

Polica duga sedam godina

■ **Porezne olakšice za životna osiguranja koristile bi i samoj državi jer glavninu premija osiguratelji i tako ulažu u državne obveznice kroz čije izdavanje država dolazi do jeftinog kapitala i gradi svoje kapitalne objekte**

Riječ zarada ima u sredini tri slova: rad. I to je početak i kraj priče o tome što je potrebno da postanete uspješan zastupnik prodaje u osiguranju i može li se na tom poslu dobro zaraditi, kaže moj sugovornik Marko Martinović. Za sebe neće reći da je najbolji u svojoj tvrtki jer kako kaže u Koncernu Agram, čiji je Agram life sastavni dio, ima mnogo odličnih prodavača osiguranja. “To što sam odabran kao prvi među odličnima doživljam jednostavno kao priznanje nadređenih za moj sveukupni rad, posebno na području prodaje novih polica i očuvanju starih”, ističe ovaj simpatični četrdesetogodišnjak koji je u Zagreb došao iz Širokog Brijega i kojem je u početku osiguranje bilo samo sporedan posao.

■ **Kazete sporedan posao. Pa što ste po struci i što Vam je bio “pravi posao”?**

Imam višu stručnu spremu, tehnološkog smjera, ali kako u Zagrebu nisam mogao naći posao u struci počeo sam se honorarno baviti osiguranjem. Međutim, samo od toga se nije moglo živjeti pa sam prihvatio stalni posao vozača u jednoj tvrtki, a posao s osiguranjem ostao je onako usput.

■ **Koliko je taj “usput” trajao?**

Punih sedam godina bio sam vanjski suradnik u nekoliko osiguravajućih društava. Počeo sam u ADRIA osiguranju iz Pule koje je potom prodano GRAWE osiguranju, radio sam za Merkur, Wiener ... Početak je bio dosta težak, nisam imao poznanstva, preporuke, iskustava u prodaji. Međutim, bio sam uporan,

učio na vlastitim greškama, stručno se usavršavao i prije četiri godine primljen sam u Koncern Agram kao profesionalac. Danas radim sve vrste osiguranja a posebno životno za što je Agram life i specijaliziran.

■ **Bez poznanstva, preporuke, pa kome ste prodali prvu policu osiguranja?**

Nećete vjerovati - samome sebi. Naime, glavni “krivac” za moj ulazak u posao s osiguranjem bila je moja dobra poznanica Nada Trupković koja je i sama honorarno radila u osiguranju. Prodala je i meni policu životnog osiguranja, ali tako da sam je sam ispunio i odrekla se proizvodnje u moju korist. I onda sam krenuo.

Stimulacijom životnih osiguranja država bi ostvarila i dio svoje socijalne uloge – ljudi bi češće i više ulagali u životna osiguranja s ciljem povećanja svojih prihoda u mirovini

Prvi, bolje rečeno drugi klijent bio je susjed koji je tih dana kupio novo auto. Ja vidim nema još registarske oznake i odmah mu ponudim usluge i brigu oko osiguranja.

■ **Vjerojatno je za početnika u vašem poslu najvažnije pitanje kako doći do klijenta. Kako to Vama polazi za rukom?**

Kako sam rekao, na početku sam dolazio do novih osiguranika na razne načine. U svakom slučaju ako ste bolje sreće pa imate poznanike i prijatelje, treba najprije početi od njih. Upoznajte ih što i za koga radite, koje su prednosti osiguranja koje nudite i što možete učiniti za njega ako mu ustreba. Kad “prodamo” prvi proizvod, već je lakše, možemo uočiti što našem novom klijentu još treba, treba li osiguranje stana, kasko, životno, zdravstveno, kada mu izlazi osiguranje ako ga ima kod konkurencije, predložiti mu da povjeri svu brigu oko njegovih vrijednosti mom osiguravajućem društvu.

■ **Prvi susreti s klijentom. Koliko su tu važni izgled, odjeća, šarm?**

Da ja Vas pitam nešto. Trebate kupiti novi televizor i imate ispred sebe dvije trgovine jednu do druge. Jedna je lijepo uređena s lijepim izlogom, osvjetljenjem, a druga neuredna, prašnjava, niti jedan televizor u izlogu ne radi. Gdje bi ste se Vi odlučili za kupovinu? Tako je i s osobnim izgledom prodavača osiguranja. Izgled bi trebao odavati određenu dozu sigurnosti, naročito pri prvom kontaktu. Odjeća bi trebala biti prije svega uredna i čista, na dogovoreni sastanak treba doći po dogovoru, bez kašnjenja i, naravno, doza šarma uvijek dobro dođe.

■ **Kažu da je osiguranje djelatnost u kojoj je potrebno stalno stručno usavršavanje ako se želi opstati na tržištu.**

To je istina. Ako želimo biti uspješni, trebamo težiti višem i biti upoznati s novim proizvodima kako svog društva tako i s proizvodima koje nudi konkurencija.



” **Ako želimo biti uspješni, trebamo biti upoznati s novim proizvodima kako svog društva tako i s proizvodima koje nudi konkurencija**

Morate poznavati i aktualne zakone i propise. Bitna je i opća kultura, znati i moći razgovarati o sportu, modi, kulturi – sve vam to može itekako dobro doći u onom prvom djelu razgovora kada se potencijalni osiguranik odlučuje dali da nam da povjerenje.

■ Radite u tvrtki koja se bavi isključivo životnim osiguranjima, ali riječ je i o tvrtki koja pripada Koncernu Agram u kojem zastupnik najčešće zastupa pro-

daju svih produkata Koncerna. Kakva je Vaša pozicija?

U pravu ste. U Koncernu Agram prodaja je organizirana na način da su svi kolege koji rade u prodaji, a i ostali, obučeni da poznaju sve vrste osiguranja, uvjete, pokriće i cjenike. Za određene vrste osiguranja postoje eksperti.

Moje radno mjesto u Agram life-u je preuzimatelj rizika-koordinator senior. Radim s grupom savjetnika koja donosi godišnje oko 2000 novih polica život-

nog osiguranja i s kolegama iz Sunce osiguranja kojima sam *support* (podrška) i pomoć u realizaciji njihovih zadataka. Osim ovih zadataka radim naravno na svojoj osobnoj prodaji kako životnih polica tako i ostalih vrsta osiguranja.

Ispred Agram lifea sam lider za DZO (dobrovoljno zdravstveno osiguranje) preko poliklinike Sunce.

■ Tko su Vam danas klijenti – pojedinci, manje, veće tvrtke, koliko klijenata imate?

Prvenstveno su to pojedinci, oko 98 posto mog portfelja, i desetak manjih tvrtki. Od pojedinaca i manjih tvrtki je lakše dobiti preporuku, prodati im neki novi proizvod i biti u kontaktu nekoliko puta kroz godinu. Što se broja klijenata tiče mislim da se to vrti negdje oko tisuću s više od 1500 polica po svim vrstama osiguranja. Najviše je tu ipak autoosiguranja i kaska, a potom slijede zdravstveno, životno i osiguranje imovine.

■ Kako se nosite s konkurencijom? Što ako Vas klijent pita: zašto bih se osigurao u Vašem osiguravajućem društvu, zašto ne u nekom drugom?

U svom dosadašnjem radu uvijek ističem ugled i kvalitetu tvrtke koju zastupam. Klijentu nastojim argumentirano obrazložiti da za ista uložena sredstva u Agram life-u može dobiti najbolje pokriće. Tome, na sreću, mogu dodati još brojne pogodnosti koje darujemo našim osiguranicima i mislim da je to dovoljan razlog da osiguranici daju povjerenje meni i kući koju zastupam. Za klijenta mnogo znači što iza mene uz Agram life stoje i druga društva Koncerna – Euroherc, Sunce i Jadransko osiguranje. To je uistinu dobra referenca i tome pripisujem što za sve ove godine rada nisam izgubio niti jednoga osiguranika, već dobivam samo preporuke i proširujem portfelj.

■ To je vjerojatno i razlog što Vas je tvrtka predložila za ovu seriju razgovora s najboljim prodavačima osiguranja. Istina, Vi ne želite reći da ste najbolji, ali da vidimo po čemu ste to – odlični?

Prodajem sve vrste proizvoda koje nudi Koncern Agram, imam solidnu premiju, malo šteta i, kad se govori o životnim osiguranjima, imam mali storno, mnogo manji nego što se uobičajeno tolerira u kući u kojoj radim. Moj kolega Šimić iz GRAWE-a u dobro vam je rekao kako ima puno napadača u nogometu, ali zašto je Eduardo najbolji? Zabija najviše golova i to je to, osim što kod nas nije riječ o golovima, nego o policama.

■ Pa kako zabiti više golova, kako od prosječnog postati odličan prodavač osiguranja?



S većom željom, više rada i upornosti, spremnosti da budeš na usluzi klijentu kada te treba, ali i u poštenju prema klijentu. Moraš znati sve o polici koju prodaješ i ne smije se obećavati ono što policia ne garantira. Takav odnos prema poslu donosi ti onda i preporuku za nove klijente. Danas više ne moram na ulici gledati ima li koji novi auto bez registracije, većinu novih poslova dobivam na preporuku zadovoljnih klijenata.

■ **Životnim osiguranjima protivno očekivanjima ove godine baš i ne ide previše dobro. Kakvi su Vaši rezultati i što mislite o razlozima stagnacije u rastu životnih osiguranja?**

Trenutačno smo na petoj poziciji po ukupno naplaćenju premiji i cilj nam je to mjesto zadržati. Planirali smo rast premije u odnosu na 2007. godinu 10 posto i očekujemo, po sadašnjim rezultatima, da taj plan možemo i prebaciti. Kod mene osobno nema stagnacije iz razloga što podajem prvenstveno police sa štednom komponentom, koje su dugoročne. Po meni osnovni je razlog sadašnje stagnacije u prodaji životnih

Za mene je zadovoljstvo kada uspijem nagovoriti čovjeka da uzme životno osiguranje. Znam da će na taj način sebi osigurati veći standard u starijoj dobi nego što bi to imao uz sadašnje mirovine

osiguranja na tržištu to što je većina osiguravajućih društava u zadnjih nekoliko godina u svom portfelju imala znatan udio riziko polica vezanih uz kredite, koje su jednokratne i nema premije slijedeće godine. Građani su se zadužili, smanjio se plasman kredita pa i premije od tih osiguranja.

■ **Mnogi Vaši kolege smatraju da je za brži uzlet životnih osiguranja neophodno da država oslobodi poslodavce poreza na životna osiguranja za svoje zaposlenike.**

To bi bio pravi potez i veliki stimulans za rast životnih osiguranja. Bila bi

to i izuzetna korist za samu državu jer glavnu premiju osiguratelji i tako ulažu u državne obveznice kroz čije izdavanje država dolazi do jeftinog kapitala i gradi svoje kapitalne objekte. Uz to stimulacijom životnih osiguranja država bi ostvarila i dio svoje socijalne uloge – ljudi će češće i više ulagati u životna osiguranja s ciljem da povećaju svoje prihoda u mirovini. Bit će manje socijale, manje tereta za državu.

■ **Prema iskustvu s terena koji segmenti osiguranja imaju najbolju prođu na tržištu u ovom trenutku?**

Zadnjih godinu, godinu i pol dana imali smo veliki bum fond policama, ali kako situacija s fondovima u zadnjih pola godine nije baš ružičasta, osigurani se vraćaju polako klasičnom životnom osiguranju, gdje je maksimalna sigurnost i pristojna očekivana dobit. No, bez obzira na trenutačnu situaciju mislim da životna osiguranja imaju značajan potencijal rasta. Uz to bih dodao i dobrovoljno zdravstveno osiguranje koje u zadnje vrijeme ima znatan rast jer su osiguranici prepoznali potrebu da jedino kvalitetnom preventivom mogu sačuvati zdravlje. To potvrđuju i izuzetni poslovni rezultati Sunce osiguranja koje je sastavni dio Koncerna Agram i koje je sa svojim poliklinikama nesumnjivi lider na hrvatskom tržištu.

■ **Izostavili ste imovinska osiguranja iako mnogi smatraju da i ona imaju značajan potencijal.**

Problem s imovinskim osiguranjima je u tome što većina ljudi još uvijek ima pogrešno mišljenje kako je to skupo osiguranje. A vi stan i stvari u njemu ukupne vrijednosti 150.000 eura možete osigurati za 800 kuna godišnje. Dakle, za manje od 10 eura mjesečne premije osigurali ste ono za što ste radili cijeli život. Mislim da su za slabe rezultate imovinskog osiguranja donekle krivi i zastupnici, a razlog su upravo male premije pa onda i male provizije na tu vrstu osiguranja.

■ **Jesu li Vam iz neke konkurentske tvrtke predložili da pređete kod njih?**

Bio je jedan poziv, koji mi je godio, ali dok god u Koncernu Agram budu uvjeti kakvi jesu, jednako kao i međuljudski odnosi i okruženje, ne dolazi u obzir da razmišljam o promjeni. Teško mogu zamisliti da mi netko može ponuditi bolje uvjete. Koncern je ipak jedna respektabilna veličina koja prepoznaje i adekvatno nagrađuje rad i zalaganje.

■ **Tko su bolji zastupnici prodaje osiguranja: žene ili muškarci?**

Nema pravila, tko god se trudi uspijet će. Možda žene u nekim slučajevima

mogu zaigrati na svoj ženski šarm, ali pravi osiguranici prepoznaju uslugu i proizvod i nije im bitno od koga su kupili.

■ **Koliko je za uspješnost u Vašem poslu presudno znanje i što još osim znanja smatrate bitnim?**

Znanje na prvom mjestu. Ostale osobine su također bitne, pa tako netko dobije policu na komunikativnost, netko na šarm ili nešto treće, ali ako ne poznamo ono što prodajemo i način na koji to učiniti, badava nam šarm i lijepa odjeća.

Mislim da su za slabe rezultate imovinskog osiguranja donekle krivi i zastupnici, a razlog su upravo male premije pa onda i male provizije na tu vrstu osiguranja

Dakako, ne treba zaboraviti ni na upornost. U redu je ako netko kaže "neću", ali ako vam ostavi prostor za novi pokušaj s onim "možda za mjesec dana", "možda kad nešto prodam", ili "kad vratim kredit" morate to iskoristiti. Jednog svog prijatelja nagovarao sam sedam godina na policu životnog osiguranja. Sada je ima i zadovoljan je što je osigurao sebe i svoju obitelj.

■ **Kad ste već spomenuli obitelj, imate li je i Vi i kako svoje radne obveze usklađujete s obiteljskim? Nađe li se možda vremena i za hobi?**

Imam suprugu, i dvoje djece, Tomislav 18 i Slavica 14 godina. Budući da je supruga nezaposlena, ona se brine da kod kuće sve bude u redu, a ja se mogu više vremena posvetiti poslu. To je bilo jako bitno na početku kada sam formirao svoj portfelj. Sada je znatno lakše, djeca su veća, a ja sam stekao dosta veliku bazu osiguranika pa mogu više vremena provesti sa svojim. Hobi? Jednom tjedno nogomet s prijateljima, dobar film i vikend šoping s obitelji.

■ **Mislite li da to što radite možete raditi do mirovine ili imate druge planove?**

Posao prodaje osiguranja je posao koji će trajati vječno. Pitanje je samo tko će ga raditi. Zašto ne ja. Imam veliku bazu osiguranika, potrebno je samo pružati im servis, a sve ostalo je lako. Već sada radim poslove koji su vezani za prenošenje znanja i iskustva na mlađe i neiskusnije kolege. U svakom slučaju mislim ostati u osigurateljnoj branši do mirovine.

■ **Koji bi naziv bio najprikladniji za zastupnika prodaje u osiguranju: prodavač, zastupnik, savjetnik – nešto četvrto?**

Mislim da bi najprikladniji naziv bio savjetnik za osiguranje. Ja savjetujem osiguraniku na koji način da zaštiti svoje vrijednosti, život, zdravlje, imovinu i ostalo.

Pet savjeta za "klub 100"



Kada biste mladim ljudima morali dati pet savjeta kako da postanu jedan od sto najboljih prodavača osiguranja koji bi to savjeti bili?

1. ▶ Poznavati sve osigurateljne proizvode koje nudimo
2. ▶ Imati veliku količinu strpljivosti i upornosti
3. ▶ Svaki dan raditi kako na sebi tako i na međuljudskim odnosima
4. ▶ Razmišljati pozitivno
5. ▶ Biti na usluzi osiguraniku, posebno kad ima štetu

■ **Kad biste mladim ljudima koji su tek ušli u osiguranje morali održati predavanje kako prodati policu osiguranja i kako se odnositi prema klijentu što biste svakako istaknuli?**

Prije svega da nauče sve o onome što rade, da imaju veliku količinu strpljivosti i uvidavnosti za osiguranika, mi uvijek znamo više od osiguranika i za očekivati je da nekome treba više vremena da prihvati neke stvari. Drugo, ne obećavati ono što nije u skladu sa strukom i uvjetima pa i pod cijenu da ne naprave policu. To znači da treba biti maksimalno korektan kako prema tvrtki za koju radiš tako i prema osiguraniku, jer osiguraniku možemo dati krivu informaciju samo jedanput, više ne. I umjesto da dobijemo preporuku dobit ćemo puno kritika kako na svoj račun tako i na račun društva za koje radimo.

■ **Na koje neugodnosti može naići zastupnik u svom radu i kako se nositi s njima?**

Neugodnosti na koje sam ja nailazio nekoliko puta bile su prije svega iz razloga što je "neki drugi zastupnik obećao nešto i to nije ispunjeno". Kada se uđe u problem pa vidimo o čemu se radi, spoznam da nije sve tako crno. Obično kada sam nailazio na ove nezadovoljnike, nakon objašnjenja uvjeta i prava na jedan smirujući način, odmah ili u dogledno vrijeme uspio sam i s njima zaključiti novu policu.

■ **Vaše osobne ambicije?**

Možda da s vremenom pređem u upravljačku strukturu i prenesem svoje iskustvo novim generacijama te na taj način učinim dobru stvar i za vlastitu tvrtku i za osigurateljnu branšu.

■ **Iz cijelog našeg razgovora stekao sam dojam da Vi izuzetno volite svoj posao. Jesam li u pravu?**

Jeste. Ja svoj posao u osnovi doživljam kao human i društveno koristan posao. Za mene je zadovoljstvo kada moj prodajni razgovor završi sklapanjem police životnog osiguranja jer znam da osoba na taj način sebi osigurava veći standard u starijoj dobi nego što bi ga imala uz sadašnje mirovine. Znam i da sam zbriunuo njega i njegovu obitelj od posljedica nesretnog slučaja ako do njega dođe. Isto je i s dobrovoljnim zdravstvenim osiguranjem. Kupnjom te police ljudi sebi osiguravaju kvalitetnu preventivnu zdravstvenu zaštitu, jer ako si nešto platilo onda ćeš to i koristiti. Uz to osiguranje im je brži i efikasniji tretman u slučaju bolesti nego što bi ga imali u javnom zdravstvu što može biti presudno za uspjeh liječenja.

Zvonko Gajski ■