



# Rekordowe wyniki OVB to nie przypadek, to ludzie

O sukcesach i wyzwaniach dla multiagencji opowiada **Artur Kijonka**, prezes OVB Polska



**Aleksandra E. Wysocka:** – Mówi się, że trwa bardzo trudny rok dla multiagencji.

**Artur Kijonka:** – Naprawdę? Nie zauważyłem. Mamy najwyraźniej zupełnie inny rok niż ci, co to mówią. Co więcej, w lipcu, który jest teoretycznie miesiącem wakacyjnym, pobiliśmy rekord najwyższej miesięcznej sprzedaży w całej 25-letniej historii OVB Polska. Przypadek, że sam byłem zaskoczony wynikiem, jaki wypracowali nasi wspaniali współpracownicy. Rekordowe wyniki OVB to jednak nie przypadek, to profesjonalni, a przede wszystkim pracownicy ludzie i konsekwentne wdrażanie uzgodnionych z dyrektorami krajowymi strategii. Oczywiście nie jest to łatwy rynek, ale być może jednym z powodów jest fakt, że OVB ma nieco inny profil niż typowa multiagencja w Polsce, ponieważ specjalizujemy się w ubezpieczeniach na życie, a ubezpieczenia majątkowe traktujemy jako produkt serwisowy.

**To też nie jest argument, ponieważ patrząc na wyniki całego rynku ubezpieczeń na życie, również powodów do euforii nie widać. Wręcz przeciwnie.**

– To już sam nie wiem, co powiedzieć. Po doskonałym 2017 i 2018 r. mamy rekordowy rok 2019. Takie są liczby. My po prostu robimy swoje – analiza potrzeb klienta, bezpieczne doradztwo, serwis, rekrutacja, wdrażanie nowego współpracownika, i znów analiza potrzeb klienta, bezpieczne doradztwo, itd.

**Sprzedaż jakich produktów idzie Wam najlepiej?**

– Kilka lat temu, gdy wycofaliśmy się z polis z UFK, skoncentrowaliśmy się na rozwiązaniach ochronnych. Rośnie również, w naturalny, organiczny sposób, sprzedaż ubezpieczeń majątkowych, przede wszystkim polis mieszkaniowych. Klasycznej komunikacji, a zwłaszcza OC, nie sprzedajemy dużo, tak więc chyba jesteśmy inni od większości multiagencji. Co ciekawe, i nad tym musimy popracować, lekko zmniejsza się obecnie sprzedaż produktów *stricte* oszczędnościowych, ale widzę tu bardzo ciekawe możliwości rozwojowe związane między innymi z PPK. W produktach emerytalnych widzę ogromny potencjał. PPK to świetny „door-opener” do zakładów pracy, gdzie kolejno trzeba porozmawiać o ubezpieczeniach grupowych, życiowych i zdrowotnych, a potem z każdym pracownikiem o jego indywidualnych potrzebach. Możliwości są ogromne i tylko od nas zależy, czy z nich skorzystamy. Przyszłością są również, w mojej opinii, ubezpieczenia zdrowotne.

Będziemy rozwijać też sprzedaż innych produktów finansowych, takich jak kredyty i leasingi. Wierzymy w kompleksową obsługę klienta. Naprawdę widzę przed całym naszym rynkiem świetlaną przyszłość, wcale nie przesadzam. Jest nas, doradców, agentów, wciąż za mało, a przecież Polacy nas i naszej pomocy bardzo potrzebują i coraz częściej będą potrzebowali. Możemy być dumni z naszej pracy i spokojni o naszą przyszłość.

**Jak się rozwija struktura OVB? Kim jest „aktywny” współpracownik OVB**

– Wszystkich współpracowników jest ponad 10 tys., aktywnie sprzedających, którzy regularnie pracują, jest około 3-3,5 tys. Wielu jest dwuzawodowców, którzy sprzedają ubezpieczenia okazjonalnie.

**Czy najczęściej sprzedają jednozawodowcy?**

– Każdy dokłada cegiełkę do sukcesu OVB. Model współpracy z OVB jest ukierunkowany od samego początku na budowę własnego zespołu. Najpierw sam sprzedajesz, potem rekrutujesz, a na końcu zarządzasz swoim zespołem. Tak też skonstruowaliśmy nasz system szkoleniowy. Zadania menedżerskie są najtrudniejsze i tu najmocniej musimy wesprzeć naszych współpracowników. O wiele łatwiej samemu sprzedawać, czy też rekrutować, niż skutecznie zarządzać. Dlatego w całej Europie wprowadziliśmy system szkoleń, który nazwaliśmy Karriere Campus. Każdy nowy menedżer przez rok uczestniczy w programie szkoleń prowadzonych przez praktyków, aktualnie najlepszych w danym obszarze. To szkolenia praktyczne i warsztatowe, nie teoria.

Nowy system działa od początku 2019 r. i już teraz przekłada się istotnie na wyniki sprzedażowe, ale też na satysfakcję naszych współpracowników. W ub.r. przeprowadziliśmy międzynarodowe badania, które wykazały, że dla współpracowników OVB pieniądze nie są już jedynym motywatorem. Najważniejszym czynnikiem jest rozwój osobisty, perspektywa stabilnej kariery i konkretne narzędzia rozwijające kompetencje zawodowe. Idziemy więc w stronę jeszcze większej profesjonalizacji. Dodatkowo obecnie opracowujemy zupełnie nowy program wdrożeniowy, który będzie obejmował pierwsze 90 dni współpracy z OVB. Początki są najważniejsze i często to właśnie od nich zależy, czy ktoś odniesie sukces czy zniechęci się i odpadnie. To trochę jak z wychowaniem dziecka. Złe wzorce mogą

mieć długofalowe, bardzo negatywne skutki. Dobre oczywiście też!

**Co jeszcze rozumiecie przez profesjonalizację?**

– Na nowo strukturyzujemy procesy i je informatyzujemy. Współpracownicy coraz częściej wolą elektroniczne narzędzia od papierowych zeszytów. To też inaczej wygląda z perspektywy klienta i potencjalnego współpracownika. Przemysłową strukturę ma obecnie nie tylko analiza potrzeb klienta, ale również rozmowa

Zmienił się rynek, zmieniło się OVB i ludzie też się zmienili. Cały rynek ubezpieczeniowy w Polsce dojrzał i uważam, że to świetna wiadomość. Jestem ogromnie dumny z moich ludzi, którzy pomagają klientom, rekrutują miesięcznie kilkaset osób, szkolą, budują i rozwijają biznesy i cały czas mnie pozytywnie zaskakują.

rekrutacyjna. Oba skrypty zostały wyróżnione przez BCC Medalem Europejskim.

Wiele dały nam również nowe wymagania związane z IDD. Owszem, wdrożenie było trudne i wymagało od nas zmiany myślenia, ale teraz widzimy już konkretne korzyści z wprowadzonych zmian. Istotnie wyeliminowaliśmy ryzyko niezrozumienia czy wręcz missellingu. Rozmówca otrzymuje na koniec spotkania link do prezentacji i może prześledzić cały jej przebieg we własnym tempie, a potem dopytać o interesujące go szczegóły.

Nowe otoczenie prawne jest bardzo wymagające, ale uważam, że jest dobre dla rynku. Korzystna jest też ujednolicona praca w poszczególnych liniach produktowych, dziś żaden z naszych współpracowników nie kieruje się wysokością prowizji, tylko cechami produktu i rzeczywistą potrzebą klienta. To był duży skok jakościowy, gdzie najtrudniejsze nie było stworzenie narzędzi informatycznych, ale zmiana

mentalności. Każdy chce zmiany na lepsze, ale nie każdy jest gotowy zmienić siebie...

**Jak OVB Polska prezentuje się na tle innych, siostrzanych spółek z innych krajów?**

– To trudne pytanie, ponieważ produktowo jesteśmy w bardzo różnych miejscach. U nas nie sprzedajemy w ogóle unit-linków, a w większości krajów mają się one świetnie. My sprzedajemy majątek, inni nie. Każdy kraj ma swoje uwarunkowania i lokalną specyfikę. Jednoznacznie rozwijamy się, w pierwszej połowie 2019 r. całe OVB osiągnęło dwucyfrowy wzrost. Niedawno rozpoczęliśmy działalność w Belgii, myślimy też o innych krajach, m.in. o republikach nadbałtyckich. Przyszły rok będzie dla nas jubileuszowy. Będziemy świętować 50-lecie OVB. Tym większa motywacja, żeby zamknąć 2019 r. dobrym wynikiem. Przed nami rocznicowa gala w Kolonii na 10 tys. osób...

**Kieruje Pan OVB Polska od 10 lat. Co się zmieniło w tym czasie?**

– Hmm... to już faktycznie 10 lat... Praktycznie wszystko. Zaczynaliśmy jako młodzi ludzie, było to też parę kilo temu..., nie że teraz jesteśmy starzy, ale mentalnie dojrzelśmy i też inaczej patrzymy na branżę i swój zawód. Zmiana sytuacji prywatnej, założenie rodziny zmienia optykę pracy z klientem. Łatwiej i chętniej rozmawiamy dziś o zabezpieczeniu życia oraz zdrowia. Cały rynek ubezpieczeniowy w Polsce dojrzał i uważam, że to świetna wiadomość. Jestem ogromnie dumny z moich ludzi, którzy pomagają klientom, rekrutują miesięcznie kilkaset osób, szkolą, budują i rozwijają biznesy i cały czas mnie pozytywnie zaskakują. Ale co dla mnie najważniejsze, pracujemy w super atmosferze. To nie zmieniło się od lat i póki jestem w OVB, na pewno się nie zmieni. Lubimy się, szanujemy, ciężko pracujemy i wspólnie świętujemy sukcesy, ale również wspieramy się w trudniejszych chwilach. OVB to taka moja druga rodzinka...

Dziękuję za rozmowę.

**Aleksandra E. Wysocka**

