

# Miesięcznik

# Ubezpieczeniowy

ISSN 1732-2413 • WSZYSTKO, CO TRZEBA WIEDZIEĆ O RYNKU UBEZPIECZEŃ • TOM 21 I NUMER 3 I MARZEC 2024 • 1 MARCA 2024



© arhendrix/stock.adobe.com

NUMER SPECJALNY:

## Kalejdoskop multiagentów 2024

### Ubezpieczeniowe historie

Perspektywa agenta/Wsparcie od multiagencji

# Miesięcznik Ubezpieczeniowy

## Formularz prenumeraty

W przypadku pytań lub wątpliwości prosimy o kontakt:  
[prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl](mailto:prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl)

### ➔ DANE ZAMAWIAJĄCEGO

Imię i nazwisko:

Nazwa firmy:

Adres:

Kod, miasto:

NIP:

Telefon kontaktowy:

E-mail:

### ➔ DANE ODBIORCY PRENUMERATY (JEŻELI INNE NIŻ DANE ZAMAWIAJĄCEGO)

Imię i nazwisko:

Nazwa firmy:

Adres:

Kod, miasto:

PRENUMERATA ROCZNA	Cena brutto (z 8% VAT)
<input type="checkbox"/> Indywidualna – 1 egzemplarz	2 600 zł
<input type="checkbox"/> Firmowa – 3 egzemplarze	3 100 zł

*Uwaga! W okresie wakacyjnym (lipiec-sierpień) ukazuje się jeden numer.  
Oferta ważna przez miesiąc od daty wydania niniejszego numeru.*

### ➔ JAK ZAMÓWIĆ?

1. Wpłacić kwotę brutto na konto:

**UWiK Sp. z o.o.**

**ING Bank Śląski SA**

**14 1050 1025 1000 0090 3104 9910**

2. Przesłać mailem wypełniony formularz zamówienia

[prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl](mailto:prenumerata@MiesiecznikUbezpieczeniowy.pl)

*Realizacja zamówionej prenumeraty rozpocznie się po zidentyfikowaniu płatności na koncie.*

*Wtedy też zostanie wystawiona faktura VAT za prenumeratę.*

*Bez formularza zamówienia identyfikacja płatności może być niemożliwa.*

### ➔ PODPIS ZAMAWIAJĄCEGO

.....  
(miejsce, data)

.....  
(podpis Zamawiającego)

**Miesięcznik Ubezpieczeniowy dostępny w całości wyłącznie dla prenumeratorów**

# Nowości dla kierowców od LINK4

*Nasze Auto Casco zawsze było dobre, ale nie stoimy w miejscu. Cały czas chcemy rozwijać i ulepszać nasze produkty. Z myślą o klientach, o ich potrzebach, o ich wygodzie. Ale też z myślą o agentach, bo to najczęściej oni najlepiej wiedzą, na co klienci zwracają szczególną uwagę, wybierając opcje ubezpieczenia.*

Ubezpieczenia komunikacyjne to wizytówka LINK4. Dlatego wciąż staramy się uatrakcyjnić swoją ofertę skierowaną zarówno do obecnych, jak i nowych klientów. W ramach nowości, które mają pomóc klientom znaleźć w LINK4 optymalną ochronę dopasowaną do indywidualnych potrzeb, wprowadziliśmy trzeci wariant Auto Casco – Warsztat.

## NASZE AC

Do tej pory mieliśmy w swojej ofercie dwa warianty Auto Casco – Kosztorys i ASO. Doszliśmy jednak do wniosku, że klienci posiadający starsze auta, ale chcący zlikwidować szkodę bezgotówkowo, potrzebują czegoś innego. Padł więc pomysł na kolejny wariant – Warsztat, w którym klient może skorzystać z każdego warsztatu nieautoryzowanego. To doskonała opcja dla właścicieli aut nieco starszych, już poza okresem gwarancji, gdy nie jest wymagana obsługa warsztatów autoryzowanych. Klient może więc skorzystać z zaprzyjaźnionego warsztatu lub takiego, w którym po prostu lubi naprawiać samochód, pod warunkiem, że nie jest to autoryzowany serwis. I tym właśnie wyróżniamy się na tle konkurencji – pozostawiamy klientowi pełną dowolność w wyborze warsztatu. Nikomu nic nie narzucamy, podczas gdy inni ubezpieczyciele zazwyczaj proponują korzystanie ze wskazanych warsztatów partnerskich.

Klient ma możliwość naprawy samochodu z użyciem oryginalnych części zamiennych Q, czyli części sygnowanych logo producenta części, które są stosowane na pierwszy montaż pojazdu, ale bez logo producenta danej marki pojazdu.

Jeszcze kilka słów o dwóch pozostałych wariantach. W wariantcie Kosztorys wypłata odszkodowania – tak jak do tej pory – dokonywana jest na podstawie kosztorysu sporządzonego przez LINK4. Klient sam, korzystając z gotówki od ubezpieczyciela, naprawia samochód. Odszkodowanie wyliczamy na dobrych warunkach. Ostatnia opcja – premium – wariant ASO to możliwość naprawy uszkodzonego pojazdu w Autoryzowanej Stacji Obsługi. To idealna propozycja dla właścicieli stosunkowo nowych aut lub tych leasingowanych. Choć tu także klient ma oczywiście możliwość wyboru dowolnego warsztatu (autoryzowanego i nieautoryzowanego).

## WIĘCEJ ZMIAN

Do wariantów Warsztat i ASO wprowadziliśmy również opcję, którą można wykupić za dodatkową składkę – możliwość skorzystania z samochodu zastępczego w trakcie naprawy szkody, będącej skutkiem zdarzenia objętego ubezpieczeniem w ramach Auto Casco. Samochód zastępczy przysługuje klientom LINK4,



**AGATA AMBROZIAK-ROGULSKA**  
Dyrektor Departamentu Produktu LINK4

którzy zdecydują się na tę opcję, do 7 dni kalendarzowych. Pokrywamy także koszty jego podstawienia. Jeśli doszło do szkody związanej z AC i auto wymaga naprawy – klient kontaktuje się z nami, my organizujemy i podstawiamy samochód zastępczy. Z innych nowości – zrezygnowaliśmy z franszyzy integralnej. Do tej pory wynosiła ona 500 zł. Rozwiązanie było dosyć sztuczne i stwierdziliśmy, że nie ma sensu go utrzymywać. Teraz klient może otrzymać odszkodowanie już za najmniejszą zgłoszoną szkodę.

W naszym Auto Casco zmianie uległ również wiek aut, które można objąć ochroną. Został on wydłużony do 19 lat. W innych rynkowych ofertach waha się on zwykle między 15 a 18 lat (choć należy zauważyć, że te limity ulegają zmianie). Przy odnowieniach nie mamy już oczywiście żadnych limitów. Patrząc na dane z roku na rok, widać, że AC jest

coraz popularniejsze, coraz częściej kupowane. Wydłużenie wieku też na pewno sprawi, że więcej klientów się nim zainteresuje. W ofercie mamy również Smart Casco – tutaj podnieśliśmy limit wartości, do której ubezpieczamy auto. Teraz wynosi on 60 tys. zł. Dodatkowo, tutaj również został wydłużony limit wiekowy auta do 19 lat.

## PO PIERWSZE – SŁUCHAĆ AGENTÓW

Oprócz ulepszania ubezpieczeń komunikacyjnych, mocno pracujemy nad przebudową produktu mieszkaniowego. W mieszkaniówce jest jeszcze do odkrycia dużo ciekawych rzeczy, dużo smaczków.

Zarówno tutaj, jak i przy produktach komunikacyjnych we wszystkich zmianach dużym wsparciem są nasi konsultanci obsługujący infolinię oraz agenci. To oni są pierwszą linią kontaktu z klientem, więc wiedzą czego klient oczekuje, czego potrzebuje. Pomysł na nasz nowy wariant Auto Casco wyszedł w dużej mierze właśnie od naszych konsultantów i agentów.

Jeżeli chce się być na rynku zauważalnym, należy cały czas wychodzić naprzeciw potrzebom klientów. W LINK4 nieustannie nad tym pracujemy. I w tej pracy mocno stawiamy na słuchanie agentów, konsultantów i reakcję na sygnały od nich. Nowe produkty nie powstają bowiem w zaciszu biur ubezpieczycieli. Póki nie zweryfikujemy naszych pomysłów z osobami, które sprzedają ubezpieczenia – szanse na powodzenie są raczej mizerne...

Dlatego właśnie to agenci i konsultanci często mogą się czuć współautorami wprowadzanych produktów, nowych opcji, rozwiązań. A w LINK4 Departament Produktu bardzo blisko współpracuje z Departamentem Sprzedaży. ▣



## Decyzja na resztę życia



**Grzegorz Balana**  
Kraków



Zacząłem szukać pracy w momencie, kiedy skończyłem filologię angielską na poziomie licencjackim. W międzyczasie kolega z czasów licealnych robił mi, jako osobie studiującej, analizę finansową. Nie miałem wtedy wiele swoich finansów. Po studiach licencjackich chciałem zrobić sobie przerwę, zanim pójdę na magisterskie, żeby mieć jakiegokolwiek doświadczenie, które będę mógł wpisać do CV. To był 2009 r. Nie był to rynek pracownika. Nie walczyło się o ludzi, tylko ludzie walczyli o to, żeby mieć jakąkolwiek pracę. Postanowiłem zapytać kolegę, czy nadal pracuje w branży finansowej. Wtedy odpowiedział mi, że właśnie prowadzą proces rekrutacyjny. I tak zacząłem, z końcem 2009 r., pracę w szeroko pojętej branży finansowej. Była to decyzja, która sprawiła, że nadal tu pracuję, po prawie 15 latach. Można powiedzieć – decyzja na resztę życia.

Podczas pierwszych lat mojej aktywności zawodowej oprócz pracy z klientem, można było być team leaderem, czyli po prostu budować zespół. Tak naprawdę głównie o to chodziło. Przez pierwsze 4-5 lat aktywnie budowałem zespół, rekrutowałem i awansowałem na stanowisko kierownicze. Były takie momenty, że zarządzałem kilkunastoosobowym zespołem. W międzyczasie skończyłem studia z tytułem magistra i obroniłem pracę.

W 2016 r. dołączyłem do niedawno powstałej w Phinance nowej ścieżki kariery – zostałem koordynatorem ubezpieczeń na życie i zdrowie, co zaczęło się wiązać z rozwojem jako szkoleniowiec. Firma zaczęła się też

rozвивać multiproduktowo. Lata 2016–2017 to zdecydowany wzrost Phinance w stronę klientocentryczną, rozwój różnych gałęzi, m.in.: produktów kredytowych czy ubezpieczeń majątkowych, a także zdecydowane poszerzenie liczby partnerów w ofercie. Oczywiście pierwsze sympomy pojawiały się jeszcze za czasów śp. Filipa Jacka. Już wtedy można było zauważyć pierwsze prądy tych zmian. Tworzyliśmy produkty, które były ponadrynkowe. Pierwsze ubezpieczenie z malejącą sumą ubezpieczenia to w zasadzie nasz produkt, *nasze dziecko*. Dzisiaj malejąca suma ubezpieczenia jest dostępna w produktach wielu ubezpieczycieli. Wielu klientów z niej korzysta, bo często jest dużo korzystniejsza niż stała, szczególnie w pierwszych latach polisy.

Dzisiaj nadal jestem doradcą finansowym, który po prostu spotyka się z klientem, analizuje sytuację klienta i dopiero dla niego wybieram odpowiednie produkty finansowe. □

Multiagencja polecająca: Phinance

- ubezpieczyciel główny/podstawowy: Ergo Hestia
- ubezpieczyciel premium: Nationale-Nederlanden, Leadenhall
- tani, ale dobry: Ergo Hestia
- autocasco/pakiet: Warta
- mieszkaniowe: Warta, Ergo Hestia
- MSP: Warta, Ergo Hestia
- ubezpieczenia na życie: Nationale-Nederlanden, Ergo Hestia



DOM  
UBEZPIECZENIOWY  
SPECTRUM

## Agent godny zaufania



**Krzysztof Baraniecki**  
Żyrardów

Kwintesencją zawodu agenta jest zaufanie. U nas w sieci mamy anegdotę, która doskonale oddaje poziom zaufania klienta do agenta. Mianowicie: *Koleżanka odbiera o 4:00 rano telefon od swojego stałego klienta, który pyta, co ma zrobić, bo w kabinie samochodu ma łosia.* Dopiero później klient wyjaśnił, że miał zderzenie z łosiem, i faktycznie głowa zwierzęcia znalazła się w kabinie samochodu. Pierwsze, co zrobił, to zamiast powiadomić policję czy inne służby, zadzwonił właśnie do agenta. Ta anegdota pokazuje, jak silna jest relacja pomiędzy agentem i klientem.

Agent ubezpieczeniowy to również zawód publicznego zaufania. Gdy zaczynamy rozmawiać o życiu i majątku klienta, powierza nam on swoją prywatność. Musimy w zamian zapewnić mu poczucie bezpieczeństwa.

Trzeba mieć również świadomość, że nie jest to praca od 8:00 do 16:00. Mimo że oddział jest czynny w określonych godzinach, czasem warto poczekać na spóźnionego klienta. Czasem trzeba też odebrać telefon w niestandardowych godzinach i pomóc. Najważniejszy jest kontakt z klientem – za pośrednictwem social mediów, przez telefon czy na żywo. Każdy może się odnaleźć w tym zawodzie, o ile potrafi rozmawiać i trafić do ludzi. Na początku praca jest wymagająca, ale dzięki zaangażowaniu można sprawnie utorować sobie drogę do sukcesu. Pierwszy rok pracy agenta to praca na wysokich obrotach – trzeba wejść na rynek, zdobyć wiedzę i doświadczenie,

a przede wszystkim klientów. Ale jeżeli pracujemy systematycznie – przynosi korzyści. Gdy otworzyłem placówkę, nie dzwoniłem do znajomych. Chciałem, żeby sami zauważyli moją działalność. Przez pierwszy rok nie przyszedł nikt. Dopiero jak zobaczyli, że moje biuro dobrze funkcjonuje i zyskuje popularność, powoli zaczęli do mnie przychodzić.

Moja działalność to rodzinny biznes. Najpierw pracował ze mną starszy syn, który po ukończeniu studiów postanowił spróbować sił w korporacji. W tej chwili pracuje ze mną młodszy syn, i jest zadowolony.

Prowadzę placówkę w Żyrardowie od 10 lat, od początku jako partner Domu Ubezpieczeniowego Spectrum. Współpracę z tą multiagencją cenię ze względu na nowoczesne narzędzia dla agenta, zespół kompetentnych ludzi, chętnie dzielących się wiedzą, i atmosferę, która sprawia, że się człowiek czuje jak w rodzinie. □

Multiagencja polecająca: Dom Ubezpieczeniowy Spectrum

- ubezpieczyciel podstawowy: PZU, Warta, Wiener
- ubezpieczyciel premium: Generali, Warta
- tani, ale dobry: Wiener
- autocasco/pakiet: PZU, Warta, Ergo Hestia
- mieszkaniowe: PZU
- MSP: Warta i PZU

## Odnieśliśmy sukces i jesteśmy szczęśliwi



**Małgorzata Urbanik-Bomba,  
Wiesław Bomba**  
Jastrzębie-Zdrój



Nasza kariera w ubezpieczeniach rozpoczęła się 20 lat temu. Zaczynaliśmy od sprzedaży ubezpieczeń na życie. Wspominamy ten czas przez pryzmat dynamicznego rozwoju i bardzo dobrych rezultatów sprzedażowych. Z pozoru wszystko było w porządku. Bezpieczne otoczenie, wytyczona ścieżka korporacyjnej kariery, konferencje, nagrody i wycieczki. Spostrzegliśmy jednak, że potrzeby klientów, z którymi się spotykamy były o wiele większe. Poczuliśmy się skrępowani przez firmowe procedury, widząc umykające szanse. To był moment przełomu, kiedy odważyliśmy się zostawić korporacyjną stabilność, aby stworzyć firmę spełniającą nasze marzenia. Tak powstało OK Ubezpieczenia. Ulegliśmy złudzeniu, że z „życiowym” doświadczeniem i wiedzą, sprzedaż nowych obszarów ubezpieczeń będzie prosta. To było jednak „twarde lądowanie”, bo rzeczywistość okazała się o wiele bardziej złożona. Musieliśmy zacząć od podstaw, ucząc się specyfiki polis z innych obszarów ryzyk ubezpieczeniowych. Wieczorem zamiast czytać książki, czytaliśmy warunki ubezpieczeń. Od tego momentu minęło 10 lat i uważamy, że odnieśliśmy sukces i jesteśmy szczęśliwi. Osiągnęliśmy to dzięki ciężkiej pracy i zaangażowaniu. Firma posiada 4 oddziały, a nasz zespół liczy 30 osób.

Dynamiczny rozwój wprowadził nasz biznes na nowy poziom. Wzrastająca liczba klientów i zmiany

technologiczne skłoniły nas do poszukiwania partnera, który zabezpieczy oczekiwania, stawiane przez nowe pokolenie klientów. Zdecydowaliśmy się na współpracę z CUK Ubezpieczenia. Multiagencja jest bardzo mocno rozwinięta technologicznie i szkoleniowo. Dzięki temu realizujemy nowe cele biznesowe, zyskaliśmy nową jakość i zachowaliśmy biznesową tożsamość, którą budowaliśmy przez lata. Prowadząc biznes, zawsze zwracamy uwagę na to, co jest potrzebne klientowi, a nie na nazwę ubezpieczyciela. W przypadku ubezpieczeń przedsiębiorstw różne firmy mają do zaoferowania różne produkty. Jeśli mówimy o ubezpieczeniu koni, najczęściej wybieramy Generali Agro. Jeśli mówimy o ubezpieczeniu łodzi, będą to Pantaenius, Wiener, PZU i Warta. Jeśli mówimy o ubezpieczeniach medycznych – zdecydowanie Inter Polska. Nawet przy wsparciu nowej technologii nie ma drogi na skróty. Praca w ubezpieczeniach to praca dla osób lubiących mozolną, powtarzalną, systematyczną pracę oraz bezpośredni kontakt z ludźmi. Ale daje ona bardzo dużo satysfakcji. □

Multiagencja polecająca: CUK Ubezpieczenia

- ubezpieczyciel główny: PZU, Warta, Ergo Hestia, Uniqa
- MSP: PZU, Ergo Hestia, Warta, Uniqa



## W życiu nie ma przypadków



**Ryszard Bućko**  
Augustów



Produktami ubezpieczeniowymi zainteresowałem się w momencie, gdy wchodziły na rynek Otwarte Fundusze Emerytalne. Pracowałem wtedy w strukturach Poczty Polskiej, zajmując kolejno różne stanowiska. Gdy w 2013 r. powstały pierwsze Pocztove Strefy Finansowe, czyli stanowiska wydzielone do sprzedaży produktów finansowych, zostałem tam oddelegowany. Po uzyskaniu uprawnień, rozpocząłem sprzedaż ubezpieczeń Pocztove TUW. Dzisiaj są to Agro Ubezpieczenia.

Szybko zacząłem osiągać bardzo dobre wyniki w sprzedaży. Osiągałem wysokie przypisy, wyprzedzałem konkurencję, wygrywałem tym samym konkursy i jeździłem na różne gale. W sieci sprzedaży Poczty Polskiej zajmowałem jedno z pierwszych miejsc w kraju spośród ponad 500 agentów. Jednak z czasem zaczęło ograniczać mnie to, że miałem w ofercie wyłącznie jeden produkt. Trudno było utrzymać klienta, gdy nie mogłem zaoferować mu szerszej czy kompleksowej ochrony. Widoczny stał się przez to odpływ klienta. Wtedy przez przypadek spotkałem menedżerkę z Conditora. Pomyślałem, że być może w życiu nie ma przypadków, podjąłem rozmowę i dzisiaj współpracuję z multiagencją Conditor, po 33 latach pracy w strukturach Poczty Polskiej.

Rynek agentów czy doradców ubezpieczeniowych dzisiaj jest trudny i nasycony. Młody człowiek bez doświadczenia,

bez zbudowanej bazy klientów, musi włożyć wiele pracy, żeby zacząć osiągać wyniki na satysfakcjonującym poziomie. Wydaje mi się, że dzisiaj młodzi ludzie chcą mieć wszystko od razu, a agent musi pracować wiele lat, żeby dojść do satysfakcjonującego poziomu.

Branża ubezpieczeniowa jest stabilna, ale w ostatnim czasie widać zmianę w nastawieniu klientów do ubezpieczeń. Ubezpieczenia obowiązkowe muszą kupić, ale wybierają najtańsze. Mało klientów jest na tyle świadomych, że sami wybierają ubezpieczenia dodatkowe. Dopiero po przeprowadzeniu analizy potrzeb, uświadomieniu istoty ubezpieczeń, wskazaniu konkretnych sytuacji, klient decyduje się na rozszerzenie ochrony. □

Multiagencja polecająca: Conditor

- ubezpieczyciel główny: Warta
- ubezpieczyciel premium: PZU
- tani, ale dobry: MTU
- autocasco/pakiet: Warta albo PZU
- mieszkania: Agro Ubezpieczenia
- domy: Warta, PZU, Compensa
- MSP: Warta, Compensa, PZU

## Z ludźmi zostaję na zawsze



**Marcin Czechowski**  
Jelcz Laskowice

Przedsiębiorstwo, w którym kiedyś byłem pracownikiem współpracowało z pewną multiagencją w zakresie obsługi floty pojazdów. Zainterесowało mnie to i postanowiłem zmienić zawód, żeby spróbować swoich sił jako agent ubezpieczeniowy. Konsekwencją mojej decyzji było podpisanie w 2018 r. umowy z multiagencją NAU. Dzisiejszy świat ubezpieczeń zmierza szybko w kierunku cyfryzacji i digitalizacji. NAU daje mi takie możliwości. Nawet prowadzenie internetowego sklepu z ubezpieczeniami pod własną marką z wykorzystaniem ich technologii jest możliwe. Korzystam z różnych systemowych udogodnień, ale jednak jestem nadal tradycjonalistą. Kiedy ubezpieczam zakład lub fabrykę, zazwyczaj spotykam się bezpośrednio z właścicielem lub kierownikiem. Uważam, że nawet tak prosta umowa, jak OC komunikacyjne jest okazją do bezpośredniego spotkania i budowy lub rozbudowy portfela polis. Często w trakcie rozmowy okazuje się, że klient potrzebuje jeszcze ubezpieczenia domu, działki czy też polisy dla córki. Gdy zgłasza się do mnie mój stały klient, zawsze przygotowuję ofertę w kilku wariantach. Jedyne co zwykle nas ogranicza to budżet. Czasem muszę stanąć przed dylematem, jak pogodzić odpowiednią sumę ubezpieczenia z akceptowalną dla klienta składką. Mieszkam w małej miejscowości, gdzie wszyscy się dosyć dobrze znamy. Zatem nie mogę pozwolić sobie na utratę zaufania klientów. Muszę być pewny tego, co oferuję. Dla mnie najważniejsi są ludzie, bezpośrednie relacje. Dobry kontakt z menedżerem w zakładzie

ubezpieczeń to połowa sukcesu sprzedażowego. Tym menedżerom, których nigdy nie poznałem w realu, zwykle powtarzam: *Dzisiaj mam umowę z danym ubezpieczycielem, a jutro mogę jej już nie mieć. A z ludźmi zostaję na zawsze.* Jestem tu dla nich. Kiedy u klienta dojdzie do szkody, pytam, czy jest zadowolony z procesu likwidacji. Z moich doświadczeń wynika, że w pracy z ludźmi należy być blisko nich w ważnych lub trudnych chwilach i nie jest wskazana nachalność. Można wtedy osiągnąć odwrotny skutek do zamierzonego i stracić klienta. Tak samo można stracić agenta. Dlatego do każdego ubezpieczenia, nawet ubezpieczenia na życie, podchodzę z pewnym dystansem. Jeżeli przedstawiłem klientowi ofertę i ustaliliśmy wszystkie szczegóły, nie naciskam, żeby przyspieszać decyzję. Sam zwracam się o pomoc wtedy, kiedy jestem w nowej lub trudnej sytuacji. Doceniam wtedy tych menedżerów, którzy spieszą mi z pomocą. Tak właśnie buduje się najtrwalsze relacje. □

Multiagencja polecająca: NAU

- ubezpieczyciel główny: Warta, PZU
- ubezpieczenie premium: Warta, PZU
- tani, ale dobry ubezpieczyciel: Generali (d. Concordia)
- niszowy: Uniqa (ogródki, altanki)
- autocasco/pakiet: Warta, PZU
- mieszkaniowe: PZU
- MSP: PZU



## Ubezpieczenia także na gorsze czasy



**Barbara Ćwik**  
Kruszyn

Zacząłem się od tego, że chciałam robić coś związanego z kierunkiem studiów, które skończyłam. A ponieważ bardzo lubię pracę biurową i kontakt z ludźmi, wybór padł na ubezpieczenia. Postanowiłam zaryzykować. Wiedziałam jednak, że nie znam specyfiki branży ubezpieczeniowej. Zaczęłam szukać informacji w internecie, jak założyć działalność ubezpieczeniową i w ten sposób, natrafiłam na Asist. Pierwszy kontakt z multiagencją to była rozmowa telefoniczna. Pani, z którą rozmawiałam, wytłumaczyła mi, jak wygląda proces uzyskania wszystkich uprawnień. Od tego zaczęliśmy współpracę.

Początkowo prowadziłam działalność w domu, pozyskiwałam klientów wśród znajomych i rodziny. Z czasem zaczęły pojawiać się pierwsze rekomendacje. Mieszkałam w małej miejscowości wiejskiej, bardzo małej społeczności, a mimo to baza moich klientów sukcesywnie się powiększała. W końcu działalność rozwinęła na tyle, że zaczęłam potrzebować biura. Obecnie biuro znajduje się obok mojego domu, dzięki czemu jestem dyspozycyjna dla moich klientów.

Branża ubezpieczeniowa jest stabilna. I jakkolwiek dziwnie to brzmi, wszystkie negatywne wydarzenia na świecie paradoksalnie przyczyniają się do zwiększenia świadomości ludzi na temat zagrożeń. Mimo wysokiej inflacji i tego, że dzisiaj finansowo ludziom wiedzie się trochę gorzej, są bardziej świadomi i chcą zabezpieczyć siebie i swoją

rodzinę na wypadek, gdyby coś im się stało. Dawniej trzeba było wyjść do klienta z propozycją ubezpieczenia na życie, porozmawiać z nim, uświadomić potrzeby. Dzisiaj to klient przychodzi z pytaniem o ubezpieczenie na życie. Dla mnie wniosek jest jeden: Ubezpieczenia są także na gorsze czasy. A to, co się dzieje na świecie, ale także w bliskim otoczeniu ludzi, przyczynia się do tego, że chcą oni się ubezpieczać. Dla mnie ważny jest przede wszystkim zakres ubezpieczenia, żebym miała pewność, że produkt, który oferuję klientowi, rzeczywiście go zabezpieczy. Gdy dojdzie do szkody, zostanie ona dobrze zlikwidowana. Każdy ubezpieczyciel inaczej działa w danym momencie. Np. ostatnio wiodącym ubezpieczycielem wśród moich klientów w zakresie ubezpieczenia nieruchomości jest Compensa. Dzięki dodatkowym zniżkom oferowanym dla klientów, mogę zaproponować bardzo szeroki zakres, na tzw. all risku. Za jakiś czas inny ubezpieczyciel będzie na pierwszym miejscu, oczywiście taki, który będzie miał najlepszy zakres ubezpieczenia w stosunku do ceny. □

Multiagencja polecająca: Asist

- ubezpieczyciel podstawowy: teraz Compensa
- autocasco/pakiet: Generali, Compensa, Warta
- mieszkaniowe: Compensa, Warta, Generali, Allianz
- MSP: Ergo Hestia



DOM  
UBEZPIECZENIOWY  
SPECTRUM

## Agent potrafi doradzić



**Magdalena Długokęcka**  
Ostrołęka



Można powiedzieć, że zawód agenta wybrałam świadomie. Wcześniej pracowałam na etacie, w branży ubezpieczeniowej. W pewnym momencie doszłam do wniosku, że wolę pracować u siebie i dla siebie, ale chciałam nadal zajmować się ubezpieczeniami. Wiedziałam jednocześnie, że potrzebuję agencji, która będzie mnie w tej pracy wspierać, bo samej będzie mi bardzo trudno. Na Dom Ubezpieczeniowy Spectrum trafiłam w internecie. Znalazłam kontakt, zadzwoniłam, porozmawiałam. Bardzo spodobały mi się zaproponowane przez multiagencję warunki dotyczące współpracy. I dzisiaj mogę śmiało powiedzieć, że nie żałuję tej decyzji. Współpracę ze Spectrum rozpoczęłam w 2014 r. W tym roku mamy okrągły jubileusz. Jestem bardzo zadowolona. Panująca tu atmosfera jest bardzo rodzinna, dodatkowo multiagencja daje duże możliwości rozwoju.

Praca agenta daje mi ogromną satysfakcję, ponieważ bardzo lubię pracować z ludźmi. Każdy klient jest inny i każdy ma inne potrzeby. Rozmowa z klientem jest najważniejsza. Jego potrzeby. Muszę go dokładnie wysłuchać, wychwycić, co jest mu potrzebne i na tej podstawie zaproponować odpowiednią ochronę. To nie jest tak, że ja proponuję każdemu klientowi ten sam produkt, albo taki, który ja chcę sprzedać.

Produkt musi być dobrany indywidualnie do potrzeb każdego z nich. Drugim ważnym elementem w relacji z klientem jest dla mnie to, czy jest zadowolony z likwidacji szkody. Uważam, że współpraca zakładu ubezpieczeń z klientem jest bardzo ważna.

Praca agenta to również niezależność finansowa. Sama jestem własnym szefem i decyduję o swoich zarobkach. Sytuacja ogólnorynkowa czy gospodarcza nie stanowi zagrożenia, bo istnieje szeroka kategoria ubezpieczeń obowiązkowych, a do tego potrzeby ubezpieczeniowe Polaków rosną. Również porównywarki nie stanowią wyzwania dla rynku agencyjnego. Zauważam, że klient woli przyjść do agenta niż zawierać ubezpieczenie przez internet, bo agent potrafi doradzić. □

Multiagencja polecająca: Dom Ubezpieczeniowy Spectrum

- ubezpieczyciel główny: Warta
- tani, ale dobry: MTU
- autocasco/pakiet: Warta, PZU, Compensa
- mieszkaniowe: Warta, PZU, Compensa, Generali
- MSP: Warta, Compensa i PZU



**AGRO** Ubezpieczenia

MATERIAL MARKETINGOWY

# Zapraszamy do współpracy

z AGRO Ubezpieczeniami - Towarzystwem Ubezpieczeń Wzajemnych

**Ubezpieczamy kompleksowo!** W naszej ofercie znajdują się ubezpieczenia:



rolne



komunikacyjne



domów i mieszkań



podróżne



dla firm

## Dlaczego AGRO Ubezpieczenia?

- Jesteśmy godnym zaufania towarzystwem ubezpieczeniowym
- Mamy ponad 20-letnie doświadczenie na rynku ubezpieczeń
- Oferujemy atrakcyjne warunki współpracy
- Zapewniamy wsparcie merytoryczne i szkolenia dla agentów
- Posiadamy intuicyjny, prosty system sprzedaży

**AGRO Ubezpieczenia - Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych** to w 100% polska firma ubezpieczeniowa.

Naszym właścicielem jest Fundusz Składowy Ubezpieczenia Społecznego Rolników.

Specjalizujemy się w ubezpieczeniach skierowanych do rolników i oferujemy m.in. ubezpieczenia upraw rolnych i zwierząt gospodarskich z dopłatami do 65% składki z Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.



**Napisz do nas:**

wspolpraca@agroubezpieczenia.pl

AGRO Ubezpieczenia - Towarzystwo Ubezpieczeń Wzajemnych  
ul. Rodziny Hiszpańskich 8, 02-685 Warszawa  
[www.agroubezpieczenia.pl](http://www.agroubezpieczenia.pl)

## Niczego nie pozostawiam swojemu biegowi



**Agnieszka Dzięgielewska**  
Płońsk



Praca agenta wymaga ogromnego zaangażowania, systematyczności oraz determinacji w codziennych działaniach, ale jednocześnie daje ogromną satysfakcję. Skupiam się głównie na tzw. „klientach odnowieniowych”. W procesie odnowienia, w kolejnym roku przeprowadzam ponownie APK i proponuję produkty, które w mojej ocenie zapewnią klientowi najlepszą ochronę. Zwracam również uwagę na dodatkowe rozwiązania.

Wiadomo, że wszystko się bardzo dynamicznie zmienia, w tym świadomość klienta i jego potrzeby. Dużą wagę przywiązuję do budowania relacji z klientem. Niczego nie pozostawiam swojemu biegowi. Często dzwonię do klienta z informacją, że pojawiły się nowe rozwiązania na rynku. Przy okazji pytam o aktualne potrzeby. Dzięki takiemu sposobowi pracy, buduję dobre relacje z klientami, a w zamian otrzymuję rekomendacje. Mam też klientów z różnych części Polski, których pozyskałam właśnie z poleceń. Moje relacje z klientami są na tyle silne, że gdy przychodzi czas odnowień, czekają na mój telefon. Przeprowadzając APK, poznając potrzeby osoby, która chce kupić ubezpieczenie, zawsze przeliczam ofertę ubezpieczenia we wszystkich firmach. To klient podejmuje decyzję, które ubezpieczenie kupi. Nigdy nie kieruję się ceną, zawsze dobrem klienta. W doborze najlepszej oferty trzeba wziąć pod uwagę wiele czynników. Są to m.in.: szkodowość

klienta, wiek. Po latach praktyki, często wiem, w jakiej firmie lepszą ofertę otrzyma klient szkodowy, a w jakiej klient do 25 r.ż.

Od 1998 r. pracowałam w strukturach Poczty Polskiej. Po kilku latach zaproponowano mi pracę na stanowisku finansowym. W 2006 r. zrobiłam uprawnienia i zaczęłam sprzedawać produkty MTU, a rok później Pocztove TUW. Powoli zaczęłam wdrażać się w segment ubezpieczeń. Bardzo szybko trafiłam do elitarnego Klubu Lidera. Od 2022 r. zostałam zatrudniona w strukturach Poczty Polskiej Dystrybucji (d. PAUF). Mam wydzielone stanowisko w placówce pocztowej w Płońsku. Zyskałam duży wachlarz firm ubezpieczeniowych, jednak Agro Ubezpieczenia wciąż jest wiodącą firmą w moim portfolio. Ale oczywiście sprzedaję produkty wszystkich zakładów ubezpieczeń. Poszerzyłam swoją wiedzę podczas licznych szkoleń. Chcę dalej się rozwijać i być dobrym doradcą dla klienta. □

Multiagencja polecająca: Poczta Polska Dystrybucja

- ubezpieczyciel główny: Agro Ubezpieczenia
- ubezpieczyciel premium: Agro Ubezpieczenia
- assistance: Agro Ubezpieczenia, Warta HDI
- autocasco/pakiet: Agro Ubezpieczenia, Warta HDI
- mieszkaniowe: Agro Ubezpieczenia, Generali

## Zawód agenta jest fascynujący



**Dorota Dzundza-Dębska**  
Olsztyn

Z wykształcenia jestem biologką, jednak po 2 latach pracy w zawodzie, okazało się, że nie czuję powołania do bycia nauczycielką w szkole. W trakcie poszukiwania nowego zajęcia, znalazłam ogłoszenie o naborze osób do branży ubezpieczeniowej. Wówczas bardzo dużo mówiło się, że branża się zmienia i rozwija. W ramach rekrutacji trafiłam do Amplico Life. Poznawałam, czym są ubezpieczenia na życie i jak funkcjonują. Po jakimś czasie zgodnie z poleceniem koleżanki trafiłam do Generali, gdzie pracowałam do 2014 r. W Generali sprzedawałam ubezpieczenia majątkowe do czasu, kiedy Generali zlikwidowało oddział w Olsztynie i rezygnowało z agentów wyłącznych. W kilka osób zgłosiliśmy się do agencji Marka Niewiadomskiego. Od 9 lat prowadzimy swoje biura pod szyldem multiagencji Ultra Ubezpieczenia. Jak każda zmiana na początku nas przerażała, ale w sumie okazała się największym szczęściem zawodowym, jakie mogło nas spotkać.

Zawód agenta jest fascynujący. Gdy czasem słucham wypowiedzi aktorek, opowiadających o możliwości przeżycia wielu istnień, myślę, że jako agentka również żyję życiem wielu osób. Na przestrzeni wielu lat pracy obserwuję losy moich klientów, towarzyszę im podczas upadków, ale

i podczas wzlotów. Cieszę się, gdy kupują nowe mieszkania, obserwuję narodziny dzieci. Ale przeżywam wspólnie z nimi także przykre zdarzenia, kiedy umierają najbliżsi, gdy dotyczą ich choroby czy utrata majątku. Z jednej strony kogoś spotyka nieszczęście, jednak z drugiej strony właśnie wtedy najbardziej widać sens mojej pracy. Jako agentka, która nie jest osobiście dotknięta zdarzeniem, mogę pomóc klientowi skorzystać z ubezpieczenia, które właśnie po to jest.

Podczas sprzedaży ubezpieczeń kieruję się przede wszystkim zakresem oraz tym, żeby cena była adekwatna do warunków. Na pewno mam też firmy, do których mam większe zaufanie, czasem wynikające z dobrych relacji z menedżerem w danym zakładzie ubezpieczeń, częściej jednak z mojej wiedzy na temat likwidacji szkód. Oczywiście największy sentyment mam do Generali. Najlepiej znam również ich produkty z racji tego, że pracowałam tam wiele lat. □

Multiagencja polecająca: Ultra Ubezpieczenia

- ubezpieczyciel główny: Generali
- tani, ale dobry: Ergo Hestia, Compensa



## Osoba od ubezpieczeń



**Daniel Fronczyk**  
Kielce

Po ukończeniu studiów ponad 15 lat temu, szukając pracy, moją uwagę zwrócił rynek ubezpieczeniowo-finansowy. Wtedy to zdecydowałem się rozpocząć współpracę z ING Usługi Finansowe. Pracę wykonywałem w systemie nienormowanym, a wynagrodzenie zależne było od wyników. Z czasem zaczęło mi jednak przeszkadzać, że klienci oczekiwali innych produktów, których nie miałem w ofercie. Potrzebowałem nowych rozwiązań, głównie w zakresie ubezpieczeń na życie. Odczuwałem brak elastycznych rozwiązań, m.in.: pełnych uszczerbków na zdrowiu, świadczeń szpitalnych czy ubezpieczeń w większym zakresie. Klienci składali również zapytania o ubezpieczenia majątkowe, których także nie mogłem im wtedy zaoferować. Ponieważ chciałem się rozwijać, umówiłem się na spotkanie z ówczesnym przedstawicielstwem agencji ubezpieczeniowej na naszym rynku. Po konstruktywnych rozmowach przeszliśmy do działania.

Dzięki dotychczasowemu zaangażowaniu w pracę zdobyłem szereg kontaktów do potencjalnych klientów. Dzisiaj pozyskuję ich przede wszystkim na zasadzie poleceń. Dla mnie ważne jest, aby móc zaoferować im kompleksową ochronę. Przedstawiając rozwiązania różnych firm, na początku sami się uczymy, a z czasem jeszcze bardziej do nich przekonujemy. Oferuję produkty ubezpieczeniowe dostępne w moim portfelu, a potem czas weryfikuje, które z nich się sprawdziły. Nie da się opisać satysfakcji płynącej z dobrze wykonanej pracy oraz

z poczucia, że zrobiłem to w najlepiej pojętym dla klienta interesie.

Można się poczuć profesjonalnym w branży dzięki wielu czynnikom. Dla mnie bardzo znaczące są chwile, w których to mój klient poleca moją osobę w swoim otoczeniu. Wiem wtedy, że nie tylko świadczę usługi na dobrym poziomie, ale również przekonałem go do siebie. W tej branży, jak i w pracy doradcy, relacje są ważne. Tworzymy je już na początku, ale rozwijamy przez lata. To jest zupełnie inna satysfakcja, świadcząca o większym zaufaniu klienta. Myślę, że trzeba tego doświadczyć, żeby wiedzieć.

Dzisiaj młodym agentom mówię, że to jest dobra praca dla kogoś, kto ceni niezależność. Mam duży wpływ na organizację czasu i zakresu własnej pracy. Miło jest czuć, że w oczach moich klientów jestem „osobą od ubezpieczeń”, której powierzają swoje sprawy w tym zakresie. □

Multiagencja polecająca: Alwis & Secura

- ubezpieczyciel główny: Compensa, Warta, Ergo Hestia (majątek), Warta (majątek, na życie) Signal Iduna (na życie)
- ubezpieczyciel premium: Compensa (majątek)
- tani, ale dobry: Prevoir
- niszowy: Leadenhall (na życie)
- autocasco/pakiet: Compensa, Warta, Ergo Hestia, PZU
- mieszkaniowe: Compensa, Warta, Ergo Hestia
- MSP: Compensa, Warta



## Empatia, pewność siebie i uśmiech



**Joanna Fudecka**  
Warka



Temat ubezpieczeń fascynował mnie od młodych lat, dlatego zdecydowałam się na studia na kierunku ubezpieczeniowym. Uważam, że zawód agenta jest przyszłościowy, ale praca wymaga dużo cierpliwości i pokory. Agent powinien się też odznaczać pewnymi cechami osobowości, bez których trudno mu będzie rozmawiać z klientem. Na pewno jest to praca dla osób otwartych, które lubią bezpośredni kontakt z ludźmi, nie boją się rozmawiać na różne tematy. Czasem nawet bardzo osobiste. Nie odnajdzie się w tym zawodzie osoba nieśmiała. Cechy, które zdecydowanie pomagają w pracy to empatia, pewność siebie i uśmiech.

W 2012 r. dzięki znajomym trafiłam do multiagencji Alwis & Secura. Bardzo cenię tę współpracę, ponieważ uważam, że multiagencja bardzo dba o swoich agentów. Wśród pracowników i osób współpracujących panuje życzliwa, rodzinna wręcz atmosfera. Często odbywamy także szkolenia. Dzięki stałemu poszerzaniu wiedzy możemy zapewnić wysoki standard obsługi naszym klientom, zarówno w przypadku produktów majątkowych, jak i życiowych.

Podczas wyboru oferty dla klienta trzeba zwracać uwagę na jego indywidualne potrzeby. Dobór ubezpieczyciela zależy od tego, co w danym momencie klient chce zabezpieczyć. Jeżeli posiada duży majątek, bardzo ważny jest dobry zakres polisy. Klient, który chce być obsługiwany kompleksowo, zwraca mniejszą uwagę na cenę. Z kolei dla mnie liczy się również kontakt i relacja z menedżerem z konkretnego zakładu ubezpieczeń. Jest to o tyle istotne, że chcę mieć pewność, że klient nie zostanie pozostawiony bez pomocy, gdy będzie mu potrzebna. Większe przypisy sprzedaję dla tych ubezpieczycieli, z których menedżerami mam bardzo dobry kontakt. Zatem relacja z menedżerami z poszczególnych zakładów w jakimś stopniu wpływa na sprzedaż ich produktów. □

Multiagencja polecająca: Alwis & Secura

- ubezpieczyciel podstawowy: Warta
- ubezpieczyciel premium: Warta, PZU
- autocasco/pakiet: Compensa, Warta, Generali, PZU
- mieszkaniowe: PZU, Compensa, Warta, Wiener
- MSP: Wiener, Warta

[domubezpieczeniowy.com](http://domubezpieczeniowy.com)

## Niezależność, czas i zespół



**Konrad Grzeszczuk**  
Lubin



Tak jak większość osób, do branży ubezpieczeniowej trafiłem przypadkiem. W 1999 r. podczas studiów rozpocząłem pracę na rzecz PTE PBK Orzeł, był to tak zwany II filar reformy emerytalnej. Przez 11 lat aktywnej sprzedaży współpracowałem z wieloma podmiotami z tego rynku. Rozpocząłem także sprzedaż ubezpieczeń majątkowych i życiowych. Ten okres był dla mnie czasem wyjątkowej edukacji, poznałem wtedy wielu wspaniałych ludzi. Wyjazdy integracyjne, setki przegadanych godzin i duża dawka optymizmu pozwoliły mi budować dobre zespoły sprzedażowe.

Po zamknięciu akwizycji OFE rozpocząłem sondowanie rynku, a w 2014 r. postawiliśmy na rozwój multiagencji obsługującej ubezpieczenia na życie, majątkowe oraz osobowe. Wprowadziliśmy narzędzia ułatwiające obsługę klienta i postawiliśmy na rozwój organiczny. W swojej historii współpracowaliśmy z kilkoma multiagencjami, takimi jak DCU, Conditor czy LGK, jednak zawsze w pierwszej kolejności pukaliśmy do drzwi samych ubezpieczycieli. Dziś, przy dobrej pozycji wyjściowej, umów bezpośrednich mamy 95%.

W zawodzie agenta młodzi ludzie będą zawsze. Jeśli ktoś chce zacząć przygodę z ubezpieczeniami i nie boi się wyzwań, szybko zobaczy, że ta praca daje dużą niezależność i satysfakcję, a następnie godziwe zarobki. Determinacja

i wytrwałość to klucz do sukcesu w branży ubezpieczeniowej. Drugim czynnikiem, który może przekonać młodych ludzi do tego zawodu, są spotkania i wyjazdy szkoleniowe. Uważam, że perspektywa niezależności, wolnego czasu (który jest dzisiaj bardzo ważny), a także możliwość spotkania się z innymi agentami z całej Polski – to wszystko zachęca do pracy w tym zawodzie.

Obecnie mamy nowe wyzwania, takie jak wejście na rynek zakupowy osób korzystających z urządzeń mobilnych, niekoniecznie odwiedzających biura ubezpieczeń. Pojawienie się modeli językowych opartych na sztucznej inteligencji (ChatGPT) oraz różne pomysły regulatorów, które niekoniecznie idą w parze z rzeczywistością.

Osobiście zawsze staram się widzieć w otaczającym nas świecie nowe możliwości, a nie zagrożenia. Dlatego przed nami rok intensywnej pracy, w którym mocniej wchodzimy w bycie online, budujemy nową stronę internetową, a przede wszystkim wzmocnimy sprzedaż w biurach stacjonarnych. □

- tani, ale dobry: TUZ
- autocasco/pakiet: Warta, PZU, Ergo Hestia, Compensa; TUZ
- mieszkaniowe: Compensa, TUZ, PZU, Ergo Hestia, Warta, Uniqa
- na życie: Compensa, Signal Iduna, Generali, Ergo Hestia, PZU
- MSP: Compensa, Warta, Ergo Hestia, PZU, Wiener, Uniqa, Generali





## Dbam o opinię



**Beata Gut**  
Końskie



Branża ubezpieczeniowa to branża dla ludzi ambitnych, którzy chcą się stale rozwijać. Jeżeli jednak ktoś liczy na to, że z dnia na dzień będzie zarabiał duże pieniądze – jest w błędzie. Gdy otrzymałam swoje pierwsze wynagrodzenie, koszty przewyższyły zyski. Wtedy zrozumiałam, że muszę iść do przodu. Wykorzystać swoją wiedzę z zakresu marketingu, promocji, zdobytą podczas studiów. Wiedziałam, że nie mogę się poddać. Zaczęłam aktywnie prowadzić profile na Facebooku oraz Instagramie. Odbywałam też wiele szkoleń.

Osoby chcące pracować w ubezpieczeniach, powinny zacząć od szkoleń, żeby wiedzieć, jak się kontaktować z klientami, jak działają media społecznościowe i w jaki sposób je wykorzystać. Bo cóż z tego, że znamy na pamięć ogólne warunki, jeśli nie jesteśmy w stanie przedstawić ich klientowi w taki sposób, żeby je zrozumiał. Przede wszystkim trzeba mówić językiem korzyści, a nie skupiać się wyłącznie na tym, żeby klient kupił ubezpieczenie.

Wspólnie z setką agentów z całej Polski, podjęliśmy pewną inicjatywę. W ubiegłym roku wydaliśmy książkę „Jak sprzedawać ubezpieczenia. 100 historii agentów ubezpieczeniowych”. Na łamach publikacji wymieniamy się doświadczeniem. Każdy ze stu agentów ma swój rozdział, w którym opisuje, dlaczego został agentem. Każdy opisał swoją historię. Tę książkę poleciłabym młodym ludziom,

którzy chcą rozpocząć pracę w zawodzie agenta, ponieważ zawiera praktyczne informacje, m.in. jak się promować, żeby odnieść sukces.

Ja np. codziennie zamieszczam materiał w mediach społecznościowych. Rolkę czy film, w którym informuję klientów o wartości, jaką daje konkretne ubezpieczenie. Dzięki temu wielu klientów wie, o czym musi pamiętać, chcąc kupić autocasco, a o czym, gdy chce kupić ubezpieczenie domu. Kolejną wskazówką dla młodych agentów jest to, by dbali o pozyskanie opinii. Proszę klientów o informację, jaką wartość dla nich wniosła wizyta u mnie. Dzisiaj mam ponad 200 takich opinii, które zostały zauważone przez Top100 (twórcę rankingu Top100 of Poland) – firmę monitorującą liczbę rekomendacji w sieci. Tym samym znalazłam się wśród 100 najlepszych agentów w Polsce ze względu na liczbę opinii. □

Multiagencja polecająca: RGB

- ubezpieczyciel główny: Warta
- ubezpieczyciel premium: Warta, Compensa, PZU
- autocasco/pakiet: Warta
- mieszkaniowe: Warta
- MSP: Warta

## Zaczęłam niepozornie od stażu



**Patrycja Kijewska**  
Gdańsk, Trójmiasto

Studiowałam ekonomię i szukałam zajęcia, które będzie związane z moim zawodem. W tym czasie Phinance organizowało nabór na staże. Zaczęłam więc niepozornie – od stażu, natomiast bardzo szybko poczułam, że jest to miejsce, w którym chcę zostać na dłużej. Dzisiaj od tego czasu minęło już 5 lat i wciąż mam dużą satysfakcję z wykonywanej pracy. Phinance jest takim miejscem, w którym człowiek się nie zatrzymuje. Firma oferuje bardzo wiele ścieżek rozwoju. Z jednej strony są to ścieżki menedżerskie, z drugiej sprzedażowe, lub w zakresie produktów, które mamy w ofercie. Są to ubezpieczenia majątkowe, programy inwestycyjne, ubezpieczenia na życie oraz kredyty.

Przy doborze produktów dla klienta zdecydowanie na pierwszym miejscu stawiam na jakość i zakres. Ponieważ wtedy jestem w stanie realnie pomóc klientom. Równie ważny jest także kontakt z zakładem ubezpieczeń, czyli współpraca z koordynatorami. Jeżeli klient potrzebuje niestandardowych warunków, zmian w zakresie ubezpieczenia, lub dodatkowych klauzul, zawsze staram się pomóc i negocjować odpowiednie warunki. Poza menedżerami są infolinie, gdzie można otrzymać wsparcie w zakresie produktowym.

Najczęściej sprzedaję ubezpieczenia na życie. To moja ulubiona część pracy. Natomiast jestem doradcą pracującym na wielu poziomach – zajmuję się również ubezpieczeniami majątkowymi oraz ubezpieczeniami inwestycyjnymi.

W pracy bardzo mocno stawiam na to, żeby budować relacje z klientem oparte na zaufaniu oraz empatii, aby klient mógł

zwrócić się do mnie z każdą nawet nietatwą sprawą i nie bał się mówić wprost o swoich obawach, bo wtedy jako doradca, będę mogła znaleźć odpowiednie rozwiązania. We współpracy z klientami stawiam również na edukację, uświadamianie zagrożeń, abyśmy mogli stworzyć odpowiednie i indywidualnie dopasowane rozwiązania.

Jeden temat bardzo zapadł mi w pamięć. Najpierw pozyskałam klienta na ubezpieczenie majątkowe, a później pracując z nim, konsekwentnie poruszałam potrzeby ubezpieczenia na życie. Przez 2 lata nasza współpraca opierała się głównie na ubezpieczeniach majątkowych, aż w końcu klient zdecydował się również na ubezpieczenie na życie i zaledwie po kilku miesiącach od tego momentu uległ wypadkowi, który sprawił, że do tej pory klient jest niezdolny do pracy. Dzięki ubezpieczeniu jego rodzina ma pieniądze na leczenie. Cieszę się, że klient zdążył się w porę ubezpieczyć. Dziś jest mi bardzo wdzięczny, a ja mam satysfakcję, że dzięki mojemu uporowi i konsekwencji – otrzymał pomoc. □

Multiagencja polecająca: Phinance

- autocasco/pakiet: Ergo Hestia, Warta
- mieszkaniowe: Ergo Hestia, Warta
- MSP: Ergo Hestia, Warta, PZU
- ubezpieczenia na życie: Ergo Hestia, Prudential, Nationale-Nederlanden



## Trzeba mieć szczęście do ludzi



**Anita Kolas**  
Kostrzyn Wielkopolski



Do branży ubezpieczeniowej trafiłam przez przypadek. Po dziewięciu latach pracy na poczcie potrzebowałam zmiany. Ogłoszono wtedy nabór na stanowisko bankowo ubezpieczeniowe – za namową mojej ówczesnej pani kierownik, postanowiłam spróbować. Do dziś jej za to dziękuję. W 2007 r. uzyskałam uprawnienia. Przez trzy kolejne lata pracowałam w innej placówce pocztowej, sukcesywnie zwiększając liczbę klientów. Dwa lata później wygrałam konkurs organizowany przez MTU. Pamiętam, że ubezpieczenia sprzedawałam całymi dniami – aż do wieczora, po godzinach. Nagrodą za pierwsze dwa miejsca była wycieczka do Egiptu, ja zajęłam trzecie. Szczęście mnie jednak nie opuszczało – jeden ze zwycięzców zrezygnował, co umożliwiło mi wyjazd. Do wycieczki zostało mało czasu, a ja nie posiadałam nawet paszportu. Tym razem inna pani kierownik popchnęła mnie w dobrym kierunku – przekonała mnie, że dam radę uzyskać dokument w ciągu dwóch tygodni i faktycznie się udało. W Egipcie poznałam Leszka Gutkowskiego, przyszłego prezesa Diamond Finance, z którym później nawiązałam współpracę.

W 2010 r. zdecydowałam się odejść z poczty, otworzyć własną działalność i podjąć współpracę z Diamond Finance. Początki okazały się łatwiejsze, niż myślałam. Miałam już bazę swoich klientów, a w zdobywaniu nowych pomagał mi mąż – roznosząc ulotki i polecając moje biuro swoim

znajomym. Przez trzy lata pracowałam w swoim mieszkaniu. W 2013 r. za namową męża wynajęłam lokal, w którym działałam do dziś. W 2016 r. dołączyła do mnie córka, a w 2022 kuzynka. Tworzymy zgrany zespół, bardzo dobrze nam się razem pracuje. Pozytywną atmosferę może poczuć każdy, kto nas odwiedza. Lubimy rozmawiać z klientami. Zgodnie uważamy, że to właśnie dobrze poprowadzona rozmowa jest kluczem do doboru najbardziej dopasowanego produktu dla danej osoby. Każdy klient jest inny, ma różnorodne wymagania i do każdego trzeba podchodzić indywidualnie. Wybór odpowiednich polis zdecydowanie ułatwiają nam również narzędzia udostępniane przez Diamond Finance. Na przykład dzięki porównywarkę DFS24 możemy szybko przedstawić oferty komunikacyjne i oferty ubezpieczeń na życie dla klientów indywidualnych.

Każdy krok, każda decyzja, ludzie spotkani po drodze, doprowadziły mnie dokładnie tu, gdzie dziś jestem i każdego dnia niezmiennie cieszę się moją pracą. □

Multiagencja polecająca: Diamond Finance

- ubezpieczyciel tani podstawowy: według porównywarki DFS24
- ubezpieczyciel premium: Ergo Hestia, PZU, Generali, Warta
- tani, ale dobry: Wiener
- mieszkania: Generali, Warta, Wiener

## Wiem, że mam następcę



**Ryszard Kuczyński**  
Kostrzyn



Pomysł na ubezpieczenia to początek 2015 r. Po rozmowie ze szwagrem, który zajmował się ubezpieczeniami, pomyślałem, że też mógłbym spróbować. Odbylem potrzebne szkolenia, uzyskałem dostęp i tak się zaczęło. Byłem nowy i praca też była zupełnie inna od tego, co dotąd robiłem. Pracowałem kilkanaście lat, na prywatnej stacji paliw. Niewiele ma to wspólnego z ubezpieczeniami, więc na początku trudno mi było wejść w rytm pracy, zmienić sposób myślenia. Nie miałem również żadnej bazy klientów, ale znałem mnóstwo osób, które codziennie obsługiwałem. Klienci stacji to był przekrój społeczeństwa. Postanowiłem to wykorzystać. Z czasem zauważyłem, że jest oddźwięk mojej pracy. Jednak przez pierwsze 3 lata była to tytaniczna praca.

Do dzisiaj pamiętam swoją pierwszą polisę, zawartą w lipcu 2015 r. w Link4. Pamiętam, że bardzo długo sprawdziłem, czy okres ochrony i dane pojazdu są prawidłowo wpisane. Później wiele rzeczy robi się odruchowo, ale tę pierwszą pamiętam dokładnie. Od początku współpracuję z multiagencją Asist. Sprawdziła się formuła współpracy zaproponowana przez Asist. Doceniam wsparcie merytoryczne i mentalne dedykowanego na stałe opiekuna.

Zawód agenta to praca nad budowaniem własnej marki, wykształceniem umiejętności przekonywania do siebie ludzi. Po 3 latach otworzyłem stacjonarne biuro

ubezpieczeniowe. W międzyczasie dołączył do mnie syn, który po ukończeniu średniej szkoły szukał zatrudnienia. To dla mnie ogromna satysfakcja, że syn poszedł w moje ślady. Przekazałem mu swój sposób myślenia i dziś pracujemy razem. Prowadzimy dwa biura. Gdy rozmawiamy o ubezpieczeniach, syn ma inne spojrzenie niż ja, co wynika z różnicy pokoleń. Ale uważam, że w dobie szybko zmieniających się realiów branży ubezpieczeniowej, zmieniających się potrzeb warto posłuchać młodego pokolenia. Dziś wiem, że mam następcę.

Sprzedając np. OC komunikacyjne, zwracam uwagę na składkę, bo najczęściej klient sugeruje się ceną. Natomiast w przypadku ubezpieczeń dobrowolnych, najważniejszy jest zakres ubezpieczenia oraz likwidacja szkody. Nie bez znaczenia jest dobra relacja z menedżerem sprzedaży, ma ona ogromne znaczenie we wsparciu sprzedaży. □

Multiagencja polecająca: Asist

- ubezpieczyciel podstawowy: Uniqa, Warta, Ergo Hestia, PZU, Link4
- ubezpieczyciel premium: Allianz, Generali
- tani, ale dobry: Link4, Uniqa
- autocasco/pakiet: Uniqa
- mieszkaniowe: Warta, Link4

# Postaw na Allianz

## Uwielbiam współpracę z agentami

Od marca dołączyłem do zespołu Allianz. W zarządzie odpowiadam za majątkowe kanały dystrybucji, w których agencyjna sieć wyłączna i multiagenci odgrywają kluczową rolę. Cieszę się, że będę mógł wykorzystać moje doświadczenie w rozwoju rynkowej pozycji Allianz w Polsce.

Zdecydowałem się postawić na Allianz, bo mocno wierzę w ogromny potencjał tej silnej, rozpoznawanej w całym świecie marki i atuty stabilnej organizacji skupionej na doskonałej obsłudze klienta i pośredników.

Czołowa firma ubezpieczeniowa z szeroką ofertą produktową winna dynamicznie poprawiać swoją obecność w każdym kanale dystrybucji. Strategia dalszego rozwoju w kanale multiagencyjnym na pewno będzie kontynuowana. Osobiście mocno doceniam i szanuję mocną i wciąż rosnącą pozycję tego kanału w sprzedaży ubezpieczeń zarówno majątkowych, jak i na życie.



ADAM MOCZYDŁOWSKI  
członek zarządu TUIR Allianz Polska S.A.

Uwielbiam współpracować z agentami. Podziwiam ich jako przedsiębiorców osiągających sukcesy w niezwykle wymagającym i konkurencyjnym otoczeniu rynkowym. Zawsze bardzo wysoko stawiają poziom oczekiwań dotyczących współpracy z zakładem ubezpieczeń. Konsekwentna realizacja wspólnie wypracowanych z partnerami zmian jest kluczem do osiągnięcia sukcesu i dodatkowo daje wiele satysfakcji.

Kontynuacja i rozwój programu „Postaw na Allianz” pozwoli nam być blisko partnerów, rozumieć ich potrzeby i decydować o najważniejszych zmianach i usprawnieniach ułatwiających współpracę i dynamizujących wzrost biznesu. Wspólnie z całym zespołem stawiamy sobie umacnianie pozycji Allianz

w kanale multiagencyjnym za cel priorytetowy. Wierzę, że nasze działania zostaną docenione przez naszych partnerów, których już dziś zachęcam, by postawić na Allianz.



**Postaw na Allianz – to program działań realizowany przez Allianz Polska od jesieni 2023 roku, którego celem jest intensyfikacja współpracy z multiagencjami.**

Wspólnie z multiagencjami, Allianz przygotował dostosowane do ich potrzeb działania, które zapoznają agentów z mocnymi punktami oferty firmy, i zachęcają do szerszego uwzględniania ubezpieczeń Allianz w ofertach przedstawianych klientom.

Od kilku miesięcy trwają spotkania w cyklu Allianz Days, konferencje, wizyty w placówkach, konkursy i quizy. Uczestniczymy też w regionalnych i lokalnych spotkaniach organizowanych przez multiagencje.

Przedstawiamy konkretne atuty naszych ubezpieczeń, które są ważne w codziennej pracy multiagentów z klientami. Słuchamy też sugestii naszych partnerów i wdrażamy zmiany ułatwiające ich



pracę, a w ślad za tym zwiększając obecność ubezpieczeń Allianz w tym ważnym kanale sprzedaży.

Najważniejsze inicjatywy ostatnich miesięcy:

- Dni Allianz w ASF Premium i ASIST – duże wydarzenia angażujące kilkadziesiąt placówek multiagencji.
- Śniadanie z Superpolisą – mieliśmy okazję spotkać się z 600 agentami w trakcie jubileuszowych eventów w Katowicach, Gdańsku, Łodzi, Krakowie, Wrocławiu oraz w Warszawie.
- Spotkania regionalne z menedżerami i agentami Unilink.
- Uczestniczymy w cyklu spotkań CUK i Partnerzy, który potrwa do czerwca 2024 roku.
- Systematycznie bierzemy udział w spotkaniach Dyrekcji Krajowych OVB Polska.
- Jednocześnie odwiedzamy placówki wielu lokalnych multiagencji w całej Polsce.



## Produkt – czyli wartość dla klienta



**Magdalena Kurzawa**  
Brzeszcze



Gdy byłam zatrudniona jako pracownik fizyczny, pojawiła się możliwość odbycia stażu organizowanego przez urząd pracy w jednej z firm ubezpieczeniowych. Bardzo chciałam zmienić pracę na biurową. Skorzystałam więc z tej możliwości i zdobyłam tym samym swoje pierwsze doświadczenie w branży ubezpieczeniowej. Po stażu zdecydowałam się otworzyć własną działalność gospodarczą. Jednak, aby to zrobić, musiałam znaleźć rozwiązanie, które mi to umożliwi, ponieważ nie miałam środków własnych. Ergo Hestia realizowała wtedy program wspierający młodych agentów, w ramach którego ubezpieczyciel dopłacał za każdy miesiąc pracy. Tak rozpoczęłam pracę na wyłączność jako agent Ergo Hestii. Sukcesywnie budowałam portfel z klientów. Jednak po jakimś czasie okazało się, że praca na wyłączność mnie ogranicza, ponieważ nie mam szerokiej oferty dla klientów i tym samym nie jestem w stanie utrzymać portfela. Wtedy postanowiłam poszukać multiagencji, z którą nawiążę współpracę. Zależało mi, aby współpracować z lokalną agencją, która będzie najbliżej mojej miejscowości. I w ten sposób nawiązałam współpracę z VIVZ, dzisiaj RCU. To było strzał w dziesiątkę! Udało mi się wybrać najlepszą agencję. Miałam szeroką ofertę dla klienta i produkty wszystkich zakładów ubezpieczeń w portfelu.

Dodatkowo dostęp do narzędzi pozwalających na szybkie wyczenie ofert. RCU oferuje bardzo szerokie wsparcie dla agenta również w zakresie marketingu w mediach społecznościowych. Doceniam również dialog z agentem oraz możliwości rozwoju.

Najbardziej lubię sprzedawać polisy na życie, ale sprzedaję wszystkie ryzyka. Jeżeli doradzam ubezpieczenie domu, to w najszerszym możliwym zakresie, jeżeli komunikacyjne to również dostosowuję jego zakres do potrzeb klienta. Zawsze omawiamy szczegółowo każdy produkt. Ubezpieczenia na życie sprzedaję głównie w Compensie i Ergo Hestii. Zawsze na pierwszym miejscu jest produkt, czyli wartość dla klienta. Do ważnych czynników decydujących o współpracy z danym ubezpieczycielem zaliczyłabym również kontakt z menedżerem i jakość obsługi klienta przez dany zakład ubezpieczeń w przypadku wystąpienia szkody. □

Multiagencja polecająca: RCU

- ubezpieczyciel podstawowy: Warta, Ergo Hestia, PZU
- ubezpieczyciel premium: Ergo Hestia
- tani, ale dobry: Warta
- ubezpieczyciel niszowy: Lloyd's

## Jestem fanem zakresu



**Marek Kurzeja**  
Mikołów

Doświadczenie w branży ubezpieczeniowej zacząłem zdobywać stosunkowo niedawno, bo od 10 lat. Wcześniej pracowałem w korporacji farmaceutycznej. Przyszedł czas, że postanowiłem znaleźć pracę, w której nie będę od nikogo zależny. Jeśli zdobędę klientów, otrzymam wynagrodzenie, ale nie wiążą mnie żadne układy korporacyjne. Zdecydowałem, że spróbuję najpierw w segmencie życiowym, jako agent wyłączny w Unum (d. Pramerica). Po jakimś czasie stwierdziłem, że ze względu na szerszą i kompleksową ofertę dla klientów najlepszym rozwiązaniem będzie współpraca z multiagencją. Wybrałem Superpolisę, z którą współpracuję do dziś i z każdym miesiącem jest coraz lepiej. Wiem, że dobrze wybrałem. Osoby, z którymi współpracuję na co dzień, czyli moja pani dyrektor Agnieszka czy osoby w centrali są po prostu nieocenione (zarówno jeżeli chodzi o wiedzę z zakresu naszej branży, jak i w codziennych kontaktach). Decydując się na ten zawód, trzeba pamiętać, że sprzedaż polis to nie jest łatwa praca. Trzeba być wytrwałym i ciągle się uczyć. Ważnym elementem w budowaniu portfela jest również jego dywersyfikacja. Wiadomo, że jak niemal każdy agent, ubezpieczam samochody, ale mam również inne, niektóre dość specyficzne, ubezpieczenia w swoim portfelu. Jednym z ciekawszych przedmiotów, jaki udało mi się ubezpieczyć, jest bunkier

z czasów II wojny światowej. Takie niestandardowe ubezpieczenia oferuje PZU. Jestem również fanem wszelkich ubezpieczeń turystycznych, wyjazdowych.

Moim przesłaniem dla osób chcących się zająć pracą w branży ubezpieczeniowej jest: *jeśli nie masz tysiąca kontaktów w książce telefonicznej, nie myśl o ubezpieczeniach*. Wiadomo, że budowanie bazy zaczyna się od rodziny i znajomych. Statystyka pokazuje, że większość albo już ma swojego agenta, albo po prostu nie chce się ubezpieczyć. Trzeba założyć, że w 10% uda nam się sfinalizować transakcję. Jeśli mamy 100 kontaktów, łatwo policzyć, na ile polis realnie nam się one przełożą.

Jestem fanem zakresu przede wszystkim. Jest on w mojej ocenie najważniejszy. W przypadku OC komunikacyjnego liczy się również cena oraz marka ubezpieczyciela. 90% moich klientów wychodzi z assistance samochodowym. Uważam, że jest ono ważniejsze niż NNW. Wypadków nikt nie powoduje świadomie, a samochody się psują. □

Multiagencja polecająca: Superpolisa

- ubezpieczyciel główny: PZU, Ergo Hestia, Warta, Wiener
- premium: Generali, Allianz
- tani, ale dobry: Warta, Ergo Hestia, Wiener

## Trzeba być uczciwym wobec klienta



**Małgorzata  
Latańska-Gwiaździńska**  
Kalisz

Pracowałam w spółce Poczta Polska w latach 2003–2007, kiedy powstawały tzw. lady bankowe. Po kolejnych 3 latach powstało Biuro Usług Finansowych oraz Pocztove Strefy Finansowe, czyli stanowiska wydzielone do sprzedaży produktów finansowych. Wtedy kierownictwo uznało, że mogłabym się rozwijać w obszarze oferowanych usług. Początkowo podchodziłam do tej zmiany sceptycznie, ale szybko zauważyłam nowe możliwości i ostatecznie zdecydowałam się podjąć wyzwanie. Okazało się, że sprzedaż była dla mnie czymś naturalnym. Oczywiście praca z ludźmi jest bardzo wymagająca, ale pozytywne chwile rekompensują mi ten trud. Od 2022 r. pracuję w strukturach Poczta Polska Dystrybucja. Mam szczęście, że robię to, co lubię.

Każdego człowieka w życiu spotykają różne sytuacje, a dobry doradca powinien je umiejętnie wykorzystywać i pokazywać ludziom szansę zabezpieczenia własnych interesów, zdrowia i życia – swojego i bliskich, w taki sposób, by otrzymać realną pomoc, gdy zaidzie taka potrzeba. Jednym z momentów, które spowodowały wzrost świadomości ludzi na temat zagrożeń, była pandemia. Dzisiaj mam satysfakcję, bo wykorzystywałam ten czas, żeby uświadomić klientom co może się wydarzyć i jak ważne jest ubezpieczenie w momencie zdarzeń, na które nie mamy wpływu. Nigdy nie sprzedaję produktu ceną. Żadna osoba, która przychodzi do mnie, nie wychodzi po kilku minutach.

Uważam, że przede wszystkim trzeba być uczciwym wobec klienta, dlatego zawsze skrupulatnie badam potrzeby klienta i staram się dopasować produkt, po który przyszedł. Przedstawiam zakres danej polisy, ale to klient wybiera. Jeżeli uważa, że coś wychodzi za drogo, wówczas pytam, czy stać go na to, żeby z czegoś zrezygnować. Uczciwa rozmowa buduje zaufanie klienta do agenta, a ja wiem, że on jest naprawdę zaopiekowany. Np. klient ubezpiecza samochód i nie chce zdecydować się na zakup assistance czy NW, ponieważ: *tylko zawozi i odbiera dzieci do szkoły*. Kiedy uświadomię mu, że zawsze może dojść do wypadku w czasie podróży do szkoły czy ze szkoły, trudno mu zrezygnować z dodatkowych produktów, ponieważ nie chce narażać dzieci. W sprzedaży ubezpieczeń kieruję się przede wszystkim dobrem klienta. Ważny jest dobry produkt czy opieka menedżera, ale zawsze wybiorę tego ubezpieczyciela, który oferuje lepsze rozwiązanie dla klienta. □

Multiagencja polecająca: Poczta Polska Dystrybucja

- ubezpieczyciel główny/podstawowy: Agro Ubezpieczenia
- ubezpieczyciel premium: Ergo Hestia, Warta
- tani, ale dobry: MTU, Agro Ubezpieczenia
- autocasco/pakiet: Warta, PZU, Ergo Hestia
- mieszkania: Agro Ubezpieczenia, Generali
- MSP: Warta, Ergo Hestia



## Kompleksowa oferta dla klientów



**Marlena Lewkowicz**  
Białystok

Od lat pracuję w branży bankowej, zajmuję się obsługą kredytów. W związku z tym, że klienci zgłaszali potrzebę zakupu ubezpieczeń podczas procesu udzielania kredytów mieszkaniowych, zdecydowałam się rozszerzyć ofertę biura o ubezpieczenia, żeby móc obsługiwać klientów w oczekiwany przez nich zakresie. Jednocześnie firma stała się rodzinna, ponieważ to mój mąż zajmuje się obsługą klientów przy sprzedaży ubezpieczeń komunikacyjnych. Ja dodatkowo jestem rzeczoznawcą majątkowym. Wspólnie oferujemy zatem kompleksową obsługę, prowadząc biuro od 6 lat.

Ubezpieczenia to zupełnie inne produkty niż kredyty. W branży finansowej człowiek jest przyzwyczajony, że zawsze trzeba być elastycznym i przygotowanym na zmiany. Sektor ubezpieczeń w ostatnich latach pokazał, że jest to branża, która będzie działać niezależnie od wszystkiego. Chociażby przez to, że jest regulowana ustawowo w zakresie OC ppm. Jednak wzrost zainteresowania widoczny jest również w zakresie ubezpieczeń na życie od momentu pandemii.

Klient najczęściej kieruje się ceną. Dzieje się tak dlatego, że różne osoby mają odmienne doświadczenia w zakresie likwidacji szkód w poszczególnych firmach. Zdarza się,

że dwóch klientów miało zupełnie inaczej zlikwidowaną podobną szkodę w tym samym zakładzie ubezpieczeń, dlatego uważam, że to cena wciąż jest decydującym kryterium. Z kolei dla mnie podczas obsługi, jeżeli chodzi o szybkość wygenerowania propozycji dla klienta, wyliczenia składki, zdecydowanie najważniejszy jest system sprzedażowy. Istotne jest również wsparcie menedżera po stronie ubezpieczyciela.

W multiagencji, z którą współpracowałam, zachodziło dużo zmian, które mi nie odpowiadały. Postanowiłam spróbować z multiagencją Harpie & Orły Sprzedaży. A ponieważ znałam prezesa Daniela Palaka, postanowiliśmy podjąć współpracę na zasadzie próby dla obu stron. Ta próba okazała się powyżej oczekiwań. Harpie & Orły Sprzedaży wyprzedają nasze oczekiwania, jeśli chodzi o jakość współpracy. Oprócz narzędzi, słowem klucz jest wsparcie, które multiagencja zapewnia w 100%. □

Multiagencja polecająca: Harpie & Orły Sprzedaży

- tani, ale dobry: Uniqa
- autocasco/pakiet: Uniqa, Warta, PZU, Ergo Hestia, Link4
- MSP: Uniqa



## Stabilnie, bezpiecznie iść do przodu



**Tomasz Marcinkowski**  
Sieradz



**M**odel pracy, który u mnie funkcjonuje, wynika z mojej filozofii życiowej, że bezpiecznie jest stać na dwóch nogach. Jak jedna boli, to można się wesprzeć na drugiej. Najlepiej jest oczywiście wtedy, jak obie dobrze funkcjonują i poprawnie działają. Wtedy można stabilnie, bezpiecznie iść do przodu, obrać jakiś kierunek i wyznaczyć cel, do którego się dąży. Dlatego zdecydowałem się na współpracę z dwiema multiagencjami.

Praca agenta to nie jest model jak np. w FMCG, gdzie prowadząc sklep spożywczy, można kupić towary w hurtowni, którą sami wybierzemy, bo ma lepszy asortyment, lepszą cenę, obsługę, lepsze rabaty, lepszy parking itd. Mówimy o ubezpieczycielach, do których mamy dostęp przez multiagencje, z którymi współpracujemy.

Gdyby doradca ubezpieczeniowy chciał wykonywać wszystkie obowiązki samodzielnie, myślę, że zabrakłoby mu czasu na faktyczną pracę i sprzedaż ubezpieczeń. Ponieważ wymogi związane z IDD, RODO, wszystkie uwarunkowania unijne czy krajowe, relacje z zakładami ubezpieczeń, ich wymogi, obowiązki, które są na nas scedowane – zabierałyby dzisiaj większość czasu przeznaczonego na obsługę klienta. Nie wyobrażam sobie przygotowywać dzisiaj raportów sprzedaży dla 30 ubezpieczycieli, później 30 dotyczących prowizji, później odnośnie wypowiedzeń itd. Multiagencje dostarczyły

nam na przestrzeni ostatnich lat mnóstwo narzędzi informatycznych, zarówno mobilnych, jak i tych stacjonarnych, które pozwalają pracować szybciej i łatwiej.

Ja czerpię satysfakcję z tej pracy, ponieważ przez wszystkie lata wypracowałem sobie pewien system. I to dla mnie było nieuniknione. Gdyby nie to, momentami trudno byłoby realizować wymogi zarówno od strony współpracy z klientami, jak i od strony relacji z ubezpieczycielami. Ubezpieczyciele mają określone cele, które chcą zrealizować i od nas oczekują pewnych działań, a klienci chcą rzucić na nas ciężar z tym związany. Bo każdy przeciętny człowiek nie żyje ubezpieczeniami, tylko zawiera je raz, dwa, trzy razy w roku, bo ma samochody i mieszkanie. Przychodzi do fachowca i liczy na to, że będzie się to odbywać tak samo jak podczas wizyty u fryzjera, gdzie zostaje ostrzyżony i wychodzi. Nie zastanawia się, jakie są nożyczki, czy suszarka będzie działała, ile kosztuje prąd itd. Obecnie znalazłem wiele takich rozwiązań, które mi ułatwiają poruszanie się w tej przestrzeni i odnajduję w tym radość i satysfakcję. I tak naprawdę codziennie pojawia się coś, co nie pozwala powiedzieć, że praca jest rutynowa i że jest nudno. □

Multiagencja polecająca: Harpie & Orły Sprzedaży

- tani, ale dobry: do połowy ub.r. Link4



## Wszystko zależy od klienta



**Jacek Misiok**  
Radzionków



Do branży trafiłem zupełnie przypadkowo. Był rok 2000, a w firmie, w której pracowałem, była redukcja etatów, w wyniku czego zostałem zwolniony. Szukając pracy, trafiłem na ogłoszenie multiagencji ubezpieczeniowej. Pojechałem na spotkanie i tak zaczęła się moja praca w zawodzie agenta ubezpieczeniowego. Jak pokazało życie, jest na tyle udana, że w ubiegłym roku świętowałem dwudziestolecie pracy i jednocześnie współpracy z RCU. Model, na który się zdecydowałem, jest dla mnie wygodny, ponieważ mam w ofercie produkty wielu ubezpieczycieli jednocześnie. Dzięki temu zawsze jestem w stanie sprostać oczekiwaniom klienta. Mając umowę z jednym zakładem ubezpieczeń, trudno jest zapewnić klientom kompleksową obsługę. Dzisiaj wiem, że to był dobry wybór.

Praca agenta ubezpieczeniowego nie jest łatwa, ale daje ogromnie dużo satysfakcji, gdy osiąga się wyznaczone przez siebie cele. Uważam, że każdy może spróbować swoich sił w tym zawodzie, ale należy pamiętać, że ten zawód wymaga cierpliwości. Ok. 4-5 lat zajęło mi zbudowanie bazy klientów i obsługa ich w taki sposób, żeby dziś móc pozyskiwać nowe osoby już tylko z polecenia.

Uważam, że kluczem dobrej sprzedaży jest kilka podstawowych czynników. Nie można kierować się jedynie dobrą relacją z menedżerem danego zakładu. Musi być dobry

produkt. I świadomość, że gdy dojdzie do szkody, klient będzie mógł liczyć na jej dobrą likwidację. Kontakt z menedżerem jest ważny, ponieważ to menedżer doradza w trudnych sytuacjach. Podpowiada, co wybrać, bo warunki ubezpieczeń bardzo często się zmieniają. Zmieniają się również programy. Systemy są aktualizowane i to menedżer najczęściej informuje nas, co zostało zmienione, że np. mogę zaoferować klientowi trochę szerszy zakres za tę samą cenę. Zawsze staram się dobierać produkt do tego, czego potrzebuje klient. Jeśli klient dużo podróżuje po Europie i potrzebuje np. assistance, szukam takiego rozwiązania. W przypadku ubezpieczeń mieszkaniowych praktycznie większość zakładów ma teraz ofertę all risk. Wybór jest ogromny. Jeżeli klientowi zależy na węższym zakresie ubezpieczenia – kradzież lub żywioły zaproponuję minicasco, podkreślając ograniczony zakres oferty. Wszystko zależy od klienta i jego potrzeb. □

Multiagencja polecająca: RCU

- tani, ale dobry: Link4
- assistance: Ergo Hestia
- mieszkaniowe: PZU
- MSP: PZU

**Unilink**  
LIDER UBEZPIECZEŃ

## Iść do przodu

**W** zawodzie pracuję od 1998 r. Pierwsze kroki stawiałam w obszarze ubezpieczeń grupowych. W kolejnych latach rozszerzałam ofertę o ubezpieczenia majątkowe i rozwiązania dla biznesu.

Pracę z klientem zawsze zaczynam od rozmowy. Ten pierwszy moment kiedy się poznajemy zadecyduje, czy w dalszych relacjach klient zaufa mi i rozwiązaniom, które mu zaproponuję. Potrzeby klienta to jedno, ale ich świadomość i wyartykułowanie to już zupełnie inny świat.

Dlatego przez wszystkie lata pracy systematycznie podnoszę swoje kompetencje i umiejętności, aby profesjonalnie zaopiekować potrzeby klienta.

Od września 2012 r. zdecydowałam się na model współpracy z multiagencją. Był to bardzo świadomy wybór, poprzedzony kilkoma miesiącami rozmów i spotkań. Droga do pełnej współpracy, czyli do statusu Partnera Strategicznego wymagała czasu, ale tempo integracji mogłam dostosować do moich możliwości. Małe, dwuosobowe lokalne biuro na umowach bezpośrednich nie miało szans na rozwój w obliczu ekspansji dużych agencji sieciowych i sporej konkurencji lokalnej. Wiedziałam, że muszę zrobić coś, co pozwoli mi pójść do przodu, zbudować markę własną w połączeniu z większym partnerem. Wybrałam multiagencję Unilink.

Dzisiaj Unilink to społeczność, która w „DNA” ma relacyjność. Od strony technicznej i produktowej daje szereg rozwiązań: porównywarkę, darmowy CRM, eshop



**Arleta Napierała**  
Grodzisk Wielkopolski



z produktami dedykowanymi do sprzedaży przez internet, terminale, a także świetne wsparcie, szereg pomocnych rozwiązań zarządczych dla agenta i wiele innych.

Osobiście, mam ogromną satysfakcję z możliwości pracy w UniRadzie, która jest ciałem doradczym, opiniotwórczym i w efekcie sprawczym w wielu obszarach: od rozwiązań IT, kampanii reklamowych, po wybór produktów dedykowanych.

Pracę udaje mi się łączyć z pasją. Od 2023 r. prowadzę pilotażowy projekt edukacyjny „Akademia Dobrych Praktyk”. Jest to cykl stacjonarnych warsztatów, skierowanych do różnych grup społecznych, wiekowych i zawodowych, podnoszący świadomość ubezpieczeniową, budujący prawidłowe nawyki ubezpieczeniowe i dający lekkość poruszania się w niełatwym obszarze OWU, ustaw i mnogości przepisów.

Każdemu agentowi życzę, aby znalazł taką społeczność biznesową, która pozwoli mu iść do przodu, mimo wyzwań, które stawia przed nami rynek i klienci. ☐

Multiagencja polecająca: Unilink

- ubezpieczyciel premium: PZU, Ergo Hestia, Warta, Generali, Compensa, Leadenhall, Signal Iduna
- mieszkaniowe top: PZU, Generali, Compensa, Wiener
- autocasco/pakiet: Ergo Hestia, PZU, Generali
- floty: PZU, Warta, Uniqa

# Wiener i agenci – kolejny rok dobrej współpracy

Gdy spojrzymy na kolejny rok współpracy Wienera z siecią agentów możemy śmiało stwierdzić, że za nami niezwykle udany okres – rosnącej sprzedaży, dobrych wyników i owocnego partnerstwa. 2023 rok był dla Wienera okresem, w którym wprowadziliśmy nowe produkty, rozwijaliśmy wsparcie agentów, tak jak we wcześniejszych latach umacnialiśmy też relacje i pogłębialiśmy naszą współpracę.



**MAJA WĄSOWICZ**  
Dyrektor ds. Agencji Ogólnopolskich Wiener

## PAKIETY DO PROSTEJ SPRZEDAŻY

W minionym roku wprowadziliśmy na rynek dwa nowe pakiety. Nowy produkt dla małych i średnich przedsiębiorstw – Pakiet BIZNES oraz Pakiet AGRO przygotowany z myślą o potrzebach nowoczesnych rolników. Wiener od dawna jako jeden z ważnych celów postawił sobie tworzenie zrozumiałych, przejrzystych i elastycznych produktów. To z pewnością ułatwia sprzedaż, podobnie jak przygotowana przez nas zautomatyzowana ścieżka sprzedaży, która prowadzi agenta przez cały proces wystawiania polisy.

## DOBRA WSPÓŁPRACA TO PODSTAWA

W Wienerze od lat utrzymujemy bliskie relacje z agentami i doskonale wiemy, jak ważna jest dobra współpraca. Dlatego cały czas rozwijamy nasze systemy wsparcia i rozbudowujemy narzędzia do sprzedaży produktów. W minionym roku wprowadziliśmy możliwość zdalnej sprzedaży nowych ubezpieczeń przez agentów. Są to produkty takie jak ubezpieczenie kosztów rezygnacji z imprezy turystycznej, Pakiet 4KĄTY, ubezpieczenie OZE i OC dla pilota drona.

## MENEDŻEROWIE SPRZEDAŻY – ZAWSZE Z POMOCĄ

Agenci są dla Wienera oraz Grupy VIG bardzo ważni. W 2024 roku kontynuujemy realizację planów i dalej rozwijamy produkty z myślą o naszej sieci agencyjnej. Chcemy docenić przede wszystkim menedżerów sprzedaży współpracujących ze strukturami agencji. To oni odpowiadają za wysoką jakość współpracy i budują na co dzień pozytywne relacje z agentami. Wspierają również pracę sieci sprzedaży. To od nich można dowiedzieć się o akcjach promocyjnych Wienera i najnowszych kampaniach sprzedażowych. Od nich można otrzymać materiały informacyjne i reklamowe, którymi chętnie się dzieli, by agenci jeszcze lepiej poznali produkty od Wienera. Menedżerowie sprzedaży działają w każdym regionie Polski, sprawnie odpowiadając na potrzeby klientów, jak i agentów. Chętnie podzieli się swoim doświadczeniem i szeroką wiedzą.

## KOORDYNATORZY UBEZPIECZEŃ KORPORACYJNYCH – TO ONI ODPOWIADAJĄ ZA WDROŻENIA NOWYCH PRODUKTÓW OD WIENERA

W Wienerze od zawsze dbamy o kontakty z agencjami i multia-gencjami. Praca koordynatora ubezpieczeń korporacyjnych to stałe budowanie relacji i współpraca, która dla obu stron powinna być jakościowa i rozwijająca. To oni znają produkty ubezpieczeniowe Wienera na wylot i dostosowują ofertę firmy do zmieniających się potrzeb klientów. Na co dzień pracują przy wdrożeniach kolejnych produktów Wienera. Nasi koordynatorzy ubezpieczeń korporacyjnych działają w każdym regionie i zawsze chętnie służą pomocą i wsparciem.

## ZESPÓŁ TURYSTYCZNY, WSPIERA SPRZEDAŻ UBEZPIECZEŃ TURYSTYCZNYCH DLA FIRM

Wiener kilka lat temu zdecydował się na dynamiczny rozwój korporacyjnych ubezpieczeń turystycznych i rozwój zespołu, który wspiera sprzedaż ubezpieczeń turystycznych dla firm. W naszej polisie gwarantujemy 100% zwrotu kosztów rezygnacji z uczestnictwa w imprezie turystycznej, anulacji biletu i noclegu oraz konieczności wcześniejszego powrotu do kraju. Na rynku wyróżnia nas to, że przede wszystkim oferujemy elastyczność co do terminu zakupu takiej polisy, a odszkodowanie wypłacamy w złotych-kach, bez względu na miejsce powstania szkody. Do Państwa dyspozycji pozostaje wyspecjalizowany zespół ekspertów, który szybko i profesjonalnie oceni warunki udzielenia gwarancji turystycznej.

## PLANY NA 2024 ROK

Co w tym roku? Patrzymy z optymizmem na wspólną przyszłość. Druga połowa 2024 roku to dla nas ważny moment w historii. Przed nami połączenie dwóch spółek majątkowych VIG. Dzięki tej zmianie będziemy mogli zaoferować jeszcze szerszą ochronę ubezpieczeniową klientom detalicznym w obszarze ubezpieczeń zdrowotnych i majątkowych. Umocnimy też pozycję w obszarze ubezpieczeń dla firm z sektora MŚP, publicznego oraz dużych przedsiębiorstw. □

## Rozwijanie własnej marki

Po studiach trafiłem do ING Życie. Doświadczenie zawodowe zacząłem zdobywać od razu w branży ubezpieczeniowej, w segmencie produktów życiowych. Oprócz wiedzy na temat ubezpieczeń, odbywałem szkolenia z zakresu negocjacji, technik perswazji czy obsługi klienta. Dzięki wiedzy od praktyków biznesu w dwa tygodnie w ING Życie nauczyłem się więcej niż przez pięć lat studiów. Po roku przenieśliśmy się do sektora bankowości. Jednak po czterech latach wróciłem do branży ubezpieczeniowej jako menadżer regionalny Liberty Ubezpieczenia. Później kolejno pracowałem w Axie oraz w Ergo Hestii, do której mam ogromny sentyment. Podziwiałem osobę Piotra Śliwickiego, który trzydzieści lat był szanowanym prezesem zarządu. Był bardzo elegancki, a jednocześnie naturalny i niewymuszony. Wiceprezes Małgorzata Makulska to dla mnie wzór menedżera. Potrafiła w dostojny sposób dopasować się do poziomu każdego rozmówcy. Sposób zarządzania sopockim zakładem ubezpieczeń Ergo Hestia bardzo mi imponował.

W momencie, gdy urodziło mi się drugie dziecko, zrozumiałem, że potrzebuję jednak zajęcia, które pozwoli mi więcej czasu spędzać z rodziną. Jeszcze pracując w Liberty, obserwowałem rynek agencyjny. Pomyślałem, że w multiagencjach jest coś wyjątkowego. Wspólnie z żoną zrobiliśmy rozpoznanie wśród krajowych multiagencji na rynku i zdecydowaliśmy się związać naszą przyszłość z CUK Ubezpieczenia. W 2014 r. otworzyliśmy własną placówkę w Ciechanowie.



**Patryk Nieznański**  
Ciechanów



Praca z klientem jest różnorodna, czasem miła i spokojna, a czasem trudna. Każdy człowiek jest inny. Jedni są bardziej relacyjni, inni bardziej zamknięci. Lubię ludzi, lubię pracować z klientami, ponieważ daje to kontakty w wielu sektorach życia i biznesu, a takie znajomości są nieocenione. W ubezpieczeniach zdecydowanie liczą się długofalowe relacje oraz budowanie swojego wizerunku jako profesjonalnego agenta, który nie tylko doradza i sprzedaje, ale też pomaga w trakcie trwania polisy. Ważne jest również rozwijanie własnej marki, zarówno lokalnie, jak i w internecie. Miło jest, gdy klient wraca do nas zadowolony.

Ogromne znaczenie ma dla nas wsparcie menedżerów z konkretnych zakładów ubezpieczeń. Taka osoba powinna mieć wiedzę, ale również służyć pomocą. Jak pokazujemy klientowi ofertę i w obecności klienta dzwoniemy do menedżera, który pozwala nam udzielić dodatkowej zniżki albo daje specjalne kody rabatowe, to po pierwsze buduje nasz pozytywny wizerunek u klienta, po drugie, daje nam pewność, że możemy liczyć na realną pomoc. □

Multiagencja polecająca: CUK Ubezpieczenia

- ubezpieczyciel główny: Ergo Hestia/MTU, Wiener, PZU, Uniqa
- ubezpieczyciel premium: Ergo Hestia
- tani, ale dobry: Wiener
- niszowy: Inter, Lloyd's, Agro Ubezpieczenia, VH Polska, Unum



## Opierać swój biznes na różnych segmentach rynku



**Ewa Nocula**  
Inowrocław



Praca w branży ubezpieczeniowej to była moja pierwsza poważna praca po ukończeniu szkoły. Pracowałam w multiagencji. Moja ówczesna szefowa wysłała mnie na szkolenie. Poznałam produkty ubezpieczeniowe i zaczęłam zajmować się sprzedażą. Później z różnych powodów nasze drogi się rozeszły. A ponieważ ubezpieczenia mnie bardzo zainteresowały i pracowałam w tym zawodzie już 6 lat, postanowiłam dalej robić to samo, tylko we własnej firmie. Na początku ambitnie podeszłam do tematu, zawierałam umowy agencyjne z każdym zakładem ubezpieczeń bezpośrednio. Jednak nie wiedziałam, jak tak naprawdę wygląda utrzymanie umowy agencyjnej. Okazało się, że umowy zawierają limity do wykonania, co, nie ukrywam, trudno jest osiągnąć samodzielnie, początkującemu agentowi. Stąd pomysł na podpisanie umowy z multiagencją. Znajomy polecił mi multiagencję RBG, z którą współpracuję do dzisiaj.

Jeżeli spojrzymy na biznes z perspektywy sprzedaży OC komunikacyjnego dla klienta indywidualnego i jest to nasza główna działalność, to zdecydowanie można powiedzieć, że ubezpieczenie OC komunikacyjne jest i będzie obowiązkowe, czyli pod tym względem branża jest stabilna. Klienci będą kupowali OC komunikacyjne, bo mają ustawowy

obowiązek. Jeżeli z kolei nasz biznes jest nastawiony na klienta firmowego, to patrząc z perspektywy pandemii czy tego co się dzieje w innych firmach i branżach, jako agencji ubezpieczeniowej również odczuliśmy pandemiczny spadek sprzedaży. Branża beauty czy gastronomiczna podupadły, co automatycznie przyczyniło się do spadku sprzedaży także u mnie, ponieważ ubezpieczałam klientów biznesowych z tych branż. Morał dla agenta po pandemii powinien być taki, że należy opierać swój biznes na różnych segmentach i branżach rynku. Wówczas mamy większe szanse na przetrwanie.

Zawód agenta polecam osobom, które lubią same regulować czas pracy. Same decydują, w jakim kierunku chcą się rozwijać. Z drugiej strony trzeba pamiętać, że utrzymanie biura to też wyrzeczenia, ciężka praca, nadgodziny. Wiadomo, że praca wymaga też dużej odpowiedzialności. □

Multiagencja polecająca: RBG

- ubezpieczyciel podstawowy: Wiener, Warta, TUW
- autocasco/pakiet: Warta, Wiener, Ergo Hestia
- mieszkaniowe: Warta, Compensa, TUZ
- MSP: Warta, Compensa, Wiener



## To jest moja droga...



**Marta Pietras**  
Opoczno



Gdy kończyłam ekonomię, nie sądziłam, że będę pracować w branży ubezpieczeniowej. Przyszłość wiązałam raczej z bankowością. Moja historia jest o tyle ciekawa, że będąc na wakacjach w Kołobrzegu, poznałam Marka Ogrodowskiego, właściciela multiagencji Ubezpieczenia od A do Z. Opowiedział mi, jak tworzył własną agencję. Umówiliśmy się, że gdy skończę studia, mogę aplikować do multiagencji, żeby przekonać się, czy ubezpieczenia to jest moja droga. I tak naprawdę od tego momentu wszystko potoczyło się bardzo szybko. Skończyłam studia, udało mi się dostać na staż do Kielc, gdzie przez pół roku uczyłam się ubezpieczeń, odbywałam wszystkie szkolenia, po to, by w 2011 r. otworzyć działalność w Opocznie. To była bardzo dobra decyzja. Dzisiaj kocham swoją pracę, w której się spełniam. Z roku na rok przybywa i klientów, i pracy, ale również satysfakcja jest coraz większa. Biznes się rozwija, a wraz z nim pojawiają się nowe tematy ubezpieczeniowe. Pierwsze kroki w zawodzie zaczynałam stawiać od ubezpieczeń komunikacyjnych. Dzisiaj bardzo mocno wchodzę w segment ubezpieczeń życiowych i pozyskuję nowych klientów. Zawód agenta czy doradcy ubezpieczeniowego zdecydowanie poleciłabym młodym ludziom, ponieważ branża

jest dynamiczna, co daje ogromne szanse rozwoju. Można sprzedawać różne ubezpieczenia, różne produkty. Każdy może znaleźć coś dla siebie. Młodzi ludzie mają energię do rozmów z klientami, nie boją się wyjść do klienta, dlatego myślę, że doskonale się odnajdą w tej pracy. Wybierając produkt ubezpieczeniowy, po pierwsze kieruję się swoją wiedzą na temat likwidacji szkód w danym zakładzie ubezpieczeń. Dodatkowo, jeśli np. sama przetestowałam ścieżkę likwidacji w danej firmie, chętniej polecam ją klientom. To jest dla mnie priorytet. Po drugie ważny jest dla mnie kontakt i wsparcie menedżera. Jeżeli wiem, że menedżer z danej firmy jest w stanie zrobić wszystko, by mi pomóc, chętniej sprzedaję produkty tej firmy. □

Multiagencja polecająca: Ubezpieczenia od A do Z

- ubezpieczyciel główny: Warta, Ergo Hestia
- ubezpieczyciel premium: Warta
- mieszkania, domy: Warta, InterRisk, Ergo Hestia, TUZ
- autocasco/pakiet: Warta, Ergo Hestia, PZU
- MSP: Warta, Ergo Hestia, PZU



## Agent stoi blisko ludzkich spraw



**Anna Piotrowska**  
Olsztyn

W moim przypadku to ubezpieczenia mnie wybrały, a nie ja wybrałam ubezpieczenia. Z wykształcenia jestem polonistką. Tymczasem w 1998 r. podjęłam pierwszą pracę w branży ubezpieczeniowej. Początkowo wydawało mi się, że bycie humanistą i agentem ubezpieczeniowym jednocześnie to sprzeczność. To zajęcie ściśle związane z sektorem finansowo-bankowym, co wskazywałoby, że ma wymiar matematyczno-ekonomiczny. Przekonałam się jednak, że w tym zestawieniu nie ma żadnej sprzeczności, bo agent stoi bardzo blisko ludzkich spraw. W swojej pracy rozmawiamy o wypadkach losowych, a zdarza się, że to co „na papierze”, nagle staje się życiową praktyką. Uważam, że tylko na etapie kalkulowania składki jest to proces matematyczny. Natomiast w wymiarze zawodowym to proces głęboko etyczny, związany z życiem, z jego różnorodnymi przejawami.

Drogą awansu wewnętrznego w firmie zostałam asystentką dyrektora przedstawicielstwa towarzystwa Daewoo, po czym miałam przerwę związaną z opieką nad synem. Jednak moją pierwszą myślą, gdy dziecko dojrzało do tego, by zostać z nianią, był powrót do ubezpieczeń. Odpowiedziałam na ogłoszenie rekrutacyjne Generali i weszłam w struktury firmy, począwszy od asystentki dyrektora oddziału, poprzez asystenta wsparcia sprzedaży, aż do menedżera terenowego. Miałam przyjemność uczestniczyć w nowatorskim projekcie o nazwie „Blżej”, który stworzył nową jakość w charakterze

pracy opiekuna agenta z ramienia zakładu ubezpieczeń. Menedżerowie zaczęli wychodzić do agentów, odwiedzać ich w biurach, wzorem przedstawicieli handlowych. Generali było prekursorem takiego rozwiązania.

Następnie prywatnie dotknęło mnie zdarzenie, o którym bardzo często agent ubezpieczeniowy wspomina w trakcie rozmów z klientami. Była to choroba onkologiczna, która wyłączyła mnie na pewien czas z życia zawodowego. Powróciłam do branży jako pracownik biura Ultra Ubezpieczenia w Olsztynie. Marek Niewiadomski, właściciel, prezes, przyjął mnie pod swoje skrzydła, a ja miałam przyjemność pracy w zgranym zespole Ultra Teamu, którą szczęśliwie kontynuuję do dziś jako współpracownik, dodatkowo realizując się zawodowo w charakterze autorki tekstów reklamowych. Mam swoich stałych klientów, którymi się opiekuję, a dzięki wsparciu merytorycznemu zespołu Ultra mogę im zapewnić najwyższy standard ochrony ubezpieczeniowej. □

Multiagencja polecająca: Ultra Ubezpieczenia

- ubezpieczyciel główny: Generali, InterRisk, PZU
- autocasco/pakiet: wszystkie
- mieszkaniowe: InterRisk i Generali
- MSP: InterRisk i Generali

## Nie tylko agent zawiera polisę



**Anna Rusiecka**  
Kazimierza Wielka

Swoją działalność otworzyłam w 2022 r. Drogę zawodową rozpoczęłam od sprzedaży produktów w segmencie życiowym i chyba dotąd najmocniej się na nich skupiam. Zaczęłam od sprzedaży polis na życie w szkołach i innych instytucjach, np. w urzędzie miasta, w organizacjach podległych urzędowi czy domach pomocy społecznej. Sprzedaję również indywidualne polisy na życie. Nie jestem jednak wyłącznie agentem życiowym, ale również majątkowym. Mam w ofercie produkty wszystkich ubezpieczycieli. Plusem sprzedaży ubezpieczeń grupowych jest baza klientów, która powstaje dzięki sprzedaży jednej polisy. Klienci, którzy otrzymują wyczerpujące informacje na temat ubezpieczeń, wracają z kolejną potrzebą ubezpieczeniową, jak również polecają moją osobę jako wiarygodnego i kompetentnego agenta ubezpieczeniowego.

Początki w każdej branży, niezależnie czy to będą ubezpieczenia, czy inna branża, nigdy nie są łatwe. Natomiast uważam, że to przyszłościowa branża, bo ubezpieczenia będą zawsze. Nie byłoby z pewnością tak łatwo, gdyby nie dział wsparcia multiagencji Ubezpieczenia od A do Z oraz menedżerów, z którymi współpracuję. Gotowość do pomocy dyrektorów sprzedaży znacznie ułatwia mi codzienną pracę. To nie jest tylko mój sukces, ale także wszystkich osób, które mają w tym swój udział. Nie tylko agent zawiera polisę.

Świadomość ubezpieczeniowa zaczyna rosnąć. Podczas rozmowy z klientem ważnych jest kilka czynników. Coraz częściej to nie cena jest najważniejszym kryterium wyboru ubezpieczenia, tylko zakres. Klient zwraca uwagę na to, co dany zakład może mu zaoferować i przede wszystkim – na sumę ubezpieczenia. Ludzie coraz chętniej kupują ubezpieczenia na życie, bo ktoś np. chorował na covid lub miał poważną operację, był hospitalizowany, zdarzyło się poważne zachorowanie – a klient nie był ubezpieczony. W ubezpieczeniach nieustannie wszystko się zmienia, żeby być dobrym agentem, trzeba stale poszerzać i aktualizować swoją wiedzę, uczestniczyć w szkoleniach. Praktyka jest bardzo ważna, ale trzeba mieć podstawy teoretyczne, znać wszystkie nowości, zmiany, które wprowadzają poszczególni ubezpieczyciele. □

Multiagencja polecająca: Ubezpieczenia od A do Z

- ubezpieczyciel główny: Warta, PZU, Ergo Hestia
- ubezpieczyciel premium: PZU, Ergo Hestia, Wiener
- tani, ale dobry: Ergo Hestia, Wiener, Link4, Uniqa, TUZ
- autocasco/pakiet: Ergo Hestia, Wiener, Uniqa
- mieszkaniowe: InterRisk, Wiener, Link4, PZU, Uniqa
- MSP: Ergo Hestia, InterRisk, PZU

## Od nauki pośrednika finansowego do menedżera



**Maciej Szredziński**  
Legnica



Studiowałem na wydziale Informatyki na Politechnice Wrocławskiej, gdy po raz pierwszy otrzymałem propozycję współpracy z multiagencją OVB, w której już wtedy pracował mój kuzyn Marcin Dobrzański – obecny Super Senior Dyrektor Krajowy. Odmówiłem, ponieważ przyszłość wiązałem z informatyką. Gdy zacząłem pracę w zawodzie, przekonałem się, że nie daje mi ona oczekiwanej satysfakcji. Zadzwoiłem do kuzyna z pytaniem, czy mógłbym jednak spróbować swoich sił w ubezpieczeniach. Marcin wdrożył mnie i pokazał, na czym miałyby polegać moje obowiązki. Wszystkiego uczyłem się od podstaw.

Dzisiaj buduję zespoły sprzedażowe, do których rekrutuję ludzi w różnym wieku. Młodzi ludzie, którzy chcą się przekonać, czy zawód pośrednika jest dla nich odpowiedni, niczym nie ryzykują. Jedyne, co muszą poświęcić, to czas, a mogą zyskać bardzo dużo. Nowych pośredników staram się pozyskiwać ze wszystkich źródeł. Zdarza się również, że wielu naszych klientów zostaje naszymi współpracownikami, ponieważ znają produkty, które sprzedajemy i są niejako ich ambasadorami. Mój zespół liczy m.in. kilku dyrektorów, którzy sami również posiadają duże zespoły sprzedażowe. Wspieram ich w codziennej pracy

i rozwiązuję problemy, jeżeli jakieś się pojawiają. Natomiast w nowych zespołach wdrażam pracowników od podstaw. Uczę przede wszystkim analizy potrzeb klienta oraz sprzedaży. Przygotowuję ich do tego, aby w przyszłości rozwijali się i awansowali na stanowiska menedżerskie.

Nasza branża jest odporna na sytuacje kryzysowe na świecie. Można wręcz powiedzieć, że pandemia spowodowała rozpędzenie naszych obrotów, a przede wszystkim świadomości klientów. Wojna w Ukrainie również w żaden sposób nie wpłynęła na nasz rozwój, ponieważ od wielu lat mamy wzrost sprzedaży rok do roku. Nasyconie rynku ubezpieczeniami żywymi i zdrowotnymi w Polsce, czyli naszym głównym biznesem, jest ciągle na bardzo niskim poziomie. Porównując np. Niemcy i Polskę, w Niemczech 70-80% osób ma takie ubezpieczenia, natomiast w Polsce ok. 10-20%. Jest to więc wciąż jak najbardziej rozwijowa branża. □

Multiagencja polecająca: OVB

- ubezpieczyciel podstawowy: Nationale-Nederlanden
- niszowy: Leadenhall

**Unilink**  
LIDER UBEZPIECZEŃ

## Unilink łączy – na całe życie...



**Tomasz Stefaniak**  
Poznań



Moja historia z ubezpieczeniami jest o tyle ciekawa, że to tak naprawdę moja pierwsza poważna praca w życiu. Wypadek samochodowy nauczył mnie pokory. Studio wałem na AWF i jako osoba, która miała praktycznie w życiu wszystko: zdrowie, przyjaciół, pieniądze i ogromne wsparcie rodziców, zrozumiałem, jak kruche jest życie i jak wiele spraw nie doceniamy. Gdy przez 30 minut jadąc karetką po poważnym wypadku samochodowym bez czucia od szyi w dół, podejrzewano u mnie pęknięcie kręgosłupa w odcinku szyjnym. Wtedy pierwszy raz naprawdę się bałem. Na szczęście okazało się, że miałem jedynie ucisk na rdzeń kręgowy w odcinku szyjnym, a nie pęknięcie.

Po wypadku poszedłem do PZU i kupiłem najdroższą polisę na życie, jaka była dostępna na rynku. Wtedy też stwierdziłem, że jeśli ja zacząłem tak poważnie myśleć o ubezpieczeniach, może warto się nimi zająć zawodowo. Pierwszą rozmowę o pracę odbyłem w Nationale-Nederlanden. Paradoksalnie to ja ją przeprowadziłem. Zadałem 3 pytania: Ile zarabia najlepszy agent w Polsce? Ile czasu potrzeba, żeby nim zostać? Czy wszystko jest zależne wyłącznie ode mnie? Pani dyrektor odpowiedziała „tak” i zapytała tylko, czy chcę spróbować. Za co jej bardzo dziękuję. Dostałem szansę i czuję, że ją wykorzystałem. Okazało się, że był to najlepszy debiut roku w Nationale-Nederlanden. Potem zostałem mianowany na kierownika, którym byłem przez 3,5 roku. Kolejne 4 lata pracowałem w MetLife, po czym postanowiłem zmienić model biznesu. Od tego momentu zostałem partnerem Unilinka. Otworzyłem własną placówkę i stałem

się zależny wyłącznie od siebie. Unilink urzekł mnie dzięki dwóm czynnikom: lubię zasady partnerskie i nienawidzę planów sprzedażowych. Zawsze je realizowałem, ale nie lubię, jak ktoś mi je narzuca. Dzisiaj zatrudniam 4 pracowników i mam ok. 10 współpracowników. Otworzyliśmy drugi punkt partnerski w Poznaniu. Jestem świeżo po ślubie z partnerką, która również jest agentką Unilinka. Dzięki multiagencji się poznaliśmy, więc śmiało mogę powiedzieć, że Unilink łączy – na całe życie...

W całej mojej karierze nie zdarzyło się jeszcze, żeby klient finalnie nie otrzymał pieniędzy z ubezpieczenia, a to znaczy, że wszyscy wykonujemy dobrą „robotę”. Klienci potrafią sprecyzować swoje oczekiwania. Potrafimy to spisać. A ubezpieczyciel potrafi później zlikwidować szkodę, która powstała. Uważam, że nasz zawód jest bardzo ważny. Przeraza mnie tylko, że ludzie są tak nieświadomi konsekwencji braku odpowiedniego zabezpieczenia, sum ubezpieczeń itd. Ale chyba właśnie na tym polega nasza rola, żeby ich uświadamiać i powodować, że na końcu trudnych sytuacji mimo wszystko otrzymują należyte wsparcie. □

Multiagencja polecająca: Unilink

- ubezpieczyciel główny/podstawowy: PZU, Warta, Uniqa, Ergo Hestia, Compensa, Nationale-Nederlanden
- ubezpieczyciel premium: Allianz (mała sprzedaż ze względu na wysoką cenę), Warta
- tani, ale dobry: Uniqa

## W SIGNAL IDUNA zapewniamy dostęp do opieki zdrowotnej oraz stworzymy lepszą jakość życia

Wciąż wiele osób postrzega ubezpieczenia zdrowotne i ubezpieczenia na życie jako podobne do siebie oraz spełniające te same lub zbliżone funkcje. Czasami te pojęcia są też używane zamiennie. Nie oznaczają one jednak tego samego. Warto nie tylko posiadać oba ubezpieczenia, ale też przypominać o tym, że wzajemnie się uzupełniają. Przede wszystkim wiążą się z wieloma korzyściami, które w nieprzewidzianych sytuacjach mogą zagwarantować realną pomoc oraz bezpieczeństwo.

**WOJCIECH SOLIŃSKI**

*Dyrektor Biura Sprzedaży Agencyjnej w SIGNAL IDUNA*



### W TROSCE O ZDROWIE

Ubezpieczenia zdrowotne oferowane przez SIGNAL IDUNA zapewniają szybszy dostęp do opieki medycznej z krótszymi terminami oczekiwania na wizyty u lekarzy, badania i zabiegi. Gwarantują także szeroki zakres świadczeń z telemedycyną włącznie, a w wyższych pakietach dają także dostęp do rehabilitacji. Ubezpieczenia zdrowotne zapewniają również oszczędność czasu i pieniędzy. Nie trzeba długo czekać na termin wizyty lekarskiej. Nie ponosi się też wysokich kosztów związanych z leczeniem prywatnym.

### ... I POWAŻNE ZACHOROWANIA

Z kolei ubezpieczenia na życie SIGNAL IDUNA, a konkretnie umowa o poważne zachorowanie, oferuje świadczenie pieniężne, ze które można uzyskać prywatny dostęp do lekarzy, czy opłacić koszty leczenia poza NFZ. Jakie kwoty warto rozważać przy wyborze takiego ubezpieczenia? To oczywiście powinno wynikać z przeprowadzonej analizy potrzeb klienta, która jest niezbędna przy okazji każdej rozmowy o ubezpieczeniu. Przyjmuje się jednak, że znaczną część chorób można wyleczyć w kwocie do około 250 000 PLN. Średnia suma ubezpieczenia w indywidualnych ubezpieczeniach na życie na umowach dodatkowych jest o połowę niższa, ale nadal są to kwoty, które pozwalają rozpocząć leczenie, wykonać diagnostykę, czy też opłacić rehabilitację. Umożliwiają one również rozwiązać problem braku dochodów, jeśli w wyniku choroby straciliśmy możliwość pracy zawodowej. Tym samym odpowiadają na najbardziej klasyczne potrzeby związane z ubezpieczeniami – rekompensują i zabezpieczają ekonomiczne skutki zdarzeń losowych.

### PODWÓJNA MOC

Tak, jak już wspominałem, warto posiadać oba ubezpieczenia. Zwłaszcza, że statystyki są nieubłagane. Najczęstszym powodem zgonów w Polsce są choroby układu krążenia i nowotwory, na które dziennie umiera blisko 800 osób. Stanowią one znacznie większe zagrożenie dla naszego zdrowia niż np. wypadki samochodowe (ginie w nich około 6 osób dziennie). Warto też przytoczyć inne statystyki. Według raportu opublikowanego przez PIU

87% Polaków obawia się wystąpienia poważnej choroby u swoich najbliższych. Do tego aż 80% badanych jest zaniepokojona tym, czy będą mieć środki finansowe na leczenie, a 71% martwi się brakiem dostępu do opieki medycznej.

Co zatem łączy oba ubezpieczenia w kontekście zagrożeń, naszych obaw i zwiększającej się świadomości ubezpieczeniowej? Obok zgonu poważne zachorowanie jest jednym z kluczowych zdarzeń losowych, których się boimy. Coraz częściej się też przed nim zabezpieczamy. To dobry trend, zwłaszcza gdy uwzględnimy realną dostępność do niektórych usług medycznych. Nasza publiczna służba zdrowia działa coraz lepiej, ale nadal na realizację wielu procedur niestety trzeba długo czekać. W przypadku np. rehabilitacji poudarowej pierwsze dostępne terminy są za kilka miesięcy. A wiemy przecież, że w takich sytuacjach każdy tydzień opóźnienia jest decydujący dla naszego zdrowia. Można oczywiście wszystkie takie procedury zrealizować w prywatnych placówkach medycznych. Na to jednak potrzebne są często niemałe pieniądze. W takim przypadku optymalnym i rekomendowanym przeze mnie rozwiązaniem są ubezpieczenia zdrowotne i ubezpieczenia na życie z umową dodatkową na wypadek poważnego zachorowania.

### NIE MA CO ZWLEKAĆ

Każda rzetelna analiza potrzeb klienta, którą przeprowadzamy, kończy się wnioskiem, że poważne zachorowanie jest jednym z głównych ryzyk przy zabezpieczaniu naszej egzystencji. W SIGNAL IDUNA w umowie indywidualnego ubezpieczenia na życie oferujemy dodatkową umowę na wypadek poważnego zachorowania z 55 jednostkami chorobowymi w 5 grupach z SU aż do 600 000 PLN. Ważne jest, żeby decyzji o przystąpieniu do takiego ubezpieczenia nie odwlekać. Należy się zastanowić nad konsekwencjami jego braku.

Życząc zdrowia wszystkim Czytelnikom, zachęcam do podjęcia decyzji o wyborze obu ubezpieczeń jak najszybciej.

Po informacje na temat naszych ubezpieczeń zdrowotnych oraz ubezpieczeń na życie zapraszam na stronę internetową: <https://www.signal-iduna.pl/>



## Zakres ubezpieczenia jest najważniejszy



**Michał Stosio**  
Kiecko

W czasie, gdy powstawały tzw. stanowiska finansowe, pracowałem w punkcie bankowym w Urzędzie Pocztownym. Następnie w ramach struktur Poczty Polskiej, która poszerzyła zakres świadczonych usług o usługi ubezpieczeniowe, sprzedawane wtedy pod szyldem PAUF.

Dzisiaj współpracuję z multiagencją ASF Premium. Od początku był to mój świadomy wybór oparty na jakości współpracy i możliwościach rozwoju. Był to efekt nawiązanych w międzyczasie znajomości i relacji. Myślę, że zostaną tu na stałe. Nawiązanie udanej współpracy to nie powinno być poszukiwanie jakiejś agencji, tylko sprawdzonego, dobrego partnera w biznesie.

Czy polecam zawód agenta młodym ludziom? Tak – ale tym, którzy chcą się rozwijać, a przede wszystkim poświęcą czas na naukę od początku. Trudno mi sobie wyobrazić kogoś, kto wchodzi od razu na tzw. głęboką wodę. Bycie agentem to lata doświadczeń. Polecam tę branżę, jednak trzeba to robić powoli i konsekwentnie, sukcesywnie dobierać kolejne produkty. W mojej historii ważne było, że zaczynałem sprzedaż wyłącznie od produktów MTU. Na nich uczyłem się podstaw. Następnie naturalną konsekwencją rozwoju było poszerzenie zakresu oferty produktowej.

Branża ubezpieczeniowa jest rozwojowa, jednak moim zdaniem, zmieni się sposób sprzedaży OC komunikacyjnego. Być może w przyszłości będzie to opłata obowiązkowa, np. na zasadzie podatku drogowego lub paliwowego.

Moim zdaniem zmieni się też struktura produktów sprzedawanych przez agentów. Będzie to zmiana na niekorzyść ustawowego OC komunikacyjnego. Natomiast samo doradztwo ubezpieczeniowe pozostanie niezbędne podczas zawierania ubezpieczeń złożonych, np. firmowych. Doradztwo to sztuka doboru ubezpieczenia do potrzeb klienta. Są ubezpieczenia, których nie da się po prostu „przeklikać” – tu najważniejsza jest rozmowa i ocena ryzyka. Podobnie jest w przypadku ubezpieczeń na życie. Nie da się go zawrzeć samemu przez internet.

Relacja z ubezpieczycielem jest dla mnie ważna, podobnie jak świadomość, że mogę liczyć na pomoc menedżera. Natomiast zakres ubezpieczenia jest najważniejszy, bo buduje jakość ochrony dla klienta. W momencie, gdy rzetelnie tłumaczę klientowi, co dana polisa zawiera i gdy jej zakres odpowiada jego potrzebom, cena staje się sprawą drugorzędną. □

Multiagencja polecająca: ASF Premium

- ubezpieczyciel główny: Warta, Ergo Hestia
- tani, ale dobry: HDI i MTU
- niszowy: Inter Polska
- autocasco/pakiet: Warta, Ergo Hestia, Compensa
- mieszkaniowe: Warta, Compensa, czasami PZU
- MSP: Warta, czasami Ergo Hestia

## W pracy kieruję się etyką



**Renata Strykiewicz**  
Kępno, Wrocław

Moja przygoda z ubezpieczeniami rozpoczęła się nietuzinkowo. Byłam na etapie zmiany pracy. Nie wiedziałam na jaką. W nocy przyśniło mi się, że zostanę agentem ubezpieczeniowym, tak jak dzisiaj już nieżyjący pan Wojciech, który wówczas mnie ubezpieczał. Dlatego najpierw zaczęłam współpracę z Avivą (w zakresie ubezpieczeń na życie). Dokładnie tak jak on. Będąc agentem Aviva, uzyskałam uprawnienia w zakresie doradztwa ubezpieczeniowo-finansowego, po czym stwierdziłam, że bycie agentem wyłącznym działa na szkodę moich klientów. Ponieważ mam ograniczony zakres produktów. Stąd kolejna zmiana. Postanowiłam zostać multiagentem. A ponieważ jeszcze pracując w Avivie, poznałam właściciela multiagencji DCU pana Ryszarda – postawiliśmy na współpracę.

Do dzisiaj nie żałuję tej decyzji – zawód agenta daje mi dużo satysfakcji, a współpraca z multiagencją – możliwości. Szeroki wachlarz produktów, duża liczba szkoleń i bardzo dużo edukacji – to wszystko motywuje mnie do codziennej pracy oraz do poszerzania swojej wiedzy. Nie zamieniłabym dzisiaj ubezpieczeń na żadną inną branżę. Cieszę się, że od 13 lat jestem agentem ubezpieczeniowym. Uważam, że jest to przyszłościowa branża, ponieważ OC komunikacyjnego ludzie potrzebować będą zawsze. Zmienić się może jedynie forma zawierania polis, ale obowiązek ustawowy pozostanie. Młodzi ludzie na pewno są bardziej otwarci na nowe rozwiązania technologiczne, informatyczne od agentów

z pewnym stażem. Jedyne czego im brakuje, to może trochę wytrwałości. Będąc agentem nie da się od razu osiągnąć wysokich zarobków. W miesiąc, dwa miesiące czy rok – jest to po prostu niewykonalne. Trzeba ciężko pracować, żeby za kilka lat móc trochę odpocząć.

W pracy kieruję się etyką, żeby sprzedać to, czego potrzebuje klient, a nie to, czego wymaga ode mnie dany ubezpieczyciel. Klientów obsługuję w taki sposób, w jaki sama bym chciała być obsługana. Staram się dobierać najlepszy produkt. Nieważne w jakim zakładzie ubezpieczeń. Ma być możliwie najlepszy na rynku. Jeżeli w konkretnym momencie nie mam produktu dla danego klienta, potrafię powiedzieć, że powinien kupić go u konkurencji, nawet w Warszawie, bo wiem, że tam może ten produkt dostać. Posiadam również szczegółową wiedzę w zakresie likwidacji szkód w poszczególnych zakładach ubezpieczeń. Jeśli dane towarzystwo dobrze wypłaca szkody, klient jest w stanie zapłacić wyższą składkę. Po prostu – żeby otrzymać dobry zakres. □

Multiagencja polecająca: DCU

- ubezpieczyciel główny: PZU, Ergo Hestia, Warta
- ubezpieczyciel premium: produkt premium
- ubezpieczenie domu: Generali
- ubezpieczenie mieszkania: Ergo Hestia
- autocasco/pakiet: Ergo Hestia, PZU

## Ambicja i pokora



**Aneta Szanecka**  
Bydgoszcz

W branży ubezpieczeniowej jestem od 25 lat. Pracowałam w kilku zakładach ubezpieczeń obecnych na rynku, na różnych stanowiskach. Jednak 8 lat temu postanowiłam zmienić coś w życiu. Otworzyłam biuro i zostałam agentem ubezpieczeniowym. Lata pracy oraz zdobyte doświadczenie ułatwiły mi to zadanie. Był oczywiście w tym wszystkim wspólny mianownik – ubezpieczenia, ale także obsługa klienta w pełnym wymiarze. Wcześniej jednak miałam już okazję i przyjemność poznać właścicieli multiagencji Diamond Finance, Leszka Gutkowskiego i Adama Lejbmana, co bez wątpienia pozwoliło mi podjąć decyzję o współpracy właśnie z tą multiagencją. Wybrałam ten model współpracy, ponieważ początkującemu agentowi, który otrzymuje wsparcie oraz narzędzia do pracy m.in. DFS24 – porównywarka ubezpieczeń komunikacyjnych i życiowych czy CRM, bardzo ułatwiają pracę i pomagają wejść sprawniej na rynek.

Nigdy nie zapominam, że głównym ogniwem mojej pracy jest klient. W tej kwestii najważniejsze jest dla mnie, aby zakres zaproponowanego ubezpieczenia dopasowany był do indywidualnych potrzeb. Ważne jest także dostosowanie ceny do możliwości klienta. Mogę otwarcie powiedzieć, że po latach współpracy nawiązała się swego rodzaju „więź” z konkretnymi klientami. Wdzięczni są za moje zaangażowanie, uczciwość oraz „pilnowanie ich spraw”, a ja za to, że mnie doceniają. Jest to dla mnie bardzo budujące i daje chęć do dalszego działania. Nie mniej ważna jest współpraca z menedżerami poszczególnych towarzystw.

W zasadzie jest ona niezbędna do szybkiego działania. Przekłada się na jakość obsługi klienta oraz na komfort pracy. Coraz więcej osób zainteresowanych jest pracą, jako agent ubezpieczeniowy, także młodzi ludzie, bez doświadczenia w tej dziedzinie. Nie dziwię się, bo jest to ciekawa, z pozoru wydająca się lekka i łatwa, ale wymagająca dużego zaangażowania, praca. Myślę, że młodzi mają duże możliwości pod względem „życia w internecie” wyjścia do klienta za pośrednictwem mediów społecznościowych i promowania własnej marki. Zapraszam początkujących agentów i nie tylko, do współpracy z Diamond Finance, uzyskując tym samym dostęp do narzędzi sprzedażowych oraz do współpracy z doświadczonym i bardzo miłym zespołem.

Od tylu lat praca ta sprawia mi przyjemność, przynosząc wymierne efekty. Uważam, że trzeba być ambitnym, ale co najważniejsze nie zapominać o pokorze. Umiejętność rozmowy i nawiązywania relacji z ludźmi to najważniejszy i nieodłączny czynnik tej pracy. □

Multiagencja polecająca: Diamond Finance

- ubezpieczyciel główny: wybrany za pomocą narzędzia sprzedażowego DFS24
- ubezpieczyciel premium: Compensa, PZU
- tani, ale dobry: Wiener
- autocasco/pakiet: Ergo Hestia, Compensa, PZU
- mieszkaniowe: Compensa, Wiener, InterRisk
- MSP: PZU, Compensa, Generali



## Rynek ubezpieczeń odporny na kryzysy



**Michał Szymków**  
Wrocław

Do branży trafiłem 18 lat temu, gdy byłem na drugim roku studiów. Na zajęcia WF chodziłem z kolegą, który ubierał się w garnitur, co było niespotykane. Bardzo mnie ciekawiło, czym się zajmuje. Okazało się, że pracuje w firmie pośrednictwa ubezpieczeniowego, przeprowadza analizy finansowe klientom i dobiera produkty do ich potrzeb. Stwierdziłem, że chcę spróbować, bo dotąd nigdzie nie pracowałem, a chciałbym zacząć zarabiać. Kolega polecił mnie w OVB i po kilku tygodniach zadzwonił do mnie Marcin Dobrzański, mój obecny przełożony. W pracy od początku spodobało mi się to, że OVB nigdy nie miało ani nie będzie miało własnych produktów. Jako pośrednik oferuję gotowe rozwiązania, które już istnieją.

Dziś podczas budowania zespołów sprzedażowych stawiamy na jakość. Staramy się rekrutować do naszej struktury osoby, które mają już jakiegokolwiek doświadczenie. Są to często dwuzawodowcy, którzy poszukują dodatkowego źródła dochodu albo chcą się przebranżowić. Dwuzawodowcy, którzy na początku są hobbystami, a potem się okazuje, że praca pośrednika na tyle im się podoba, że dokonują wyboru na korzyść pracy w OVB.

W sprzedaży przede wszystkim staramy się nie grać ceną. Stawiamy na zakres oraz kompleksowość ochrony, czyli jednej osobie jesteśmy w stanie zaproponować ubezpieczenie na życie, ubezpieczenie medyczne, ubezpieczenie

mieszkania/domu, samochodu czy koszty liczenia za granicą na wakacjach. Staramy się oferować ubezpieczenia w pakiecie. Podczas analizy finansowej jesteśmy w stanie dobrać wszystko, czego klient potrzebuje i stosunkowo regularnie obsługiwać go 2–3 razy do roku. Klient posiadając 2, 3 czy 5 różnego rodzaju polis nie odejdzie nigdzie indziej, ponieważ wie, że zapewniamy również serwis. Ubezpieczenie majątkowe kończy się co roku, ubezpieczenie na życie jest zawierane jednorazowo, ale potem trzeba je regularnie aktualizować.

Wydaje mi się, że branża ubezpieczeniowa jest na tyle stabilna, że nie dotykają jej kryzysy, a jeżeli już się takie pojawiają, to przyczynią się do zwiększenia świadomości ludzi i paradoksalnie rynek się zwiększa. Każdy kryzys na zewnątrz powoduje potencjał w środku. Patrząc na branżę z boku, nie było jeszcze u nas kryzysu, pomimo tego, że była pandemia czy spadki na giełdach w latach 2008–2009. Nas to w ogóle nie dotknęło, bo jesteśmy w stanie się dopasować ze względu na szeroki wachlarz produktów. □

Multiagencja polecająca: OVB

- Ubezpieczyciel główny: Ergo Hestia, Warta (majątkowe), Nationale-Nederlanden, Signal Iduna, Ergo Hestia (na życie)
- ubezpieczyciel premium: Signal Iduna, Ergo Hestia, Compensa
- niszowy: PZU, Wiener



## Ludzie wolą kontakt osobisty niż przez porównywarki



**Marek Tkaczyk**  
Poznań

W 2009 r. szukałem pracy po ukończeniu studiów. Rynek był wtedy dużo trudniejszy niż obecnie. Zostałem zaproszony na rozmowę rekrutacyjną do PZU, aby obsługiwać pośredników. W trakcie spotkania okazało się, że dyrektor, z którym rozmawiałem, skończył ten sam kierunek studiów co ja. I z tego powodu zdecydował, by dać mi szansę. Zacząłem obsługiwać brokerów, w zakresie majątku w PZU.

W 2017 r. otworzyłem działalność gospodarczą, następnie zdecydowałem się na współpracę z multiagencją. Kolega polecił mi DCU. Uważam, że to dobry wybór. Współpraca z multiagencją to szereg korzyści. Na pewno trudno byłoby agentowi bez wsparcia utrzymać tak szeroką ofertę ubezpieczycieli. Pan Andrzej Lewandowski z DCU zawsze wspiera wiedzą w zakresie ubezpieczenia majątku i firm, gwarancji ubezpieczeniowych.

Uważam, że branża jest przyszłościowa i stabilna. To jedna z największych branż na rynku polskim i nie wydaje mi się, że kiedykolwiek będzie gorzej. Mamy coraz więcej aut, coraz bardziej wzrasta świadomość ludzi, a nasycenie chociażby ubezpieczeniami życiowymi jest wciąż bardzo małe. Moja agencja średnio w rok rośnie ok. 30-40%. Również w ciągu ostatnich 3 lat. Oczywiście, że szereg procesów pewnie będzie kiedyś zautomatyzowanych, jednak jeżeli zadbamy o relacje z klientem, to stawka nie będzie jedynym i decydującym czynnikiem

w procesie zakupu. Dla klienta ważne jest również to, co dzieje się w trakcie trwania umowy i ewentualnie podczas procesu likwidacji. Jeżeli zapewnimy klientowi pełen serwis i wsparcie przy obsłudze szkód, jestem pewien, że wielu z nich z nami zostanie. Bardzo doceniam lojalność klientów w sytuacji, gdy mają rzetelnie przekazane informacje, zapewnioną obsługę. W tej sytuacji ludzie wolą kontakt osobisty niż kontakt przez porównywarki. Porównywarka nie pomoże złożyć wypowiedzenia, nie zapewni wsparcia podczas wysokiej inflacji. Jeśli zadba się o lojalność klienta i zbuduje własną wiedzę, satysfakcja z zawodu gwarantowana.

Może być to również dobra praca dla młodych ludzi na start. Ja sam na studiach dorabiałem, a pracę agenta można tak naprawdę elastycznie ułożyć, zacząć budować portfel, zarabiać pieniądze, co nie koliduje z innymi zajęciami. □

Multiagencja polecająca: DCU

- ubezpieczyciel główny: Warta, Ergo Hestia, PZU
- ubezpieczyciel premium: Warta, Ergo Hestia
- tani, ale dobry: Warta, Ergo Hestia, Uniqa
- autocasco/pakiet: Ergo Hestia
- mieszkaniowe: Warta, PZU
- MSP: PZU

## Przygoda na całe życie



**Agnieszka Wichrowska**  
Sosnowiec



Przez kilkanaście lat mieszkałam w Wiedniu. Gdy przyjechałam do Polski, spotkałam koleżankę, za namową której wspólnie otworzyłyśmy agencję ubezpieczeniową. To był epizod. Następnie kilka razy zmieniałam miejsca zatrudnienia, uczyłam się zawodu i poznawałam rynek, którego realiów wcześniej zupełnie nie znałam. Nie planowałam również pracy w zawodzie agenta, ale na tyle mi się ona spodobała, że w tym roku mija 10 lat odkąd prowadzę własną multiagencję we współpracy z Superpolisą. Łącznie w ubezpieczeniach pracuję już prawie 18 lat. Okazała się to przygoda na całe życie.

Uważam, że ubezpieczenia to bardzo wymagająca i dynamicznie zmieniająca się dziedzina. Żeby stworzyć bazę i zdobyć zaufanie klientów, musi upłynąć kilka lat. Zawód agenta poleciłabym osobom wytrwałym, które naprawdę lubią pracować z ludźmi, ale również lubią wyzwania. Im większe wyzwanie, tym później większa satysfakcja z wykonanej pracy.

Czasem żartuję, że im częściej menedżer danego zakładu nas odwiedza, tym więcej jego produktów sprzedajemy. Jednak to nieprawda. Dobrze dobrany produkt to odpowiedni stosunek jakości do ceny. By to zrobić, trzeba zacząć od rozmowy z klientem. Dowiedzieć się, na czym mu zależy, co chce ubezpieczyć, jak on wyobraża sobie zabezpieczenie i dopiero wtedy dopasować zakres do indywidualnych potrzeb. Klient kupując polisę, musi mieć

zabezpieczenie dla siebie. To nie może być kartka papieru z wydrukiem nazwy ubezpieczyciela. Oczywiście ostateczny wybór zawsze zostawiamy klientowi, który otrzymuje kilka propozycji.

Pomijając OC komunikacyjne, uważam, że branża jest stabilna. Negatywny wpływ na rynek mają porównywarki i sprzedaż polis w bankach, gdzie produkty sprzedawane są przez osoby, które nie znają się na ubezpieczeniach. To tak jakby mi ktoś kazał kredyty sprzedawać, o których też niewiele wiem. To niestety bardzo psuje rynek. Każdy agent powinien służyć klientowi pomocą, zarówno w zakresie merytorycznym, doradczym, jak i pomocą przy zgłoszeniu szkody. Jednak nic mnie tak nie cieszy, jak zadowolony klient, który czasem przychodzi do biura tylko po to, by powiedzieć „dzień dobry”. Relacje z klientem są tak samo ważne dla mnie, jak i sam proces zawierania ubezpieczenia. □

Multiagencja polecająca: Superpolisa

- ubezpieczyciel główny: PZU, Warta, Compensa
- ubezpieczyciel premium: Ergo Hestia, Generali
- niszowy: Wefox, Euroins, Agro Ubezpieczenia
- autocasco/pakiet: PZU, Warta, Ergo Hestia, InterRisk, Compensa
- mieszkaniowe: Ergo Hestia
- MSP: PZU, Warta, Ergo Hestia, InterRisk, Compensa

## Zapewnienie wartości ludziom



**Magdalena Wojtczak**  
Kalisz

Pracę w zawodzie agenta zaczęłam 9 lat temu. Najpierw współpracowałam z małą, lokalną multiagencją z Kalisza. Po 5 latach zdecydowałam się podpisać umowy bezpośrednio z każdym z ubezpieczycieli. Jednak chcąc utrzymać portfel, który miałam, potrzebowałam wsparcia. Postanowiłam poszukać ogólnopolskiej agencji i tak trafiłam do Polisy Expert. Dziś mogę powiedzieć, że to była jedna z lepszych decyzji w moim życiu. Najważniejszym aspektem w tej współpracy jest dla mnie rodzinna atmosfera. Rodzina z pracy to nadal rodzina, a wsparcie, które oferują jest nieocenione. Nie ma sprawy, z którą zwróciłabym się do menedżerów z centrali, a która nie zostałaby rozwiązana. Doceniam ich ogromne zaangażowanie. Multiagencja zapewnia również szkolenia, dostarcza narzędzia w postaci kalkulatora czy porównywarki Instry połączonej z CRM-em.

Myślę, że praca agenta byłaby cenną lekcją dla osób młodych, podczas której zostałyby zweryfikowane ich umiejętności personalne. Im wcześniej dana osoba zacznie pracę, tym szybciej będzie w stanie ocenić swoje umiejętności i szanse na rozwój w branży. Sama zaczęłam pracę w wieku kilkunastu lat, jeszcze podczas studiów. Początki nie były łatwe, ponieważ klienci wiedzieli, że mają do czynienia z młodą osobą, która nie ma jeszcze dużego doświadczenia. Wiele cech mojej osobowości uwypukliło

się podczas pierwszych lat pracy. Zdobywałam wiedzę, uczyłam się, jak funkcjonują ubezpieczenia w ogóle i zbierałam doświadczenia na temat likwidowania szkód w poszczególnych zakładach ubezpieczeń. Poradziłam sobie, choć niektóre sprawy wymagały ode mnie naprawdę dużego zaangażowania i wiele czasu.

Czy dzisiaj podjęłabym tę samą decyzję? Nie jestem pewna, lubię wyzwania, ale uważam, że rynek jest naprawdę bardzo trudny. Duża konkurencja wymaga naprawdę wyjątkowej pracy, cierpliwości i wielu lat, żeby zbudować portfel, stworzyć relacje z klientami na lata i skutecznie nimi zarządzać. Uważam, że rolą multiagenta jest zapewnienie wartości ludziom i to sprawia mi ogromną satysfakcję. Nie ma nic ważniejszego niż zdrowie i poczucie bezpieczeństwa, a ubezpieczenie zapewnia poczucie bezpieczeństwa w przypadku, gdy ze zdrowiem czy życiem dzieje się coś złego. □

Multiagencja polecająca: Polisa Expert

- ubezpieczyciel główny: Warta
- ubezpieczyciel premium: Allianz
- tani, ale dobry: PZU, TUZ
- mieszkaniowe: PZU, Allianz, Warta
- autocasco/pakiet: Warta, PZU, Ergo Hestia
- MSP: Warta, Compensa, PZU

## Leadenhall: ubezpieczenia specjalistyczne, ale nie niszowe!

Swoj rozwój opieramy na współpracy z pośrednikami – to punkt wyjścia wszystkich naszych działań. Inwestujemy w narzędzia ułatwiające masową dystrybucję specjalistycznych produktów. Bo to one dają agentom olbrzymie możliwości cross-sellingu i rozbudowy portfela o nowe grupy klientów.

**RAJMUND RUSIECKI**  
Prezes Zarządu w Leadenhall Insurance



Leadenhall jest coverholderem rynku Lloyd's, a Lloyd's to właściwie synonim ubezpieczeń specjalistycznych. Nic dziwnego, że oferujemy na polskim rynku szeroki ich wachlarz. Równolegle w partnerstwie z RGA – jednym największych reasekuratorów na świecie – wzmacniamy obecność w obszarze ubezpieczeń na życie. W nowy rok weszliśmy z prawie 30% dynamiką wzrostu we wszystkich liniach produktowych i pewnym krokiem idziemy w stronę realizacji głównego celu – osiągnięcia 100 mln zł rocznego przypisu składki. Uda nam się to, jeśli zwiększymy dynamikę do ponad 50% pod koniec 2024 roku. To ambitny, ale realny plan. Dążymy do tego, żeby nasze ubezpieczenia sprzedawało 10% wszystkich pośredników w Polsce.

Zapraszamy więc do współpracy każdego ambitnego agenta. Takiego, który obok produktów popularnych i „mainstreamowych” jest też otwarty na sprzedaż ubezpieczeń specjalistycznych. Co proponujemy? Wartościowe ubezpieczenia i jeden z najlepszych systemów transakcyjnych na rynku. W naszym rozumieniu produkt, to nie tylko warunki ubezpieczenia i taryfa, ale też narzędzie, które umożliwia jego sprzedaż. Naszym produktem jest więc kompletny ekosystem, umożliwiający dotarcie do pośredników i ich klientów oraz dostarczenie jednym i drugim najwyższej jakości usług.

### PRODUKTY IDEALNE DO CROSS-SELLU

Do flagowych produktów Leadenhall należy **ubezpieczenie od utraty dochodu**, które zapewnia świadczenie w wysokości do 65% średnich miesięcznych przychodów, jeżeli wskutek wypadku lub choroby ubezpieczony okresowo utraci zdolność pracy w swoim zawodzie.

Od lutego ten produkt działa na udoskonalonych warunkach. Aby zwiększyć transparentność, dopracowaliśmy zasady pre-ex, które teraz wyłączają z ochrony tylko choroby z 36 miesięcy przed początkiem okresu ubezpieczenia pierwszej polisy. A jeżeli ochrona będzie kontynuowana oraz w okresie dowolnych 24 miesięcy po zawarciu pierwszej umowy choroby te nie będą już ani leczone, ani konsultowane? Wówczas „zapomnimy o nich”. Zmian jest więcej i nie mam wątpliwości, że proponujemy agentom sprzedaż najlepszego ubezpieczenia od utraty dochodu na rynku.

Co najważniejsze z punktu widzenia agentów: **„utrata dochodu” to produkt nie tylko dla bogatych klientów!** Dla nich oczywiście też, ale coraz więcej osób o mniejszych przychodach traktuje go jako finansową poduszkę na wypadek utrzymania się za niskie świadczenia ZUS-u. To logiczne – przy mniejszym budżecie trudno jest zgromadzić oszczędności na kryzysowe chwile.

I równie ważne: celujemy w bardzo szeroką grupę odbiorców – 2 mln osób na jednoosobowych działalnościach gospodarczych! To produkt „o dużej sile rażenia”, bo agenci mogą łatwo zaproponować go własnym klientom, którym obecnie oferują ubezpieczenia komunikacyjne, mieszkania lub domu.

Naszą ofertę uzupełnia paleta **ubezpieczeń OC zawodowej dla specjalistów** z najszerzą na rynku listą ubezpieczalnych profesji. Ochronę adrestujemy do przedstawicieli ponad 250 zawodów! Od księgowych i doradców podatkowych zaczynając, a na informatykach, przedstawicielach mediów czy trenerach personalnych kończąc. Wśród pozostałych produktów znajdują się **ubezpieczenie D&O**, **Cyber** i różne rodzaje **polis na życie** – pod kredyt oraz dla VIP-ów, z sumami ubezpieczenia przekraczającymi 10 mln zł.

### AGENT ZAWSZE OBECNY W PROCESIE SPRZEDAŻY!

Dzięki obecności w Efinity Insurance Group korzystamy z rozwiązań spółki technologicznej Efinity. Na platformie sprzedażowej **Leadenhall Insurance**


**System** agencji jednym hasłem i loginem otworzą szesam z wszystkimi naszymi produktami. Proces ofertowania i zawarcia transakcji jest w pełni zgodny z wymogami RODO i IDD, a przy tym bardzo prosty i przejrzysty. Wypełnienie krótkiego formularza zajmuje tylko kilka minut, a przemyślany system filtrowania i sortowania oraz intuicyjna nawigacja po repozytorium dokumentów porządkują zarządzanie sprawami klientów.

Co więcej, każdy agent może udostępnić formularz klientom. Angażuje ich tym samym w proces tworzenia oferty, co zwiększa szansę na sprzedaż – konsumenci lubią kupować produkty dobrze skrojone pod siebie. Agent oszczędza swój czas i nie zadaje klientowi niewygodnych pytań (np. o numer PESEL, stan zdrowia czy sytuację rodzinną), cały czas zachowując kontrolę nad procesem zakupu.


To dla nas kluczowe – agent musi być zawsze widoczny na ścieżce sprzedaży! Dbamy o to nawet wtedy, gdy klient samodzielnie zawiera z nami umowę. Właśnie temu służy **sprzedaż w modelu B2B2C**, który intensywnie rozwijamy. Każdy pośrednik może wysłać klientowi link, w którym „zaszywa” unikalny kod. Konsument sam wylicza składkę, wybiera ofertę, wypełnia formularz, opłaca polisę i weryfikuje swoją tożsamość online. Agent otrzymuje pełną prowizję, a polisa i oferta rejestrowane są na jego koncie w systemie transakcyjnym.

Dysponujemy technologią, która upraszcza sprzedażową obsługę klientów. Sprawia, że specjalistyczne ubezpieczenia idealnie nadają się do masowej dystrybucji. Całość tworzy unikalny produkt i buduje wartość zarówno dla pośredników, jak i klientów. □


### To wyróżnia Leadenhall



**Formularz w 5 minut = błyskawiczna sprzedaż!**



**Szybka reakcja na pytania (do 48 godzin)**



**Krótki czas oczekiwania na egzamin (maks. 2 tygodnie)**

- **Bezpieczeństwo danych.** Żadnych obaw o prywatność – zapewniamy proces w pełni zgodny z RODO.
- **Wsparcie merytoryczne.** Przejrzyste i konkretne szkolenia, które sprawiają, że egzamin i sprzedaż stają się czystą formalnością.
- **Wsparcie wdrożeniowe.** Po egzaminie agent nie zostaje sam ze swoimi obowiązkami i wyzwaniem.
- **Łatwy dostęp do oferty.** Wszystkie produkty zgromadzone w jednym systemie, a zarządzanie formularzem i dokumentacją jest intuicyjne.
- **Personalne wsparcie.** Agent ma wyznaczoną osobę do kontaktu, która jest do jego pełnej dyspozycji.



**Paweł Zbiciak**  
Lubartów

## Tu liczy się człowiek

Gdy studiowałem na wydziale ekonomii, zastanawiałem się, czym będę się zajmował. Zawsze lubiłem analizy finansowe i fundusze inwestycyjne, ale nie wiedziałem, na czym będzie polegać moja praca. Jedyną rzeczą, którą wiedziałem, było to, że chcę pracować z ludźmi. Być blisko klienta, doradzać, podpowiadać. Na pewno nie chciałem też pracować dla jednej firmy.

Na początku trafiłem do Axy, a ponieważ miałem do czynienia wyłącznie z ubezpieczeniami na życie, stwierdziłem, że nie jest to praca, jakiej potrzebuje. Kolejną firmą był Allianz. Tu z kolei produktów było bardzo dużo, majątkowe, OC komunikacyjne, na życie. Nie chciałem robić wszystkiego. Postanowiłem zacząć od produktów komunikacyjnych. Szukałem firmy, w której chciałem się przyuczyć, ale nie zostawać na stałe. Sam chciałem być swoim szefem. Bez narzucania planów sprzedażowych, sugerowania, co mam sprzedać itd. Po prostu chciałem być doradcą.

Gdy zaczęły się zmieniać przepisy, RODO, IDD, wiedziałem, że potrzebuję partnera, który o mnie zadba. Ja zadbam o klientów, ale nie będę mieć czasu, aby wszystkiego dopilnować. Postanowiłem spotkać się z menedżerką z ASF Premium. To był 2018 rok. Na rozmowę przyjechała do mnie Paulina Harań-Nowak. Opowiedziała mi, czym się zajmują, jak wygląda współpraca z multiagencją, jakie

relacje panują w firmie. Aż trudno mi było uwierzyć w to, co usłyszałem.

Gdy pojechałem na szkolenie integracyjne, okazało się, że wszyscy o sobie mówią ciepło. Pracownicy mają bardzo dobre relacje, są dla siebie życzliwi, jednocześnie mają bardzo duży szacunek dla prezesa.

Przez pierwsze 2 lata współpracy nie wiedziałem, czy moja współpraca z ASF Premium będzie wieloletnia. Dzisiaj wiem, jak bardzo cenię multiagencję za wsparcie i pomoc oraz zaufanie. Jak wiele szkoleń zapewniają, w tym Akademię Dobrego Agenta, którą prowadzi Mariusz Ekwiński. Niesamowicie szybko rozwiązują problemy. Zawsze gdy występuję z zapytaniem – dostaję odpowiedź. To są ludzie, z którymi chcę się związać na zawsze. Tu liczy się człowiek. Na każdym etapie. Bez względu na to, czy jest członkiem zarządu, kierownikiem, dyrektorem. □

Multiagencja polecająca: ASF Premium

- ubezpieczyciel podstawowy: Compensa, Ergo Hestia, Warta
- tani, ale dobry: Compensa, Ergo Hestia, PZU najtańszy dla młodych kierowców, HDI Warta
- autocasco/pakiet: Ergo Hestia, Compensa, Warta
- mieszkaniowe: Compensa, Warta
- MSP: Ergo Hestia, Warta



## Empatia i wytrwałość drogą do sukcesu



**Kinga Zbiżek-Wojtasz**  
Rokietnica i Złotów



W dzisiejszym świecie biznesu sukces często kojarzony jest z nagłym przełomem lub szczęśliwym trafem. Niemniej jednak istnieją historie przedsiębiorców, którzy zdobywają sukcesy i osiągnięcia poprzez wytrwałość, determinację i nieustanny rozwój. Jedną z takich historii jest historia mojej własnej kariery.

Przygodę w świecie ubezpieczeń rozpoczęłam ponad 20 lat temu. Moja droga zawodowa w branży ubezpieczeń była pełna wyzwań i determinacji. Pracę zaczęłam jako agent specjalizujący się w ubezpieczeniach życiowych. Świadomie wybrałam ten segment rynku, ponieważ lubię bezpośredni kontakt z klientem. W tamtym czasie ubezpieczenia na życie oferowało się podczas indywidualnych spotkań, które najczęściej odbywały się w domu klienta. Kiedy mówimy o ubezpieczeniach, nie można przecenić ich znaczenia, zwłaszcza ubezpieczeń życiowych. Zapewniają one finansowe wsparcie w razie choroby czy wypadku, a dla bliskich w przypadku naszej śmierci. Ubezpieczenia życiowe są więc ważnym elementem planowania finansowego, który zapewnia stabilność i bezpieczeństwo rodzin naszych klientów. Uważam, że ubezpieczenia na życie to

kwestia dobrze dobranego zakresu ochrony i odpowiedniego produktu, co w rezultacie daje ogromne wsparcie w trudnych chwilach, dlatego staram się prowadzić długie i szczerze rozmowy ze swoim klientem, pomagając zrozumieć ryzyka i zagrożenie, a jednocześnie dostarczyć ochrony na przyszłość.

Kamieniem milowym w mojej karierze było zaangażowanie w rozwój multiagencji Polisa Expert, gdzie pełniłam funkcję wiceprezesa. Obecnie Polisa Expert jest spółką akcyjną, jedną z najdynamiczniej rozwijających się multiagencji w kraju, co stanowi dla mnie niezmierną dumę. To był czas, gdy rozwinęłam swoje umiejętności w zakresie ubezpieczeń majątkowych, firmowych oraz komunikacyjnych, co dodatkowo wzbogaciło moje doświadczenie zawodowe. Obecnie prowadzę biura w Złotowie oraz Rokietnicy. Jestem przekonana, że indywidualne podejście, empatia oraz kompleksowa obsługa klienta ma kluczowe znaczenie w prowadzeniu biznesu w branży ubezpieczeniowej. □

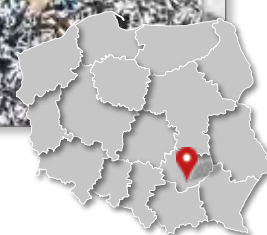
Multiagencja polecająca: Polisa Expert

## Kieruję się potrzebą i wymaganiami klienta

Zawód agenta to mój świadomy wybór. W firmie transportowej, w której pracowałem, zajmowałem się pozytywnym odszkodowaniem. Do moich obowiązków należało zgłaszanie szkód, a następnie monitorowanie ich do wypłaty. W tym samym czasie postanowiłem zająć się sprzedażą ubezpieczeń DAS Ochrony Prawnej. Skontaktowałem się z menedżerem, przeszedłem niezbędne szkolenia i zacząłem dodatkową pracę. Szybko jednak okazało się, że zainteresowanie ochroną prawną nie było tak duże, jak mogło się wydawać. Wtedy postanowiłem zmienić pracę. Rozstałem się z firmą transportową i w 2010 r. założyłem działalność gospodarczą. W tym samym czasie ukazało się ogłoszenie, że PZU poszukuje pracownika. Zajmowałem się tam sprzedażą przez półtora roku. Byłem zatrudniony na tzw. pasie startowym, więc praca dawała mi poczucie stabilizacji. Po upływie półtora roku znów pojawiła się atrakcyjna oferta pracy, tym razem w Warcie. Zostałem zatrudniony w stacjonarnej placówce. Warunki umowy zakładały dwa dni pracy w terenie, jeden dzień obsługi w biurze. Moja współpraca z Wartą trwała niecały rok. Traciłem wielu klientów przez to, że miałem ofertę tylko jednego zakładu. Ponad połowa klientów, którym przedstawiałem oferty Warty, wybierała oferty innych ubezpieczycieli u innych agentów. Skłoniło mnie to do poszukiwania multiagencji, z którą mógłbym rozpocząć współpracę. Mój wybór padł na Conditor. Współpracuję



**Krzysztof Zieliński**  
Busko Zdrój



z Conditor od 2013 r., w 2023 r. otworzyłem placówkę partnerską.

Myślę, że rynek ubezpieczeniowy jest bardzo stabilny. Był czas, gdy zintensyfikowała się sprzedaż w internecie, zaczęły się reklamować porównywarki. Klienci odchodzili. Dało się to odczuć. Jednak po upływie roku wracali, argumentując swój powrót tym, że brakowało im rozmowy z żywym człowiekiem. Nie chcieli z automatem albo „na słuchawce” rozmawiać o swoich potrzebach ubezpieczeniowych. Potrzebowali nie tylko OC, ale assistance czy autocasco. Potrzebowali bezpośredniego kontaktu z agentem. Wówczas miałem dodatkową satysfakcję, że wielu klientów, którzy na chwilę odeszli do internetu, jednak do mnie wracało.

Budowanie portfela to długotrwały proces. Musi upłynąć kilka lat, zanim portfel będzie na tyle stabilny, żeby odczuwać satysfakcję i wymierne korzyści z prowadzenia działalności. Jako multiagent nie przywiązuję się do ubezpieczyciela. Kieruję się potrzebą klienta i jego wymaganiami. Od 2017 roku wspiera mnie w tym zatrudniona pracownica. □

Multiagencja polecająca: Conditor

- ubezpieczyciel premium: Ergo Hestia
- tani, ale dobry: Wiener
- autocasco/pakiet: Ergo Hestia, PZU, Warta
- mieszkaniowe: Warta, Wiener, Generali





**MICHAŁ MALCZYŃSKI**  
prezes Fabryki Ubezpieczeń

## Karma

Ma swój urok wykańczanie domu w Świdnicy, mieszkając w Krakowie. Złe wieści z budowy muszą przebyć grubo ponad 300 kilometrów, by trafić do mych uszu. Ale jak już się doturlają... Myślę, że tak może wyglądać jeden z kręgów piekła. Wykańcza się mieszkanie. Z pijaną ekipą. Przez wieczność. – **MICHAŁ MALCZYŃSKI**

Wróćmy do mojej inwestycji. Stoję właśnie pośród fliz, gipskartonów i pokrytych pyłem spożywczych zakupów z Biedry, którymi posilają się w przerwach Misza i Wołodia. To ostatnie cieszy. Bo przez ostatnie tygodnie ekipy tu nie było. Stąd moja, jako inwestora, wizyta gospodarska. Jechałem do Schweidnitz z duszą na ramieniu, nie wiedząc, co zastanę na miejscu. Szef ekipy jakiś czas temu przestał odbierać ode mnie telefon. Wiecie... Jak wykonawca nie odbiera od inwestora, to nie jest dobra wróżba. Szczególnie, gdy wcześniej, na różnych etapach wpłacania kolejnych zaliczek utrzymywał, że „spoko”, że „będzie pan zadowolony” i że „zdążymy”. Szukałem pozytywów. Przypomniałem sobie, że trzeba będzie jeszcze przekopać ogródek i wylać beton pod taras, więc gdyby mi mocno puściło i zadziałałbym w afekcie...

### WYSTARCZYŁBY SMS

Powód całego zamieszania i bawi, i uczy. Nastąpił splot różnych niespodziewanych okoliczności. Do Miszy przyjechała żona, więc wziął urlop, na innej inwestycji pojawiły się jakieś dodatkowe prace, a szef ekipy rozbił telefon, tracąc do mnie numer. To niektóre z nich, te ważniejsze.

W założonym w umowie terminie oczywiście się nie zmieścimy, ale w terminie realistyczno-pesymistycznym, który od początku zakładałem, powinno się udać. Mogliśmy oszczędzić sobie jednak wiele nerwów, gdyby... No właśnie.

Zawiodła komunikacja. Wystarczyłby nawet SMS w odpowiednim, kryzysowym momencie, aby rozładować sytuację i przerwać spiralę, która na przemian pchała mnie w kierunku to kodeksu cywilnego i wyrzucania ekipy z budowy w trybie dyscyplinarnym, to w stronę kodeksu karnego i wrzucania ekipy do dołu w ogrodzie w trybie nocnym.

### CO POSZŁO NIE TAK

Mamę oszukasz. Nauczyciela oszukasz. Likwidatora szkód oszukasz. Ale karmę? Oj, tej suki nie da rady. To właśnie karma wróciła

w tym wypadku, tradycyjnie szybciej niż się spodziewałem. Misza i Wołodia to tylko pstryczek w nos, na który solidnie zapracowałem. Para moich dobrych znajomych od lat pełni również zaszczytną co bezpłatną funkcję ambasadorów mojej agencji. Polecają nas regularnie i gorąco. Z ich właśnie polecenia trafiła do nas niedawno pani za potrzebą ubezpieczeniową. Klient, który nic nie wie, to klient, który wymaga czasu i cierpliwości. Jednocześnie jest czystą kartą, którą, gdy zaufa, można sensownie, raz a dobrze zapisać przynajmniej podstawową wiedzą ubezpieczeniową. Prawdziwy dramat to klient, który jest głęboko przekonany, że wie, bo mu poprzedni agent potwierdził, że „spoko” i że „będzie pani zadowolona”, a brak szkód nie dał okazji do weryfikacji tego przekonania.

Bardzo się staram wdrażać każdego dnia zasadę: *done is better than perfect*. Bo perfekcjonizm paraliżuje. I lepiej, by klient dostał wstępną propozycję ubezpieczenia na życie, którą można potem wspólnie dopracować, odpowiadając na pytania, które pojawiają się po drodze, niż przeciągać temat tygodniami, dopinając ofertę na ostatni guzik, mocno rozwijając w mailu jej opis, dodając opcjonalne warianty czy kontroferty itd. Nie zawsze niestety da się ją wdroyć. Bo jeśli dzwoni klientka, która najmowane przez siebie długoterminowo mieszkanie podnajmuje krótkoterminowo osobom trzecim, a trzyma w nim dzieła sztuki (nie wyceńnione) i kolekcje (oczywiście nie skatalogowane), to znak, że dróg na skróty nie będzie. Tak, mowa o tej właśnie klientce z dobrego polecenia. Klientce, która była przekonana, że temat to bułka z masłem, bo poprzedni agent zaspokoił jej potrzeby ubezpieczeniowe od ręki. Nie dziwię się. Zadanie miał w sumie proste. Musiał zrobić dwie rzeczy. Po pierwsze, jako wyłączny firmy „X” (i o dziwo nie chodzi tym razem o wyłącznego „narodowego”) zaproponował jedyne rozwiązanie, jaki mógł zaproponować (a którym za Chiny Ludowe nie da się zaspokoić przedmiotowych potrzeb), a po drugie – przytaknął z poważną miną, że spoko i że będzie pani zadowolona. Done.

Spojrzałem pod koniec naszej rozmowy na zapisaną notatkami kartkę formatu A4, na której roilo się od nabazgranych znaków zapytania, po czym westchnąłem głęboko i powiedziałem coś, co zwykle sam słyszę od mojej psychoterapeutki: „No to to będziemy musieli przepracować”.

Mogłem powiedzieć, zgodnie z prawdą, że z uwagi na sytuację kadrową w firmie nie podejmuję się tematu, bo nie jest on jednak aż tak prosty, jak jej wmówiono. Ze to mega czasochłonny *case*, a nakład pracy okaże się niewspółmierny do wynagrodzenia. Ze przede wszystkim najpierw, z moją skromną pomocą, klientka musi zrozumieć, dlaczego nie spoko i nie byłaby zadowolona – ale patrząc na zapisy w OWU, a nie moją poważną minę. Czułem, że nie chcę, że nie czuję się na siłach, że nie wyrobię się w sensownym terminie.

### NIE DOBRZE, TYLKO SZYBKO

Zawiodła komunikacja. Górę wzięło zaklęcie rzeczywistości, a finalnie – emocje. Emocje klientki, którym trudno się dziwić.

W dyskusji na temat wyższości żywych agentów nad coraz bardziej zautomatyzowanymi directami przewija się argument dotyczący tego, że nikt nie pochylił się nad potrzebami klienta tak profesjonalnie jak agent. Może. Pozostaje pytanie, czy zdąży się pochylić. Bo obserwuję coraz silniejszy trend, który przejawia się oczekiwaniem, że ma być szybko i w wybranej chwili oraz jak najprostszej (by nie powiedzieć banalnej) formie. I nie dotyczy on tylko ubezpieczeń, ale to w ubezpieczeniach ma szansę bardzo szybko się zdomowić – gdyż akurat weryfikacja profesjonalizmu w tym wypadku wcale nie musi nastąpić szybko. □

Poniższe wykresy to wynik poleceń **NAJLEPSZYCH** agentów, których wypowiedzi i historie prezentujemy w tym wydaniu Kalejdoskopu Multiagentów. Wykresy nie są reprezentatywne dla całego polskiego rynku ubezpieczeń. Prezentujemy też tylko **NAJCZĘŚCIEJ** polecanych ubezpieczycieli.

Dobry agent ubezpieczeniowy pracuje z wieloma ubezpieczycielami, ale bez problemu wskazuje tych, których – w poszczególnych kategoriach ryzyk lub scenariuszach – sprawdził.

Bo nie ma jednego, jedynego, i zawsze najlepszego ubezpieczyciela. Niemal każdy jest dobry w jakimś obszarze, choćby w niszy.

Również klienci mogą być różni:

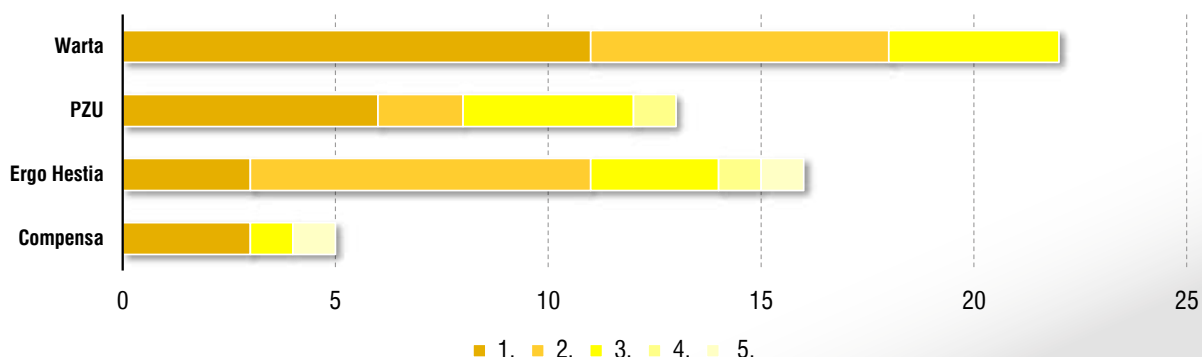
- u jednego klienta agent zobaczy, że stawia na bezkompromisową jakość, a nie liczy się z pieniędzmi,

- inny klient będzie chciał mieć bardzo dobrą polisę, ale równocześnie w dobrej cenie,
- jeszcze inny klient zakomunikuje w rozmowie z agentem, że najważniejsza jest cena przy wystarczającej, podstawowej jakości ochrony.

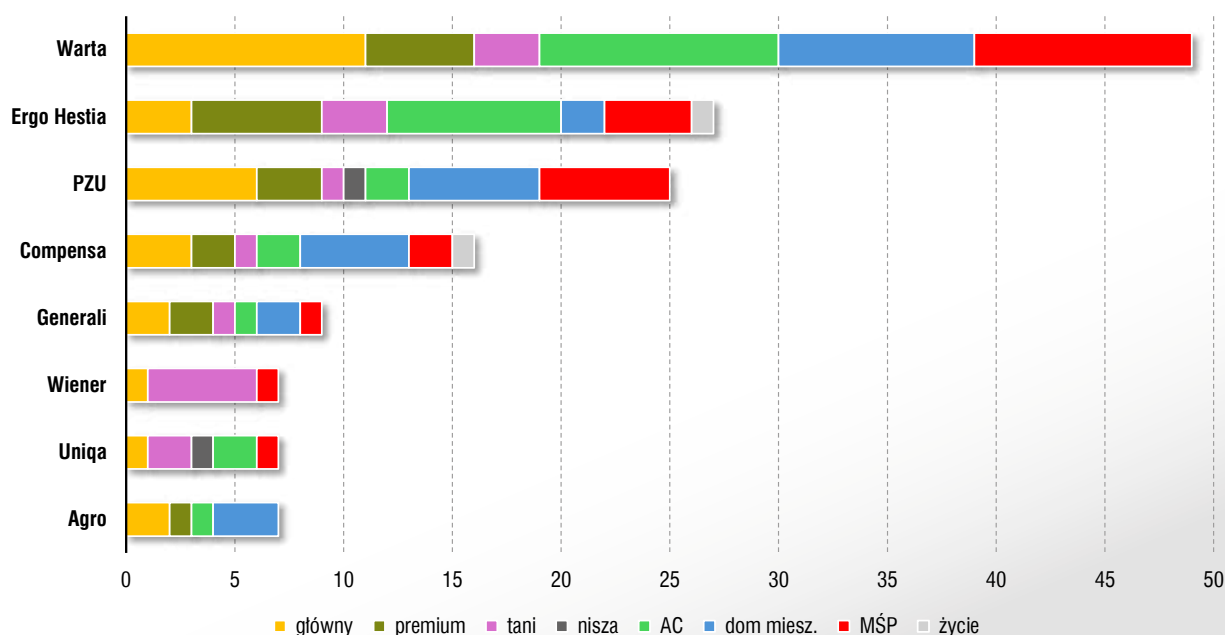
Dobry agent ubezpieczeniowy ma ofertę dla każdego typu klienta. Stąd i ubezpieczyciele główni, i premium, i tani. A także w niszach, gdzie potrzebne są specjalne zakresy ochrony dla specjalnych ryzyk lub specjalnych klientów.

Mamy również kluczowe kategorie produktowe: AC / pakiety, domy i mieszkania, małe i średnie przedsiębiorstwa, życie. Ze względu na wagę i specyfikę zwykle traktowane odrębnie przez agentów ubezpieczeniowych. Pisząc wprost – ubezpieczyciel dobry w mieszkaniach MOŻE być też dobry w AC lub MŚP. Ale niekoniecznie. Agent często wybiera dla tych różnych ryzyk różnych dostawców. Przekonał się, że tam są najlepsi...

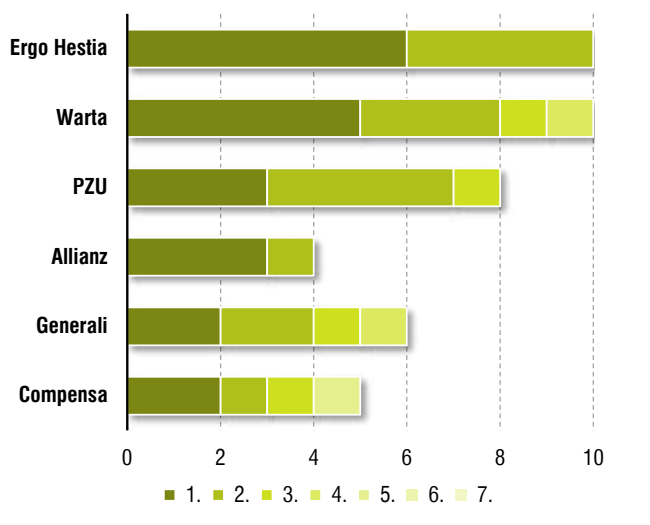
## Główny ubezpieczyciel



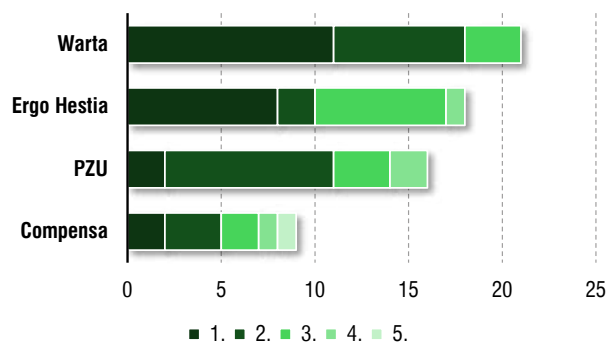
## Pierwsi w kategoriach



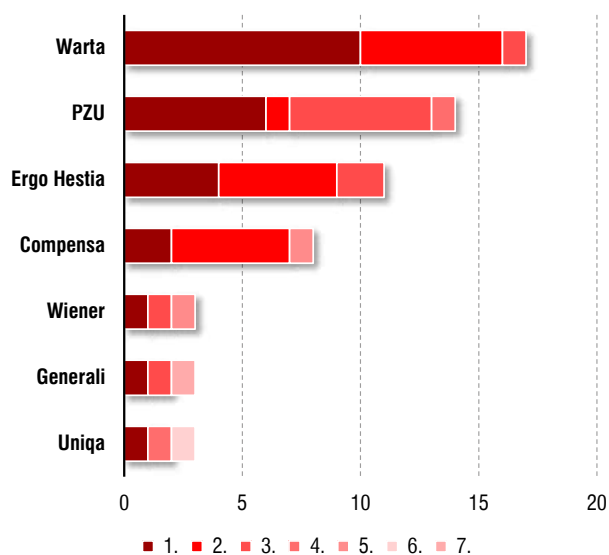
## Premium



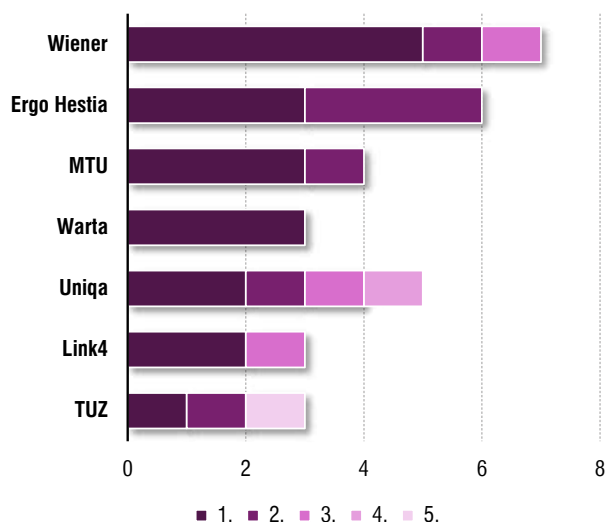
## AC / pakiety



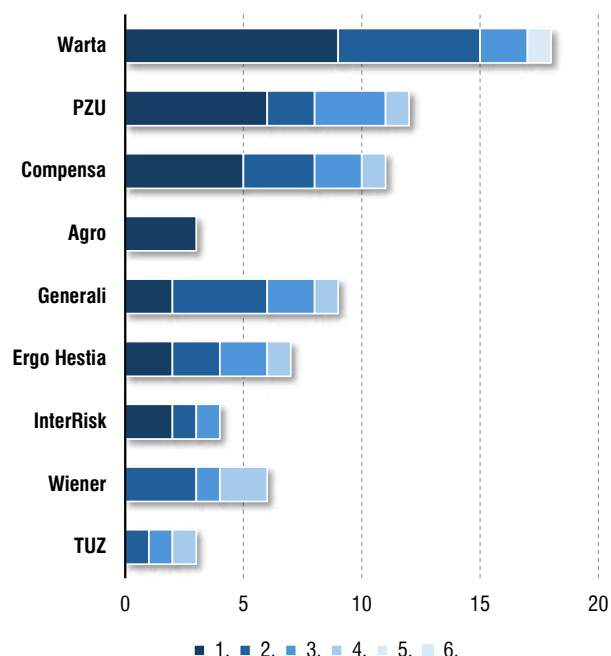
## MŚP



## Tani ubezpieczyciel



## Dom / mieszkanie



### Jak czytać wykresy

Wykresy dla poszczególnych kategorii lub rodzajów ryzyka pokazują, ile razy dany ubezpieczyciel był wymieniony na 1., 2., 3., itd. miejscu w danej kategorii.

Przykładowo na wykresie „Główny ubezpieczyciel”:

- Warta wskazana była na 1. miejscu 11 razy, na 2. miejscu 7 razy i na 3. miejscu 4 razy.
- PZU wskazane było na 1. miejscu 6 razy, na 2. miejscu 2 razy, na 3. miejscu 4 razy i na 4. miejscu 1 raz.
- zwróćmy uwagę, że Ergo Hestia jest na wykresie za PZU, bo choć ma łącznie więcej wskazań to PZU większa liczba agentów widzi jako 1. głównego ubezpieczyciela.
- kolejni ubezpieczyciele mieli już mniej wskazań niż ostatni z pokazanych.

Inaczej skonstruowany jest wykres „Pierwsi w kategoriach”. Tutaj pokazujemy po prostu łącznie, ile razy w poszczególnych kategoriach dany ubezpieczyciel wskazany był jako 1.



## Nie wymagamy wyłącznieści



**Iwona Ptak**  
dyrektor sprzedaży Alwis & Secura

Alwis Ubezpieczenia jest multiagencją działającą na rynku od ponad 20 lat, a wypracowany model ścisłej współpracy naszych oddziałów z agentami, pozwolił na rozwinięcie sieci sprzedaży do ponad 1000 pośredników w całej Polsce. W pracy przede wszystkim stawiamy na ludzi, na poszerzanie ich kompetencji oraz wspieranie w rozwoju biznesu. Agentów nigdy nie pozostawiamy z problemem, przez co czują się „zaopiekowani” przez naszych doświadczonych w branży pracowników.

Znakomicie układająca się współpraca z zakładami ubezpieczeń, dla których niejednokrotnie jesteśmy partnerem strategicznym, pozwala nam oferować szeroką gamę produktów, zarówno w zakresie ubezpieczeń majątkowych, jak i życiowych. Daje nam również możliwość tworzenia ubezpieczeń dedykowanych wyłącznie dla nas i przeprowadzania wspólnie wyjątkowych akcji reklamowych, których nie ma nikt inny.

W swojej współpracy z agentami kładziemy szczególny nacisk na dostarczanie innowacyjnych rozwiązań IT oraz kompleksowe wsparcie marketingowe. Dbamy o promocję naszych agentów i wyposażamy ich w nowoczesne narzędzia, tj. Strefa Agenta Alwis, System Polisy Alwis, porównywarka, pozycjonowana wizytówka Google My Biznes, profil premium na Mapie Agentów czy też ostatnio wprowadzony SecuraBot, które pozwalają na

sprawniejsze działanie, oszczędność czasu, lepszą widoczność w internecie, a tym samym na ciągłe pozyskiwanie nowych klientów do obsługi.

Dajemy poczucie bezpieczeństwa swoim OFWCA w obliczu wyzwań związanych z IDD i RODO. Przeprowadzamy profesjonalne szkolenia, monitorujemy zmiany i dbamy o wdrożenie wymaganych procedur w tym zakresie. Mamy opracowane dokumenty i wzory druków dostosowane do wytycznych Ustawy o dystrybucji ubezpieczeń oraz RODO. Założony przez nas Klub Alwis Life wspiera naszych agentów w sprzedaży życia i zdrowia, zapewnia dostęp do unikalnych produktów, zdobycie szerokiej wiedzy eksperckiej poprzez specjalistyczne szkolenia oraz nagradza najlepszych doradców.

Dla naszych partnerów organizujemy również szereg atrakcyjnych akcji i konkursów sprzedażowych, pozwalających nie tylko na wspólne zwiększanie biznesu i otrzymywanie dodatkowych gratyfikacji finansowych, ale również uczestnictwo w niezapomnianych wyjazdach zagranicznych i budowanie stabilnych relacji.

Zachęcamy nowe osoby do podjęcia współpracy z Alwisem – nie wymagamy wyłączności, jednak gwarantujemy otrzymywanie określonych profitów, a przyjazna atmosfera panująca w firmie szybko pozwoli na osiągnięcie wspólnych sukcesów. □



## Nowoczesna oferta dla agentów



**Artur Pakuła**  
prezes zarządu Arrant

W dzisiejszym dynamicznym świecie ubezpieczeń, agentom stawia się liczne wyzwania związane z zachodzącymi zmianami i rozwojem rynku. W odpowiedzi na te potrzeby, Arrant prezentuje swoją nowoczesną ofertę, której celem jest dostosowanie się do różnorodności oraz unikalnych potrzeb agentów. Zarządzając trzema spółkami (Arrant, Punkta oraz Profi Insurance Serwis) o zróżnicowanej kulturze organizacyjnej, Arrant, jako największa spółka detaliczna w grupie Punkta, wdraża jednolite standardy pracy, szanując autonomię każdej ze spółek.

To co wyróżnia nas na rynku, to elastyczne podejście do kultury organizacyjnej, umożliwiające każdej spółce zachowanie swojej autonomii i unikalnej kultury biznesowej. Pomimo zróżnicowania, wprowadzamy jednolite narzędzia i standardy, ułatwiając współpracę i zapewniając agentom spójne środowisko pracy. To innowacyjne podejście daje agentom możliwość wyboru, z którą spółką chcą współpracować, jednocześnie czerpiąc korzyści z jednorodnego standardu pracy.

Oferujemy zaawansowany technologicznie ekosystem narzędzi, który rewolucjonizuje procesy ubezpieczeniowe, spełniając najwyższe standardy bezpieczeństwa. Każdy element tego ekosystemu został starannie zaprojektowany, aby zwiększyć efektywność, spełniać wymogi ustawowe, a jednocześnie oferować bezpieczeństwo i komfort pracy. Arrant nie tylko dostosowuje się do zmian, ale przewodzi w kreowaniu nowoczesnych standardów w branży

ubezpieczeniowej. To technologiczny krok naprzód, ale również wyraz zaangażowania w dostarczanie agentom narzędzi, które sprawią, że ich praca będzie skuteczna, wygodna i zgodna z najnowszymi standardami bezpieczeństwa.

W naszej firmie, mimo najnowocześniejszych systemów to ludzie stanowią największą wartość. Relacje biznesowe i zaufanie, które budujemy z agentami, stanowią fundament firmy. Zaangażowanie w rozwój naszych agentów to dla nas priorytet. Dlatego też zapewniamy kompleksowe wsparcie, obejmujące: Wsparcie i Doradztwo Regionalnych Dyrektorów Sprzedaży. Biuro Wsparcia Sprzedaży to dedykowany zespół specjalistów wspomagających pracę agentów w przygotowaniu ofert (floty, ubezpieczenia firm, korporacje, OC przewoźnika, OC zawodowe, OC IT, gwarancje finansowe, wszelkiego rodzaju ubezpieczenia specjalistyczne itd.). Zespół Wsparcia Technicznego świadczący kompleksową pomoc w zakresie działania i funkcjonalności naszego ekosystemu narzędzi, zapewnia płynność procesów. Zapewniamy także pomoc administracyjną, marketingową, rozliczeniową i raportową, pozwalając agentom skoncentrować się na rozwoju swojego biznesu, podczas gdy Arrant dba o resztę.

Dodatkową ofertą dla agenta, są dedykowane produkty oraz program rozwoju sieci sprzedaży przy korzystaniu z nowości w obszarze telemedycyny czy smartmobility. □



**ASF** PREMIUM

## Wsparcie agenta na pierwszym miejscu



**Anna Adamczuk-Czajka**  
członek zarządu ASF Premium,  
dyrektor Biura Sprzedaży Własnej

**W** dynamicznym świecie ubezpieczeń, agenci muszą odnajdywać się między potrzebami swoich klientów i zmieniającymi się przepisami. Wymaga się od nich wiedzy i umiejętności, co oznacza czas na naukę i rozwój. Dlatego też gwarancja pomocy staje się nieocenionym wsparciem.

W ASF Premium rozumiemy, z czym na co dzień borykają się nasi partnerzy – naszą dewizą jest wspieranie ich w codziennej pracy i bycie blisko. Zależy nam, aby wspierać partnerów w każdej sytuacji. Dlatego też zapewniamy opiekę doświadczonych Regionalnych Dyrektorów Sprzedaży, którzy znając specyfikę i realia rynku, pracują przede wszystkim w terenie, a nie tylko z biura.

Wiemy, jak ważne jest wsparcie. Specjaliści z Biura Wsparcia Agentów, Biura Ubezpieczeń Korporacyjnych oraz Biura Ubezpieczeń na Życie, pomagają m.in. w wyjaśnianiu wątpliwości czy doborze odpowiedniego produktu dla klienta. Wspierają w procesie przygotowania dokumentów, zapytań, a także rozwijają wątpliwości przy obsłudze portali sprzedażowych.

Biuro Ubezpieczeń Korporacyjnych to wsparcie zaawansowanych tematów ubezpieczeń dla biznesu, m.in.: flotowych, transportowych, finansowych, majątkowych, OC działalności czy technicznych.

Biuro Ubezpieczeń na Życie wspiera w rozmowach i negocjacjach z klientami, służy nie tylko pomocą

merytoryczną, ale i praktyczną, np. przy wdrażaniu umów ubezpieczeń grupowych.

Wiemy też, jak ważna jest technologia. Porównywarka HIPERIO umożliwia szybkie porównanie oferty ubezpieczeń dla klienta. System Agent21 ułatwia analizę i zarządzanie biznesem, wspiera komunikację z klientami. Partnerzy mogą nabyć licencję na preferencyjnych warunkach, skorzystać ze wsparcia w procesie instalacji i wdrożenia oraz obsługi systemu. Portal Chronie.pl za pośrednictwem linków afiliacyjnych daje naszym partnerom możliwość uzyskiwania pasywnego dochodu ze sprzedaży ubezpieczeń online.

Oferujemy także szereg programów rozwojowych. W projekcie Nowy Agent szkolimy od podstaw osoby, rozpoczynające pracę w branży ubezpieczeniowej. Akademia Dobrego Agentów to odpowiedź na rozwój i doskonalenie umiejętności sprzedażowych oraz kompetencji biznesowych. DobryAgent.pl to projekt, wspierający partnerów w budowaniu marki i przewagi rynkowej. Dział Rozwoju i Szkoleń zapewnia ofertę szkoleń m.in. do spełnienia wymogów Ustawy o dystrybucji ubezpieczeń.

W grupie ASF to my jesteśmy dla naszych partnerów, a naszym celem jest ułatwienie im codziennej pracy oraz wsparcie w rozwoju, zarówno kompetencji, jak i biznesu. □



## Stawiamy na rozwój



**Rafał Ćwikliński**  
prezes zarządu Asist

W obliczu dynamicznych zmian na rynku ubezpieczeń Asist mocno stawia na rozwój.

Jako spółka pragniemy być jeszcze bliżej naszych partnerów, inwestując w struktury sprzedażowe i konsekwentnie rozwijając dla nich serwis. Nasza oferta opiera się na trzech kluczowych filarach: współpracy, technologii i rozwoju. Dążymy do dostarczania kompleksowego i topowego serwisu dla pośredników, opierając się na doświadczeniu naszych pracowników zarówno w centrali, jak i regionalnych kierowników sprzedaży w terenie. Naszym celem jest efektywna współpraca z siecią sprzedaży, zwiększenie produktywności oraz dywersyfikacja portfela. W tym kontekście oferujemy coraz szerszą gamę produktów, a szczególny nacisk kładziemy na rozwój technologiczny. Wspieramy lokalne marki partnerów, a nasza elastyczność pozwala na indywidualne podejście do każdego z nich. Dysponujemy narzędziami wspierającym ich codzienną pracę. Monitorujemy również realizowane przez nich nasze procedury, oferując pełną pomoc prawną. Współpracując z wiodącymi zakładami ubezpieczeń i budując przyjacielskie relacje, mamy możliwość jeszcze lepszego wsparcia. Obserwujemy trend konsolidacji na rynku ubezpieczeniowym, zdając sobie sprawę, że tylko silne podmioty

mogą sprostać wyzwaniom zmieniającej się technologii i zmieniającym się regulacjom. W Asist, dzięki dołączeniu do struktur PIB Group, jesteśmy gotowi na to, co przyniesie przyszłość. Wykonany przez nas krok przyniósł wyzwania i zmiany, ale przede wszystkim otworzył nowe możliwości.

Integracja z PIB była procesem wielopłaszczyznowym, obejmującym obszary finansowe, księgowość, prawne, compliance, IT oraz HR.

Obecność w grupie PIB przyczynia się do wzmocnienia naszej konkurencyjności. Znaleźliśmy się w globalnym środowisku, dzięki czemu korzystamy z doświadczeń grupy działającej na różnych rynkach ubezpieczeniowych. Dzięki synergii w obszarach back-office i wsparcia biznesu budujemy jeszcze większe bezpieczeństwo w tym zakresie. Dodatkowo widzimy ogromne szanse na rozwój technologiczny. W dzisiejszych czasach żadna firma nie przetrwa bez dobrze zbudowanego zaplecza IT, a grupa tworzy nam wspaniałe perspektywy rozwoju.

Dodatkowo inwestujemy w struktury sprzedażowe, co umożliwi nam jeszcze lepsze wsparcie naszych partnerów, a także pozwoli kontynuować intensywny wzrost, w tempie przewyższającym dynamikę rynku. □



## Kompleksowe wsparcie dla agentów

W naszym przekonaniu prawdziwe wsparcie agenta to pełna gama działań, które pozwalają pośrednikowi na skoncentrowanie się na obsłudze klienta i rozwijaniu swojego biznesu. W związku z tym nieustannie rozbudowujemy naszą ofertę, aby agent mógł efektywnie zarządzać swoim czasem i z pełnym zaufaniem powierzyć nam sprawy techniczne, prawne oraz informacyjne.

Jesteśmy przekonani, że nasza oferta stanowi kompleksowe wsparcie dla agenta, obejmując zarówno narzędzia informatyczne, jak i fachową wiedzę oraz indywidualne podejście do każdego partnera. Nasz zespół składający się z doświadczonych ekspertów jest gotów nie tylko dostarczać technologiczne rozwiązania, ale także pomagać w szybkim dostosowywaniu się do zmian w przepisach, wymogów zakładów ubezpieczeń czy zaleceń organów regulacyjnych.

Naszym partnerom oferujemy m.in.:

- Silną pozycję na rynku: Jesteśmy ogólnopolską multiagencją, która przez ponad 20 lat przeszła imponującą transformację. Z lokalnego gracza awansowaliśmy do grona czołowych multiagencji w kraju, a nasze logo zachowuje prestiż i wartość w oczach partnerów.
- Rodzinny charakter i niezależność: Jako jedni z nielicznych w branży zdecydowanie postawiliśmy na zachowanie pełnej niezależności. To dla nas fundament, który pozwala nam podejmować decyzje skoncentrowane na długotrwałym rozwoju i zadowoleniu naszych partnerów.
- Unikalny program „Agent na emeryturze”: Wprowadziliśmy innowacyjny program, który umożliwia



**Wojciech Andrzejak**  
dyrektor sprzedaży Conditor

agentom w bezpieczny sposób przekazanie agencji, gdy brakuje im własnych biznesowych spadkobierców. Jesteśmy świadomi, jak istotne jest zapewnienie ciągłości w branży, dlatego ten program cieszy się rosnącym uznaniem.

- Dedykowane wsparcie: Nasi agenci otrzymują dedykowanego opiekuna od samego początku współpracy. Nasza infolinia, dział korporacyjny oraz dostęp do nowoczesnych systemów CRM i porównywarki Conditor to elementy, które usprawniają codzienną pracę, a zarazem gwarantują szybki dostęp do najważniejszych informacji.
- Elastyczne modele współpracy: Zapewniając niezależnym doradcom swobodę wyboru i brak narzuconych planów sprzedażowych, chcemy umożliwić im skuteczne realizowanie własnych celów. Model punktu franczyzowego to natomiast propozycja dla tych, którzy marzą o własnym biurze ubezpieczeniowym pod prestiżowym szyldem Conditor.
- Kompleksowe wsparcie: Oferujemy nie tylko konkurencyjne warunki prowizyjne, ale także atrakcyjne konkursy, systemy motywacyjne, udziały w warsztatach, a także pełne wsparcie w zakresie RODO oraz IDD. Dla naszych agentów ważna jest także możliwość zawarcia atrakcyjnego ubezpieczenia na życie skalkulowanego dla naszej sieci sprzedaży.

Multiagencja Conditor to firma, która z dumą i pasją tworzy silną społeczność profesjonalistów. □





## Mamy najlepszy program współpracy dla agentów



**Jacek Byliński**  
prezes zarządu CUK Ubezpieczenia

Mamy powody do zadowolenia i z optymizmem patrzymy w przyszłość. Firma jest w bardzo dobrej kondycji, a przyglądając się jej wynikom sprzedażowym, mam wrażenie, że wszystkie życzenia pomyślności w 2023 roku się spełniły. Osiągnięcia nie biorą się jednak z przypadku, a są efektem świetnej pracy sieci sprzedaży oraz zaangażowania całego grona pracowników centrali, którzy każdego dnia starają się kreować jak najlepsze rozwiązania, pozwalające doskonale obsługiwać klientów.

Wykorzystujemy wiedzę, doświadczenie oraz innowacje, dzięki czemu dostarczamy konkretnych rozwiązań, które w codziennej pracy wykorzystują agenci oraz partnerzy budujący sieci sprzedaży. Dołączający do CUK agenci wiedzą, że dostaną nową jakość i narzędzia rozwoju, które wprowadzą ich biznesy na wyższy poziom efektywności oraz sprawności działania. Bardzo szanujemy to zaufanie i wiemy, że rozwiązania CUK są ogromnym kapitałem, którym chętnie się podzielimy. Dzięki nowej technologii wdrożonej m.in. w systemach WebCUK, SmartCUK czy CUK Direct dla Agenta, agenci zyskują nowe możliwości obsługi i przestrzenie do sprzedaży, ale przede wszystkim automatyzują wiele procesów związanych z obsługą formalności i serwisowaniem polis. Nie bez znaczenia są wspierające pracę agenta rozwiązania omnikanalowe, z których mogą korzystać klienci CUK, jak aplikacja mobilna czy

automatyczne wznowienia polis. To wszystko pozwala obsłużyć więcej klientów przy mniejszym nakładzie pracy. Olbrzymią wartością dla agentów jest dostęp do wiedzy. Inwestujemy w kompleksowe szkolenia, które rozwijają agentów oraz właścicieli placówek całościowo. Powołaliśmy do tego Departament Szkoleń oraz Ubezpieczeń Specjalistycznych z segmentów: biznes, agro czy życie, który dysponuje doświadczonymi ekspertami, wspierającymi w ofertowaniu i szkoleniach pośredników. Dostarczamy również ogólną wiedzę, potrzebną w prowadzeniu biznesu oraz gotowe rozwiązania z zakresu finansów, analiz, marketingu, HR, prawa czy rekrutacji pracowników. Agenci i właściciele placówek CUK są przygotowani przez nas do każdej zmiany w przepisach, ofercie czy technologii. Mamy kompleksowy program współpracy, który sprawdza się nawet dla osób, które dopiero stawiają pierwsze kroki w dystrybucji ubezpieczeń.

Tworząc narzędzia sprzedażowe czy wdrażając nowe produkty, przede wszystkim mamy na względzie zadowolenie klientów. Większość projektów realizujemy w porozumieniu z agentami, dzięki czemu nasze działania są spójne z ich oczekiwaniami. W ten sposób agenci zyskują pełne poczucie bezpieczeństwa, że organizacja, do której dołączyli, dba o ich rozwój. Jesteśmy współodpowiedzialni za sukces naszych partnerów. □



## Sukces agenta jest naszym sukcesem



**Agnieszka Czerniawska**  
wiceprezes zarządu DCU i DCU Insurance Partner

DCU to ogólnopolska multiagencja ubezpieczeniowa, która w ubiegłym roku obchodziła jubileusz 15-lecia. Nie będzie przesadą, jeśli powiemy, że od samego początku, czyli od roku 2008, motywem przewodnim DCU było wspieranie pracy agentów. Naszym celem od pierwszego dnia było stworzenie jak najlepszych warunków do współpracy z multiagentami na terenie całego kraju i wydaje się, że nasze cele zostały trafnie obrane, a rezultaty przerosły nasze śmiałe oczekiwania.

W 2013 r. rozpoczęliśmy wdrożenie Portalu myDCU (Insly), który miał umożliwić naszym partnerom porównanie ofert wielu ubezpieczycieli oraz szybkie wystawienie polisy. Dodatkowo na Portalu myDCU agenci mogą zarządzać online portfelem swoich klientów, polisami, ofertami, odnowieniami i ratami, a to wszystko zgodnie z wymaganiami wprowadzonego później RODO.

Kolejnym krokiem było powstanie Akademii DCU, platformy do prowadzenia szkoleń online. Wiedzieliśmy, że rynek ubezpieczeniowy zmienia się bardzo dynamicznie, a nasi partnerzy potrzebują stale podnosić kwalifikacje tak, aby profesjonalnie poruszać się w meandrach produktów tworzonych przez underwriterów. Wówczas jeszcze nie wiedzieliśmy, jak bardzo Akademia DCU będzie nam potrzebna po wejściu w życie nowej Ustawy o dystrybucji ubezpieczeń (IDD)

wprowadzającej obowiązek 15 godzin szkoleń zawodowych, które agent musi zrealizować każdego roku.

Wraz z dynamicznym rozwojem firmy, postanowiliśmy stworzyć w 2014 Helpdesk DCU, czyli zespół pierwszej linii wsparcia agenta. W szybkim czasie konieczne okazało się rozszerzenie kompetencji helpdesku o szkolenia agentów rozpoczynających pracę w branży ubezpieczeniowej. Tym samym, nie tylko rozwiązywaliśmy bieżące problemy partnerów z działaniem systemów sprzedażowych, wsparciem merytorycznym co do zakresów ubezpieczeń, ale również nasi dedykowani opiekunowie mogli od samego początku współpracy przeprowadzać nowego agenta „za rękę” przez cały proces wdrożenia. Dzięki temu nasi partnerzy wiedzą, że można na DCU polegać na każdym etapie swojej kariery.

Dopasowana oferta dla agenta to nie tylko fundament funkcjonowania DCU. Dzięki stałemu doskonaleniu naszych rozwiązań i wsparciu, jakie oferujemy naszym agentom, tworzymy partnerskie relacje, które przekładają się na rozwój naszej agencji, jak również naszych partnerów. Doskonale zdajemy sobie sprawę, że od 15 lat najważniejsi byli, są i będą dla nas agenci. To właśnie oni są motorem naszego wzrostu, ponieważ wierzymy, że sukces agenta jest także naszym sukcesem. □



## Nieustanna praca nad narzędziami wspierającymi agentów



**Daria Karas**  
pełnomocnik zarządu ds. rozwoju sieci  
Diamond Finance

Esencją modelu biznesowego Diamond Finance jest hasło „Twoja marka, nasze zasoby”. To nie tylko marketingowy slogan, ale fundamentalna zasada, według której postępujemy. W związku z tym, naszym priorytetem niezmiennie pozostaje zapewnianie partnerom nowoczesnych i pomocnych w optymalizacji działań rozwiązań.

Na bieżąco reagujemy na rosnące wymagania dynamicznego rynku oraz potrzeby współpracujących z nami agentów. Nasza oferta, zarówno narzędzi wspierających codzienną pracę z klientami, jak i dostępnego portfela ubezpieczycieli, ciągle się poszerza. Staramy się, by ten ostatni był konkurencyjny – zapewniamy agentom nie tylko dostęp do propozycji najpopularniejszych ubezpieczycieli, ale dbamy również o szeroki wybór marek niszowych, których oferty nierzadko są ciekawe dla konsumentów. Ponadto, w naszej ofercie można znaleźć coraz więcej produktów dedykowanych – powstałych w rezultacie współpracy Diamond Finance z zakładami ubezpieczeń.

Bardzo lubianym rozwiązaniem wśród naszych partnerów jest KalenDiaFin – kalendarz szkoleń i egzaminów. Pozwala agentom w wygodny sposób nawigować wszystkie szkolenia: wewnętrzne oraz organizowane przez zakłady ubezpieczeń.

W ostatnich latach mocno skupiliśmy się na rozbudowie naszego kalkulatora ubezpieczeń komunikacyjnych – DFS24.

Dzięki niemu nasi partnerzy mają możliwość porównania ofert – na ten moment – 19 zakładów ubezpieczeń, co znacząco ułatwia i przyspiesza proces sprzedaży. Warto podkreślić, że z pomocą naszej platformy można nie tylko szybko przedstawiać oferty, ale także bezpośrednio wystawić polisę. Porównywarka stale ewoluuje – została rozszerzona między innymi o funkcje CRM. To pozwala agentom skutecznie zarządzać relacjami z klientami.

Kontynuując nasze inwestycje w rozwój rozwiązań dla agentów, oddaliśmy do ich dyspozycji wewnętrzny system do ewidencji i dokumentacji, w tym analizy potrzeb klienta – ePartner. Narzędzie umożliwia skuteczną archiwizację dokumentów związanych z APK. Nie tylko ułatwia agentom codzienną pracę, ale sprawia, że mają pewność co do zgodności z obowiązującymi przepisami.

W 2024 r. szykujemy dla naszych partnerów zupełną nowość. To narzędzie wprowadzi nas na nowy poziom sprzedaży. Umożliwi pozyskiwanie klientów, ułatwi budowanie własnej sieci sprzedażowej, będzie cyfrowym udogodnieniem i pozwoli oszczędzić wiele czasu.

Działamy zgodnie z obecnymi trendami, chętnie korzystamy z benefitów postępującej transformacji cyfrowej. Wierzymy, że dzięki temu nasi partnerzy będą mogli działać jeszcze skuteczniej, a to przełoży się na satysfakcję klientów i rozwój naszego biznesu. □



## Multiproduktowość jest nie dla nas



**Peter Grudniak**  
prezes EPRO



**Piotr Grzesik**  
prezes EPRO

Największym atutem i jednocześnie ofertą, jaką EPRO kieruje do agentów, jest system kariery oraz możliwość indywidualnego rozwoju biznesowego. Pomijając unikalność rynkową naszych rozwiązań, system pozwala w stosunkowo krótkim okresie przejść drogę od indywidualnego sprzedawcy do lidera kilkudziesięciu, a nawet kilkuset osobowych struktur. Rozwój ten jest nieustannie wspierany przez cały szereg szkoleń – od produktowych do menedżerskich, które pozostają bezpłatne. Ich wartość w przebiegu kariery szacujemy dziś na ok. 300 tys. zł, jest to więc niebagatelny bonus dla agentów. Mówimy tu o ścieżce „lidera”, a ta zawsze pozostaje świadomym wyborem naszych współpracowników.

W ubiegłym roku rozpoczęliśmy program MasterClass, który został oparty o najlepsze doświadczenia ERGO Pro w Niemczech. Jego wdrożenie poskutkowało nie tylko 25% wzrostem sprzedaży, ale przede wszystkim rozwojem samych OFWCA i ich struktur. W tym aspekcie odnotowaliśmy wzrost o 15% w stosunku do 2022 r. MasterClass jest przestrzenią do pogłębionej współpracy i rozwoju przedstawicieli ze ścieżki liderkiej EPRO.

Celem programu jest 3-krotny rozwój sieci sprzedaży do 2028 roku.

Jeśli chodzi o ofertę produktową, tu niezmiennie jesteśmy wierni ubezpieczeniom, przede wszystkim życiowym. Naszymi strategicznymi partnerami pozostają Ergo Hestia oraz Compensa, ponieważ to ich produkty oferujemy klientom. Nie ukrywamy, że zależy nam na selekcji produktowej. Wybieramy takie ubezpieczenia, które w swojej klasie są najlepsze na rynku i mają potencjał rozwojowy, jak na przykład ERGO 4.

Dodatkowo na wiosnę tego roku wprowadzamy pierwszy w Polsce produkt zdrowotny powiększony o komponent profilaktyczny. Jak zapewnia nas nasz partner, będziemy pierwszą multiagencją, która rozpocznie sprzedaż produktu. Dodatkowo w połowie roku chcemy rozpocząć sprzedaż ubezpieczenia zabezpieczającego przychody. I w zasadzie na tym koniec. W naszym modelu biznesu multiproduktowość niekoniecznie wspiera rozwój OFWCA. Chcemy pozostać wysokiej klasy specjalistami, którzy nie zonglują ofertami, lecz posiadają w swoim portfelu wyjątkowe i elastyczne rozwiązania dla każdego klienta. □



## Kolejne pomysły na przyszłość



**Magdalena Toruń, Daniel Palak**  
prezes i wiceprezes Harpie & Orly Sprzedaży

Blisko 10 lat misją Harpie i Orly Sprzedaży jest budowanie biznesu opartego o trwałe i bliskie, nierzadko rodzinne relacje z naszymi agentami. Przekonani jesteśmy, że wzajemne zaufanie, umiejętne wspieranie zróżnicowanych oczekiwań sprzedawców i transparentna współpraca, bezpośrednio wpływają na organiczny rozwój spółki.

Rokrocznie rośniemy przypisowo i osobowo, a rozwój ten jest stabilny, przemyślany i opłacalny dla każdej ze stron – dla nas i naszych partnerów. W ostatnich latach nasza branża musiała zmierzyć się z szeregiem wyzwań. Doświadczaliśmy zawirowań na rynkach, wzrostu inflacji, trwającej wojny w Ukrainie oraz skutków pandemii, która przyczyniła się do większego znaczenia sprzedaży zdalnej. Dodatkowo, pojawiają się nowe ryzyka, szczególnie w obszarze cyberprzestrzeni oraz wzrost zagrożeń klimatycznych związanych z anomaliami pogodowymi. Obserwujemy też zmienność strategii cenowych i prowizyjnych ubezpieczycieli, rosnącą świadomość klientów w zakresie ubezpieczeń, co skutkuje większą liczbą roszczeń wobec pośredników. Dodatkowo regulacje rynkowe stawiają coraz bardziej precyzyjne i wieloaspektowe wymagania, szczególnie w obszarze dystrybucji ubezpieczeń i zgodności z RODO. Dostrzegamy całe otoczenie naszej branży i staramy się, aby nasi partnerzy pracowali komfortowo i efektywnie. W tym celu dostarczamy naszym agentom to co niezbędne:

Dział Wsparcia Sprzedaży, CRM z rozbudowanymi funkcjami w tym narzędzie do zdalnego przeprowadzania APK czy statystyki sprzedaży w czasie rzeczywistym, porównawarkę ubezpieczeń, szkolenia we współpracy z ubezpieczycielami. Proponujemy uczciwe i atrakcyjne prowizje, a w umowie o współpracy gwarantujemy partnerom zachowanie własności portfela, gdyby zdecydowali się rozwiązać z nami współpracę, co jednak dzieje się niezwykle rzadko. Nie zapominamy o przyjemnościach i odpoczynku. Świętujemy dwa razy do roku – na Gali Sprzedaży, goszcząc najlepszych z najlepszych, i bliżej Świąt na firmowej wigilii. Nasz motywacyjny program o wdzięcznej nazwie „Włóczykij”, w którym główną nagrodą jest wycieczka zagraniczna, doczekał się już trzeciej edycji. „Włóczykij” ma różne kategorie i wygrać może zarówno początkujący, jak i doświadczony sprzedawca. Laureaci odwiedzili dotychczas Dubaj i Kapadocję, a przed nami Czarnogóra – już na wiosnę. Pomysłów na rozwój nam nie brakuje. Niedługo kolejna innowacja, która – jak wierzymy – uwzględni zmiany branżowe i odpowiada na oczekiwania klienta. Na dziś zdradzić możemy, że nie zapominając o tradycyjnym modelu sprzedaży, odważniej wchodzimy w rzeczywistość cyfrową, jak również innowacyjnie zadbać chcemy o potrzeby osobowe – ochrona życia i zdrowia klientów naszych sprzedawców. □



## Jak zachować niezależność w czasach globalizacji?



**Agnieszka Karp**  
dyrektor ds. sprzedaży i rozwoju sieci multiagencji  
Nauczycielska Agencja Ubezpieczeniowa

Każdego dnia przenikają nas wypowiedziane wokół słowa. Niektóre niczym neutryny niepostrzeżenie przelatują przez nas, inne zostają w sercu na zawsze. Warto nieść ze sobą tylko te motywujące do rozwoju, wzmacniające nasze: kompetencje, pozycję biznesową i markę.

Jako agent, a właściwie „owca”, brnę w gąszczu kuszących propozycji. Płyną zaproszenia na webinary i propozycje rekruterów różnych agregatorów. Pierwsze z nich dręcząco szeleszczą w tle obsługi klientów albo wciągają jak dobra książka. Drugie zmuszają do wysiłku matematycznego.

Pewnie takie odczucia ma prawie każdy pośrednik ubezpieczeniowy. Jak wybrać to, co dla nas długofalowo okaże się najlepsze?

Po pierwsze należy zweryfikować w umowach współpracy i otrzymywanych propozycjach nie tylko wysokość wynagrodzenia, ale przede wszystkim prawo do zachowania swojego dotychczasowego dorobku. Jeśli tego nie zrobimy, możemy zacząć kolejny dzień jako przedmiot transakcji, pracownik, a nie przedsiębiorca. Zostaniemy z iluzją pozostawienia czegoś po sobie dzieciom, czy sprzedaży portfela i przejścia na emeryturę. Przeczytamy informację w prasie, że zostaliśmy kupieni wraz z agregatorem, ze wszystkimi prawami do portfela budowanego przez całe życie.

Po drugie wystarczy wyjść poza strefę komfortu, nie siedzieć, słuchając trenera niczym radia. Można doskonalić

swoje umiejętności w boju, mając przy boku ciche, merytoryczne i sprzedażowe wsparcie zaufanego mentora. Należy wybrać wsparcie organizacji (agencji), dla której jesteśmy równoważnym podmiotem we współpracy.

Od lat mam przyjemność współtworzyć z agentami ich fascynujące historie ubezpieczeniowe. Jedną z nich jest mi szczególnie bliska. Ukazuje bowiem, że wystarczy zdjąć własne ograniczenia mentalne. Nie będę jej przytaczać całej, a ograniczę się jedynie do żołnierskiego skrótu.

*Dostaje zaproszenie do udziału w badaniu potrzeb klienta – firmy z branży recyklingu. Pierwotnie mam dyspozycję od agenta prowadzącego negocjacje, żeby zmieścić się w składce z zeszłorocznej polisy. Czuję, że przy tym PKD musiałabym dokonać cudu, aby pomieścić odpowiedni zakres ochrony w tak niskim budżecie. Jako że nie posiadam takich mocy, postanawiam przeprowadzić szybką akcję edukacyjną klienta. Siadamy we trójkę do naszkicowania mapy ryzyk związanych z prowadzeniem jego działalności gospodarczej. Nakładamy na nią mapę dostępnego pokrycia ubezpieczeniowego.*

*Klient otrzymuje proste zadanie – ma tylko wykreślić zbędne elementy ochrony.*

*Finalnie sam wybrał najszerszy zakres ubezpieczenia i na polisę odpowiadającą jego potrzebom przeznaczył ponad dziesięciokrotnie większą pięciocyfrową kwotę!*

*Pierwotnie narzucone ograniczenie budżetu okazało się blokadą w głowie agenta! □*



## Klient w centrum uwagi



**Artur Kijonka**  
prezes zarządu OVB

OVB przyjęło nową strategię działania na najbliższe 3 lata – OVB Excellence 2027, koncentrujemy się na 4 głównych obszarach:

- doskonaleniu kariery i sprzedaży,
- ekspansji i innowacjach,
- doskonałości operacyjnej,
- ludziach i organizacji.

Jednak to klienci są w centrum naszego zainteresowania.

W ubiegłym roku dla naszych agentów wprowadziliśmy nowoczesny CRM. Dzięki niemu cały proces sprzedażowy (m.in. RODO, AML oraz analiza potrzeb klienta) przebiega elektronicznie. To oznacza, że w systemie przy sprzedaży każdego produktu ubezpieczeniowego widnieje komplet dokumentów wymaganych przez regulatora. Natomiast głównym celem wprowadzenia nowego CRM-u jest praca nad ogromną bazą danych, którą posiadamy. CRM ma pomóc agentom, by w lepszym stopniu mogli zabezpieczyć potrzeby ubezpieczeniowo-finansowe swoich klientów. Nie jest żadną tajemnicą, że na polskim rynku statystyczny klient posiada znacznie mniej umów niż np. klient w Niemczech, Słowacji czy w Czechach. Chcemy to zmieniać. Dlatego zachęcamy naszych klientów, którzy posiadają np. ubezpieczenia na życie do zakupu ubezpieczeń majątkowych i na odwrót, by każdy z klientów był chroniony w jak najszerszym zakresie. Nasi współpracownicy posiadają narzędzia, a przede wszystkim unikatową wiedzę w zakresie zabezpieczenia egzystencji naszych klientów – dzięki czemu ciągle zwiększamy sprzedaż indywidualnych ubezpieczeń na życie. Zgodnie ze strategią

OVB, klient zawsze jest w centrum zainteresowania. Dlatego naszym celem jest jeszcze lepsze zadbanie o potrzeby klientów, poprzez kompleksową opiekę i dobrą obsługę posprzedażową.

Nieustannie doskonalimy i unowocześnimy proces szkolenia naszych współpracowników. Skupiamy się na jeszcze lepszym systemie wdrożenia nowych osób, które chcą zacząć pracę w zawodzie agenta. Nadal nie rezygnujemy z modelu dwuzawodowego, który jest niezmiennie zaszyty w naszym DNA.

Ujednolicamy proces szkolenia wszystkich kandydatów, którzy chcieliby rozpocząć pracę jako agent w strukturach OVB. Dzięki temu wszyscy mają jednakowy dostęp do takiej samej wiedzy, niezależnie od tego, w którym regionie Polski pracują. Każdy z kandydatów korzysta, nie tylko z doświadczenia naszych menedżerów, ale również ułatwia to wprowadzony program szkoleń na pierwsze 12 tygodni współpracy – Personal Development, który stanowi doskonałe uzupełnienie do szkoleń stacjonarnych. W praktyce oznacza to, że kandydat dostaje dostęp do narzędzia, gdzie zamieszczone są filmy szkoleniowe posegregowane tematycznie i poznaje w dogodnym dla siebie czasie kolejne partie materiału. Po tym okresie i pozytywnym zaliczeniu egzaminu wewnętrznego, zapraszamy kandydata na centralne szkolenia do Warszawy, w cyklu Karriere Campus. Osoba aktywna, jest w stanie przejść cały, profesjonalny cykl szkoleniowy i zbudować swoje kompetencje w ciągu 2 lat, tak by móc jeszcze lepiej obsługiwać klientów oraz budować profesjonalne struktury sprzedażowe. □



## Zarabiaj więcej i rozwijaj się szybciej!



**Paweł Kasica**  
prezes zarządu Phinance

Jako multiagencja działająca w systemie wieloproduktowym, opartym nie tylko na pośrednictwie ubezpieczeniowym, ale również w zakresie produktów inwestycyjnych, kredytowych oraz sprzedaży nieruchomości, wiemy, jak ważna jest możliwość decydowania o rozwoju i jego kierunkach. Dlatego stworzyliśmy kilka modeli współpracy, aby lepiej dopasować się do potrzeb rynku.

Pierwszy, najczęściej wybierany, to współpraca na wyłączność. Możemy rozdzielić ją na współpracę jako doradca finansowy, któremu zapewniamy dostęp do infrastruktury biurowej oraz stały dopływ kontaktów z call center. Nieustannie dbamy też o rozwój poprzez regularne szkolenia. Co więcej, dla naszych współpracowników organizujemy konkursy motywacyjne, gdzie nagrodami są nie tylko wyjazdy zagraniczne, ale także nagrody pieniężne, dodatkowe szkolenia oraz atrakcyjne nagrody rzeczowe. Drugim modelem współpracy w ramach działania na wyłączność jest zarządzanie własnym zespołem. Szefom biur płacimy dodatkową prowizję z tytułu prowadzenia placówki oraz dajemy im udział w zysku firmy. Szef biura, otrzymuje kompleksowe wsparcie administracyjne i prawne, pakiet szkoleń menedżerskich oraz dodatkową dopłatę do wynajmu powierzchni biurowej i jej branding. Phinance finansuje zatrudnienie pracownika administracyjnego w biurze oraz współfinansuje procesy rekrutacyjne, aby ułatwić rozwój i osiągnięcie zamierzonych celów.

Drugim, bardziej elastycznym modelem współpracy jest PhiLite. Pozwala on kontynuować dotychczasową formę działania – poza Phinance, wybierając jedynie grupę produktową, na której skoncentruje się współpraca. Phinance zapewnia licencjonowanie, wsparcie we wdrożeniu oraz instruktaże dotyczące współpracy z klientami. Gwarantujemy autonomię bazy klientów przy jednoczesnym wsparciu w wypełnieniu wszystkich obowiązków regulacyjnych (RODO, APK, AML itp.). To doskonałe rozwiązanie dla mniejszych firm, które za naszym pośrednictwem są w stanie rozszerzyć zakres produktów oferowanych klientowi. To też okazja, by sprawdzić, czy praca w szerszej gamie produktowej przynosi satysfakcję i wymierne korzyści.

Ostatnim modelem jest umowa leadowa. To doskonałe rozwiązanie dla firm, które nie chcą współpracować z Phinance bezpośrednio. Pozwala na przekazanie kontaktu do klientów, których firma współpracująca nie ma możliwości obsłużyć samodzielnie.

Jesteśmy otwarci na różnorodne formy współpracy i zawsze starannie dostosowujemy się do indywidualnych potrzeb naszych partnerów. Naszym celem jest aktywne wspieranie w rozwoju zawodowym i osiąganie sukcesów. Zapraszamy do osiągnięcia wspólnych korzyści, wynikających z modelu wieloproduktowej obsługi klientów. Dołącz do naszej dynamicznej społeczności i rozwijaj się pod skrzydłami Phinance! □





## Nowe perspektywy, nowe możliwości



**Marlena Szpurgis**  
wiceprezes zarządu Polisa Expert



**Arkadiusz Grabski**  
prezes zarządu Polisa Expert

Od momentu swojego powstania w 2012 roku, Polisa Expert zapisuje się w historii polskiego sektora ubezpieczeniowego jako symbol pasji i doświadczenia. Dziś, po ponad dekadzie skutecznego funkcjonowania, Polisa Expert stawia kolejny krok w swoim dynamicznym rozwoju, przekształcając się w spółkę akcyjną. To nie tylko przejście na wyższy poziom strukturalny, ale również wyraz dążenia do ciągłego doskonalenia i rozwoju relacji z naszymi partnerami.

Jesteśmy dumni z naszych dotychczasowych osiągnięć. Zaczynaliśmy jako firma zaledwie z trzema partnerami, a dziś współpracuje z nami ponad 350 partnerów i prawie 800 indywidualnych doradców ubezpieczeniowych na terenie całej Polski. To sukces, który dowodzi ogromnego zaufania, jakim cieszymy się na konkurencyjnym rynku ubezpieczeniowym.

Dlaczego warto do nas dołączyć?

1. Doświadczenie: Polisa Expert to nie tylko firma, ale zespół ludzi, którzy są doświadczonymi profesjonalistami z branży ubezpieczeniowej.
2. Wsparcie dla partnerów: Firma stosuje wewnętrzne instrumenty finansowe i narzędzia premiowania dla wyróżniających się partnerów, zapewniamy opiekę menedżerów i specjalistów z Polisa Expert.

3. Biura Partnerskie: Polisa Expert cały czas wspiera finansowo Biura Partnerskie w prowadzeniu biznesu. Partnerom zapewniamy pomoc w przygotowaniu projektu i wizualizacji biura, którego wykonanie finansujemy.
4. Dynamiczny rozwój: Nowa struktura kapitałowa umożliwia łatwiejsze przekazywanie akcji akcjonariuszom, co otwiera nowe perspektywy dla naszych partnerów. Każdy partner ma możliwość stać się akcjonariuszem naszej firmy.
5. Akcje motywacyjne: Jako firma, która docenia zaangażowanie swoich partnerów, regularnie organizujemy profesjonalne szkolenia oraz konkursy z atrakcyjnymi nagrodami, takimi jak wycieczki zagraniczne czy doładowania na karty partnerów.
6. Dostęp do kalkulatora ubezpieczeniowego: Aby znacząco przyspieszyć obsługę klientów i umożliwić naszym partnerom tworzenie własnej bazy klientów inwestujemy w nowoczesne narzędzia, takie jak kalkulator ubezpieczeniowy.

Dołącz do nas!

Jesteśmy otwarci na współpracę z agentami z całej Polski. Jeśli marzysz o rozwoju w dynamicznej firmie, gdzie Twoja praca jest ceniona – zapraszamy!

Twój sukces to nasz sukces!



## Nie tylko oferta, ale także dodatkowe korzyści



**Cecylia Słupianek**  
dyrektor Biura Zarządzania Siecią PPD Finanse

PPD Finanse to renomowana multiagencja, działająca na rynku ubezpieczeniowym i bankowym od ponad dwudziestu lat. Nasza firma, współpracująca z 20 zakładami ubezpieczeń oraz bankiem, ma zaszczyt współpracować z 3 tysiącami sprzedawców, którzy od lat są kluczowymi partnerami w naszym sukcesie.

Nieustanny rozwój i dynamika naszej działalności są potwierdzeniem naszej skuteczności – wzrost przypisu i sprzedanych wolumenów kredytowych na poziomie 140% w roku 2023 to wynik naszej determinacji i zaangażowania. Jednak to, co naprawdę wyróżnia naszą ofertę dla agentów, to nie tylko standardowe narzędzia, ale również dodatkowe korzyści, którymi chcemy wspierać naszych partnerów.

Oprócz atrakcyjnych prowizji, nowoczesnych narzędzi CRM i przejrzystych rozliczeń prowizyjnych, oferujemy naszym agentom dbałość w umowach o portfel multiagenta oraz atrakcyjne systemy motywacyjne, takie jak Gala Mistrzów PPD z nagrodami finansowymi i wycieczkami zagranicznymi. Dodatkowo zapewniamy wsparcie finansowe w postaci finansowania lokalizacji multiagenta,

w tym placówek urzędów pocztowych, co tworzy optymalne warunki do efektywnej pracy.

W ostatnim roku podpisaliśmy 300 nowych umów z OFWCA, co świadczy o naszej determinacji w rozwijaniu partnerstw biznesowych i poszerzaniu naszej sieci. Nasza strategia obejmuje również istotny element, jakim są Punkty Obsługi Klienta w urzędach pocztowych. Z ponad 200 punktami w całej Polsce, nasi doradcy mają dostęp do dużego potencjału klientów, co stanowi atrakcyjną perspektywę dla agentów.

Nasza oferta nie ogranicza się jedynie do ubezpieczeń, ale obejmuje również rozwijany obszar kredytowy, co daje dodatkowe możliwości współpracy z partnerami. Wdrożenie nowoczesnych narzędzi do rozliczeń prowizyjnych oraz systemu CRM dla OFWCA to nasza odpowiedź na potrzeby rynku, mająca na celu wzmocnienie skuteczności sprzedaży i jakości obsługi klientów.

Zapraszam wszystkich zainteresowanych agentów do współpracy z nami. Razem możemy osiągnąć jeszcze więcej i stworzyć korzystne warunki dla naszego wzajemnego rozwoju. □



## Wspieranie agentów na pierwszym miejscu

Praca agenta ubezpieczeniowego będzie się zmieniać na przełomie najbliższych lat. Chyba nawet nie zdajemy sobie sprawy jak bardzo. Już są zauważalne istotne zmiany w procesie likwidacji szkód, obiegu dokumentów, wszelkich uproszczeń i automatyzacji procesów, głównie jest to związane z rozwojem sztucznej inteligencji, ale również technologiami blockchain. Nie możemy być obojętni na te zmiany. Dlatego w grupie RBG staramy się być krok przed nimi.

Widzimy jak ważne jest “profesjonalizowanie” się pracy agenta. Już nie wystarczy masowe sprzedawanie OC, by utrzymać dobry biznes. Nie wystarczy sama komunikacja, a w przyszłości nawet cały majątek. Widzimy to wyraźniej niż kiedykolwiek, że to właśnie kompleksowa, pełna obsługa i opieka nad sferą ubezpieczeniową klienta jest przyszłością. Praca agenta będzie w końcu zawodem

o wysokim zaufaniu społecznym. Będzie to możliwe również dzięki licznym, nowoczesnym narzędziom technologicznym, które będą pomagały bardzo efektywnie i “punktowo” zabezpieczać klientów.

Na szczęście, agenci ubezpieczeniowi coraz wyraźniej to widzą i chcą iść w tym kierunku, a my w grupie RBG pomagamy, by ten sukces osiągnąć. Na ten rok planujemy prelekcje, warsztaty i spotkania z praktykami dla agentów RBG. Stale wdrażamy i przekonujemy do korzystania z rozwiązań Avatar Agent – wskazujemy jak ważna jest praca nad świadomością ubezpieczeniową klientów w ich efektywnej obsłudze. Wiemy też, że praca agenta jest często wyczerpująca i nie na ram czasowych, dlatego w miarę możliwości staramy się choć trochę nadać jej sympatyczny wymiar, spotykając się na kolacjach czy wspólnych eventach. □



**Grzegorz Bykowski**  
członek zarządu grupa RBG



## Film w arsenale agenta ubezpieczeniowego

W naszym dążeniu do innowacji w branży ubezpieczeń jako Avatar Agent, odkryliśmy siłę filmów edukacyjnych, które coraz częściej stają się podstawowym narzędziem w dialogu z klientami, także ubezpieczeniowymi. Nasze ostatnie badania, przeprowadzone wśród 210 klientów ubezpieczeniowych, dostarczyły ciekawych wniosków o skuteczności tej formy komunikacji. Aż 53,3% badanych zadeklarowało zwiększone zainteresowanie ubezpieczeniem po obejrzeniu filmu, a 95,7% respondentów uznało filmy za jasne i zrozumiałe. To potwierdziło nasze przekonanie, że filmy edukacyjne skutecznie przekazują złożone treści ubezpieczeniowe i wskazało na ich zdolności motywowania klientów do działania.

Nasze badanie ujawniło także, że 40% respondentów przyznało, iż forma promocji filmowej ma wpływ na ich decyzje zakupowe, podkreślając, że jakościowe treści filmowe pomagają im lepiej zrozumieć ubezpieczenia.

Jesteśmy przekonani, że filmy edukacyjne to nie tylko narzędzie marketingowe, ale i pomysł na budowanie wizerunku, który ma realny wpływ na decyzje zakupowe klientów. Dla agenta, inwestycja w wysokiej jakości content filmowy może okazać się strategicznym krokiem. Nasze doświadczenia potwierdzają, że filmy są efektywnym sposobem na budowanie zaufania i lojalności wśród klientów, dostarczając im wartościowych informacji w angażujący sposób. □



**Bartosz Wolski**  
Avatar Agent – avataragenta.pl



## Jesteśmy efektywni i skuteczni

Grupa RCU Ubezpieczenia to struktura organizacyjna, która w transparentny sposób tworzy oraz umiejętnie wykorzystuje szanse swojego rozwoju w oparciu o innowacyjne narzędzia biznesowe, poddane weryfikacji przez ponad dwie dekady działalności na rynku pośrednictwa ubezpieczeniowego. Nie stawiamy na rozwój sieci za wszelką cenę kosztem jakości. Dbamy o to, aby nasi partnerzy rozwijali się i osiągnęli jak najlepsze wyniki. I tak, w ostatnim roku mieliśmy podpisanych 177 umów partnerskich i 275 OFWCA. Te dane przełożyły się na osiągnięcie 210 mln zł przypisu składki, co pokazało, że w naszym gronie mamy 78 partnerów, którzy przekroczyli 1 mln zł przypisu, 33 agentów, którzy przekroczyli 2 mln i 21 agentów z dorobkiem ponad 3 mln i więcej. Korzystając z tej okazji jako prezes zarządu, pragnę serdecznie pogratulować naszym partnerom i współpracownikom tak wspaniałego wyniku osiągniętego w 2023 roku i życzyć kolejnych sukcesów w nadchodzących latach.

Nasze zasady to wyjątkowe know-how. Indywidualne podejście do współpracy z naszymi agentami pozwala w istotny sposób wyeksponować niepowtarzalny model pracy oraz podkreślić swoją tożsamość. Jakość tej współpracy przekłada się w wymowny sposób na budowanie mocnych fundamentów z naszymi agentami. Takie podejście do biznesu jest gwarancją na uzyskanie istotnych dynamik rok do roku.

Jesteśmy w posiadaniu innowacyjnego programu sprzedażowego. Wielofunkcyjność tego programu pozwala obsłużyć naszą sieć w wielu aspektach – od przygotowania kalkulacji po całą obsługę posprzedażową. Poczynione



**Lucjan Brychcy**  
prezes zarządu RCU Ubezpieczenia

rozwiązania w obszarze informatyzacji pozwalają wprowadzić dla agentów nowe funkcjonalności optymalizujące i w pełni wspierające pracę agenta z wykorzystaniem mechanizmów automatyzujących obieg dokumentów co oznacza brak rozliczeń z agencją. Wszystkie te czynności wykonujemy za Was.

W sieci RCU Ubezpieczenia jeździ ponad 50 aut marki Mini Cooper, które są oznaczone naszym logo. Dbamy o autorskie rozwiązania, rozszerzające portfel produktów ubezpieczeniowych, oferujemy indywidualne wsparcie w promocji w social mediach oraz zapewniamy dofinansowanie zakupu materiałów reklamowych. Jesteśmy przekonani, że tego typu wsparcie w znaczącym stopniu przekłada się na sprzedaż, co stanowi doskonałą inwestycję w przyszły rozwój grupy RCU Ubezpieczenia. Tak doskonałe wyniki sprzedaży skorelowane są z niepowtarzalnym na rynku systemem prowizyjnym.

Dbamy również o programy motywacyjne dla sieci sprzedaży, takie jak możliwość ustalania indywidualnych kontraktów oraz wyjazdy szkoleniowo-integracyjne do odległych zakątków, np. Meksyk, Tajlandia, a także inne atrakcje. Jeżeli podzielasz nasze wartości, serdecznie zapraszamy do współpracy agentów, którzy wierzą w swój własny rozwój z RCU Ubezpieczenia, przy jednoczesnym zachowaniu gwarancji portfela.

Oferujemy unikalne podejście do biznesu, co gwarantuje całkowite zaangażowanie i wsparcie na każdym etapie Twojego rozwoju. □



DOM  
UBEZPIECZENIOWY  
SPECTRUM

## Sieć inteligentnych rozwiązań



**Artur Zajdel**  
prezes zarządu

Dom Ubezpieczeniowy Spectrum

W Domu Ubezpieczeniowym Spectrum stawiamy na synergię wartości oraz innowacji technologicznych – w ten sposób tworzymy atmosferę sprzyjającą rozwojowi. Starannie opracowany pakiet nowoczesnych narzędzi informatycznych wspiera sukcesy odnoszone przez naszych partnerów każdego dnia.

Profesjonalny biznes wymaga nowatorskich rozwiązań technologicznych. Digitalizacja to wygoda w pracy agenta, a także odpowiedź na rosnące oczekiwania klientów, np. co do płynności obsługi, łatwego kontaktu czy dostępu do informacji. Z myślą o potrzebach zarówno partnerów, jak i klientów marki Spectrum, dostarczamy innowacyjne rozwiązania, takie jak system All in #1 SADUS, aplikacja dla agentów SADUS mobile czy aplikacja ubezpieczeniowa SPECTRUM mobile.

Nasz ekosystem informatyczny zapewnia bezpieczne, przejrzyste i funkcjonalne środowisko dla kompleksowego doradztwa ubezpieczeniowego. Od zautomatyzowanego CRM, przez cyfrowe APK, po uproszczone rozliczenia – SADUS obsługuje agenta na każdym kroku niczym inteligentny asystent. Z kolei klienci mogą korzystać z wygodnych form kontaktu i zarządzania swoimi polisami, np. za

pośrednictwem aplikacji ubezpieczeniowej SPECTRUM mobile lub internetowego panelu klienta.

Zaufało nam wielu partnerów – jedni dołączyli do nas z wieloletnim bagażem doświadczenia, inni postanowili właśnie z nami krok po kroku wejść do branży ubezpieczeniowej. W 2023 roku Dom Ubezpieczeniowy Spectrum świętował pierwsze 10-lecie oddziału franczyzowego, a już w tym roku czekają nas kolejne okrągłe jubileusze. Nasza sieć stale się rozrasta – dołączają do nas osoby z dużym potencjałem. Rozwijamy się również pod względem udogodnień organizacyjnych. Nowi partnerzy korzystają np. z innowacyjnego rozwiązania, które poprzez zainstalowaną na ich telefonach aplikację dla agentów SADUS mobile prowadzi ich przez egzaminy i kolejne etapy wdrożenia.

W Domu Ubezpieczeniowym Spectrum tworzymy innowacje i budujemy sieć trwałych relacji biznesowych. Pielęgnowane przez nas wartości, takie jak profesjonalizm, partnerstwo i nowoczesność, znajdują odzwierciedlenie na każdym szczeblu funkcjonowania multiagencji. To właśnie one nas napędzają i stanowią filary wspólnie odnoszonych sukcesów. □

superpolisa  
UBEZPIECZENIA

## Forma olimpijska



**Jakub Nowiński**  
prezes zarządu  
Superpolisa Ubezpieczenia

Sport zawsze był nam bliski, dlatego w grupie Superpolisa czujemy się niczym trenerzy i menedżerowie pracujący z najlepszymi zawodowymi sportowcami na rynku. Chcemy być dla agentów tym, kim trener jest dla zawodnika. Z jednej strony dajemy im możliwość współpracy z bardzo solidnym i wiarygodnym partnerem – jedną z trzech największych multiagencji w Polsce, a z drugiej oferujemy indywidualne wsparcie i możliwości rozwoju w zależności od potrzeb. Nasze starania doceniło już ponad 4000 osób, a liczba pracujących z nami agentów rośnie systematycznie.

Przygotowujemy naszych partnerów jak zawodowych sportowców i stawiamy na ich wszechstronny i perfekcyjny rozwój, aby w każdej sytuacji mogli jak najlepiej doradzić klientowi. Agenci, tak jak sportowcy, muszą być szybcy, dynamiczni i przygotowani do stawienia czoła licznym wyzwaniom. Wiemy, że ich codzienność to nie tylko sprzedaż i obsługa klienta, ale również praca w zmieniających się warunkach i gąszczu przepisów. Mamy potężną bazę wiedzy, którą przekazujemy naszym partnerom poprzez kilkanaście dedykowanych programów szkoleniowych.

Na każdym poziomie współpracy dajemy agentom wsparcie w ich działalności. Pomagamy od samego początku w świadomym rozwoju ich biznesu. Na co dzień do ich dyspozycji są regionalni opiekunowie, których rolą jest codzienna indywidualna praca z agentami. Pomagamy od pierwszego kontaktu z klientem, poprzez przekazanie wiedzy o tym, jak

zarządzić marką osobistą czy jak wykorzystać social media. Chcemy, aby agent mógł skupić się tylko na obsłudze klienta, a my zapewniamy całe zaplecze IT, produktowe oraz szerokie wsparcie w zakresie prawnym przy APK i RODO. Kontrolujemy też dla naszych partnerów wszystkie zmiany w przepisach, czuwamy nad tym, aby każdy był zabezpieczony oraz posiadał aktualną wiedzę i systemy, a w razie konieczności udzielamy pomocy. Poprzez przyjazne rozwiązania chcemy ułatwiać pracę i zdejmować z głowy wiele codziennych obowiązków, tak, by każdy mógł działać profesjonalnie w oparciu o unikalny „know-how”, który mu dostarczamy. Ważne jest dla nas, aby przekazać wszystkim klucz do bezpieczeństwa prowadzenia biznesu.

Budując wyjątkowość marki Superpolisa i starając się tworzyć najlepsze dla naszych agentów środowisko, posiadamy i cały czas wdramy produkty dedykowane tylko dla naszej sieci takie jak GAP, assistance z unikatowym zakresem czy produkty dla grup zawodowych. Od kilku lat oferujemy programy ratalne dla klientów, które teraz będziemy jeszcze mocniej rozwijać. Dostęp do nich dajemy każdemu naszemu agentowi, aby stale powiększał swoje portfolio. Traktujemy każdego tak samo i na równi, niezależnie od wielkości prowadzonego biznesu.

Nasza filozofia od zawsze pozostaje niezmienna – nasze relacje z partnerami, niezależnie od ich wielkości, były, są i będą całkowicie partnerskie. Zawsze gramy i wygrywamy drużynowo i w grupie jesteśmy silniejsi. □

ubezpieczenia **AZ**<sup>®</sup>

## Solidne fundamenty rozwoju



**Barbara Karólczak**

dyrektor wsparcia sieci sprzedaży Ubezpieczenia od A do Z

Jako Ubezpieczenia od A do Z posiadamy kompleksową ofertę współpracy, dedykowaną dla naszej sieci agentów. Nasz program partnerski został zaprojektowany, aby zapewnić naszym agentom pełne wsparcie i narzędzia potrzebne do skutecznego ofertowania naszych produktów. Dzięki naszym zasobom i doświadczeniu, jesteśmy gotowi wesprzeć naszych partnerów w rozwoju i osiągnięciu sukcesu w branży ubezpieczeniowej.

Nasza oferta skupia się na kilku kluczowych obszarach, zapewniając kompleksowe wsparcie dla naszych agentów. Dedykowany dział korporacyjny oferuje nie tylko produkty dopasowane do potrzeb naszej sieci, ale także zapewnia wsparcie merytoryczne i techniczne w ofertowaniu. Dział flot specjalizuje się w obsłudze klientów biznesowych, dostarczając rozwiązania ubezpieczeniowe dla flot samochodowych, co stanowi istotną część naszej oferty. Nie

możemy zapomnieć o naszych działach ubezpieczeń na życie, które odznaczają się najwyższą na rynku skutecznością, wspierając naszych agentów w ofertowaniu produktów ubezpieczeniowych na życie.

Zapewniamy kompleksowe wsparcie merytoryczne oraz narzędzia potrzebne do skutecznej pracy w tym dziale. Ponadto, nasza kadra menedżerska oraz dział wsparcia agenta – infolinia – stanowią kluczowe ogniwa w naszym programie partnerskim. Wspierają agentów na każdym kroku, dostarczając mentoringu, obsługi technicznej, a także rozwiązując bieżące problemy, dzięki temu agent może skupić się na najważniejszym – obsłudze klienta. Jesteśmy przekonani, że nasza oferta partnerska stanowi solidne fundamenty dla kariery w branży ubezpieczeniowej. Bez względu na doświadczenie zawodowe, zapewniamy wsparcie i narzędzia potrzebne do osiągnięcia sukcesu. □



## Dialog i umiejętność słuchania



**Marek Niewiadomski**  
prezes zarządu Ultra Ubezpieczenia

W 2023 roku obchodziliśmy 20-lecie istnienia. Podczas uroczystego spotkania w Rynie był czas zarówno na wspomnienia, jak i przedstawienie perspektyw. Mówiłem wówczas, że w 2003 roku nie było jakiegoś genialnego planu ani wielkiego marzenia. Chcieliśmy po prostu pracować w gronie dobrze znających się, lubiących się ludzi i po prostu lepiej żyć. Minęło dwadzieścia lat, wciąż pracujemy razem. Z pięciu osób zrobiło się nas blisko 200, z tysięcy przypisu – kilkadziesiąt milionów. Poza tym – wciąż chcemy działać w gronie wzajemnie życzliwych, lubiących się ludzi i lepiej żyć, łatwiej pracować.

Co w tym pakiecie oferujemy?

Różne formy współpracy. Zależnie od „stopnia wtajemniczenia” danego pośrednika możemy zaoferować różne formuły kooperacji. Jesteśmy elastyczni.

Wsparcie merytoryczne. Dysponujemy kompetentnymi zespołami wsparcia i rozliczeń. Ograniczona, regionalna skala jest paradoksalnie naszą siłą, przez bezpośredniość relacji, szybkie rozwiązywanie problemów itd. Regularnie angażujemy do szkoleń stacjonarnych i online wysokiej klasy specjalistów z różnych dziedzin.

Wsparcie technologiczne. Oferujemy: infolinię, nowoczesny wielofunkcyjny CRM, porównywarkę OC, narzędzia do APK, narzędzia do zgód RODO, platformę szkoleń online. Kooperanci cenią nasz autorski uPortal, łączący w sobie wiele funkcji: społecznościową, informacyjną, porządkującą wydarzenia, zawierającą dokumenty do pobrania, bazę kontaktów, pomocne linki. Menedżerowie

zakładów ubezpieczeń też mogą otrzymać dostęp, blogować itd. uPortal jest centrum komunikacji w firmie.

Wsparcie marketingowe. Może nie możemy sobie pozwolić na reklamę w ogólnopolskiej telewizji, ale lokalnie jesteśmy aktywni, współorganizujemy lub finansujemy wiele imprez – szczególnie sportowych, dostarczamy pośrednikom gratis gadzety w znacznych ilościach, wspieramy w ich lokalnych eventach. Finansujemy oznakowanie biur, jeśli kooperanci wyrażają chęć występowania pod wspólnym szyldem. Marka Ultra jest już od dawna lokalnie rozpoznawalna. Od wielu lat prowadzony fanpejdż fb oceniany jest – także przez konkurencję – jako wyróżniający się w branży. Redagowany jest tak, by był łatwy do wykorzystania na profilach Ultrawiczów.

Wsparcie compliance. Jednym z wyzwań stojących przed pośrednikami jest dostosowywanie się do zmieniających się przepisów prawa i standardów regulacyjnych. Toteż zapewniamy niezbędne wsparcie i dostęp do profesjonalnej obsługi prawnej i compliance, z której mogą skorzystać w każdym czasie. Ważną częścią naszej oferty jest poddawanie partnerów cyklicznym audytom weryfikującym, czy wszystkie czynności dystrybucyjne wykonywane są prawidłowo. Wszystko to w aurze pomocy, konsultacji, pogodnie. Wsparcie to także podmiotowe i indywidualne traktowanie wszystkich naszych partnerów. Od lat konsekwentnie mówiąc o Ultrawiczach używam słów: kooperacja, kooperanci. Bo dialog i umiejętność słuchania to nasze kluczowe wartości. □



**Unilink**  
LIDER UBEZPIECZEŃ

## Dbamy o agentów



**Aleksandra Friedel**  
prezesa Unilink

Naszym hasłem od wielu lat jest „DBAM”. Dbamy o naszych agentów, bo wierzymy, że jeżeli im pomożemy, zadamy o odpowiednie narzędzia, dobrą ofertę, to agenci niejako automatycznie zadają o swoich klientów. Unilink posiada najszerszą ofertę produktów ubezpieczeniowych na polskim rynku. Dodatkowo wspólnie z ubezpieczycielami tworzymy dedykowane produkty dla naszych agentów, jak np. UniAuto czy UniTruck. Niedawno uruchomiliśmy platformę internetową E-Shop do sprzedaży prostych produktów ochronnych (obecnie ubezpieczenia NNW szkolne i turystyczne) – agent podsyła klientowi link do zakupu produktu i prowidzą idzie na jego konto. Będziemy rozwijać to narzędzie w przyszłości o kolejne produkty. Wierzymy w relację. W biznesie ubezpieczeniowym to właśnie relacja z drugim człowiekiem, rozmowa, wysłuchanie go i zadbanie o jego potrzeby kompleksowo są najważniejsze. Naszą misją jest kompleksowe zadbanie o bezpieczeństwo naszych klientów, wsłuchując się w ich potrzeby i adresując je odpowiednio dobraną ochroną ubezpieczeniową. W naszej kulturze organizacyjnej „DBAM” mocny akcent kładziemy na odciążenie naszych agentów ze zwiększonej liczby obowiązków administracyjnych. Robimy to m.in. poprzez oferowanie dedykowanych, profesjonalnych narzędzi, systemów, CRM, porównywarki. Cały czas stawiamy agenta w centrum naszej uwagi i przyglądamy się, jak jeszcze bardziej możemy pomóc mu w jego codziennej pracy. Nowością są np. innowacyjne szkolenia z cyklu „Spotkania Ekspertów”, agenci przyjęli je bardzo entuzjastycznie.

Na co dzień naszych agentów wspiera najliczniejszy zespół dyrektorów regionalnych, liczący 26 dyrektorów majątkowych oraz 11 dyrektorów odpowiadających za sprzedaż ubezpieczeń na życie. W tym roku prowadzimy kampanię „Zaczynaj od siebie, zaDBAJ o swoje życie i zdrowie, aby móc zadbać o życie i zdrowie twoich najbliższych i klientów”. Okazuje się, że czasami opory dotyczące choćby sprzedaży ubezpieczeń na życie wynikają z faktu, że agent sam nie ma takiego ubezpieczenia. I wtedy trudno jest takie produkty polecać klientom. Dlatego planujemy szereg akcji związanych z tym obszarem. Chcemy w tym roku mocno postawić na ubezpieczenia na życie i zdrowotne. To jest dla nas priorytet.

Jednocześnie kontynuujemy nasze stałe programy, m.in. UniStarter, skierowany do zupełnie nowych osób, które chcą rozpocząć przygodę z ubezpieczeniami. W 2023 r. mieliśmy 3 edycje tego programu, w którym wzięło udział 86 uczestników, wypracowując blisko 4 mln zł przypisu. W roku 2024 startujemy ze specjalistycznymi programami UniStarter: „Zycie” i „Korpo”, zachęcając agentów do zdobywania kolejnych kompetencji sprzedażowych.

W naszym DNA jest ciągły rozwój, lubimy to. Jesteśmy pełni pomysłów i odważnie wdrażamy je w życie, testując nowe produkty i rozwiązania. Inspiracje czerpiemy wewnątrz: od naszych agentów, pracowników, a także z rynku polskiego i rynków zagranicznych, ponieważ jesteśmy obecni już w 7 krajach. □



ANDRZEJ ŚMIECH

Executive Coach, partner zarządzający  
w Śmiech & Partners – Doradztwo Personalne

# Sprzedaż odkodowana na nowo

Wiele organizacji szkoli swoich agentów w jednym sposobie prowadzenia tzw. procesu sprzedaży, który zakłada wnikliwe zbadanie potrzeb ubezpieczeniowych, dopasowanie produktu do potrzeb, a następnie skuteczną prezentację rozwiązania dla klienta. – ANDRZEJ ŚMIECH

Niestety w wielu sytuacjach sprzedażowych takie podejście nie zdaje egzaminu. Istnieje ku temu kilka powodów:

- **po pierwsze**, agent nie potrafi zbudować relacji zaufania na pierwszym spotkaniu, aby klient otworzył się i opowiedział o swoim stanie majątkowym w wyczerpujący sposób,
- **po drugie**, klient nie chce poświęcić odpowiednio dużo czasu na dogłębną analizę finansową swoich potrzeb, ponieważ temat ubezpieczenia nie jest dla niego wystarczająco istotny w danym momencie,
- **po trzecie**, zanim będzie chciał ten czas poświęcić, musi poczuć realne korzyści, płynące z takiego spotkania, a obietnice w stylu „w trakcie spotkania przekona się Pan, że ...” już dawno nie działają na rynku.

## JAK ZATEM WPŁYWAĆ NA WZROST OSOBISTEJ SKUTECZNOŚCI W SPRZEDAŻY?

Pracując od lat w indywidualnych programach rozwojowych z członkami M.D.R.T. (*Million Dollar Round Table* – organizacją zrzeszającą ok. 3% najlepiej zarabiających agentów Ubezpieczeniowych na świecie), zauważyłem jedną wspólną cechę w procesach sprzedaży, które oni prowadzą – są **niezwykle elastyczni w dopasowywaniu się do profilu zakupowego klienta i prowadzeniu sprzedaży w sposób adekwatny do tego profilu**. Nie oznacza to, że pomijają oni jakikolwiek element wystandaryzowanego procesu wymaganego przez ubezpieczyciela, ale jego formę i kolejność dostosowują do specyfiki klienta indywidualnego.

## CZYM JEST PROFIL ZAKUPOWY?

Profil zakupowy to zestaw charakterystyk potencjalnego klienta, które wpływają na sytuację zakupową. Na profil składają się następujące czynniki:

- **profil osobowy decydenta** – są to osobiste oczekiwania względem sprzedawcy, procesu sprzedaży oraz oferowanego rozwiązania, styl komunikacji i perswazji, a także struktura osobowości.
- **poziom ekspertyzy decydenta** – jest to wiedza i doświadczenie, jakie osoba posiada w zakresie produktów ubezpieczeniowych oraz źródła pochodzenia tej wiedzy.
- **poprzednie doświadczenia zakupowe decydenta** – są to osobiste przeżycia związane z zakupem, posiadaniem oraz ewentualną obsługą likwidacji lub świadczeń z tytułu posiadanych polis.
- **otwartość na zmianę i nowe rozwiązania** – jest to silny rys struktury osobowości decydenta objawiający się w otwartości na kwestionowanie status quo oraz przyjmowanie merytorycznych argumentów, które wspierają zmianę dotychczasowego punktu widzenia.
- **przywiązanie do oczekiwanej ceny zakupu** – jest to otwartość na akceptację nowych warunków finansowych, które będą konsekwencją bardziej dopasowanych produktów do sytuacji potencjalnego klienta.

## CO TO JEST KOD SPRZEDAŻY?

Kod w informatyce to algorytm, według którego działa system. To zestaw sekwencji, które prowadzą do oczekiwanego rezultatu. Wielu młodych sprzedawców, jak Świętego Gralla poszukuje doskonałego kodu sprzedaży, który jak ten algorytm, gwarantowałby im sukces w każdej sytuacji sprzedażowej. Wielu

doświadczonych sprzedawców stępiło sobie „zęby” i zdarło zębówkę, ucząc się, że taki kod w postaci jednego algorytmu nie istnieje. Istnieje natomiast kilka kodów, które zwiększają szanse na skuteczną sprzedaż ubezpieczeń, ponieważ stanowią

adekwatną odpowiedź agenta na profil zakupowy klienta. To właśnie sprawność w umiętniej diagnozie i dopasowaniu adekwatnego kodu wpływa na podwyższenie skuteczności sprzedaży agenta.

**Kod konfrontacyjny** – sprawdza się najczęściej u klientów, którzy od pierwszego kontaktu przejawiają niechęć do spotkania, rozmowy na temat dostępnych rozwiązań czy pytań związanych z ich sytuacją osobistą. Czasem agent może odnieść wrażenie, że zupełnie nie wie, w jakim celu klient wyraził chęć spotkania. Składa się z następujących sekwencji:

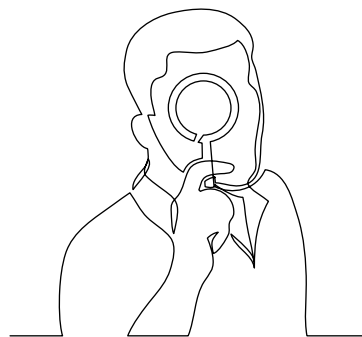
- **Zbuduj świadomość innej perspektywy** – aby klient mógł spojrzeć na swoją sytuację inaczej niż dotychczas i by tę nową perspektywę zaakceptował.
- **Przeanalizuj alternatywy** – pozwalające na wypełnienie uświadomionych deficytów pomiędzy stanem obecnym a pożądanym.
- **Przedstaw dowody** – na wybór ubezpieczenia, jako optymalnego rozwiązania sytuacji, w jakiej znalazł się klient.



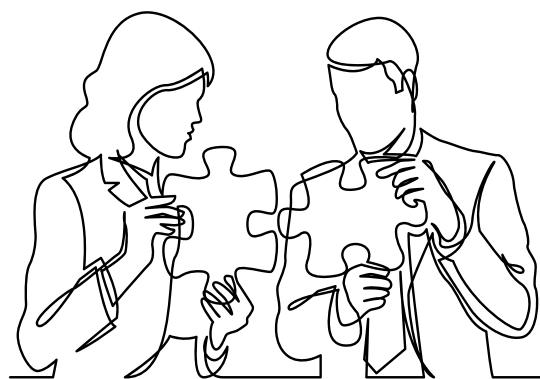
© OneLineStock/stock.adobe.com

**Kod produktowy** – sprawdza się u klientów, którzy mają wysoką wiedzę produktową oraz są świadomi swoich potrzeb ubezpieczeniowych. Potrzebują konkretnego rozwiązania, ale wahają się z wyborem. Składa się z następujących sekwencji:

- **Zbuduj wiarygodność osobistą** – aby klient nie miał wątpliwości, co do twojego osobistego doświadczenia i kompetencji zawodowych, co spowoduje, że będzie ufał twojej rekomendacji.
- **Wyjaśnij kluczowe cechy produktu** – pozwalające z jednej strony na zrozumienie jego istotnych właściwości, a z drugiej przygotowujące do uzasadnienia zakupu poprzez przewagę konkurencyjne.
- **Przedstaw przewagi konkurencyjne** – które z perspektywy klienta są najistotniejsze i doprowadzą do oczywistego „TAK”.



© OneLineStock/stock.adobe.com



© OneLineStock/stock.adobe.com

**Kod doradczy** – działa najczęściej w przypadku klientów, którzy mają słabą wiedzę produktową, nie są świadomi swoich potrzeb ubezpieczeniowych oraz często są niezdecydowani na zakup.

- **Przedstaw proces doradztwa** – aby zbudować u klienta poczucie bezpieczeństwa i wiarygodności nadawcy.
- **Zbadaj potrzeby ubezpieczeniowe** – aby klient zrozumiał, jakie składniki mają wpływ na wysokość sumy ubezpieczenia oraz rodzaju rozwiązania.
- **Zaprezentuj rozwiązanie** – korzystając z informacji zdobytych w trakcie badania potrzeb ubezpieczeniowych, aby klient poczuł, w jak dużym stopniu proponowane rozwiązanie odpowiada na jego potrzeby i możliwości finansowe.

Najtrudniejsze w stosowaniu kodów sprzedaży wydaje się adekwatne dopasowanie ich do odbiorcy dlatego, aby uzyskać wysoką sprawność, warto poddawać analizie każde spotkanie z klientem po jego zakończeniu. Już po kilku takich

praktykach okaże się, że skuteczność sprzedaży rośnie, a stosowanie tej metody oprócz rezultatów przynosi wiele zadowolenia i satysfakcji.

Powodzenia!!! ☐

<reklama/>

# Standard APK

Wprowadź go w swojej multiagencji.  
Za darmo. Na zawsze.

Zeskanuj kod QR aparatem w swoim telefonie



i odbierz moduł APK od Insly:

darmowy - nie musisz mieć CRM Insly  
dopasowany - do obecnych systemów  
wiarygodny - przetestowany w kontrolach  
praktyczny - w biurze, zdalnie, hybrydowo  
sprawdzony - ponad 100 tys. zrobionych APK



INSLY