

ALFA Finance: Malá firma s velkými plány

Společnost s ryze českým kapitálem působí na domácím trhu od roku 2002. Centrála společnosti je v Plzni. S jejím jednatelem Alešem Menšíkem jsme hovořili zejména o tom, jak se na značně konkurenčním trhu žije menší poradenské společnosti.

FP: Kdybyste měl vaši společnost v několika heslech představit, která byste zvolil?

Náš cíl: Být významným hráčem v oblasti finančního poradenství na území ČR s následným rozšiřováním do dalších zemí východní Evropy.

Náš účel: Co největšímu počtu lidí pomoci zvládnout svět peněz, naučit je hospodařit, ochránit je před nekalými konkurenčními nabídkami a svojí velikostí pro ně získat co nejlepší podmínky u finančních institucí.

Vize naší firmy: rozvíjející se, dynamická, zdravá firma, postavená na korektních vztazích. Firma, která je pozitivně hodnocena klienty i spolupracovníky.

FP: Jak hodnotíte trh finančního poradenství, který se v posledních letech rychle mění? Jak tyto změny vnímáte?

Trh opravdu prošel četnými změnami. Zavedly se regulace, které ale nebyly zcela efektivní. Budu konkrétnější. V minulosti tu pracovalo velmi mnoho zprostředkovatelů, kteří si říkali finanční poradci. Mnohdy „prodávali“ pouze jeden produkt, který sami ani neznali. Jejich kariéra často skončila ve chvíli, kdy obešli své příbuzné a známé. Tento jev se naštěstí podařilo částečně eliminovat zavedením povinné registrace na zprostředkování pojištění u ČNB. Díky této (byť malé) překážce, nezačínají dnes pracovat lidé, kteří se dříve k tomuto oboru dostali skutečně omylem. Současný test potřebný pro registraci u ČNB však bohužel k seriózní selekci stále nestačí. Pokud může zkoušený ve velmi jednoduchém testu udělat 10 chyb z 50 a v případě neúspěchu jít ještě k opravným ústním zkouškám, nejedná se podle mého názoru o skutečný znalostní test. Když už, tak by to mělo být koncipováno jako vzdělávání a ne jako formalita, kterou „vyklikáte“ na počítači za 10 minut. V tomto vzdělávání by se budoucí zprostředkovatelé pojištění měli učit např., co je to počáteční jednotka v investičním životním pojištění atd. Prostě něco, co bude mít smysl pro praxi a způsobí větší míru profesionality a poskytování pravdivých informací při zprostřed-

kování pojištění. Kapitoulou sama pro sebe je registrace u ČNB na zprostředkování investic, ale to bychom tu byli dlouho.

FP: Zakládám dneška je „finanční krize“. Projevuje se její vliv na chování vašich klientů, případně změně jejich potřeb?

V poslední době se stal moderním pojem „finanční krize“. Zatím se krize týkala zejména investičních instrumentů spojených s hypotečními úvěry. Myslím však, že daleko nebezpečnější krize může vzniknout s platební neschopností spotřebních úvěrů a kreditních karet. Toto vnímám jako velký problém budoucnosti. Naše firma bojuje proti zadlužování se při koupi spotřebních věcí. Odsuzujeme a varujeme před vybízením k utrácení formou kreditních karet.

V poslední době se na našem trhu profilují různé typy firem. Některé učí lidi spořit a hospodařit s penězi, ale jiné je naopak vybízejí k utrácení a zařizují jim „výhodné“ kreditní karty. Mnoho lidí se kvůli těmto kartám a drahým úvěrům s nekřesťanskou RPSN dostává do problémů. Velmi dobře to vědí poradci z našeho úvěrového centra. Pomáhají lidem, kteří se právě neodolání tímto lákavým nabídkám dostali do problémů a nestíhají splácet. Zpravidla tento úvěrový kolotoč začíná naprosto nevinně. Někdo klientovi nabídne kreditní kartu na nákup spotřebního zboží, dovolené, apod. Pak přijde další a další a ...

FP: Vraťme se ke společnosti ALFA Finance. Na trhu jste šest let a zatím patříte k menším hráčům. Jak se v tomto poměrně silně konkurenčním prostředí žije menší společnost?

Na trhu se pohybují větší a menší společnosti. Velikost firmy ovšem není dána počtem spolupracovníků, ale výší obrátu zprostředkování. Jsem přesvědčen, že budoucnost bude patřit finančně poradenským firmám a přímých zástupců jednotlivých finančních subjektů bude ubývat. Právě podíl produkce makléřských firem vs. přímí zástupci se stále několik let po sobě zvyšuje. Navíc ALFA Finance není tak malá, co se

týká produkce. U mnoha našich finančních partnerů patříme v produkci zpravidla mezi TOP 10 makléřských firem.

FP: Hovoříte o partnerech, tedy bankách, pojišťovnách...spolupráce s nimi se vám zřejmě daří. Máte na dobré vztahy s těmito institucemi nějaký recept?

Banky, pojišťovny, penzijní fondy atd. mají o spolupráci s námi velký zájem, jelikož máme dobré renomé. Partneři si cení dlouhodobé spolupráce – mám na mysli to, že pro naše finanční partnery jsme velmi „čitelná“ společnost, která když se domluví na produkčním plánu, tak jej plní. Nepatříme mezi firmy, které jeden rok dělají jednu pojišťovnu, druhý rok s touto pojišťovnou oslabí produkci, protože přijde jiná pojišťovna s nabídkou vyšších provizí a takto to provozují každý rok. Pokud jde o pojišťovnictví, máme velmi nízkou stornovost smluv. Všechny smlouvy jsou klientům prodávány s velkou otevřeností informací, prostě lidově řečeno netvrdíme klientům, že např. u Investiční životní pojistky mohou po dvou letech vybírat peníze, že je to produkt ideální k částečným odkupům, když všichni dobře víme, že odkupné vs. zaplacené pojistné se vyrovná cca po 10 letech a déle (samozřejmě podle sjednaných pojistných rizik). Podle referencí soudím, že velmi rády s námi spolupracují banky v oblasti zprostředkování úvěrů na bydlení. Lidé z bank vědí, že hypoteční úvěr nebo úvěr ze stavebního spoření zařídíme klientovi od A do Z. Tedy kompletně a rychle. Naše odevzdávané úvěrové složky jsou zpravidla bezchybné.

Naši pracovníci jsou vysoce kvalifikováni. Vzdělávání je oblast, kterou považujeme za klíčovou věc, a také do ní velmi investujeme. Mimo interní vzdělávání, kde naše pracovníky učíme „businessu finančního poradenství“, využíváme také renomované externí vzdělávací agentury.

FP: Čím se odlišujete od konkurence?

Je to zcela jistě širokým produktovým portfoliem. ALFA Finance má 42 finančních

partnerů. Tzn., že finanční konzultant z ALFY velmi zřídka řekne u klienta: „Toto vám, pane kliente, nemohu zařídit, jelikož s tímto finančním ústavem nespolutracujeme“. Kdo chce na finančním trhu poskytovat komplexní služby, nemůže spolupracovat jen např. se dvěma partnery. To obzvláště platí v oblasti zprostředkování úvěrů, kde má ALFA Finance 18 finančních partnerů.

V roce 2004 jsme zřídili projekt úvěrového centra ALFA Finance. Byli jsme zcela jistě jedni z prvních, kteří zaměstnali specializované pracovníky na úvěry – úvěrové poradce. V praxi to vypadá tak, že když finanční konzultant narazí v terénu na klienta, který chce úvěr, tak je okamžitě předán do úvěrového centra. Tito „úvěráři“ klientovi celý úvěr profesionálně vyřídí a finanční konzultant ošetří klienta pojištěním atd. Úvěrové poradce máme ve všech regionech, kde působíme. Mám velmi pozitivní zpětnou vazbu, viz. např. reference na webu <http://www.alfafinance.cz/index/reference.do>

FP: Jak získáváte a hlavně dlouhodobě si udržujete klienty?

Máme přes 15 000 klientů. Dostávají se k nám na základě referencí. Je to nejúčinnější způsob získávání klientů, který nic nestojí. Takže, když třeba zavolá do firmy klient, který neřekne, kdo mu naše služby doporučil, je jasné, že je to „mystery shopper“ z Finančního poradce. Myslím, že na základě např. billboardů do firmy více klientů nedorazí... V ČR je mnoho poradců, kteří slibují při prvním kontaktu s klientem doživotní servis. Jelikož tento časopis čtou lidé z branže, tak asi není nutné vysvětlovat, jak to v praxi vypadá, kolik poradců opravdu dodrží slovo a s klientem se setká alespoň 1x ročně. Na naší centrále tyto údaje hlídá servisní databáze. Poskytujeme našim poradcům veškeré informace ohledně konce smluv a sledujeme pravidelnost servisů. Tak se nám slibovaný servis daří dodržovat.

FP: Na českém trhu to někdy vypadá, že poradenské společnosti mezi sebou nesoupeří jen o klienty, ale hlavně o poradce a spolupracovníky. Jaký je váš názor?

Získávat nějakého spolupracovníka do firmy „přetahováním“ z jiné firmy není zcela správná věc. To ví každý, ale stejně se to na trhu děje. Mnoho firem a lidí dosud nepochopilo, že motivace formou výše provizí je ta nejnižší forma motivace. Lidé zaměřeni na výši provize nejsou stabilní, nemůžete s nimi počítat dlouhodobě. Když nějaká společnost takového pracovníka „přetáhne“ z jiné firmy, je zcela možné, že za rok jim ho sebere zase nějaká jiná firma s nabídkou jiné „zajímavější“ provize. Takoví finanční poradci jsou „cestovatelé“. Naše firma zcela v pohodě

přežila náborové kampaně některých společností, které byly vedeny formou zveřejňování konkrétních nabídek výši provizí u produktů v různých časopisech. Nedotklo se nás ani, když jedna firma, která má centrálu také v Plzni, hromadně oslovila velkou část našich pracovníků. To nás vede k přesvědčení, že naši lidé vnímají naši společnost jako něco víc, než jenom firmu přes kterou uzavírají smlouvy. Takové nabídky naší konkurence nepadají na úrodnou půdu. Je nutné zmínit, že „backoffice“ ALFA Finance pracuje s daleko nižší marží než některé velké společnosti. Z toho plyne, že u nás se rozděluje mezi poradce větší část provizí.

FP: Takže vaše rada, jak získat dobrého poradce?

Vždy jsem zastával názor, že daleko příjemnější a jednodušší je přijmout člověka bez finančně poradenské historie a vyškolit si ho podle svých pravidel, dát mu vlastní firemní filozofii. V roce 2007 se u ALFA Finance ucházelo o práci 353 lidí, v roce 2008 (leden – říjen) to bylo 338 uchazečů o práci.

FP: Zmínil jste širokou škálu různých produktů, které můžete klientům nabídnout. Přesto se zeptám, máte ve svém portfoliu něco jako „vlajkovou loď“?

Hlavním pilířem našeho obratu je investiční životní pojištění. Objem produkce IŽP vytváří 55 % celkového obratu ALFA Finance. Dalších asi 9 % jsou úvěry – zejména na bydlení, 9 % stavební spoření, 6 % penzijní připojištění.

Zbýlá část produkce je zprostředkování investic atd. Novinky na trhu velice pečlivě sledujeme. V našem zájmu pracuje produktový analytik, který produktové informace zkoumá, navrhuje vedení společnosti zařazení určitého produktu do portfolia a pravidelně informuje naše konzultanty.

FP: Pokud vím, nejste členy žádné profesní organizace. Uvažujete o vstupu do AFIZ či USF?

Už jsme byli několikrát kontaktováni jak AFIZ, tak USF. Zatím jsme do žádné asociace nevstoupili. Na náš vkus se v nich až moc často skloňuje slovo „etika“, aniž by bylo jasné definováno, co to etika vlastně je. Pro nás v ALFĚ je etika definována jako zdravý rozum. Myslíme si, že k tomu, aby člověk rozpoznal, že lhát klientovi je v rozporu se zdravým rozumem, a je to tudíž neetické, nemusí být členem jakékoliv asociace. Víte přece sami dobře, že jakákoli finanční rada klientovi se dá napadnout nějakou jinou „lepší“ nabídkou. Tyto sporné okamžiky u klientů určitě nelze posoudit objektivně nějakou etickou komisí. Když se však stane opravdu něco zcela neetického, žádná asociace to



Aleš Menšík, jednatel společnosti ALFA Finance, předpokládá že firma rychle poroste.

nevyřeší. Viz např. kauza HELVAG, která podle mého názoru vrhla stín na celé finanční poradenství. Ale abych se vrátil k asociacím..., dělají skvělou práci v oblasti vzdělávání. Asociace může být také nástroj na zjednotění pořádku. Ale pouze v případě, že bude použit tento nástroj na všechny účastníky trhu stejně, jinak ztrácí sílu i smysl. Musí být měřeno všem stejným metrem. Klidně včetně nás – nečlenů. Realita je ale taková, že byly a jsou různé metry pro různé firmy.

Jsem přesvědčen, že etika je dána firemní kulturou a důvěryhodnost složením pracovníků každé firmy. Rozhodně si nezvyšíte na trhu důvěryhodnost, když jste členem nějaké asociace.

FP: A vaše vize a plány do budoucnosti?

Za posledních 5 let jsme meziročně obrovitě rostli průměrně o 30 %. Rok 2008 podle odhadů zakončíme meziročním nárůstem produkce opět asi o 33 %. Do budoucna se chceme držet toho, v čem jsme dobří, takže dále bude náš obrat postaven na investičním životním pojištění a úvěrech na bydlení.

Od 1. 1. 2012 počítáme s transformací ALFA Finance, s. r. o. v akciovou společnost. Akciový program bude zaměřen pro naše stěžejní manažery a pracovníky. Chceme také na finančním trhu dále šířit naše vize, myšlenky, vzdělávání v oblasti etiky, zkrátka dělat takové kroky, které zvýší prestiž povolání finančního poradce. Z našich výsledků se ukazuje, že je to správná cesta. **FP**