

Висше училище по застраховане и финанси

Дискусионен форум „Професионалното финансово консултиране“

УНИВЕРСАЛНИЯТ ФИНАНСОВ КОНСУЛТАНТ - МИСИЯТА ВЪЗМОЖНА ЛИ Е?

(Продължение от бр. 2/2008)

На 19 ноември 2007 г. Висшето училище по застраховане и финанси (ВУЗФ) съвместно с Института на дипломираните финансови консултанти (ИДФК) организира поредния си дискусионен форум на тема „Професионалното финансово консултиране - състояние и перспективи“. Дискусионният форум бе открит от доц. д-р **Григорий Вазов**, президент на висшето училище, и доц. д-р **Георги Николов** - негов ректор, а приветствие към участниците отпрати **Цветан Манчев** - подуправител на БНБ. Дискусията бе структурирана в два панела - „Финансовото консултиране у нас и в Ирландия“ и „Консултативните продажби“.

Г-н Брендън Гленън - председател на Ирландската асоциация на финансовите консултанти, запозна участниците с 30-годишния опит на професионалните финансови консултанти в своята страна. Представители на ИДФК, Комисията за финансов надзор, на водещи застрахователни и пенсионноосигурителни дружества, брокерски и инвестиционни фирми представиха останалите теми. Сред лекторите бяха **Любомир Христов** - председател на ИДФК, **Бисер Петков** - заместник-председател и ръководещ Управление „Осигурителен надзор“ на КФН, **Румяна Сотирова** - изпълнителен директор на „ING Пенсионно осигуряване“, **Пламен Ялъмов** - изпълнителен директор на ЗАД „Алианс България Живот“, и други.

Д-р Румяна Сотирова - изпълнителен директор на „ING Пенсионно осигуряване“

В „Ай Ен Джи“ се извършва оперативна дейност, но аз съм била изследовател и много добре осъзнавам колко е важно човек да бъде подготвен и да знае, преди да отиде да прави нещо в живота. И за да видим дали имаме нужда от професионални консултации в областта на финансовите продукти, имам една молба към вас, която няма да ви отнеме много време: напишете на едно листче знаете ли си пенсионния фонд, имате ли животозастраховка и купувате ли си инвестиционни фондове, така че накрая можем да направим едно обобщение за тази много високо квалифицирана аудитория и да си представим как това се репродуцира върху картата на България.

Когато преминах от банката на работа в пенсионния фонд, много пъти си казвах - като застанат така пет-шест души, какво предлагат те на клиента? Предлагат един и същ продукт, примерно универсален пенсионен фонд. Този продукт е задължителен и има еднаква цена. Тогава каква финансова консултация даваме, какво казваме на човека и защо той става наш клиент или не става такъв? И всъщност се замислям за това кои са сравнителните предимства на една оферта. Със сигурност това е репутацията на компанията и натрупаният опит - да мине през всички икономически състояния, валутни бордове, кризи и други и да изплаща пенсии. На второ място - вероятно е много важно как се третира клиентът. Дали се спазва правото за честно отношение към клиента и неговото обслужване. И тогава си представих, че най-ценният актив са нашите продавачи, нашите осигурителни посредници. Когато ги обучаваме през 2002 г., ги обучавахме като професионални консултанти с идеята да покажем колко е важен професионализъмът на тези хора в обстановката, при която продуктът те първа навлиза на пазара и е малко известен като характеристика, а обществената среда още не е готова да го подготви. Така че няма различия в мнението на бизнеса, доколкото аз мога да тиражирам и мнението на тук говорещите колеги за важността на професионалното образование.

Но понеже на всички нас ни беше дадена една и съща тема, аз съм се опитала да се

ДИСТРИБУЦИЯТА НА ПЕНСИОННИ ПРОДУКТИ И РОЛЯТА НА КОНСУЛТАЦИИТЕ



Д-р Румяна Сотирова в разговор по време на форума

придържам към това общо заглавие с идеята да звучим, технологически поне, еднакво.

Това е мое изследване. Направила съм го, защото всяка година посещавам някой град в България и посещавам като клиент с определен случай всички конкурентни фирми, а и в „Ай Ен Джи“ също. Правя го, за да разбера колко добре си познават продукта, как се предлага той, как се продава.

Искам да кажа, че от тия тридесет и пет хиляди посредници (по данни на КФН - б. р.) хиляда и четиристотин са регистрирани от „Ай Ен Джи“.

Брокерският канал по същество не функционира като такъв, защото според закона един посредник има право да продава продукти само на едно пенсионноосигурително дружество. Другите два канала - банковият и корпоративният - също са доста условни. Под банков канал разбирам компании, представляващи част от финансови групи, в които има банки и чиито служители имат план да продават пенсионноосигурителни продукти, или пенсионноосигурителни компании, които имат договор с банки за продажба или маркетинг на подобни продукти. Така че нека не се заблуждаваме - това не е стандартизиран продукт, специално подготвен за банките, за да го продават. Тук става дума за това, че банките изпълняват роля на посредници или че чрез централизиран план е вменено на всеки кредитен инспектор колко и какви

различни продукти да продава. Това е вътрешно обучение в рамките на тези групи, или става дума за споразумение за дистрибуция, когато самият служител е ангажиран за посредник и продава тези оферти. Това са квазиразлични канали, то е всъщност каналът на професионалния консултант.

За корпоративния канал ще кажа, че това е група, чиито акционери са акционери на предприятието. Те правят препоръки на своите служители и последните избират определени пенсионни фондове. Не ангажирам „Ай Ен Джи“, оценките са мои и са в резултат на допитванията в кол центъра ни, както и в резултат на моите посещения в качеството ми на интегрисувач се от конкуренцията ръководител на тази организация.

Нека да се спрем на тези важни за нас лица. Законодателно е много просто и ясно. Трябва да са пълнолетни, трябва да не са изпълнявали охранителна дейност, трябва да работят само за едно дружество и да имат легитимационен документ. Това е всичко, което българското законодателство предявява към тези наши посредници. Много малко или почти нищо не се говори за това, че те трябва да притежават някакви минимални изисквания и стандарти за знания. Затова те могат да бъдат тридесет и пет хиляди души. В нашата организация, понеже имаме известен опит от тридесет и шест страни, където „Ай Ен Джи“ развива пенсионен биз-

нес, сме въвели минимални стандарти за приемане на бизнес партньори, или това са така наречените наши посредници. Как ние решаваме въпроса за липсата на професионално образование, за професионални сертифицирани съветници? Какво правим ние?

Първо, правим среща, интервю с всеки от тях. Повярвайте ми, тя е много трудна. Който премине успешно тази среща, другите изисквания са вече по-стандартни и полесни. При тях специално обучени служители от отдел „Продажба“ правят пълен скрийнинг на съответния кандидат - като местоработата, занятието, образование, опит, потенциална клиентска база. Много от хората отпадат на това ниво, тоест не се, така да се каже, рискува с кандидати, които могат да бъдат ефективни като търговци, но не отговарят на изискванията, които ние поставяме за репутационния риск. Защото тогава, когато един продукт се продава въз основа на репутацията на компанията и нейното обслужване, тези качества са много важни. След това кандидатите минават през процедура за идентификация, която става с предявяване на документ за самоличност; документът се подписва от наш служител, с което се удостоверява, че той лично е извършил идентификацията. Преди да се подпише договор с това лице, той минава през „фриз лист“. „Фриз лист“ са международни, специални бази данни, където са включени хора, изложени на политически риск, хора, които са подложени на репутационен риск, и хора, които в определен смисъл имат връзка с наркотрафиканти - това са отделни бази на Европейската комисия за главни престъпления. След като излезе чисто досие на кандидата за осигурителен посредник, само след това е възможно да бъде сключен договор с него. И това не е всичко - изискваме от него като част от договора да подпише етичен кодекс, за който по-късно ще разкажа малко по-подробно.

Когато става дума за юридически лица, е много важно да се идентифицира, да се

получи заверено копие от актуалното съдебно състояние и задължително като индивидуални лица да се идентифицират неговите управляващи органи плюс лицата, които ще работят от негово име. Отново всички от тях подписват етичния кодекс, който е неразделна част от договора; на базата на евентуално неспазване на този кодекс договорът може да бъде прекратен в един момент. И което е много важно - винаги в края на тези идентификации има едно въвеждащо обучение.

Какво включва това обучение? Когато поставяш високи изисквания към хората, ти трябва да им дадеш определено обучение, за да ги направиш професионално годни да изпълняват дори и тази обикновена от гледна точка на целия финансов пазар дейност. Както казах, продуктите са много стандартизирани и много регулирани, тоест законът до голяма степен пази клиентите. Въвеждащото обучение е свързано с бранда на компанията, свързано е с правата и задълженията на осигурителния посредник, с въвеждане в продуктите, като специално се избира този продукт, който той има възможности да продава, и според мястото, откъдето постъпва при нас. Стандартното обучение вече е задълбочено и професионално. Включва стандартните задължителни продукти - универсален и професионален фонд. То се извършва от регионалните мениджъри и тука влиза ролята на мениджър „Обучение“. Това е обучение, което преминават всички нови агенти; като опреснителен курс това обучение се извършва един път в годината за всички съществуващи агенти.

Не знам как се обучават тридесет и пет хиляди души. Знаем колко усилия ни струва да обучаваме редовни хиляда и четиристотин души. Огромна труд е да преминават те всяка година опресняващо обучение. Разширеното обучение вече е с фокус върху продуктите от доброволния пенсионен фонд, където има по-голямо разнообразие, където има по-големи рискове за клиента и където, освен продуктово, то е и обучение за търговския процес и за търговските умения. Това обучение завършва с тест и само успешно изпълнилите този тест имат право да продават съответния продукт.

(Следва)