



Wspólnie z klientem odkrywamy, czego faktycznie potrzebuje

Rozmowa z **Marcinem Wójcikiem**, prezesem PAUF SA

Redakcja „Gazety Ubezpieczeniowej”: – O ubezpieczeniach dużo się mówi w ostatnich czasach. Zakłady Ubezpieczeń, poprzez wszechobecne reklamy, również robią wszystko, byśmy wiedzieli, przed jakimi nieszczęściami ma nas ochronić polisa ubezpieczeniowa. Któż z nas nie słyszał piosenki reklamowej jednego z towarzystw ubezpieczeniowych „słuczka się każdemu może przytrafić. Zadzwoń!”. No tak, ale porozmawiajmy o tym, jak kupić ubezpieczenie, jaki wariant wybrać, co jest istotne przy kupnie polisy i na co jeszcze zwrócić uwagę?

Marcin Wójcik: – Może na początek wyjaśnię, czym jest PAUF SA, a właściwie Poczta Agencja Usług Finansowych.

Już pełna nazwa wiele mówi.

– Tak, to prawda. Naszym właścicielem jest Poczta Polska, przedsiębiorstwo z 459-letnią tradycją. Czyli mamy polskie korzenie i jesteśmy z tego bardzo dumni. Jesteśmy agentem ubezpieczeniowym istniejącym w branży od października 2000 r., czyli już blisko 18 lat. W swej ofercie mamy produkty ubezpieczeniowe dedykowane zarówno klientom indywidualnym, jak i instytucjonalnym.

W takim razie z jakimi towarzystwami współpracuje PAUF?

– W swojej ofercie posiadamy produkty zarówno polskich, jak i zagranicznych towarzystw ubezpieczeniowych. Bardzo blisko współpracujemy z Poczтовым Towarzystwem Ubezpieczeń Wzajemnych, ze STU ERGO HESTIA, z marką MTU oraz z Compensa TU VIG, z marką Benefia.

Czy współpracujecie jeszcze z jakimiś zakładami ubezpieczeń?

– Tak, oczywiście. Naszymi partnerami biznesowymi są również AXA Ubezpieczenia, Generali, Inter Risk, PTUnŻ, Cardif Polska oraz DFE Pocztylion Plus, a od ubiegłego roku również PZU, Warta, Warta Życie i UNIQA. W chwili obecnej wdramy do sprzedaży ubezpieczenia oferowane przez Inter Polska. Prowadzimy również rozmowy z kolejnymi dostawcami produktów.

Na przestrzeni ostatnich lat pojawiło się wiele nowych agencji na rynku, czy nie czuje Pan zagrożenia ze strony konkurencji?

– Mogę śmiało powiedzieć, że nasza multiagencja trudne czasy ma już za sobą. Jak każde przedsiębiorstwo, przechodziliśmy różne cykle życia organizacji. Dynamiczny rozwój i dojrzałość osiągnęliśmy w innych realiach rynkowych, odmiennych od obecnego otoczenia biznesowego. Zmusiło to spółkę do podjęcia działań restrukturyzacyjnych, a akcjonariuszy do zmian właścicielskich. Obecnie obserwujemy rozwój, co pozytywnie przekłada się na wyniki finansowe spółki. Przed nami jeszcze wiele pracy, by osiągnąć wyznaczone cele strategiczne, ale widzimy, że podejmowane przez zarząd PAUF decyzje nie pozostają bez echa. Chcę również zwrócić uwagę, że współpraca z PAUF daje możliwość oferowania klientom Ubezpieczeń Pocztyliion PTUW, dla którego jesteśmy bardzo ważnym partnerem biznesowym. Przyznany nam został tytuł **Agenta Kluczowego**, z którego jesteśmy bardzo dumni.

Co to właściwie znaczy dla pośredników ubezpieczeniowych? Czy oni również partycypują w tym sukcesie?

– Zdecydowanie tak! Mając w swym portfelu unikatową na rynku ofertę,

pośrednicy mogą dostarczać produkty poszukiwane przez klientów!

Dodam, że poza ofertą ubezpieczeń komunikacyjnych, posiadamy również na wyłączność w grupie, dotowane przez Państwo, ubezpieczenia rolne. Są to ubezpieczenia upraw i zwierząt Pocztyliion Towarzystwa Ubezpieczeń Wzajemnych, którego akcjonariuszem oprócz Poczty Polskiej jest również KRUS.

KRUS, czyli Kasa Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego?

– No cóż, można powiedzieć, że wobec takiego udziałowca oferta PTUW wydaje się najlepszą na rynku.

A jak to jest z klientami? Jakich ubezpieczeń poszukują?

– Klienci bardzo często nie rozpoznają w pełni swoich potrzeb. Zdarza się, że szukają po prostu najtańszej oferty. Na szczęście dla nich, nasi pośrednicy ubezpieczeniowi uważnie słuchają oczekiwań klientów, szczególnie ich potrzeb w sytuacji wystąpienia szkody. Warto poświęcić nieco więcej czasu i wyjaśnić klientowi, czym się różni oferta ubezpieczeniowa na ryzykach nazwanych od tej all riskowej, i wspólnie odkryć, czego klient faktycznie potrzebuje. Bezpośredni kontakt profesjonalnego sprzedawcy z klientem to przewaga konkurencyjna nad porównywarkami internetowymi czy też kanałem direct. Analiza potrzeb klienta i dobranie klientowi, z wachlarza oferowanych produktów w PAUF, odpowiedniego ubezpieczenia to standardowe działanie sprzedawców PAUF. Cza-sem oczywiście jest najtańiej (śmiech).

Działania pośredników PAUF idealnie wpisują się w wymogi wynikające z nowej ustawy o dystrybucji. Czy PAUF jest już gotowa na jej wdrożenie?

– Jesteśmy w ostatniej fazie przygotowań. Oczywiście wiele zależy jeszcze od ostatecznego kształtu ustawy i wytycznych zakładów

ubezpieczeń, z którymi współpracujemy. Chcę jednak wyraźnie podkreślić, że PAUF jest jedną z największych multiagencji na rynku. Naszym kapitałem są wysoko wykwalifikowani pracownicy – eksperci w branży ubezpieczeniowej. W PAUF posiadamy silne zaplecze informatyczne, własny system rozliczeniowy, dzięki któremu każdy pośrednik może monitorować swoje naliczenia prowizyjne, cykle szkoleniowe, realizowane egzaminy oraz może mieć wsparcie merytoryczne, dzięki umieszczonej na portalu PAUF bazie wiedzy. Biorąc to pod uwagę, wydaje się, że nie musimy obawiać się zmian ustawy, a nawet powiem więcej, możemy śmiało proponować współpracę innym podmiotom pośrednictwa ubezpieczeniowego, dostarczając im odpowiednie know-how.

Panie Prezesie, dziękuję za rozmowę i poszerzenie wiedzy na temat Pocztyliion Agencji Usług Finansowych. Wiemy również, jak istotna w wyborze polisy jest analiza potrzeb klienta, a ta, jak wiemy, powinna być wykonana w sposób rzetelny i profesjonalny, co z powodzeniem realizują pośrednicy PAUF.

– To ja dziękuję za rozmowę i zachęcam zainteresowanych współpracą z PAUF do kontaktu bezpośredniego... ■



POCZTOWA
AGENCJA USŁUG
FINANSOWYCH

PAUF SA

ul. Rodziny Hiszpańskich 8
02-685 Warszawa
/22/ 295 10 10
biuro@e-pauf.pl