

J. Vonkomer: Prišiel čas, aby ľudia začali skutočne investovať do seba

OVB Allfinanz Slovensko počas 25 rokov finančného sprostredkovania servisovala už niekoľko generácií klientov. Jedno majú všetky spoločné – malý záujem o finančnú budúcnosť. OVB ako líder na trhu vníma finančné vzdelávanie ako jedno zo svojich poslání, preto prichádza počas rebrandingu s najnovšou iniciatívou, ktorá má túto zmenu podporiť. Rozprávali sme sa s predsedom predstavenstva Jaroslavom Vonkomerom.

Čo sa na Slovensku už takmer tri desaťročia nemení, je OVB v pozícii najväčšieho sprostredkovateľa. Čo sa však za ten čas zmenilo na strane klientov?

Za posledné desaťročia prešiel celý trh významnou premenou. Nasýtil sa, profesionalizoval a myslím, že sa posunul smerom ku klientovi. Za udržaním líderskej pozície OVB na trhu počas takého dlhého obdobia je kus kvalitnej práce. Nielen práce s klientmi, ale aj práce na sebe. Základným predpokladom úspechu je nielen priniesť klientom vhodné riešenia šité na mieru, ale aj následná starostlivosť, ktorá buduje dôveru vo vzťahu klient – sprostredkovateľ. Spokojnosť klientov s následným servisom a pridaná hodnota, ktorú dnes očakávajú, budú v blízkej budúcnosti spolu s digitalizáciou kľúčovými kritériami úspechu sprostredkovateľskej spoločnosti.

Ľudia majú viac peňazí, štatistiky obchodníkov hovoria o raste kúpyschopnosti. Prečo podľa vás Slováci neinvestujú vo väčšej miere do seba vo finančných riešeniach?

Myslím si, že celá spoločnosť žije obdobie obrovskej, často zbytočnej spotreby. Z televízora sa na vás valia desiatky reklám s tovarom či so službami, ktoré nepotrebujete. O budúcnosti, dôchodku alebo investovaní do seba tam nie je ani zmienky.

Ak chceme, aby sa v správaní Slovákov niečo zmenilo a aby začali viac rozmýšľať o zabezpečení do budúcnosti, musíme o tom oveľa viac hovoriť. Ako príklad uvediem posledné tri roky, keď najvyužívanejším finančným produktom boli úvery na bývanie. Výsledkom je enormný nárast úverov a zadlženia ľudí, a to až tak, že musela zasiahnuť NBS.

OVB je bez konkurencie v maturujúcich poisťovacích zmluvách, ktoré už viac rokov prinášajú ľuďom zásadný výnos. Je to úspešný príbeh. Viete si predstaviť zopakovať ho pri dnešnej mladej generácii?

Máte pravdu, OVB sa zatiaľ ako jediné na trhu preklonilo do fázy, keď klienti reálne cítia výsledky svojho vyše 20-ročného pravidelného sporenia. Takzvané maturujúce, končiacie sa zmluvy prinášajú nemalé financie. Len v tomto roku získajú naši klienti z maturujúcich zmlúv životného poistenia takmer 15 miliónov eur. Som presvedčený, že tento úspešný príbeh sa dá kedykoľvek zopakovať. Aj preto, že mladšia generácia má teraz priamo možnosť vidieť prínos pre svojich rodičov či starých rodičov. Žiada si to len zamyslieť sa nad svojou budúcnosťou a mať dostatok disciplíny a trpezlivosti. Radi im v tom poradíme tak, ako sme radili predchádzajúcej generácii.

V čom sa podľa vás odlišuje dnešná mladá generácia od tej spred dvoch desaťročí?

Myslím si, že každá generácia má svoje obdobie rebelie, snahy odlišiť sa, ako aj fázu dospievania a zrelosti. Dnes je síce iná doba s novými technológiami a spôsobom komunikácie, ale princíp ostáva. Aj dnes majú mladí ľudia sny a vízie. Dôležité však je, aby si uvedomili, že pre ich naplnenie musia niečo urobiť.

Ako chcete presvedčiť mladých ľudí sporiť si na dôchodok, keď väčšina z mileniálov je sústredená na užívanie života tu a teraz a nerieši ani blízku budúcnosť, nehovoriac o tej vzdialenej. Ak chcete mladú generáciu o čomkoľvek presvedčiť, musíte jej rozumieť, hovoriť jej jazykom, byť jednoducho modernou značkou. O to sa pokúšame práve naším

rebrandingom. Nemeníme len farebnosť a vizualitu značky OVB, ale prichádzame s kampaňou, ktorá reflektuje dobu, štýl a jazyk mladšej generácie. Povedal by som, že de facto podporujeme mladú generáciu v jej životnom štýle, ktorý je viac individualistický, zameraný na seba. Hovoríme priamo a jasne: „Investuj do seba.“ Ale nielen do spotrebných vecí, ale aj do vzdelania a do svojej budúcnosti. Mladým ľuďom vravíme, že aj v budúcnosti môžu byť zabezpečení a finančne nezávislí tak ako dnes. Tejto predstave, ktorá je lákavejšia ako rozhovory o dôchodkoch, mladí ľudia dobre rozumejú.

Ako chce OVB motivovať ľudí sporiť a investovať?

Dôležité je zvyšovať finančnú gramotnosť. Vzdelávanie v tejto oblasti je našou povinnosťou ako lídra a myslím si, že bude ešte veľmi dlho potrebné. Ďalší spôsob je zintenzívniť komunikáciu naprieč celou spoločnosťou. Čiže nielen smerom od nás, finančných sprostredkovateľov, ale aj od štátu. Silní hráči na trhu totiž nemôžu dlhodobo suplovať rolu štátu vo finančnom vzdelávaní. Určite by mohla pomôcť už len taká jednoduchá vec, ktorá funguje v Nemecku – ročné informovanie o predpokladanej výške dôchodku, ktorú by posielala Sociálna poisťovňa. Myslím si, že veľa ľudí by po tejto informácii malo motiváciu zamyslieť sa nad svojou budúcnosťou.

Investovanie si bežný človek predstavuje buď ako vysokú hru bohatých, alebo ako gambling ako pri kryptomenách, na ktorom sa dá zbohatnúť. Vy však ponúkate iný druh investovania...

Neexistuje jedno riešenie. My sme tu „len“ na to, aby sme ľuďom pomohli, poradili a sprevádzali ich na ceste za ich



snami. To robíme už 25 rokov. Investovanie na dôchodok môže mať pokojne podobu odkladania 40 eur mesačne, a to už, uznajte, nie je obrovská suma. Ak však vydržíte 20 rokov, vo výsledku môže mať obrovský význam.

Do čoho by podľa OVB mal každý pracujúci človek na Slovensku primárne investovať?

Určite do vzdelania. Takisto do vytvárania aktív, do svojej finančnej slobody a nezávislosti. Jednoducho, aby rozmyšľal nad tým, ako si terajší štandard udržať až do dôchodku alebo si ho dokonca vylepšiť. V tom mu najlepšie a ochotne vedia poradiť naši kolegovia v teréne,

ktorých máme v súčasnosti takmer štyri tisícky.

Aký je hlavný odkaz vašej kampane Investuj do seba?

Investuj do seba v tom najširšom zmysle slova. Buď lepší, silnejší, múdrejší, ohľaduplnejší, vnímavejší a nezávislejší. To všetko sú investície, ktoré sa človeku zúročia. Snaž sa rozmyšľať, ako si udržíš životný štandard. Sem patrí aj finančná nezávislosť a podpora podnikania, ktorou sa dlhé roky úspešne zaoberáme.

OVB touto kampanou aj rebranduje. Čo sa tým v OVB mení a čo, naopak, ostáva bez zmeny?

Ostáva orientácia na človeka, tá je nám vlastná. Zmení sa štýl komunikácie, flexibilita a reakčná schopnosť na požiadavky klienta. Doba je rýchlejšia, čoraz viac digitálna a my sa logicky budeme snažiť aj v tomto udávať trendy.

Akým spôsobom sa OVB stará o budúcnosť svojich klientov? Čím sa odlišujete od konkurencie a určujete top štandard na trhu?

Allfinanz je stále to, čo nás výrazne odlišuje od konkurencie. Sme prakticky jediná firma na trhu, ktorá sa reálne stará komplexne o celý finančný život a potreby klienta.

OVB má vyše 800 sprostredkovateľov s vyše 10-ročnou praxou, čomu nedokáže nikto konkurovať. Aký benefit má z toho klient OVB?

Ak niekto vykonáva svoje povolanie vyše 10 rokov, robí to určite kvalitne, profesionálne a s radosťou. A chce to tak robiť naďalej. To každého klienta teší. Preto sa naši sprostredkovatelia v rámci rodín nezriedka „dedia“ z generácie na generáciu. Je to teda určite skúsenosť a kvalita, na ktorej trváme, ako aj rýchlosť, flexibilita a dostupnosť. Podobne serióznosť spoločnosti – máme už vyše 25-ročnú históriu a sme jediný finančný sprostredkovateľ na Slovensku kótovaný na frankfurtskej burze. To samo osebe na nás kladie zvýšené nároky.

Ako vyzerá moderné sprostredkovanie v podaní OVB?

Ak to zhrniem štyrmi slovami, tak sú to tieto: profesionálne, ľudské, rýchle a kde to už ide, tak maximálne digitalizované.

Finančné produkty dnes ľudia konzumujú rýchlo, vyžadujú technológie, sú sprostredkovatelia schopní držať krok?

Áno, musíme držať krok s dobou. Inak to nejde. V tom nám výrazne pomáha naše nastavenie na budúcnosť, ako aj podpora od kľúčových partnerov. V posledných rokoch sme urobili obrovský skok. Spustili sme viaceré unikátne produkty a procesy, ako napríklad biometriu, digitálne spracovávanie údajov, moderné produktové kalkulačky, CRM kampane a už čoskoro spustíme aj klientsky portál.

Ak by ste mali možnosť prehovoriť k všetkým ekonomicky aktívnym ľuďom na Slovensku, čo by ste im odkázali?

Investujte do seba. Myslite na svoju budúcnosť. My budeme stáť pri vás.