju u ovom poslu, a to je upravo ono što očekujem od svog šefa.

- **Pitanje za obojicu: lako je riječ o manjem gradu čujem da je osigurateljna konkurencija i ovdje vrlo velika. Biste li prešli u neko drugo osiguravajuće društvo?**

Braniša: Ne, iako je bilo ponuda, ali Triglav osi-

guranje ovdje ima tradiciju kakvu ima samo još Croatia osiguranje, stanovnici imaju povjerenja i u mene i u kuću koju zastupam i to ne bih nizašto mijenjao. Drugo, ovo je malo mjesto, tu svatko svakog pozna i zna koliko ima novaca u džepu. U tako maloj sredini morate biti pošten prema klijentima a to podrazumijeva i vjernost osigurateljnoj kući za koju radite i u koju ljudi istekli povjerenje.

Sanjković: U Triglavu sam 17 godina, mogao sam promijeniti kuću ali to ne bih učinio iz istih razloga kao i Braniša. Naša je specifičnost da je čakovečka podružnica Triglava lider na ovom području, u ovom trenutku mi smo 30 do 40 posto jači od ostalih, upravo zbog povjerenja koje ljudi imaju prema našoj osigurateljnoj kući. Trebate znati da je Triglav krenuo u Hrvatsku upravo iz Čakovca, tu su postavljeni temelji Triglava još 1967. i odavde se Triglav osiguranje proširilo na Rijeku, Pulu, Zagreb.

- **Još jedno pitanje za obojicu: kako se u maloj sredini „regrutiraju“ novi zastupnici prodaje, kakve su mogućnosti za njihovu edukaciju?**

Braniša: Kandidate za zastupnike prodaje uzimamo većinom po preporuci. Pokušali smo

s natječajem ali tu se samo javi mnogo ljudi bez rezultata. Što se edukacije tiče ranijih godina je to bilo „jedan na jedan“. Imaš svog šefa, mentora i od njega učiš. Tako sam i ja počeo. Prije tri godine započeli smo s projektom interne edukacije koji stalno usavršavamo i koji daje dobre rezultate.

- **Kako to u praksi izgleda?**

Sanjković: Za početak trodnevni seminar za upoznavanje s tvrtkom i osnovnim osigurateljnim pojmovima, podjelama osiguranja po segmentima, zakonima, uvjetima osiguranja. Slijedi tjedan dana na terenu s našim najboljim zastupnicima kao mentorima da kandidati upoznaju prodaju osiguranja u praksi. Vraćamo se na drugi trodnevni seminar gdje kandidata upoznajemo s uvjetima prodaje, načinom sklapanja polica, pojedinim segmentima osiguranja. Iza toga još sedam dana na terenu s istim mentorom i onda se povuče crta – kandidat prelazi u tim i počinje raditi, dakako uz pomoć i nadzor voditelja tima. U našim uvjetima takav je način jedino rješenje jer se definitivno pokazalo da su najbolji oni zastupnici koje vi sami obučite.



” **Triglav osiguranje je lider na ovom području, ovdje imamo tradiciju čiji su temelji postavljeni još 1967.**

■ **Još jednom ste me iznenadili. Što to znači „prodati samog sebe“?**

Pa vidite Čakovec je mala sredina, ja svakog svog klijenta sretnem barem dva, tri puta mjesečno, u kafiću, na misi, na nogometnoj utakmici. Znači prema tim ljudima moraš biti pošten i iskren, stajati iza svake riječi ugovora kojeg si s nekim sklopio, ne obećavati ono što ne možeš ispuniti. Kad tako radiš godinama, kad se ljudi uvjere u tvoju iskrenost onda dalje prodaješ sebe. Ljudi vjeruju i tebi i tvojoj tvrtki, prepo-

ručuju te svojim prijateljima, znancima, rođacima. Konačan je cilj da s vremenom dođeš do potpunog povjerenja klijenta u tvrtku i mene kao osobu što je, uostalom, san svakog zastupnika prodaje. Klijent u vas mora imati povjerenje, a ono se stiče godinama i samo poštenim radom.

■ **Kad već spominjete godine, koliko ih imate, kako ste dugo u ovom poslu, jeste li prije nešto drugo radili?**

Rođeni sam Čakovčanin, trideset i četiri

su mi godine, a u ovom sam poslu već šest godina. Prije sam radio kao prodavač, pa kao dizaličar u Njemačkoj ...

■ **Pa otkud onda u osiguranje?**

Imam obitelj, ženu Darinku, dva sina, Leo i Matija i bilo je ili – ili. Ili će obitelj u Njemačku, ili ja kući. Prevagnula je ipak odluka da se vratim, pa onda godina dana bez posla, malo dodatnog školovanja, pa tri godine nogometni sudac u županijskim ligama. U osigurateljne vode uveo me Stjepan Taradi, zastupnik prodaje u Triglav osiguranju, ali i kapelnik čakovečke amaterske limene glazbe, najbolje u Hrvatskoj, u kojoj i ja sviram već 25 godina. Rekao mi je neka pokušam, a kako sam po profesiji trgovac i leži mi rad s ljudima krenuo sam i – krenulo mi je.

**Većina ljudi više nije sigurna u dugovječnost svog radnog mjesta, nema više velikih firmi, a s malim često ne znaš na čemu si i teško je preuzeti dugoročnu obvezu kao što je plaćanje životnog osiguranja**

■ **Lijepa priča. Pa kakvi su bili počeci, je li Vam tko pomagao, tko su Vam bili prvi klijenti?**

Bilo je treme, znojnih ruku pa i početničkih grešaka. Osiguranje je ipak specifičan posao u kojem moraš stalno učiti, raditi na sebi, na svom izgledu, komunikaciji s ljudima. Dakako, bilo je i pomoći. Prije svega od kolege Denisa Sanjkovića, direktora prodaje, koji je prošao sve potrebne edukacije u matičnoj tvrtki u Ljubljani. A prve prodane police? Počeo sam s prodajom osiguranje za traktore što je zahtijevalo i obilazak seoskih domaćinstva. Pa onda prodaja osiguranja rodbini, prijateljima, znancima i kako to već uobičajeno ide u počecima zastupničkog posla.

■ **Na Vašoj vizitki piše da ste voditelj prodaje. Što to u praksi znači?**

Da osim prodaje osiguranja i brige o 800, 900 vlastitih klijenata godišnje, vodim i tim od 27 ljudi, sudjelujem u odabiru budućih zastupnika, njihovoj edukaciji i kasnije u usmjeravanju i kontroli njihovog rada.

■ **Puno ste Vi toga nabrojali. Koliko Vam traje radni dan?**

Od 7 ujutro do 19 - 20 sati navečer. Prije podne rad sa zastupnicima, popodne s povjerenicima, između vlastiti klijenti. Kad ne stigneš sve preko tjedna nešto se napravi u subotu, nedjelju. Kad idem na godišnji odmor uvijek uzmem četiri dana

više – prva dva dana te još zovu klijenti, ljudi iz tima, a zadnja dva već zovu i pitaju kad ćeš se vratiti.

■ **Nije li takav opseg i način rada pomalo stresan?**

I je i nije. Ako imaš potrebna znanja, ako si rođeni prodavač, ako godinama usavršavaš način prodaje i odnos prema klijentima onda to i ne pada tako teško. A problemi? Oni su tu da se rješavaju.

■ **Spada li u te probleme i konkurencija. U Zagrebu je ona već izrazito jako, osiguratelja je sve više?**

Isto je kao i u Zagrebu ili bar 90 posto isto. Samo velika je prednost Triglava što je ovdje prisutan već 40 godina, što ga ljudi prepoznaju, vjeruju mu.

■ **Ipak, kako u velikoj ponudi sličnih usluga uvjeriti klijenta da je Vaša ponuda najbolja, što ako konkurencija nudi nešto nižu cijenu?**

Prvo, iza ponude stoji Triglav osiguranje, ja i moj ugled kao zastupnika prodaje. Drugo, ljudi ovdje znaju da će Triglav likvidirati svaku štetu u roku od dva, tri dana nakon prikupljene dokumentacije i to je naša velika prednost pred konkurencijom. Dobra likvidacija je zakon u ovom poslu.

■ **Jeste li se specijalizirali za neki segment osiguranja ili prodajete sve vrste osiguranja?**

Sve što Triglav nudi. Dakako, u prvom su planu osiguranja motornih vozila. To još uvijek najbolje ide. Jačaju i imovinska osiguranja jer ljudi postaju svjesni da u nekoj trenutak mogu ostati bez imovine za koju su skrbbili godinama. Dobro su prihvaćena i Triglavova osiguranja za poljoprivrednike - osiguranje usjeva, nasada, životinja i slično. Mislim da ima dosta prostora i za životna osiguranja posebno ona vezana uz fondove jer se ljudi žele osigurati za starost iako tu ima i problema ...

■ **Kakvih?**

Većina ljudi više nije sigurna u dugovječnost svog radnog mjesta, nema više velikih firmi, a s malima često ne znaš na čemu si i teško je preuzeti dugoročnu obvezu kao što je plaćanje životnog osiguranja. Ipak na zastupniku je da i u takvoj situaciji pokuša za klijenta pronaći rješenje u skladu s njegovim trenutnim mogućnostima i životnim okolnostima. Nema tu univerzalnog razgovora, svaki klijent je posebna priča.

■ **Kakva je nagrada za najboljeg zastupnika?**

Imamo dobar sistem stimulacija. Radiš više – zaradiš više i to ljude motivira za posao. Dakako, dobar rad povlači sa sobom



Braniša: Znanje prije svega

i napredovanje u struci što mi je i donijelo titulu voditelja tima.

■ **A rad u maloj sredini, prednosti i nedostaci?**

U maloj sredini morate biti s klijentima sto posto iskreni i poštenu jer se u protivnom negativno mišljenje širi dva puta brže od pozitivnog. Prednost je što to eliminiira konkurenciju koja nije kvalitetna. Mala sredina zahtjeva i drugačiji pristup klijentima. Bitan je vaš nastup, stvaranje pozitivnog ozračja u razgovoru s klijentom. Prije bilo kakve ponude obvezna su pitanja o obitelji, poslu, kući, tek onda dolazi na red ono po što si došao – upoznavanje klijenta s proizvodom, uvjetima osiguranja, likvidacijom... Ako je klijent zadovoljan, ako sklopiš posao, odmah tražiš i preporuku za dalje. Preporuka je, baš kao i dobra likvidacija, zakon za dobrog zastupnika.

■ **Ambicije?**

Nadogradit postojeći portfelj, proširiti ga više s imovinskim i životnim osiguranjima.

■ **Spomenuli ste da vam najbolje idu osiguranja motornih vozila. Što mislite o aktualnom prijedlogu o direktno naplati štete, odnosno da osiguranik štetu koju mu je pričinilo drugo vozilo rješava sa svojim osigurateljem, a ne da, kao što je to sada slučaj, odštetu**

traži od osiguratelja kod kojeg je osiguran krivac za štetu?

Mislim da bi nam takva praksa podigla promet u autoosiguranjima barem za 20 posto. Jer, već sam rekao, Triglav je poznat po svojoj efikasnosti u likvidaciji šteta i to ljudi znaju. Samo ilustracije radi, jedan mi je klijent rekao da će se osigurati u drugoj tvrtki jer zna da će u slučaju nezgode s vozilom osiguranim kod Triglava, a takvih je ovdje većina, brzo naplatiti štetu. Loša strana te ideje je: što ako svi počnu tako razmišljati?

**Ljudi ovdje znaju da će Triglav likvidirati svaku štetu u roku od dva, tri dana nakon prikupljene dokumentacije i to je naša velika prednost pred konkurencijom. Dobra likvidacija je zakon u ovom poslu**

■ **Što mislite o postojećim propisima kojima se regulira rad zastupnika?**

Mislim da bi ih Hanfa još trebala pooštriti jer nerijetko se tim poslom bave svi i svatko. Pa onda na terenu imamo neloyalnu konkurenciju, ljude koji se ubacuju na tuđi teren ponudama koje su samo naoko atraktivnije i koji svojim načinom rada stvaraju negativno ozračje za cijelu struku.

■ **Nije uobičajeno pitanje, ali koliki je iznos godišnje premije koji se može očekivati od najboljih zastupnika prodaje u osiguranju?**

Oko tri milijuna kuna na ovom području. Pri tome treba voditi računa da je Medimurje malo područje s oko 120.000 stanovnika, nije ovo Zagreb.

■ **I za kraj, što biste izdvojili kao osobine dobrog zastupnika?**

Znanje prije svega. Ako ti na deset klijentovih pitanja imaš deset odgovora klijent stječe povjerenje u tebe. Drugo je iskrenost i poštenje, klijentu se moraju prezentirati svi uvjeti ponude bez laži ili prešućivanja jer ono što obećaš morat ćeš i ispuniti ako dođe do štetnog događaja. Ako se tako radi onda se dobije i najbolja preporuka za dalje. Ja danas prodajem osiguranje isključivo preko preporuka. Uz navedeno dodao bih još vještinu komuniciranja, osobni izgled i svakodnevni rad na sebi što podrazumijeva upoznavanje s novim proizvodima, novim propisima, novostima u branši.

Zvonko Gajski ■