

# POJIŠTĚNÍ V ANGLICKÉM STYLU

Začínal jako pojišťovací makléř britské společnosti, ze které odešel, aby založil vlastní podnik. Za 25 let vybudoval z malé kanceláře o dvou lidech firmu čítající bezmála 600 zaměstnanců. Svoji práci pojišťovacího makléře povýšil na poslání poskytovat kvalitní servis a současně kultivovat trh. Zdeněk Reibl zkrátka dělá věci jinak.

## RESPECT V ČÍSLECH

25 LET NA TRHU  
41 POBOČEK  
570 MAKLEŘŮ  
206 800 KLIENTŮ  
60 TISÍC VYŘEŠENÝCH  
POJISTNÝCH UDÁLOSTÍ ROČNĚ  
12PROCENTNÍ ROČNÍ RŮST  
7,1 MILIARDY KORUN  
ZPROSTŘEDKOVANÉHO  
POJISTNÉHO ROČNĚ



**Vaše společnost slaví letos 25 let od svého založení. To není zrovna málo. Jak se za tu dobu proměnil trh s pojištěním?**

Na to se lze podívat z různých stran. Před 25 lety jsme si vystačili se Zlatými stránkami a pevnou linkou, což je samo o sobě něco, co si dnes málokdo umí představit. Na trhu byly dvě pojišťovny a prostředí bylo všechno, jenom ne konkurenční.

Naším cílem bylo přivést do českých vod makléřskou firmu západního střihu, která bude umět proniknout do problematiky klientova podnikání a navrhnout mu komplexní pojištění, za jehož kvalitu dá ruku do ohně.

Dříve komornější a přátelské prostředí se postupně změnilo na prostředí, ve kterém panuje ostrá konkurence a agresivní metody. Občas se setkáváme s nedoceněním přidané hodnoty makléře a bohužel také s tím, že makléři pozbyli něco ze své prestiže. Prioritou se stala cena a kvalita jde stranou. S příchodem technologií, jako jsou onlinové aplikace, nejruznější srovnávače, kalkulačky a celková digitalizace, se zásadně změnil také systém práce.

**Jak firmy přistupovaly k pojištění v roce 1993 a jak k němu přistupují dnes? Se změnou doby se změnila i rizika, jsou dnes společnosti obezřetnější?**

Rozhodně jsou. Na začátku našeho podnikání bylo nejtěžší přesvědčit lidi, že najímání pojišťovacího makléře nejsou vyhozené peníze a že ne vždycky se stačí jenom domluvit s pojišťovnou. Řada firem si dnes uvědomuje rizika, která jsou s podnikáním spojená, a přistupuje k pojištění mnohem vstřícněji než dřív.

**Jak se za těch 25 let změnila práce pojišťovacího makléře a jak lidé dnes vnímají toto povolání?**

S celkovou změnou podnikatelského prostředí se změnily i obchodní praktiky a samozřejmě i postavení makléře. Klienti od nich očekávají nejen profesionální službu a znalosti prostředí se všemi jeho úskalími, ale také rychlé a spolehlivé vyřízení případné škody nebo finanční újmy. I z tohoto důvodu jsme založili vlastní firemní vzdělávací systém Respect Academy, který využívají nejen naši zaměstnanci, ale také někteří klienti.

**Pilířem vaší činnosti je B2B segment, o jaký druh pojištění je největší zájem?**

Dlouhodobě sledujeme zájem o pojišťování pohledávek, odpovědnosti řídicích orgánů a kyberbezpečnosti. V poslední době je trendem pojištění proti ztrátě citlivých informací a dat obecně. Protože Respect není společnost pro běžné spotřebitele (hlavní portfolio zákazníků tvoří tuzemské střední a velké fir-



**„PŘIJÍMÁME OSOBNÍ ODPOVĚDNOST ZA POJISTNÝ PROGRAM NAŠICH KLIENTŮ, KTERÝ DOKONALE POKRÝVÁ VŠECHNA MOŽNÁ RIZIKA SPOJENÁ S ŘÍZENÍM FIRMY.“**

my), občas se setkáváme s velmi specifickými požadavky.

Naší výhodou je to, že nejsme vyhranění jen na určité tržní segmenty, ale máme zkušenosti s různými obory podnikání. Ať už se jedná o potravinářství, farmaceutický průmysl, automotive, chemický průmysl, hotelnictví, logistiku, energetiku, nebo finanční služby, to všechno umíme. S trochou nadsázky lze říct, že pojistit umí každý, odškodnit jen profesionálně. Na druhou stranu, oba tyto procesy spolu souvisejí a bez dobrého pojištění nelze dobře odškodnit. Velmi důležitým přínosem makléře je navrhnout a vyjednat optimální rozsah a strukturu pojištění, přičemž není nutné pojišťovat vše proti všemu, ale je důležité postarat se o to, aby finanční prostředky investované do pojištění byly investovány účelně a efektivně. Makléř musí klientovi garantovat bezpečnost doporučeného pojistné-

ho systému. Právě o tyto znalosti a know-how mají naši klienti největší zájem.

**Existuje nějaká rada, jak si vybrat kvalitního makléře?**

Správný makléř by měl mít kromě odborných znalostí, orientace na trhu, komunikačních dovedností i schopnost empatie, aby se uměl vcítit do situace klienta a porozumět jeho potřebám. Dobrý makléř je jako dobrý advokát a našťastí přibývá klientů, kteří si tohle uvědomují.

**Vášim firemním heslem je, že přebíráte osobní odpovědnost za kvalitu pojištění. Co si pod tím má klient představit?**

To je jedna ze zásadních věcí, kterou se snažíme odlišit od konkurence. Za pojistný program, který jsme nastavili a který pokrývá všechna možná rizika spojená s podnikáním dané firmy, ručíme a jsme připraveni vzít na sebe následky, pokud by se objevila událost, která by odhalila jeho slabé místo. Přijetí této odpovědnosti považují za důležité pro správné rozhodování a současně pro poskytnutí skutečně kvalitní služby.

**Máte nějakou vizi do budoucna?**

Těch vizí, nebo spíše cílů, je několik, určitě bych rád pokračoval v naší dosavadní filozofii, tedy poskytovat klientům komplexní a kvalitní služby. Chtěl bych také vychovat další generaci mladých lidí, kteří budou pyšní na to, že pracují v tomto oboru, a také bych rád zvýšil prestiž našeho povolání, tak jak je tomu ve světě. V neposlední řadě chci dostat sloganu, že zde Respect bude 100 a více let a vedle pojišťovacího byznysu bude pomáhat potřebným v rámci aktivit společenské odpovědnosti.