Snídaně tentokrát trochu „ostřejší“

Téma našeho květnového breakfastu sice nevypadalo na první pohled nijak „hot“, ale diskuse nabrala zajímavý směr – co má být základním zájmem či motivací práce finančního poradce?

František Bostl, Emil Brož a Marek Macura byli hlavními prezentátory

Jakou by měla společnost poskytnut podporu svým „výkonným“ poradcům, takový byl alespoň plán pro diskusi představitelů firem, čekali jsme i názory z „druhé strany“, tedy co poradcům chybí, co by chtěli a pro jaké specializace.

Úspěšný business plán až na prvním místě

Na samém začátku se snídaňová diskuse pustila do polemiky o smyslu podnikání v oblasti finančního poradenství. František Bostl, nový hlavní ekonom společnosti Chytrý Honza, upozornil, že při podnikání na prvním místě nemůže být klient, ale zisk. Pokud nemá poradce dlouhodobě udržitelný podnikatelský model, který vede k zisku, tak pouze "láska" k profesi a "spokojený" klient nestačí. Stejně tak jako nemusí fungovat nejnovější CRM nebo franšízová pobočka. Oproti ostatním diskutujícím, kteří zastávali trochu jiný postoj, se pustil sice na tenký led, ale nakonec mu po vášnivé diskusi většina přítomných dala za pravdu.

Poradce a etika
Musí být na prvním místě, tedy vlastně východiskem pro poradenskou práci klient? O tom lze vést hlubokomyslné disputace týdny, nejen pár dopoledních hodin. Až po chvíli se tedy diskuse vrátila k tématu, i když tradiční konflikt košile a kabátu se nevyhnul ani dalším názorovým vstupům.

Bohužel, morálku poradců (zatím) nejen nikdo netestuje, ale asi by to jen těžko uměl. Uvidíme, jestli se budoucí kvalifikační testování tuto „hodnotu" nepokusí alespoň nějak „naťuknout".

Mistrovské kopačky
Asi nejtrefnější přirovnání vytáhl Marek Macura, když přirovnal poradce k fotbalistům a Broker Trust k firmě Nike: „náš cíl je dát mu ty nejlepší dostupné kopačky". Ale jestli má talent, zda tvrdě trénuje a pracuje na sobě, ale i nakolik hraje fér hru, to už záleží na něm. Všichni uznali, že MLM svým tlakem na produkci mnohé vlastně k práci „nutí" – i když bývalý tlak na recruting už podle Petra Stuchlíka zdaleka nehraje (kromě výjimek) roli, což dokumentoval poklesem počtu poradců, přestože produkce roste.

Kudy tedy dál
Do pseudosporu, zda je „prioritou" klient nebo vydělávané peníze vstoupil Ondra Záruba poznámkou, že lidská motivace není tak primitivně dichotomní. Standardní motivační okolnosti jsou (nejméně) čtyři: nejen materiální, ale i seberealizace (radost ze zajímavé práce), společenský status a nezanedbatelné vztahy (v kolektivu lidí, kterých si vážím, nebo je mám i rád).

Malá je hezká
A nezapomínejme na Emila Brože, který již léta rozvíjí FINFOKUS a (přes obecné strašení rostoucí regulací, povinnostmi compliance aj.) se zastával potenciálu i menších společností, které jsou založené právě na solidním vztahu k poradenské práci. Sice růstem nikdy nedosáhnou rychlosti recrutingových kombajnů, ale jsou založené na jasných prioritách a mají šanci na dlouhodobý a organický rozvoj, který má výraznou šanci přizpůsobovat se tržním i legislativním podmínkám.

Čekání na on-line
Když přišlo na přetřes téma možností digitalizace, zejména interních procesů, nikdo se jej bohužel systémově nechopil. Z diskuse i z reakcí jasně zazněla chvála třeba na používání signpadů, určitých srovnání nebo metodických nástrojů. Ty ovšem musí být jednoduché, jinak je lidé prý nebudou používat.
K tomu Zdeněk Sluka zopakoval, že poradenství je řemeslo, kdy každý potřebuje dobré nástroje a v tom vidí hlavní směr i úkol svého poolu. K on-line prodeji jen podotkl, že na něj čeká od roku 2000, tedy již 16 let a není si jist, zda se (kromě drobnůstek jako třeba cestovko) kdy nebo vůbec dočká ☹. ●

Marek Bouček ml. do diskuse vstoupil razantně „proklientsky"

Kdo je na této fotce nejzajímavější (že by ten druhý zprava)?

I Ondru Zárubu z Comsense poslouchali všichni velmi pozorně

Emil Brož srdnatě hájil kvality menších kompaktních společností