

# Strategia zaufania

Szanowni Państwo,

Z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce podsumowanie XII Europejskiego Forum Bankowo-Ubezpieczeniowego. Jako aktywny podmiot sektora bancassurance Grupa Ubezpieczeniowa Europa od wielu lat podejmuje działania dla podniesienia świadomości i kompetencji, a także w celu wymiany doświadczeń najwyższej kadry zarządzającej instytucji finansowych. Już po raz dwunasty zaprosiliśmy do debaty osoby decydujące o kształcie i kierunkach rozwoju bancassurance w Polsce.

Ostatni okres przyniósł wiele burzliwych dyskusji związanych z funkcjonowaniem polskiej branży finansowej. W połączeniu z kolejnym etapem spowolnienia gospodarczego w naszym kraju i w Unii Europejskiej obserwujemy wahania zaufania wobec banków i ubezpieczycieli, którzy tradycyjnie cieszyli się dużym poważaniem Polaków. W jaki sposób możemy więc pracować nad odbudowaniem pełnego zaufania do instytucji finansowych? Jak prowadzić biznes w kryzysie? Na te i inne pytania poszukiwaliśmy odpowiedzi podczas ostatniej konferencji. Myślą przewodnią forum była „Strategia zaufania”.

Staraliśmy się, aby program naszego spotkania odzwierciedlał najbardziej interesujące wątki działalności sektora finansowego i mamy nadzieję, że udało nam się zorganizować spotkanie ważne, inspirujące i praktyczne z perspektywy Państwa codziennej pracy. Rekordowa od 12 lat frekwencja wskazuje, że zaproponowana przez nas tematyka została przez Państwa życzliwie przyjęta.

Dziękując za liczny udział w forum już dziś zapraszamy na jego kolejne edycje,

Jacek Podoba



Prezes Zarządu

Grupa Ubezpieczeniowa Europa



Jacek Podoba



# ZAUFANIE

**Zaufanie – kruchy fundament czy mocna podstawa biznesu?** To kluczowe i wcale nie oczywiste pytanie, z którym zmierzli się nasi prelegenci. Strategia zaufania, zdaniem zarządzających polskim sektorem finansowym, powinna być dzisiaj jednym z najwyższych priorytetów w prowadzeniu bankowego i ubezpieczeniowego biznesu. Uczestnicy konferencji jednym głosem, choć nie bez kontrowersji, stwierdzili, że w dzisiejszych czasach sukces mogą odnieść tylko te firmy, które stawiają klienta w centrum swojej uwagi.

*„Musimy szukać dziś nowych rozwiązań w sferze ekonomii, bo kapitalizm w kształcie, w jakim funkcjonuje obecnie w większości firm, nie wytrzyma tego stulecia” – ostrzegał gość specjalny forum, Prezydent Lech Wałęsa.*



Lech Wałęsa

Lech Wałęsa podkreślał, że gospodarka wolnorynkowa i własność prywatna są podstawą ekonomii, ale jednocześnie wezwał finansistów do zmieniania rzeczywistości przy zachowaniu najwyższych wartości moralnych, w imię ich wspólnego dobra.

Już dwa wieki temu Benjamin Franklin, współautor amerykańskiej konstytucji, propagował zasadę: *honesty is the best policy* – uczciwość jest najlepszym sposobem postępowania.

Zdaniem prezesów banków biorących udział w panelu **„Czy instytucje finansowe budują strategię zaufania?”** sukces każdej organizacji zależy od poziomu satysfakcji jej klientów. Nawiązanie trwałej relacji z konsumentem jest dziś trudniejsze niż jeszcze kilka lat temu. Polacy są zdecydowanie bardziej wymagający, ale też świadomi swoich oczekiwań. Dodatkowym aspektem jest także technologiczna i komunikacyjna rewolucja. Mając szerszy dostęp do środków masowej komunikacji błyskawicznie wymieniają się informacją o produktach i usługach. Na naszych oczach klienci organizują się niemal w jednej chwili. Dziś to konsument skupiony w różnych społecznościach, wsparty mobilnymi narzędziami dyktuje warunki firmom, które starają się dotrzeć do niego ze swoim produktem.

# ZAUFAJANIE

*„Podział sił jest zdecydowanie inny niż jeszcze kilka lat temu. Pozyskanie klienta przestaje być wyłącznym priorytetem. Znacznie większym wyzwaniem jest jego utrzymanie. Kluczem do zatrzymania klienta jest wrażliwość instytucji finansowych na jego potrzeby i zaoferowanie mu wysokiej jakości produktu i usługi, które są zgodne z jego oczekiwaniami” – mówił we wprowadzeniu do dyskusji panelowych Jacek Podoba - Prezes Grupy Ubezpieczeniowej Europa.*

Rozszerzeniem tej opinii były wystąpienia uczestników konferencji podczas panelu **„Cena wartości w biznesie finansowym”**, którzy stwierdzili, że wsłuchiwanie się w głos wszystkich interesariuszy jest niezwykle istotne. Dziś już nie wystarczy zainwestować w marketing i sieć placówek. Nie wystarczy również właściwie kierować procesami w firmie. Biznes musi zmienić swoją twarz. Klient zauważy bowiem głównie te elementy, które bezpośrednio go dotyczą. Klienci oczekują, że firma będzie przedkładać ich interesy ponad wszelkie inne względy, bo jest to jej zobowiązanie gwarantujące długotrwałą lojalność konsumentów. Dlatego oparcie aktywności skierowanych do klientów na uniwersalnych wartościach powinno być odpowiedzią na dzisiejsze wyzwania rynkowe także w naszym kraju.

Wydaje się, że banki w Polsce wyniosły lekcję z doświadczeń innych krajów i dobrze dostosowują się do nowych warunków. Potwierdza to badanie przeprowadzone na zlecenie Związku Banków Polskich (Wizerunek polskiego sektora bankowego, 2013 r.), według którego poprawia się opinia społeczeństwa o bankach. Aż 77% Polaków jest zadowolonych z usług banków.

Jednak utrzymanie trwałego zaufania klientów to zadanie niezwykle trudne. To wręcz wyzwanie, z którym zmagają się każda pragnąca odnieść sukces organizacja.

## Strategia zaufania



Robert Stanilewicz - TVN CNBC

# REGULACJE

Lepiej stawiać na samoregulację rynku niż na jego odgórne normowanie – to wniosek z panelu „Regulacje w biznesie – uzdrawianie sektora czy hamowanie biznesu?” Uczestnicy podali liczne przykłady nadmiernej ingerencji instytucji nadzorczych w działania rynku finansowego w Polsce i innych krajach, m.in. w USA, Wielkiej Brytanii i Holandii. Pokazują one, że nadmierne obarczanie uczestników rynku przepisami doprowadziło do silnego zahamowania biznesu finansowego. W dyskusji pojawiła się także kwestia, czy instytucje nadzorcze powinny równie restrykcyjnie traktować ubezpieczenia inwestycyjne, w ramach których klienci powierzają poważne sumy pieniędzy, oraz ubezpieczenia ochronne, nie wymagające od klientów zaangażowania dużych środków. W opinii panelistów samoregulacje branży będą ją czynić bardziej transparentną, zwiększą zaufanie do instytucji finansowych i przyczynią się do pozyskania lojalnych klientów. Oręż w postaci twardych, narzuconych odgórnie regulacji, zdaniem dyskutujących, może skutecznie zahamować rozwój rynku bankowo-ubezpieczeniowego lub nawet spowodować jego regres. A to odbędzie się ze stratą dla klientów.

Podobną konkluzją zakończył się panel „Bancassurance – co jest za zakrętem?”. Poruszana w nim była tematyka wspólnej odpowiedzialności banków i ubezpieczycieli za produkty oferowane klientom. Banki i ubezpieczyciele, w opinii panelistów, muszą blisko ze sobą współdziałać, aby wspólnie zapracować na zaufanie klientów. W ocenie panelistów zabezpieczenie interesu klienta bez destrukcyjnego przeregulowania procesu dystrybucji jest możliwe. Aktywni gracze rynku bankowo-ubezpieczeniowego uczestniczą bowiem w tworzeniu kolejnych rekomendacji Dobrych Praktyk Bancassurance. Trzecia rekomendacja, dotycząca ubezpieczeń z elementem inwestycyjnym lub oszczędnościowym, powstała z myślą o bardziej skutecznej ochronie interesów ekonomicznych i prawnych klientów. Jednak, co mocno podkreślali uczestnicy panelu, zawarte w niej zasady są już szeroko stosowane w relacjach ubezpieczyciel-bank-klient. Według nich wprowadzenie kolejnych „soft law” sprawi, że staną się one powszechnym standardem, co przyczyni się do dalszego budowania zaufania do instytucji finansowych.



Leszek Czarnecki



Andrzej Popielski



# KRYZYS

W czasach niepewności związanej z kryzysem, podważaniem fundamentów zaufania do firm, instytucji i rządów szczególnej wagi nabrała potrzeba budowania długotrwałego zaufania.

W dążeniu do zdobycia trwałej lojalności klienta ścierać się będą wszystkie instytucje finansowe i, zdaniem ekspertów biorących udział w forum, odbędzie się to z wyczuwalną korzyścią dla klienta.

Według opinii finansisty, dr Leszka Czarneckiego *„Globalizacja i wdrożenie nowych technologii w sektorze bankowym spowodowały pojawienie się dwóch powszechnych zjawisk: marginalizacji właścicieli i zmuszania banków poprzez silną konkurencję, popartą zaawansowaną technologią, do wdrażania nowych produktów z prędkością światła. Ze względu na skalę działalności banków wymagają one wypracowania nowych mechanizmów kontrolnych i prewencyjnych w najlepiej pojętym interesie klienta. Jeśli uda się to sprawnie przeprowadzić, banki mają szansę na zdobycie trwałego zaufania klientów”.*

Strategia zaufania to również pewność własnych wyborów. W kryzysie jest to nawet ważniejsze, niż w czasach stabilizacji.

Torsten Leue, Prezes Talanx International, podkreślał *„Wybór właściwej strategii biznesowej oraz oparcie firmy na kulturze zaufania jest podstawą sukcesu firmy. Określenie celów biznesowych i sposobów ich osiągnięcia, a następnie konsekwentne trzymanie się obranej drogi pozwala na osiągnięcie ponadprzeciętnych wyników w długim horyzoncie”.*

**Nowe podejście do biznesu finansowego w czasie kryzysu – kreatywność liderów czy przymus rynkowy?** – z tym pytaniem zmierzyli się członkowie zarządów firm z sektora finansowego, uczestniczący w panelu pod takim właśnie tytułem. Okazało się, że nie ma jednoznacznej odpowiedzi, czy kreatywność jest właściwym lekiem na zbudowanie spersonalizowanej oferty finansowej. Opinie panelistów dość mocno się różniły, łącznie z postawieniem kontrtezy, że najwłaściwszym rozwiązaniem na czas kryzysu jest „back to basics”, polegający na sprzedaży prostych, przejrzystych produktów oraz indywidualna obsługa przez lokalnych doradców.



Torsten Leue - Prezes Talanx International

# KRYZYS

Inne zagadnienie, wokół którego toczyła się debata, to wpływ kryzysu na polską gospodarkę. W ujęciu krótkoterminowym Polska nie uniknie spowolnienia gospodarczego wskutek przyczyn, które obserwujemy zarówno u naszych sąsiadów, jak i w całej Unii Europejskiej. W szczególności odczuwalne jest rosnące bezrobocie, spowolnienie popytu wewnętrznego, spadek eksportu i mniejsze inwestycje przedsiębiorstw w środki trwałe. W dłuższej perspektywie Polska może być narażona na dalsze spowolnienie, jeśli będziemy zwlekali z reformą społeczną, emerytalną i prawa pracy. Dla sektora finansowego z kolei oznacza to, że przedsiębiorstwa powinny wypracować nowy, trwały model działalności oparty na bankowości relacyjnej z prawdziwego zdarzenia.

Uczestnicy panelu zgodnie stwierdzili, że efektywna opieka emerytalna i podniesienie poziomu stopy zastąpienia wymagają przychylnego otoczenia regulacyjnego, a przede wszystkim zachęt podatkowych. Brak takich zachęt spowoduje, że podmioty prywatne działające na rynku finansowym będą miały nikłe szanse na stworzenie ciekawych produktów oszczędzania długoterminowego.

Czy powszechnie znane ubezpieczenia płatności, jako część kredytu, można z powodzeniem sprzedawać w innych kanałach? Czy np. listonosz jest w stanie sprzedać polisę ochronną lub posagową? Uczestnicy panelu znaleźli sporo argumentów za i przeciw.



Marat Nevretdinov

**Europejskie Forum Bankowo-Ubezpieczeniowe** organizowane jest od 2001 roku przez Grupę Ubezpieczeniową Europa. W forum, które odbyło się w dn. 5-6 czerwca 2013 r. w Serocku, uczestniczyło 200 osób, w tym prezesi zarządów banków i przedstawiciele wiodących instytucji finansowych. Podczas konferencji wystąpiły wybitne osobowości życia publicznego oraz eksperci branży finansowej.

Gośćmi wcześniejszych edycji byli między innymi:

Aleksander Kwaśniewski  
Jan Krzysztof Bielecki  
Leszek Balcerowicz  
Marek Belka  
Witold Orłowski  
Wojciech Eichelberger

Patroni:

