

Rynek doradztwa finansowego w Polsce 2012

Raport Bankier.pl i “Wprost”

Autor raportu:



Partner raportu:



Patronat:



Spis treści:

Słowo wstępne	5
Bogusław Półtorak, główny ekonomista i redaktor naczelny Bankier.pl	5
Robert Azembski, redaktor dodatku "Wszystko o finansach" tygodnika „Wprost”	5
Szymon Matuszyński, analityk Bankier.pl – autor i koordynator raportu	6
1. Cel raportu	7
2. Metodologia badania	7
2.1 Okres badania i próba badawcza	7
2.2 Profil użytkowników portalu Bankier.pl oraz czytelników tygodnika „Wprost”	8
2.3 Konstrukcja kwestionariusza ankiety	8
3. Rynek doradztwa finansowego w Polsce	10
3.1 Firmy doradztwa finansowego o zasięgu ogólnopolskim	10
3.2 Wyniki finansowe firm zrzeszonych w Związku Firm Doradztwa Finansowego	14
3.3 Kierunki rozwoju i strategie firm doradztwa finansowego	16
3.4 Kanon dobrych praktyk na rynku finansowym	18
4. Zaufanie Polaków do instytucji finansowych	21
4.1 Czy Polacy mają zaufanie do instytucji finansowych?	21
4.2 Zysk czy bezpieczeństwo?	22
5. Jak Polacy postrzegają usługę doradztwa finansowego?	20
5.1 Jak użytkownicy postrzegają usługę doradztwa finansowego?	23
5.2 Czego klienci oczekują od firm świadczącej usługę doradztwa finansowego?	24
6. Z usług jakich firm doradztwa finansowego korzystają klienci?	25

7. Poziom zadowolenia klientów ze współpracy z doradcą	27
7.1 Ogólne zadowolenie klientów	27
7.2 Ocena standardów obsługi klienta	28
8. Czy usługa doradztwa powinna być płatna?	29
9. Poziom zadowolenia klientów ze współpracy z poszczególnymi firmami:	30
9.1 A-Z Finanse/Goldenegg	31
9.2 Dom Kredytowy NOTUS S.A.	32
9.3 Doradcy 24 S.A.	33
9.4 Expander Advisors	34
9.5 Gold Finance	35
9.6 Home Broker	36
9.7 Money Expert	37
9.8 Open Finance S.A.	38
9.9 OVB	39
9.10 Phinance S.A.	40
9.11 Polskie Doradztwo Finansowe	41
9.12 Powszechny Dom Kredytowy S.A.	42
9.13 Realfinance Polska	43
9.14 Wealth Solutions	44
9.15 Xelion. Doradcy Finansowi	45
10. Analitycy Bankier.pl o rynku doradztwa finansowego	46
Bogusław Półtorak	46
Szymon Matuszyński	47
Jarosław Ryba	48
Michał Kisiel	49
11. Wnioski z przeprowadzonego badania oraz rekomendacje dla funkcjonujących na rynku doradztwa finansowego w Polsce podmiotów	50
11.1 Doradztwo finansowe rośnie w siłę	50
11.2 Klienci chcą korzystać z usług firm doradztwa finansowego	51
11.3 Rekomendacje dla firm doradztwa finansowego funkcjonujących na polskim rynku	51



Bankier.pl już od ponad dekady przygląda się funkcjonowaniu polskiego rynku usług finansowych i recenzuje jego uczestników. Tym razem wraz z tygodnikiem „Wprost” przeprowadziliśmy badanie opinii o polskich firmach doradztwa finansowego. W odpowiedziach czytelników i użytkowników internetu przebijała się przede wszystkim potrzeba niezależnego wsparcia klientów w procesie wyborów finansowych. Jednocześnie wyraźnie oczekiwano traktowania klientów w sposób bardziej podmiotowy, nie zaś jako obiekty realizowania wyśrubowanych planów sprzedażowych.

Badane firmy doradztwa finansowego należą do najmłodszej i najdynamiczniejszej grupy pośredników finansowych. Okazało się, że znakomicie uzupełniają one rolę banków, które w walce o jak najlepsze wyniki finansowe zapomniały o problemach klientów. A ci ostatni nadal borykają się z barierami braku obiektywnej informacji o produktach i usługach finansowych. Klienci oczekują po prostu większej uwagi przy wyborze i zakupie usługi finansowej, a przy okazji bardziej profesjonalnego przygotowania doradców.

W czasach pośpiechu i agresywnej sprzedaży warto pomyśleć o tym, jak się buduje zaufanie. Pochodną zaufania jest lojalność, a dopiero potem zyski, co potwierdzają najlepsze firmy doradcze. Zachęcam do lektury raportu i wyciągania wniosków.

Bogusław Półtorak, redaktor naczelny oraz główny ekonomista Bankier.pl

Doradzczom mówimy „stop”



Doradzacze to pewna grupa pseudodoradców finansowych. Są to ludzie, którym podczas sprzedaży kredytów lub produktów inwestycyjnych zdarza się wprowadzać klientów w błąd. Niestety, często nie przez pomyłkę czy z braku kompetencji, ale świadomie – dla pieniędzy z prowizji.

Mamy już dosyć doradczy. To przez nich w pułapce kredytowej znalazło się ponad 700 tysięcy kredytobiorców we frankach szwajcarskich – poważna ich część nie tylko ma problemy z uregulowaniem bieżących rat, ale grozi im, że nigdy nie spłaca swoich zobowiązań. Czy doradcy finansowi, w imię uczciwego i rzetelnego doradztwa, nie powinni byli zaciągającym w latach 2007-2008 klientom wytłumaczyć, co oznacza dla nich duże wzmocnienie kursu franka szwajcarskiego do naszej waluty? Ostrzegać, że branie kolejnych pożyczek ratałnych wciąga w spiralę zadłużenia? Że karta kredytowa to nie tylko przyjemność z zakupów, bo gdy się przeszarżuje z wydatkami i nie dopilnuje spłaty w terminie, może to się źle skończyć dla domowego budżetu?

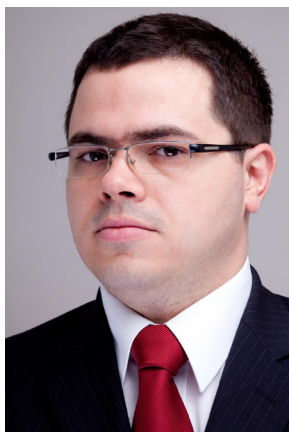
Nie bez winy są też same banki i ich pracownicy. Powinni ostrzegać i tłumaczyć, a często tego nie robią. Powód jest prosty: błędny system wynagradzania doradców klienta – przez firmy pośredniczące. Pośrednicy otrzymują wynagrodzenie za swoje usługi bezpośrednio od instytucji finansowych, którym zależy w danym momencie na sprzedaży tego, a nie innego produktu i są za to gotowe dobrze pośrednikowi zapłacić. W efekcie doradca sprzedaje klientowi produkt nie najlepszy, ale taki, z którego pośrednik odnosi największą korzyść finansową.

System pośrednictwa finansowego powinien się zmienić w interesie całego rynku. Być może dobrym pomysłem byłoby wynagradzanie doradców przez klientów, a nie przez instytucje?

Przecież tak czy inaczej klienci pośrednio płacą za usługę doradzania, tylko koszt ten jest ukryty w cenie produktu.

Naszą intencją nie jest pognębienie pośredników finansowych, ale wywołanie dyskusji, jakie rozwiązania byłyby najlepsze dla rynku i jego klientów. Liczymy na debatę z udziałem i doradców, i ich klientów.

Robert Azembski, redaktor dodatku "Wszystko o finansach" tygodnika „Wprost”



Doradztwo finansowe to wciąż młody, ale bardzo dynamicznie rozwijający się segment rynku usług finansowych w Polsce. Dowodem tego mogą być opublikowane dane finansowe największych graczy na rynku. Mimo globalnego kryzysu finansowego i trudnej sytuacji makroekonomicznej Polski firmy doradztwa finansowego rosną w siłę, notując wysoką dynamikę wzrostu wartości przede wszystkim udzielonych kredytów hipotecznych oraz inwestycji (szczegółowe wyniki znajdują się w rozdziale 3 raportu). Portal finansowy Bankier.pl, wspólnie z tygodnikiem „Wprost”, postanowił zbadać, jak rynek doradztwa finansowego jest postrzegany przez użytkowników portali Bankier.pl i Wprost24, a także przez czytelników tygodnika „Wprost”. Zebrane wyniki pozwoliły na przygotowanie raportu, który może okazać się przydatny zarówno dla klientów tych instytucji, jak i firm biorących udział w badaniu, a także dla organów regulujących rynek usług doradztwa finansowego w Polsce.

Szymon Matuszyński, analityk Bankier.pl – autor i koordynator raportu

1. Cel raportu

Według analityków Bankier.pl określenie „doradca finansowy” jest tożsame z „finance plannerem”, czyli kimś, kto nie zajmuje się samą sprzedażą produktów finansowych, a bardziej planowaniem finansów osobistych. Niestety, w Polsce bardzo często doradcy finansowi postrzegani są jako akwizytorzy, oferujący głównie kredyty i fundusze inwestycyjne.

Celem niniejszego raportu było przede wszystkim zbadanie rzeczywistego podejścia użytkowników i klientów do firm doradztwa finansowego i tego, jak te usługi są postrzegane: czy klienci traktują doradztwo finansowe wyłącznie jako pośrednictwo, czy może jest to usługa wybiegająca poza sprzedaż produktów finansowych. Drugim celem raportu było zbadanie poziomu zadowolenia klientów z tej współpracy, a także zbadanie standardów obsługi klienta i określenie, co dla klientów jest najważniejsze we współpracy z doradcą. Trzecim celem badania było określenie ogólnego zaufania użytkowników i klientów do instytucji finansowych i banków, szczególnie w odniesieniu do wciąż aktualnego zagrożenia globalnym kryzysem finansowym.

Opracowanie powstało poprzez połączenie badań ankietowych, przeprowadzonych wśród użytkowników i czytelników portali Bankier.pl oraz Wprost24 i wśród klientów firm zrzeszonych w Związku Firm Doradztwa Finansowego, oraz eksperckiej wiedzy analityków portalu Bankier.pl, którzy od ponad dziesięciu lat uważnie przyglądają się rynkowi usług i produktów finansowych w Polsce.

Jest to pierwsze tego typu i na taką skalę przeprowadzone badanie. Jeśli raport znajdzie uznanie wśród czytelników, wejdzie on na stałe do kanonu badań przeprowadzanych przez portal finansowy Bankier.pl. Uważamy, że ciągłe analizowanie tego segmentu – nie tylko poprzez analizę wyników finansowych firm, ale przede wszystkim przez badanie poziomu zadowolenia klientów – może wpłynąć pozytywnie na sytuację całej branży, a co za tym idzie na zasobność portfeli i sytuację finansową Polaków.

2. Metodologia badania

2.1 Okres badania i próba badawcza

Raport „Rynek doradztwa finansowego w Polsce 2012” powstał na podstawie badań ankietowych przeprowadzonych wśród użytkowników i czytelników portali Bankier.pl i Wprost24, a także wśród klientów instytucji zrzeszonych w Związku Firm Doradztwa Finansowego, który objął patronat na całym przedsięwzięciu. Kwestionariusz ankiety został umieszczony na poświęconej raportowi stronie www.doradztwo2012.pl, a także w wybranych artykułach w portalu finansowym Bankier.pl.

Badanie było promowane:

- na stronie głównej Bankier.pl, w centralnych miejscach,
- w artykułach publikowanych w portalu od 30 stycznia do 12 lutego 2012 roku,
- w Dzienniku Bankier.pl,
- w mailingu Bankier.pl,
- w portalach satelickich Grupy Bankier, takich jak PRnews.pl czy Twoja-Firma.pl,
- w osobnym artykule, który został umieszczony w profilach wszystkich spółek giełdowych w portalu Bankier.pl,
- w portalu Wprost24,
- w tygodniku „Wprost”,
- w portalu społecznościowym Facebook na fanpage’u Bankier.pl oraz na specjalnie dedykowanym fanpage’u raportu „Oceń swojego doradcę finansowego”.

W toku przeprowadzania badania ankietowego uzyskano **2281** wypełnionych ankiet. Dodatkową zachętą do wzięcia udziału w przedsięwzięciu były atrakcyjne nagrody: iPod, aparat cyfrowy, miniwieża, a także dwadzieścia książek o tematyce finansowej.

2.2 Profil użytkowników portalu Bankier.pl

Według badania Megapanel PBI/Gemius z listopada 2011 roku portal finansowy Bankier.pl znajduje się w czołówce polskich portali o tematyce finansowej zarówno pod względem użytkowników (real users), jak i pod względem liczby osłon.

Główną grupą użytkowników portalu Bankier.pl są osoby młode (ponad 1/3 użytkowników mieści się w przedziale wiekowym 25-34 lata), z wykształceniem wyższym (36,5 proc.). Zdecydowana większość użytkowników korzysta z internetu przynajmniej od pięciu lat (67 proc.), a co ważniejsze, czyni to codziennie lub prawie codziennie (87 proc.).

Czytelnikami portalu są specjaliści i przedstawiciele wolnych zawodów (9,08 proc.), osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą (7,36 proc.), ale także studenci i uczniowie (24 proc.) oraz kierownicy różnych szczebli zarządzania (11,11 proc.). Użytkownikami portalu są zarówno kobiety (43,24 proc.), jak i mężczyźni (56,76 proc.).

2.3 Konstrukcja kwestionariusza ankiety

Kwestionariusz ankiety został skonstruowany na podstawie dwóch założeń: możliwości zdobycia jak największej ilości informacji, ale bez uciążliwości dla użytkownika. Stąd w samym kwestionariuszu umieszczonych zostało dziesięć jasno sprecyzowanych i niezbyt rozbudowanych pytań.

Pierwsza część kwestionariusza (pytanie pierwsze i drugie) dotyczyła podstawowych wartości związanych z finansami, a także ogólnego zaufania klientów do instytucji

funkcjonujących na rynku finansowym. Druga część (pytania od 3 do 7) dotyczyła już firm doradztwa finansowego.

Klienci odpowiadali na pytania dotyczące:

- tego, czym jest doradztwo finansowe – pośrednictwem czy budowaniem długoterminowych relacji,
- firmy, z usług której korzystali,
- poziomu zadowolenia ze współpracy i standardów obsługi klienta,
- tego, co dla klienta takiej firmy jest najważniejsze.

Ostatnie trzy pytania dotyczyły ewentualnych kosztów współpracy z doradcą, a także skłonności klientów i użytkowników do korzystania z usług i produktów finansowych dostępnych przez internet.

W kwestionariuszu ankiety zostały wyszczególnione firmy spełniające trzy podstawowe warunki:

- zasięg firmy musiał być większy niż ograniczający się do jednego województwa czy miasta,
- dostępność oferowanych produktów w ramach oferty nie mogła ograniczać się np. wyłącznie do kredytów czy ubezpieczeń,
- firma na poziomie komunikacji z głównymi grupami interesariuszy nie mogła być bezpośrednio powiązana z jakimkolwiek bankiem czy inną instytucją finansową (funduszem inwestycyjnym, firmą ubezpieczeniową lub firmą udzielającą kredytów).

Ponieważ rynek usług doradztwa finansowego jest bardzo rozproszony, w badaniu zostały wyszczególnione tylko firmy o największym zasięgu. Jednak w pytaniu dotyczącym współpracy z konkretną firmą użytkownicy mieli możliwość wpisania nazwy firmy innej niż w zestawieniu, a także wskazania kilku firm, z którymi mieli do czynienia. Stąd też pierwotna lista czternastu firm biorących udział w badaniu, po zakończeniu okresu zbierania głosów użytkowników i klientów, obejmuje siedemnaście firm. W raporcie odrzucone zostały firmy, które uzyskały w badaniu mniej niż dwadzieścia wskazań.

Poprawnie wypełnionych ankiet w końcowym rozrachunku było 2281. Jednak głosów oddanych na poszczególne firmy jest więcej (2833). Wynika to z faktu, że użytkownicy mogli wskazać więcej niż jedną firmę doradztwa finansowego, z którą mieli okazję współpracować.

Struktura próby badawczej według firmy wskazanej przez użytkowników:

Firma doradztwa finansowego wskazana przez osobę wypełniającą kwestionariusz	Udział procentowy
Open Finance S.A.	32,8%
Expander Advisors	19,9%
Money Expert	5,9%
Doradcy 24 S.A.	5,8%
Polskie Doradztwo Finansowe	5,0%
OVB	4,2%
Gold Finance	3,7%
Xelion. Doradcy Finansowi	3,6%
Home Broker	3,4%
Dom Kredytowy NOTUS	3,0%
A-Z Finanse/Goldenegg	2,8%
Phinance S.A.	2,6%
Powszechny Dom Kredytowy S.A.	2,5%
Real Finance Polska	2,4%
Wealth Solutions	1,6%
INNE	0,8%
Suma:	100,0%

Próba badawcza badania (2281 wypełnień kwestionariusza), a także analityczne wsparcie ekspertów portalu Bankier.pl dają podstawy uznania raportu za rzetelny i wiarygodny. Jednak należy podkreślić, że badanie zostało przeprowadzone w określonym środowisku (internet), a także wśród określonej grupy użytkowników, która jest mniej lub bardziej związana z finansami, a w szczególności z rynkiem doradztwa finansowego.

3. Rynek doradztwa finansowego w Polsce

3.1 Firmy doradztwa finansowego o zasięgu ogólnopolskim

Choć doradztwo finansowe to wciąż bardzo młody segment na rynku, jest on już w Polsce bardzo rozbudowany. Wynika to przede wszystkim z dostępności zawodu doradcy finansowego, który nie jest regulowany żadnymi przepisami czy licencjami. Doradcą może zostać każdy, a jakość świadczonych przez niego usług zależy od firmy, którą reprezentuje, bądź też samego doradcy, który może prowadzić też jednoosobową działalność gospodarczą.

W tym momencie warto pochylić się nad definicją zawodu doradcy finansowego. W polskich realiach wciąż jest to określenie mocno niedoprecyzowane, a dowodem tego są wyniki przeprowadzonej ankiety. Jedni postrzegają doradców wyłącznie jako pośredników finansowych. Inni widzą w nich doradców z prawdziwego zdarzenia, budujących długoterminowe relacje z klientami. Niemniej wśród klientów badanych firm wciąż bardzo wielu widzi w doradcach wyłącznie akwizytorów kredytów i funduszy inwestycyjnych.

Trudno dokładnie określić, ile na rynku funkcjonuje podmiotów świadczących usługi doradztwa finansowego. Wynika to przede wszystkim z rozproszenia i rozdrobnienia rynku, a także z różnego nazewnictwa i interpretowania zawodu doradcy finansowego. Pewną pomocą mogą być dane organizacji zrzeszających doradców.

Głównym organem zrzeszającym firmy doradztwa finansowego w Polsce jest Związek Firm Doradztwa Finansowego, który skupia największe firmy działające na polskim rynku. Do związku należy obecnie dwanaście największych firm zajmujących się doradztwem i pośrednictwem finansowym: AZ Finanse, Bankier.pl, Dom Kredytowy Notus, Doradcy 24, Expander, Gold Finance, Goldenegg, Money Expert, Open Finance, Wealth Solutions, Credit House Polska Doradcy Kredytowi, Real Finance Polska, Powszechny Dom Kredytowy i Home Broker. Nadrzędnym celem ZFDF jest ciągle podnoszenie jakości świadczonych usług przez zrzeszone w związku firmy, a także wypracowanie wspólnego dla wszystkich standardu pracy doradców finansowych. I choć dwanaście wymienionych firm ma ponad połowę udziału w rynku doradztwa finansowego, to działa o wiele więcej różnych podmiotów. Dowodem tego może być choćby wykaz firm, które otrzymały od Komisji Nadzoru Finansowego pozwolenie na dystrybucję jednostek funduszy inwestycyjnych. Według KNF na 8 grudnia 2011 roku na rynku takich podmiotów funkcjonowało aż siedemdziesiąt cztery, a większość z nich bezpośrednio lub pośrednio, przynajmniej z nazwy, kojarzona jest właśnie z usługą doradztwa finansowego.

1.	AHL Polska Sp.z o.o.	27-05-2011	2.	Allfinanz Sp. z o.o.	16-10-2007
3.	Allianz Polska Services SP. z o.o.	28-01-2011	4.	AMInvest Sp. z o.o.	10-07-2008
5.	Amplico Life Pierwsze Amerykańsko-Polskie Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie i Reasekuracji S.A.	7-08-2008	6.	Amplico Services Sp. z o.o.	26-04-2004
7.	Asekuracja Sp. z o.o.	30-04-2007	8.	Atlantic Fund Services Sp. z o.o. (dawna nazwa: Obsługa Funduszy Inwestycyjnych Sp. z o.o.)	4-12-1998

9.	Aviva Sp. z o.o. (dawna nazwa: Commercial Union Polska Sp. z o.o.)	16-04-2002	10.	AWD Sp. z o.o.	17-07-2006
11.	A-Z Finanse S. A.	19-06-2007	12.	Buchła Paweł prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą - Vizjoner Investment Paweł Buchła	14-09-2005
13.	Census Sp. z o.o.	20-10-2004	14.	Centrum Bankowości Bezpośredniej Sp. z o.o.	10-02-2004
15.	Centrum Doradztwa Biznesowego Sp. z o.o.	20-03-2008	16.	Consiliari Consulting Sp. z o.o. (dawna nazwa: Consiliari Partners Sp. z o.o.)	27-04-2010
17.	Dom Kredytowy Notus Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie	15-09-2006	18.	Doradcy24 S.A.	29-01-2008
19.	Elite Finance & Consulting Sp. z o.o.	12-08-2005	20.	EURO-FINANZ SERVICE Sp.z o.o.	8-06-2009
21.	Expander Advisors Sp.z o.o.	27-11-2007	22.	Expander Sp. z o.o.	25-06-2002
23.	Fabryka Zysków Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A.	18-12-2007	24.	Finance Navigator Sp. z o.o.	29-01-2008
25.	F-TRUST Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie	17-11-2011	26.	GO Finance Sp. z o.o. (dawna nazwa: MultiInvest Sp. z o.o.)	16-09-2005
27.	Goldenegg S.A.	9-08-2005	28.	Grupa FINANZA Sp. z o.o	11-08-2008
29.	Grupa Karlik Spółka Jawna	6-07-2007	30.	Holding DORADCA Sp. z o.o.	28-04-2008
31.	Indywidualne Doradztwo Finansowe IDF Sp.z o.o.	30-11-2007	32.	Indywidualne Doradztwo Finansowe IDF Sp.z o.o. Spółka Komandytowo - Akcyjna	6-10-2009
33.	ING Usługi Finansowe S.A. (dawna nazwa: ING Nationale-Nederlanden Polska S.A.)	29-11-2000	34.	Inteligo Financial Services S.A.	20-05-2003

35.	Investment Fund Managers Sp. z o.o.	26-04-2004	36.	Inwest Partner Dariusz Kołakowski	15-07-2011
37.	JTO Finance Sp. z o.o. z siedzibą we Wrocławiu	16-10-2006	38.	Kancelaria Finansowa Pyffel&Partners Sp. z o.o.	5-11-2009
39.	Kancelaria Finansowa Matczuk i Wojciechowski Spółka Jawna z siedzibą w Warszawie	8-10-2010	40.	KBS Kapitał - Bezpieczeństwo - Serwis Sp. z o.o.	20-11-2001
41.	Koncepcja Sp. z o.o.	19-07-2007	42.	KWLM Finanse Sp. z o.o.	25-08-2010
43.	Olchowicz Romuald prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą - ROMUALD OLCHOWICZ	11-07-2011	44.	Netfield S.A.	19-06-2007
45.	Open Finance S.A.	11-10-2004	46.	OVb Allfinanz Polska Sp. Finansowa Sp. z o.o.	14-07-2000
47.	Partnerzy Inwestycyjni Sp. z o.o.	19-12-2006	48.	Pekao Financial Services Sp. z o.o.	20-11-2001
49.	PKO BP Finat Sp. z o.o. (dawna nazwa: Finanse – Agent Transferowy Sp. z o.o.)	1-02-2008	50.	Platinum Fund 24 S.A.	12-11-2008
51.	Poczta Polska	26-04-2007	52.	Polski Partner Finansowy Sp. z o.o.	26-03-2007
53.	Polskie Doradztwo Finansowe- Serwis Sp. z o.o.	22-04-2010	54.	Powszechny Zakład Ubezpieczeń na Życie S.A.	12-01-2007
55.	Powszechny Zakład Ubezpieczeń S.A.	26-09-2008	56.	Private Finance Sp. z o.o.	13-09-2006
57.	Private Wealth Consulting Sp. z o.o.	21-12-2006	58.	Profitall Sp. z o.o.	22-04-2009
59.	PROGRESS FRAMEWORK Sp. z o.o.	27-08-2008	60.	ProService Agent Transferowy Sp. z o.o. (dawna nazwa: BRE Agent Transferowy Sp. z o.o.)	6-07-2001

61.	PROVISTA S.A. (dawna nazwa: FINAMO S.A.)	12-05-2008	62.	PRP Private Ideas Sp. z o.o.	14-09-2010
63.	SFM Group Sp. z o.o.	5-05-2008	64.	Skarbiec Serwis Finansowy Sp. z o.o.	16-07-2002
65.	Szkoła Inwestowania Sp. z o.o.	5-05-2011	66.	Teleinvention Sp. z o.o.	18-03-2010
67.	TC Doradcy Finansowi Sp. z o.o. spółka komandytowa	5-08-2011	68.	Templar Wealth Management Sp. z o.o.	4-07-2007
69.	Victoria Asset Operation Centre S.A.	8-12-2008	70.	Vienna Finance Sp. z o.o.	30-11-2007
71.	HKN Capital Fund Sp. z o.o. (dawna nazwa Vizjoner Investment Sp. z o.o.)	10-04-2008	72.	Wielkopolski Dom Finansowy Sp. z o.o.	10-12-2004
73.	Xelion. Doradcy Finansowi Sp. z o.o.	25-03-2003	74.	Zielonka Adam prowadzący działalność gospodarczą pod nazwą - PROJECT ADAM ZIELONKA	11-07-2011

Ale fundusze inwestycyjne to tylko jeden rodzaj produktów, które oferują doradcy. W ich ofercie są też kredyty, ubezpieczenia, fundusze emerytalne, produkty strukturyzowane i wiele innych rozwiązań i instrumentów. Dlatego też zliczenie i zbadanie wszystkich firm doradztwa i pośrednictwa finansowego w Polsce jest – bez zaangażowania Komisji Nadzoru Finansowego, Związku Firm Doradztwa Finansowego, a także Związku Banków Polskich – praktycznie niemożliwe.

3.2 Wyniki finansowe firm zrzeszonych w Związku Firm Doradztwa Finansowego

Kryzysu finansowego w Polsce nie ma. Przynajmniej takie wnioski płyną z analizy wyników finansowych firm zrzeszonych w Związku Firm Doradztwa Finansowego. Polacy wciąż kupują mieszkania, na która zaciągają kredyty. I bardzo często korzystają przy tej okazji z usług doradców finansowych. Mimo zawirowań w gospodarce i wprowadzania ograniczeń w przydzielaniu kredytów hipotecznych, wartość udzielonych w III kwartale przez 13 firm członkowskich ZFDF (bez DK Notus) wyniosła aż 4,42 mld PLN. W sumie, w ciągu trzech pierwszych kwartałów 2011 roku doradcy udzielili kredytów hipotecznych na łączną kwotę 12,94 mld PLN.

Wartość wypłaconych KREDYTÓW HIPOTECZNYCH w III kwartale 2011 roku (w mln PLN)					
Lp.	Nazwa firmy	I kwartał	II kwartał	III kwartał	I, II i III kwartał 2011 r.
1	Open Finance	1812,000	1808,000	1749,000	5369,000
2	Expander	520,000	687,000	678,000	1885,000
3	Home Broker	447,415	535,472	562,636	1545,523
4	Aspiro S.A.	340,000	426,000	406,720	1172,720
5	Money Expert	252,300	324,710	319,700	896,710
6	Powszechny Dom Kredytowy S.A.	257,240	274,249	257,187	788,676
7	Doradcy 24	148,500	177,300	164,812	490,612
8	Gold Finance	82,619	108,470	110,788	301,877
9	Grupa A-Z Finanse	91,500	96,100	106,400	294,000
10	Credit House Polska	47,740	41,300	50,966	140,006
11	Real Finance	17,000	21,000	18,000	56,000
Razem:		4 016,314	4 499,601	4 424,209	12 940,124

Źródło: Związek Firm Doradztwa Finansowego

Równie optymistyczne wnioski płyną z danych dotyczących inwestycji. Mimo trudnego roku i nieciekawych perspektyw na rok 2012 Polacy starają się inwestować. Wartość produktów i instrumentów inwestycyjnych wzrosła o ponad 31% w stosunku do II kwartału i wyniosła 2,66 mld zł. Łącznie w pierwszych trzech kwartałach 2011 r. dziewięć firm członkowskich ZFDF sprzedało produkty inwestycyjne za łączną sumę 12,94 mld zł.

Wartość wypłaconych PRODUKTÓW INWESTYCYJNYCH w III kwartale 2011 roku (w mln PLN)					
Lp.	Nazwa firmy	I kwartał	II kwartał	III kwartał	I, II i III kwartał 2011 r.
1	Open Finance	1574,000	1708,000	2576,000	5858,000
2	Home Broker	32,324	33,301	38,592	104,217
3	Wealth Solutions	39,518	39,061	5,765	84,344
4	Expander	20,000	20,000	16,000	56,000
5	Real Finance	13,000	14,000	17,000	44,000
6	Grupa A-Z Finanse	10,100	7,300	5,300	22,700
7	Gold Finance	2,638	1,540	1,020	5,198
8	Money Expert	1,300	0,900	0,500	2,700
9	Doradcy 24	0,500	1,000	0,700	2,200
Razem:		1 693,380	1 825,102	2 660,877	6 179,359

Źródło: Związek Firm Doradztwa Finansowego

3.3 Kierunki rozwoju branży i strategię (wybranych*) firm doradztwa finansowego

Nie ulega wątpliwości, że rynek doradztwa finansowego ewoluuje. Coraz częściej określenie „pośrednik finansowy” jest zastępowane słowem „doradca”. I jest to niewątpliwie dobra wiadomość dla klientów. Potwierdzają to również prezesi największych działających na tym rynku firm, dla których jest oczywiste, że czas sprzedaży produktowej dobiega definitywnie końca, a najważniejsze staje się budowanie długoterminowych relacji z klientami.

Portal Bankier.pl przeprowadził wywiady z przedstawicielami czterech firm doradztwa finansowego: **prezesem Xelion Doradcy Finansowi Adamem Niewińskim, prezesem zarządu Open Finance Krzysztofem Spyra, dyrektorem generalnym Expander Advisors Tonym Machinem i Robertem Peplóńskim, prezesem zarządu Domu Kredytowego Notus.** Wszyscy rozmówcy potwierdzili, że doradztwo finansowe jest i powinno być przede wszystkim umiejętnym dopasowaniem rozwiązań do potrzeb klienta, który jest w całym procesie najważniejszy. *„Dobry doradca jest po części analitykiem, a po części psychologiem - ciągle praca z klientem pozwala im na podejmowanie lepszych decyzji dotyczących finansów”* - powiedział Adam Niewiński, prezes Xelion Doradcy Finansowi. Z kolei Tony Machin, dyrektor generalny Expandera, definiuje doradztwo finansowe właśnie jako *„umiejętność dopasowania się do finansowych potrzeb klienta, rozumienie jego potrzeb i sztukę dopasowania do nich odpowiedniego produktu w najlepszy sposób pod kątem ryzyka, jakie klient jest w stanie ponieść”*. Prezes Open Finance Krzysztof Spyra również nie pozostawia złudzeń i wątpliwości, że podstawą usługi doradztwa finansowego jest *„regularny kontakt z klientem, zarówno jeśli dzieje się dobrze, jak i wtedy, gdy dzieje się źle”*. Na pytanie dotyczące cech, jakie powinien wykazywać doradca, wszyscy rozmówcy zgodnie odpowiedzieli, że muszą być to przede wszystkim: wiedza i kompetencje dotyczące rynku i produktów finansowych, umiejętność rozwiązywania problemów, a także szereg tzw. „miękkich” umiejętności, które pozwolą na zbudowanie zaufania i długoterminowej relacji z klientem.

Bardzo istotnym tematem, który również został poruszony w przeprowadzonych wywiadach, a także w osobnym artykule, jest kwestia licencjonowania doradców finansowych. Mimo że wprowadzanie licencji może utrudnić dostęp do zawodu doradcy, wszystkie osoby biorące udział w dyskusji opowiedziały się za takim rozwiązaniem. Stawiają jednak warunek, że proces przyznawania licencji musi być dopasowany do rynkowych wymagań i realiów, nie może być nic nie znaczącym dokumentem, a dowodem odpowiedniego poziomu wiedzy i kompetencji doradców.

„Obecnie nie ma jednak sensu prowadzić licencji, ponieważ dostępne produkty są za mało skomplikowane. Ale wraz z ich rozwojem sam rynek dojdzie do wniosku, że licencjonowanie to dobry pomysł” - powiedział Tony Machin z Expandera. Z kolei na pytanie, czy licencjonować doradców finansowych, prezes Open Finance, Krzysztof Spyra powiedział: *„Tak, w jakiś sposób trzeba doradców licencjonować, ale w taki sposób, aby licencja nie była pusta, nie na zasadzie karty wędkarskiej, którą można bez trudu pozyskać”*. Wydaje się więc, że licencjonowanie doradców, wraz z dynamicznym rozwojem tego rynku, stanie się czymś nieuniknionym. A kwestią sporną pozostanie jedynie odpowiednie skonstruowanie samej licencji i sposób ich udzielania.

Jeśli chodzi o kierunek rozwoju branży doradztwa, również w tej kwestii prezesi pozostają zgodni, choć Robert Peplowski z DK Notus rynek doradztwa rozdziela jednak na dwa segmenty – doradztwo finansowe i kredytowe. Jednak nie ma wątpliwości, że dla całej branży najlepsze czasy dopiero nadchodzą: *„W porównaniu do Zachodu mamy niedotarte procedury formalnoprawne, ale przed nami jest świetlana przyszłość”*. Prezes Domu Kredytowego Notus duży nacisk kładzie także na specyficzną mentalność Polaków: *„Są praktyki zachodnie, które moglibyśmy implementować, ale to są dwie różne mentalności. Trudno odnaleźć drugi naród z taką jak Polska mentalnością i wiele rzeczy się nie sprawdzi. Doradztwo na Zachodzie skupia się bardziej w kierunku inwestycji, bo sprawy kredytowe są uproszczone. W Polsce ciężko poruszać się Kowalskiemu w zawilości przepisów kredytowych, doradztwo u nas opiera się głównie na tym”*. Również Tony Machin, dyrektor generalny Expander Advisors, nie ma wątpliwości, że przed rynkiem doradztwa finansowego w Polsce rozpościerają się bardzo dobre perspektywy, zwracając uwagę, że rozdzielenie doradztwa inwestycyjnego, ubezpieczeniowego i kredytowego nie jest wykluczone: *„W przyszłości polski rynek będzie ewoluował, rozwijał się i będzie bardziej obfity w produkty. Konsumenci będą mieli większy wybór. Zwiększy się też konkurencja, co napędzi innowacyjność produktów. W konsekwencji może pojawić się większe rozgraniczenie między solidnymi poradami inwestycyjnymi a poradami ubezpieczeniowymi i tymi dotyczącymi kredytów hipotecznych”*.

Jedynie prezes Open Finance pozostaje sceptyczny wobec dużych zmian, których moglibyśmy się spodziewać w segmencie doradztwa, podkreślając, że w najbliższym czasie może dojść na tym rynku to wyparcia słabszych i mniejszych podmiotów: *„Nie spodziewam się zmian, wejścia nowych graczy z zagranicy, rewolucji w firmach już istniejących, nie spodziewam się wielkich konsolidacji, będzie miało miejsce raczej wymieranie słabszych i nabieranie siły przez silniejszych”*.

W przeprowadzonych z prezesami firm doradztwa finansowego wywiadach poruszone zostały kwestie najbliższej przyszłości i przyjętych przez te firmy strategii. Zarówno DK Notus, Open Finance, Expander jak i Xelion zakładają rozwój, jednak oparty na nieco innych założeniach: **Dom Kredytowy Notus** zamierza umacniać swoją pozycję na rynku, ale w tych miastach, w których firma jest już obecna: *„Niespecjalnie myślimy na rozwijaniu sieci w innych miastach, chyba że trafi się perspektywiczne miasto i ludzie”* – powiedział Robert Peplowski, prezes firmy. Strategia rozwoju firmy **Expander** zakłada kilka kierunków: *„Po pierwsze, chcemy przyciągnąć nowych klientów. Pośrednicy przyciągnęli klientów o pewnym profilu – chcemy go poszerzyć i w mądry sposób rozwijać ten biznes. Po drugie – produkty. Jesteśmy bardzo dobrzy, jeśli chodzi o kredyty hipoteczne, zajmujemy się inwestycjami. Czy możemy robić więcej? Tak – powinniśmy urozmaicać nasze produkty. Nie chciałbym mówić, jak zamierzamy to osiągnąć ze względu na naszą konkurencję. Mamy dość trudną kwestię rozwoju efektywności operacyjnej. Uważam, że możemy znacząco poprawić wyniki w tej dziedzinie. Rynek w Polsce jest bardzo konkurencyjny, ale dość niewydajny. Chcę sprawić, że Expander będzie się wyróżniał, że będzie bardziej wydajny, co przełoży się na większe zyski. Ten zysk możemy reinwestować, otwierać więcej oddziałów, zatrudniać więcej doradców, inwestować w kształcenie i technologię. Tą drogą zamierzamy podążyć”* - powiedział Tony Machin, dyrektor generalny firmy. Jeśli chodzi o **Xelion Doradcy Finansowi**, to priorytetem w najbliższym czasie będzie uzupełnianie i rozwijanie działalności maklerskiej, na którą w zeszłym roku firma otrzymała licencję od Komisji Nadzoru Finansowego: *„Działalność maklerska będzie teraz naszym priorytetem. Jest to naturalne rozwinięcie oferty produktowej dla klientów. Do tej pory koncentrowaliśmy się głównie na funduszach inwestycyjnych i doradztwie majątkowym. Teraz przyszedł czas na rynek kapitałowy”* - powiedział Adam Niewiński, prezes Xeliona. Rozwój jest również oczywisty dla prezesa **Open Finance**, jedynej wśród wszystkich firm doradztwa

finansowego firmy notowanej na Giełdzie Papierów Wartościowych: „*Nadrzędnym celem firmy jest podejmowanie takich działań, aby dostarczyć wymierną korzyść naszym akcjonariuszom*” - powiedział prezes zarządu Open Finance.

* wypowiedzi udzielili wyłącznie prezesi następujących firm: Dom Kredytowy Notus, Xelion Doradcy Finansowi, Open Finance oraz Expander Advisors.

3.4 Kanon dobrych praktyk na rynku finansowym

Podstawą zrównoważonego rozwoju i bezpieczeństwa rynku finansowego jest etyczny wymiar działalności jego uczestników. Niezmiennie ważne jest, by klienci mogli mieć zaufanie do instytucji, którym powierzają swoje środki i które realizują zadania związane z ich obrotem i przepływem, a także do pośredników, z którymi bezpośrednio się kontaktują. Znaczenie stosowania dobrych praktyk dla zwiększania przejrzystości rynku i budowania wzajemnego zaufania doceniają zarówno regulatorzy rynku, jak i jego uczestnicy.

W wyniku współpracy trzydziestu organizacji zrzeszających podmioty oferujące produkty i usługi finansowe, organizacji i instytucji reprezentujących interesy klientów, a także przy udziale ekspertów ze środowiska akademickiego, został opracowany Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego. W pracach nad Kanonem został również wykorzystany dorobek podmiotów, które wcześniej wypracowały i wdrożyły własne zasady dobrych praktyk. Zbiór 16 zasad uniwersalnych dla całego rynku finansowego artykułuje podstawowe wartości i ideały etyczne przyświecające podmiotom finansowym, w szczególności w relacjach z klientami, jednocześnie pozostawiając ich organizacjom branżowym swobodę kształtowania szczegółowych zasad, specyficznych dla poszczególnych branż i sektorów rynku.

Komisja Nadzoru Finansowego

Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego

Rynek finansowy stanowi wspólne dobro wszystkich jego uczestników, czyli podmiotów finansowych, jakimi są osoby fizyczne, prawne lub inne jednostki organizacyjne oferujące produkty lub usługi finansowe, a także ich klientów oraz innych instytucji i organizacji na nim działających. Podstawą zrównoważonego rozwoju i bezpieczeństwa rynku jest etyczny wymiar działań podmiotów finansowych.

Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego artykułuje podstawowe wartości i ideały etyczne przyświecające podmiotom finansowym, a wszystkie zasady Kanonu stanowią integralną, wzajemnie uzupełniającą się całość. Równocześnie Kanon pozostawia podmiotom finansowym oraz ich organizacjom samorządowym swobodę kształtowania i ocenę stosowania standardów etycznych w zgodzie ze specyfiką poszczególnych sektorów rynku i różnych rozwiązań organizacyjnych, a także z ich dorobkiem w tworzeniu i doskonaleniu zasad dobrych praktyk.

1. Uczciwość

Podmiot finansowy działa uczciwie i rozważnie, z poszanowaniem słusznego interesu klientów i dobra rynku finansowego, oraz nie nadużywa swojej dominującej pozycji wynikającej z przewagi zasobów, w tym kwalifikacji lub kompetencji osób działających w jego imieniu.

2. Staranność i kompetencje

Podmiot finansowy prowadzi działalność rzetelnie i z należytą starannością, dbając o to, by osoby działające w jego imieniu miały odpowiednie kompetencje zawodowe i przyjmowały postawę etyczną.

3. Godność i zaufanie

Podmiot finansowy postępuje w sposób budzący zaufanie oraz zapewniający poszanowanie godności klientów i kontrahentów, dbając o przejrzystość swoich działań.

4. Zasoby i procedury

Podmiot finansowy dysponuje zasobami oraz procedurami niezbędnymi do sprawnego wykonywania i monitorowania prowadzonej działalności i wykorzystuje je w dobrej wierze.

5. Relacje wewnętrzne

Podmiot finansowy dba o kształtowanie właściwych relacji ze swoimi pracownikami i współpracownikami w duchu wzajemnego poszanowania i odpowiedzialności, zapewniając odpowiednie warunki wykonywania czynności przez pracowników oraz osoby działające w jego imieniu.

6. Zapobieganie konfliktom interesów

Podmiot finansowy dąży do unikania konfliktów interesów, które mogłyby spowodować naruszenie słusznego interesu klientów, a jeżeli pomimo zachowania należytej staranności konflikt taki zaistniał – dąży do jego rozwiązania w sposób zapewniający uczciwe i rzetelne traktowanie klientów.

7. Informacje od klientów

Podmiot finansowy dąży do jak najlepszego poznania potrzeb swoich klientów, w takim zakresie, w jakim może to być przydatne do dostosowania jego oferty, zakresu lub poziomu świadczonych usług do sytuacji klientów.

8. Ochrona informacji o klientach

Podmiot finansowy chroni informacje o klientach i dba o to, by informacje te były wykorzystywane zgodnie z prawem.

9. Informacje dla klientów

Podmiot finansowy zapewnia klientowi jasną i rzetelną informację o oferowanych produktach i usługach oraz o związanych z nimi kosztach, ryzyku i możliwych do osiągnięcia korzyściach, ułatwiając klientowi dokonanie właściwego wyboru.

10. Profilowanie usług

Podmiot finansowy stosuje wobec klientów jednolite, merytorycznie uzasadnione kryteria, które mogą różnicować jego ofertę, zakres lub poziom świadczonych usług w zależności od sytuacji klienta lub profilu grupy klientów, co nie wyklucza możliwości indywidualnego negocjowania warunków umów.

11. Rzetelna reklama

Podmiot finansowy prowadząc działalność reklamową kieruje się zasadami uczciwej konkurencji oraz dba o to, by przekazywane informacje były rzetelne i nie wprowadzały w błąd, w szczególności w zakresie ryzyka związanego z możliwymi do osiągnięcia korzyściami.

12. Reklamacje klientów

Podmiot finansowy starannie, rzetelnie i terminowo rozpatruje reklamacje klientów, korzystając w miarę potrzeby z mediacyjnych i polubownych form rozstrzygania sporów.

13. Stosunki wzajemne i uczciwa konkurencja

Podmioty finansowe we wzajemnych stosunkach kierują się dobrymi obyczajami kupieckimi, z poszanowaniem zasad uczciwej konkurencji.

14. Rozstrzyganie sporów wzajemnych

Podmioty finansowe dążą do rozwiązywania wzajemnych sporów, korzystając w miarę możliwości z mediacyjnych i polubownych form ich rozstrzygania.

15. Działania dla rozwoju rynku

Podmioty finansowe, nie naruszając własnych interesów oraz zachowując tajemnicę zawodową i tajemnicę handlową, współdziałają w promowaniu dobrych praktyk rynkowych i ładu korporacyjnego oraz, w miarę możliwości, w eliminowaniu z praktyki gospodarczej zjawisk utrudniających rozwój rynku finansowego, w szczególności działań nieuczciwych, nierzetelnych lub niezgodnych z zasadami określonymi w Kanonie.

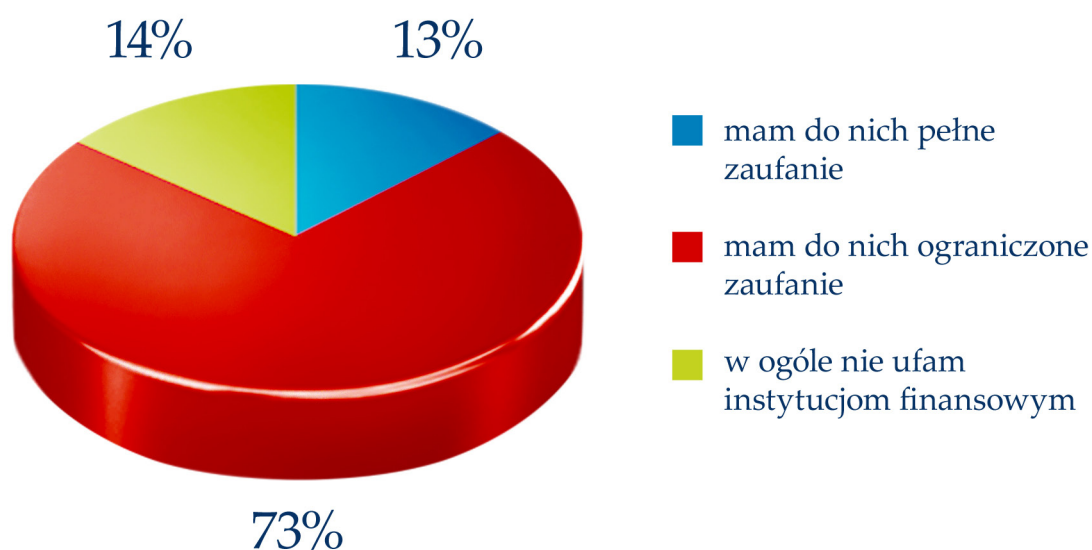
16. Stosowanie Kanonu

Podmiot finansowy, który przyjął Kanon do stosowania, dba o to, by wszyscy jego pracownicy oraz inne osoby występujące w jego imieniu zapoznały się z Kanonem i stosowały się do jego zasad, a także udostępnia swoim klientom i kontrahentom do wglądu pełną treść Kanonu.

4. Zaufanie użytkowników do instytucji finansowych i banków

4.1 Czy użytkownicy i klienci firm doradztwa finansowego mają zaufanie do instytucji finansowych?

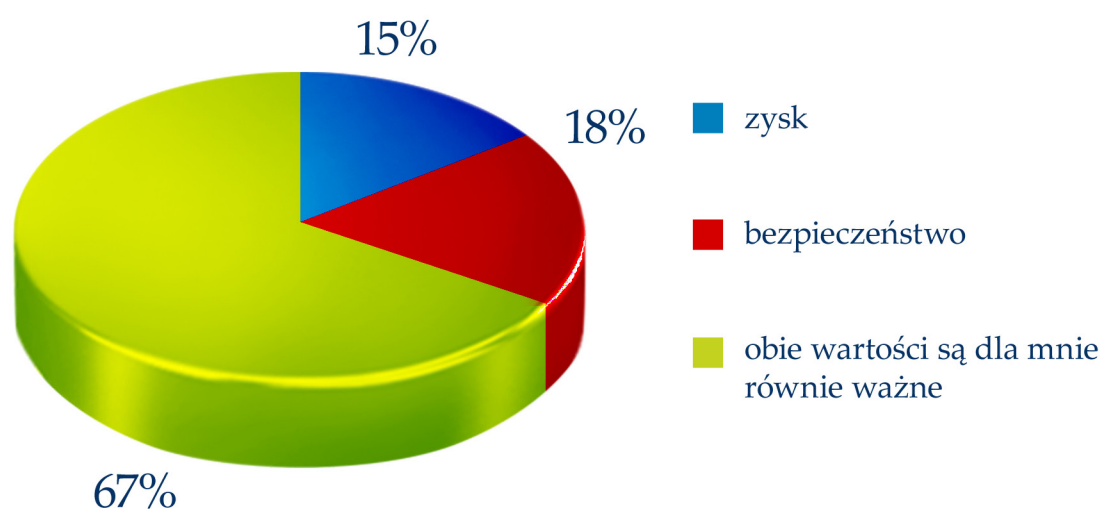
Według opinii wielu analityków i ekspertów globalny kryzys finansowy wcale się nie skończył, a świat wchodzi właśnie w jego drugą fazę. Tezę tę wydają się potwierdzać dane makroekonomiczne większości krajów europejskich, nie wspominając o sytuacji w Grecji, Portugalii czy Hiszpanii. Ale kryzys finansowy odciska również swoje piętno na zaufaniu klientów do instytucji finansowych i banków. Choć wszyscy obywatele są w rzeczywistości na tę współpracę skazani, 14 proc. ankietowanych użytkowników nie darzy wcale zaufaniem banków, firm ubezpieczeniowych czy Towarzystw Funduszy Emerytalnych. Co nie znaczy, że nie korzystają z ich usług. Większość z ponad dwóch tysięcy przebadanych użytkowników ma do instytucji finansowych ograniczone zaufanie (72 proc.), a tylko 13 procent pełne zaufanie.



Jak ocenisz poziom swojego zaufania do instytucji finansowych (doradców finansowych, OFE, firm ubezpieczeniowych, ale także banków)?

4.2 Co dla klientów jest ważniejsze - zysk czy bezpieczeństwo?

Nerwowe nastroje na rynkach finansowych, rosnąca inflacja i bezrobocie oraz wzrastające koszty pracy bezpośrednio przekładają się na stosunek Polaków do pieniędzy. W czasach hossy z lat 2001-2008 klienci instytucji finansowych wykazywali zdecydowanie więcej odwagi, jeśli chodzi przede wszystkim o inwestowanie kapitału. Niestety, kryzys z 2008 roku w znacznym stopniu te poczynania zweryfikował. Zmianę nastrojów widać we wnioskach z przeprowadzonego badania. Tylko 16 proc. badanych wskazało, że od bezpieczeństwa ważniejszy dla nich jest zysk. Dla ponad połowy respondentów (67 proc.) zarówno zysk, jak i bezpieczeństwo są również ważne, a dla prawie 18 proc. bezpieczeństwo jest sprawą priorytetową.



Co jest dla Ciebie w finansach ważniejsze - bezpieczeństwo czy zysk?

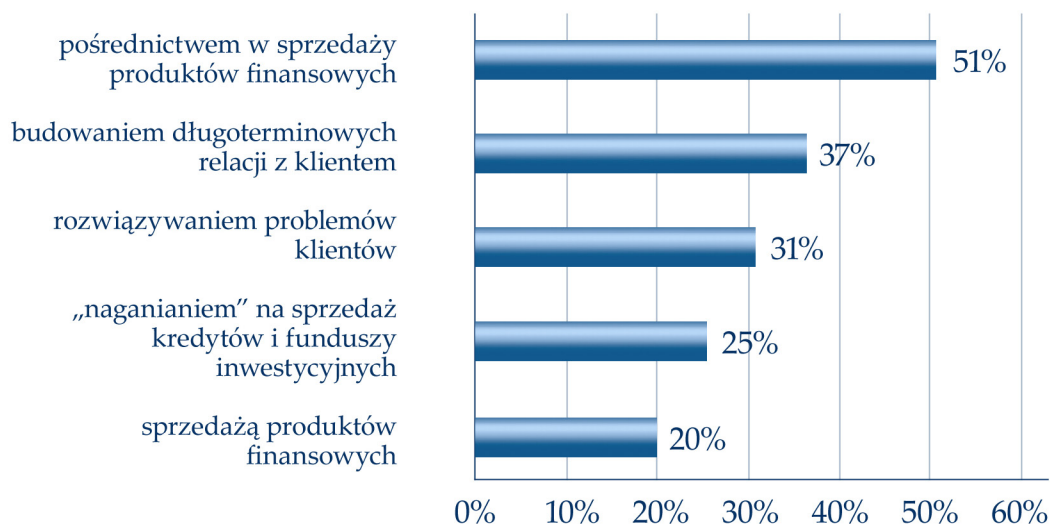
Takie wyniki nie mogą jednak dziwić i powinny być równocześnie wskazówką dla firm świadczących usługi doradztwa finansowego. Skoro bezpieczeństwo jest istotne dla 84 proc. badanych, to powinno się to przełożyć na politykę współpracy z klientami tych firm, które jako nadrzędną wartość powinny uznawać właśnie bezpieczeństwo finansowe klientów. Jak politykę powinny stosować firmy doradztwa finansowego? Przede wszystkim, jeśli funkcjonują w oparciu o przyjęte zasady etyki i odpowiedzialnej współpracy, powinny bardzo dokładnie i szczegółowo badać sytuację każdego klienta z osobna. Powinny szczególną uwagę zwracać na zbudowanie odpowiedniej relacji i poziomu zaufania. Dopiero później proponować i oferować produkty, które jednak muszą spełniać oczekiwania klientów i rozwiązywać ich problemy. Szczególnie w dobie globalnego kryzysu ekonomicznego i rosnącego zadłużenia większości europejskich krajów, co może bezpośrednio przełożyć się na zasobność portfeli Polaków.

W innym razie usługa doradztwa finansowego znów bardziej kojarzona będzie z nachalną akwizycją, a nie z budowaniem długoterminowych relacji i rzeczowym rozwiązywaniem problemów.

5. Jak Polacy postrzegają usługę doradztwa finansowego?

5.1 Jak użytkownicy postrzegają usługę doradztwa finansowego?

Przeprowadzone badania potwierdzają tezę, że klienci zmieniają podejście do usługi doradztwa finansowego. Dwadzieścia lat temu ta branża kojarzyła się wyłącznie z bezpośrednią sprzedażą głównie ubezpieczeń i produktów typu unit-linked, a po ewentualną poradę można było udać się wyłącznie do banku. Dziś aż dla 37 proc. osób, które wzięły udział w badaniu, doradztwo finansowe jest budowaniem długoterminowych relacji z klientami, a dla 31 procent jest to także rozwiązywanie problemów. Może to świadczyć o tym, że kierunki rozwoju branży są właściwie, a klient rzeczywiście staje się w całym procesie coraz bardziej istotny.



Czym według Ciebie jest doradztwo finansowe?

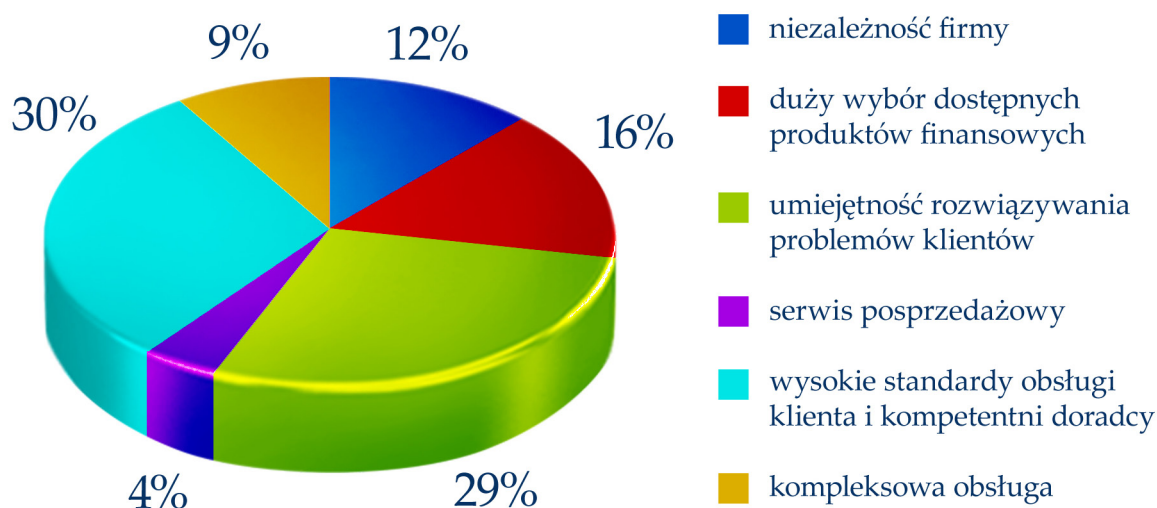
Jednak wciąż bardzo wielu respondentów ma zdecydowanie negatywne skojarzenia z rynkiem i usługą doradztwa finansowego. Choć dla ponad połowy ankietowanych doradztwo jest pośrednictwem w sprzedaży produktów finansowych, to niestety dla jednej piątej jest to wyłącznie sprzedaż, a aż dla 1/4 badanych doradztwo to nic więcej jak „naganianie na sprzedaż kredytów i funduszy inwestycyjnych”. Takie wyniki badania są z pewnością konsekwencją kilku istotnych faktów. Po pierwsze, rynek doradztwa finansowego w Polsce jest wciąż młody, co oznacza, że nie jest jeszcze w optymalnym stopniu rozwinięty. Po drugie, wciąż mocno na tym rynku obecne są standardy sprzed wielu lat i przyzwyczajenie doradców do tzw. sprzedaży produktowej. Czyli sytuacji, w której ważniejsze od korzyści dla klienta było sprzedanie jakiegokolwiek produktu czy instrumentu finansowego przez doradcę. Kolejnym powodem

takich wyników jest wciąż ograniczone zaufanie do doradców, co bezpośrednio wpływa na postrzeganie całej branży i brak możliwości właściwego jej poznania przez klientów. Swoje piętno na postrzeganiu całego sektora finansowego w Polsce, odcisnął również globalny kryzys finansowy. Klientów, którzy poprzez nieodpowiednią współpracę z doradcą finansowym stracili wiele ze swoich oszczędności, jest w Polsce bez liku.

Czy takich sytuacji można było uniknąć? Z pewnością tak. Szczegółowe badania sytuacji klienta, jego podejścia do ryzyka, a także jasne określenie priorytetów i celów bardzo wielu z nich mogłoby zaoszczędzić niepotrzebnych strat.

5.2 Czego klienci oczekują od firm świadczących usługę doradztwa finansowego?

W miarę rozwoju rynku doradztwa finansowego rosną także oczekiwania klientów. Wynika to także z faktu, że rynek ten staje się coraz bardziej konkurencyjny. Wśród ponad dwóch tysięcy przebadanych użytkowników 30 procent ankietowanych stwierdziło, że priorytetową wartością, jakiej oczekują od współpracy z firmą doradztwa finansowego, są wysokie standardy obsługi klienta oraz kompetentni doradcy.



Co we współpracy z firmą doradztwa finansowego jest dla Ciebie najważniejsze?

Niemal tak samo istotna, jak standard obsługi i kompetencje doradców, jest dla użytkowników umiejętność rozwiązywania problemów (29 proc.), a także duży wybór dostępnych produktów finansowych (16 proc.). Co może nieco dziwić, to fakt, że tylko dla 12 procent ankietowanych istotna jest niezależność firmy, co do tej pory wydawało się rzeczą niemal oczywistą. Potwierdza to jednak tezę, że firma większa, nawet bezpośrednio powiązana z dużą grupą kapitałową, może mieć do zaoferowania klientowi znacznie więcej niż mniejsza firma doradztwa finansowego, uzależniona od współpracy z jedną bądź dwiema instytucjami.

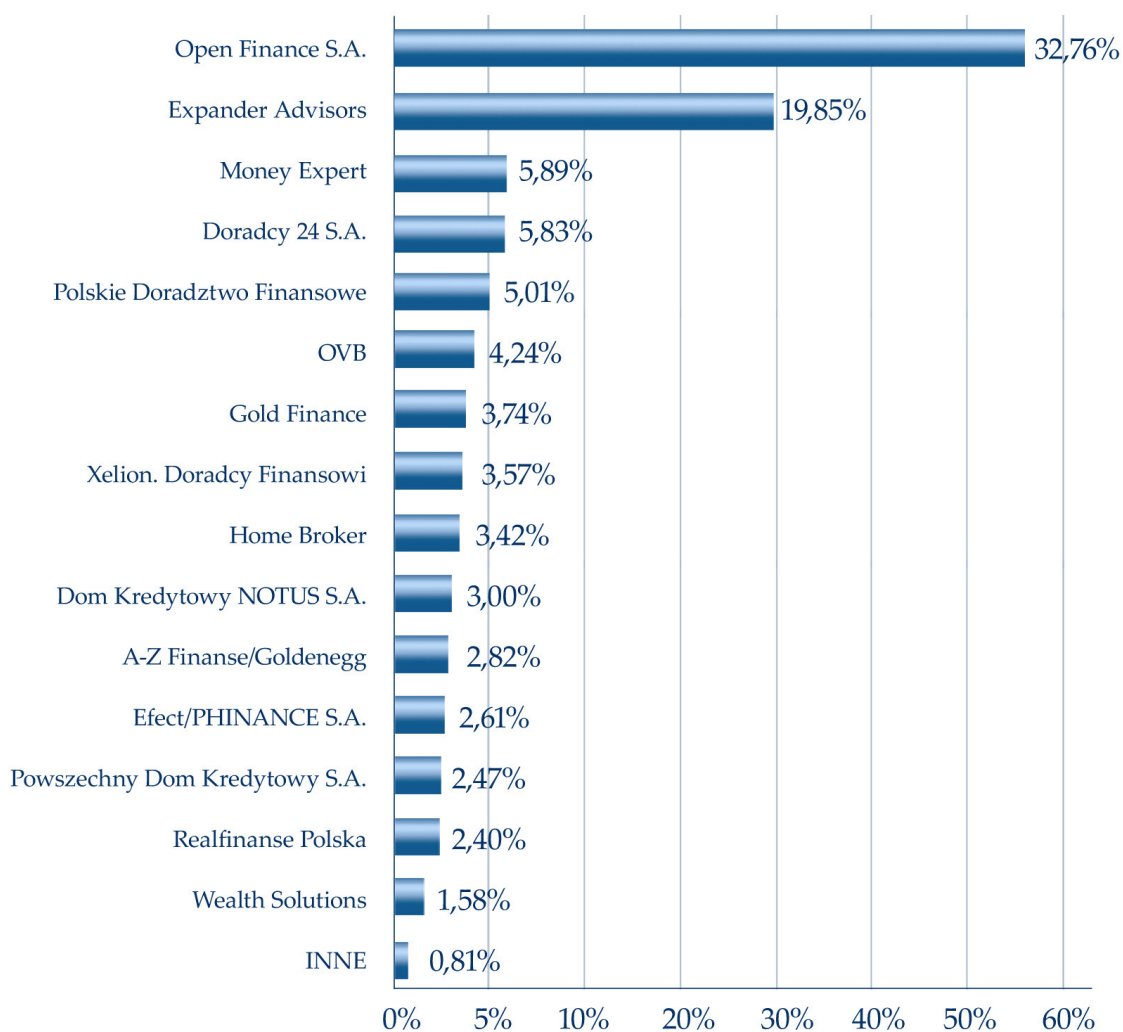
W pytaniu odnoszącym się do oczekiwań klientów wobec współpracy z firmą doradztwa finansowego najbardziej zaskakujące są dane dotyczące serwisu posprzedażowego oraz kompleksowości obsługi. Tylko 4 procent badanych wskazało, że serwis jest to dla nich istotną wartością. A to stanowi tak naprawdę sens doradztwa finansowego – jeśli mówimy o budowaniu z klientem długoterminowych relacji. Wynikać to może z błędnej interpretacji przez użytkowników określenia „serwis posprzedażowy”, bez którego efektywne i skuteczne doradztwo finansowe funkcjonować nie może. Interesujący jest również fakt, że tylko dla 9 proc. klientów istotna jest kompleksowość obsługi. Czy to znaczy, że klienci firm doradztwa finansowego nastawiają się jedynie na rozwiązanie jednego konkretnego problemu (kredyt, inwestycja czy ubezpieczenie), a nie na długoterminowe związanie się z firmą i faktyczne prowadzenie przez nią spraw związanych z zarządzaniem majątkiem i budowaniem bezpieczeństwa finansowego? Takiego wniosku nie można wykluczyć, szczególnie biorąc pod uwagę, jak duży udział w wynikach finansowych firm mają wpływy z udzielonych kredytów czy powierzonych środków.

6. Z usług jakich firm doradztwa finansowego korzystają klienci

Użytkownicy wypełniający ankietę mieli możliwość wskazania więcej niż jednej firmy doradztwa finansowego, z którą mieli do czynienia. Wśród 2281 wypełnionych ankiet znalazło się przeszło 150 podmiotów. Jednak większość z nich została odrzucona w toku przygotowywania raportu, gdyż wymienione firmy nie spełniały podstawowych założeń przeprowadzonego badania:

- nie uzyskały więcej niż dwudziestu wypełnień,
- były podmiotami bezpośrednio powiązanymi z bankiem lub firmą ubezpieczeniową,
- były firmami działającymi lokalnie,
- posiadały w swojej ofercie produkty wyłącznie jednej grupy, np. kredyty.

Po odrzuceniu firm nie spełniających wymogów formalnych w zestawieniu ujętych zostało 16 firm świadczących usługi doradztwa finansowego.



Z usług jakiej firmy doradztwa finansowego korzystałeś/aś?

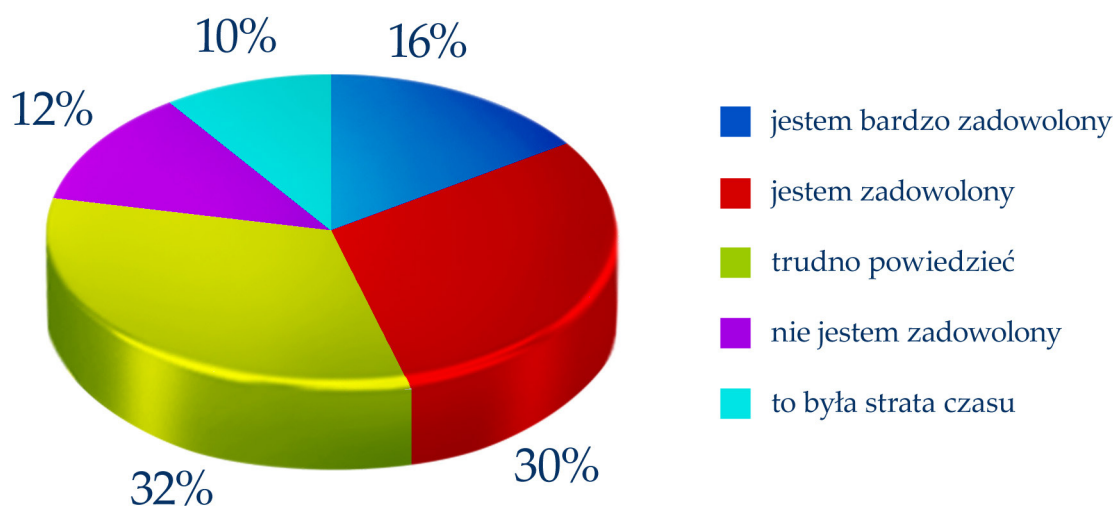
Zdecydowanie najpopularniejszą firmą doradztwa finansowego wskazanego przez użytkowników jest Open Finance, z którą miało do czynienia ponad 30 proc. badanych. Popularność tej firmy pokrywa się z udziałem Open Finance w rynku, na którym jest niekwestionowanym liderem. Open Finance zajmuje pierwsze miejsce jeśli chodzi o wartość udzielanych kredytów, ale także produktów inwestycyjnych sprzedanych swoim klientom (szczegóły w rozdziale 3 raportu). Kolejne firmy wskazane przez ankietowanych to również czołówka, jeśli chodzi o wyniki finansowe, a także dowód na to, że Open Finance wraz z Expander Advisors stanowią ponad połowę całego rynku doradztwa finansowego.

Warto odnotować, że w zestawieniu wskazanych przez użytkowników firm niską pozycję zajmuje Xelion. Doradcy Finansowi. Można jednak zaryzykować tezę, że po przyznaniu tej firmie licencji na działalność maklerską jej udział w rynku i znaczenie dla całego sektora znacznie w najbliższym czasie wzrośnie. Popularność poszczególnych firm w przeprowadzonym badaniu potwierdza również założenie, że skuteczne i efektywne doradztwo finansowe opiera się przede wszystkim na poleceniach, jednak bez odpowiednich nakładów na działania marketingowe sukces w tej branży jest niemożliwy do odniesienia.

7. Jak klienci oceniają współpracę z firmami doradztwa finansowego?

7.1 Ogólne zadowolenie klientów ze współpracy z firmami doradztwa finansowego

Klienci są zadowoleni ze współpracy z firmami doradztwa finansowego w Polsce. Taki wniosek płynie z analizy przeprowadzonych badań ankietowych. Prawie połowa ankietowanych (46 proc.) stwierdziła, że jest bardzo (16 proc.) lub po prostu zadowolona (30 proc.) z tej współpracy.

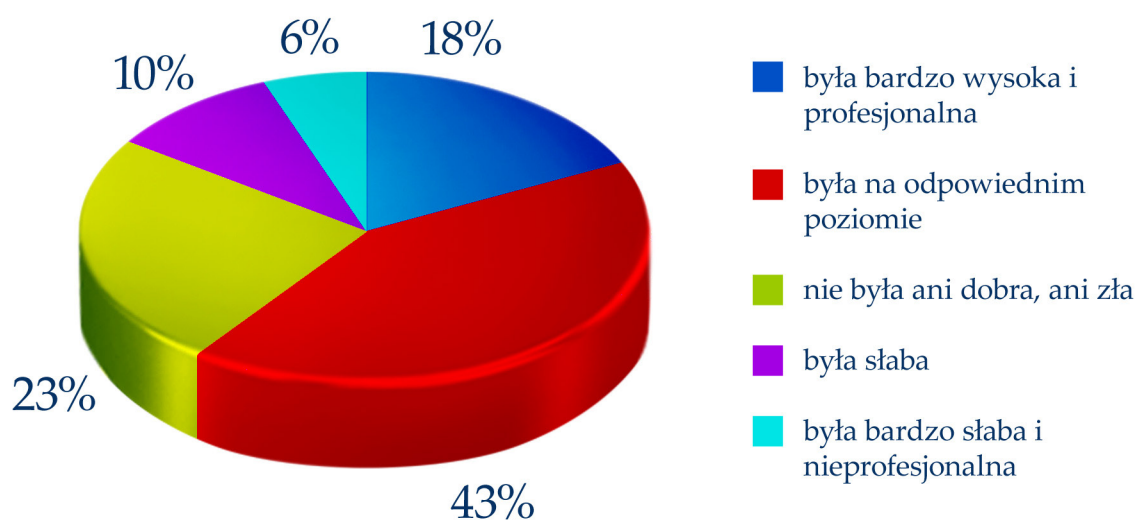


Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z wybraną firmą?

Jednak z drugiej strony trzeba podkreślić, że 1/3 użytkowników nie potrafiła określić poziomu zadowolenia z kontaktów z doradztwem finansowym, zaznaczając odpowiedź „trudno powiedzieć”. 12 procent badanych uznało, że nie jest wcale zadowolonych, a 10 procent że była to dla nich strata czasu. Takie wyniki z pewnością wskazują, że obszarów, w których firmy powinny poprawić jakość i skuteczność swoich usług, jest jeszcze wiele. Należy też pamiętać, że klienci starają się coraz bardziej wymagający, przy spadającym jednak zaufaniu do instytucji finansowych. Co z pewnością przełożyło się na fakt, że 1/4 respondentów nie jest zadowolona ze współpracy, a 1/3 nie potrafi określić, czy przyniosło to jakiegokolwiek korzyści.

7.2 Ocena standardów obsługi klienta

Nieco lepiej sprawa przedstawia się w bardziej szczegółowym pytaniu, dotyczącym standardów obsługi klienta. W tym wypadku ankietowani uważają, że była ona bardzo wysoka i profesjonalna (18 proc.) lub na odpowiednim poziomie (43 proc.). Spora jest również grupa klientów, którzy określili swoje wrażenia neutralnie – 23 proc. ankietowanych odpowiedziało, że obsługa nie była ani dobra, ani zła. Natomiast odsetek respondentów, którzy nie byli z obsługi zadowoleni jest stosunkowo niewielki. 10 proc. z nich stwierdziło, że standardy obsługi klienta były słabe, a tylko 6 proc., że były bardzo słabe i nieprofesjonalne.



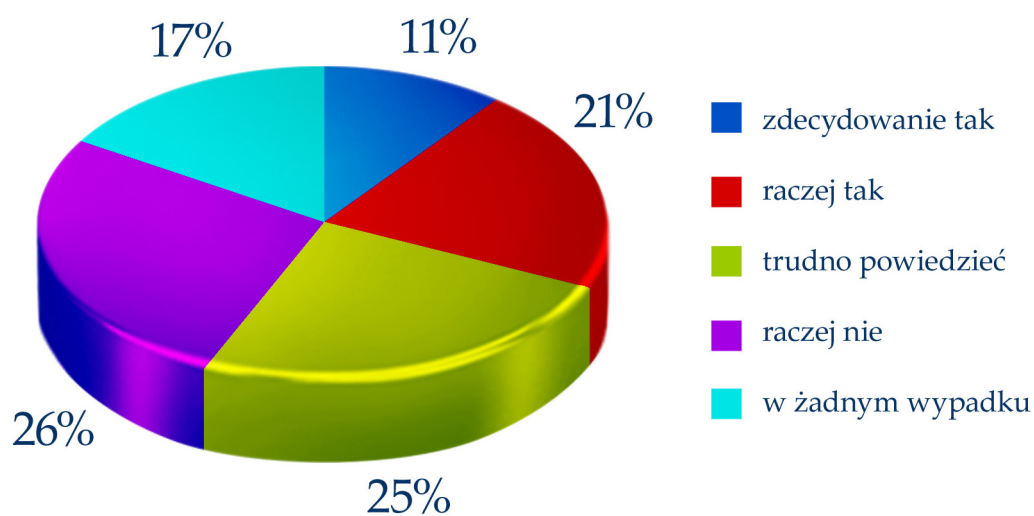
Jak ocenisz jakość obsługi klienta firmy doradztwa finansowego, z której usług korzystałeś?

Takie dane potwierdzają tezę, że jakość standardów obsługi klienta w Polsce poprawia się. Klienci firm na polskim rynku zwracają coraz większą uwagę nie tylko na kompetencje merytoryczne doradców, zakres świadczonych usług i ofertę produktową, ale także na wizerunek firm i doradców, sposób, w jaki prowadzone są negocjacje, jak przedstawiana jest oferta, ale również w jaki sposób doradcy zbierają od klientów informacje. Coraz większe znaczenie mają w kompetencje miękkie, czyli umiejętność rzeczywistego postawienia się w sytuacji klienta (empatia), często kluczowy jest efekt pierwszego wrażenia oraz polecenia. Odpowiednia jakość obsługi klienta jest obok oczywistych spraw związanych z odpowiednim wykwalifikowaniem doradców, kluczową sprawą, jeśli firma działająca na rynku doradztwa finansowego chce stale poszerzać grono współpracujących klientów.

8. Czy usługa doradztwa powinna być płatna?

Pytanie o odpłatność za samą usługę doradztwa, wraz z dynamicznym rozwojem rynku doradztwa finansowego, jest coraz częściej zadawane. Choć powszechnie wiadomo, że doradcy finansowi główną część wynagrodzenia otrzymują z prowizji, wprowadzenie odpłatności za samą analizę i zbadanie sytuacji klienta zaczyna być przez niektóre firmy coraz częściej rozważane. Pytanie podstawowe dotyczy oczywiście tego, czy polski klient jest na takie rozwiązanie gotowy, czy nie spowoduje to odwrotu klientów od doradców finansowych.

Kwestia odpłatności za usługę doradztwa została również poruszona w przeprowadzonym badaniu, a udzielone przez użytkowników odpowiedzi dla przedstawicieli wielu firm mogą być sporym zaskoczeniem. Aż 1/3 ankietowanych odpowiedziała, że usługa doradztwa powinna być zdecydowanie płatna (11 proc.), lub że raczej powinna być płatna (21 proc.). Aż 1/4 użytkowników stwierdziła, że nie ma na ten temat wyrobionego zdania (25 proc.). Ale z drugiej strony ponad 40 proc. ankietowanych uznało, że doradztwo finansowe raczej nie powinno być usługą płatną (26 proc.) lub że w żadnym wypadku za taką usługę firmy nie powinny pobierać wynagrodzenia (17 proc.).



Czy Twoim zdaniem usługa doradztwa finansowego powinna być płatna?

Podzieleni w kwestii odpłatności są również prezesi firm, z którymi w ramach raportu zostały przeprowadzone wywiady. Tony Machin, dyrektor generalny Expander Advisors uważa to za kwestię istotną i godną rozważenia. *„Jeśli spojrzeć chociażby na rynek brytyjski, część usług jest odpłatna. Podobnie jak w przypadku innych zawodów – jeśli ktoś idzie do prawnika lub księgowego, to płaci za usługę. Doradztwo to normalna profesjonalna usługa, więc opłata ma swoje uzasadnienie. Jednak nie rekomenduję wprowadzania tego w Polsce,*

ponieważ jest na to po prostu za wcześnie. Czy dojdziemy do tego etapu w przyszłości? Nie wiem. Ale wiem, jak przewycięzać obiekcje klientów w tym względzie”. Podobnego zdania jest prezes Xelion. Doradcy Finansowi, Adam Niewiński: „Czy usługa odpłatna – o to trzeba zapytać klientów. Póki co nie widać jednak takiej potrzeby wśród klientów. Ale ten model na świecie jest popularny (Anglia) i być może z czasem zostanie również wdrożony w Polsce”. Zupełnie innego zdania jest prezes Open Finance Krzysztof Spyra który uważa, że „doradztwo w Polsce jest bezpłatne, i tak powinno pozostać”. Również Robert Peplowski, prezes zarządu Domu Kredytowego Notus, uważa, że usługa doradztwa powinna pozostać bezpłatna, słusznie zwracając uwagę na specyficzną mentalność Polaków: „Doradztwo jest płatne - jesteśmy opłacani przez banki i tu nie ma różnicy. Trzeba zwrócić uwagę na polską mentalność. Gdyby Polak miał zapłacić dodatkowe pieniądze, nie skorzystałby z tej usługi. Nam zależy, żeby z tych firm ludzie korzystali”.

Analizując odpowiedzi użytkowników, a także wypowiedzi przedstawicieli największych firm doradztwa finansowego, można postawić tezę, że klienci firm są w kwestii odpłatności dużo bardziej liberalni. Wynika to z pewnością zwiększającej się z każdym rokiem świadomości finansowej Polaków, a także przekonania, że coś, co jest darmowe, nie zawsze musi być wartościowe. Jak słusznie zauważył Tony Machin, wiele podobnych usług na rynku, np. porady prawne, są odpłatne niezależnie od końcowego efektu współpracy. Czy jest to jednak odpowiedni moment, w którym powinno się obarczać klientów dodatkowymi kosztami? Wydaje się, że nerwowa sytuacja na rynkach i trudna sytuacja makroekonomiczna powinny skłaniać firmy to proponowania klientom właśnie rozwiązań obciążonych mniejszymi kosztami, których nadrzędnym celem byłoby finansowe bezpieczeństwo.

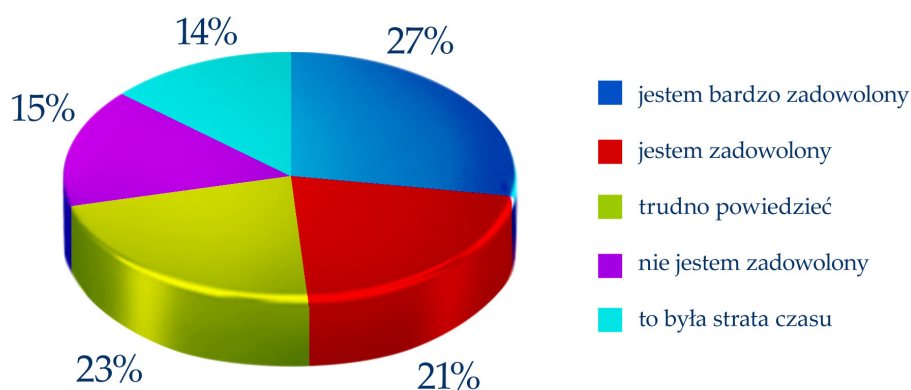
9. Poziom zadowolenia klientów ze współpracy z poszczególnymi firmami

W badaniu ankietowym wzięło udział 2281 użytkowników. Wskazali oni ponad 150 podmiotów, z którymi mieli okazję współpracować. Po odrzuceniu tych, które nie spełniały określonych wymagań, zostały szesnaście firm, których klienci szczegółowo odpowiedzieli szczegółowo na pytania dotyczące ogólnego zadowolenia ze współpracy, a także standardów obsługi klienta. Należy jednak podkreślić, że dla każdej kolejnej firmy inna była próba badawcza, stąd też wyciągane na podstawie wyników ankiety wnioski powinny być w odpowiedni sposób interpretowane.

Przykładowo: firma Open Finance została wskazana przez 928 użytkowników, a firma Wealth Solutions tylko przez 45, stąd poziom wiarygodności próby badawczej powinien być odpowiednio różny.

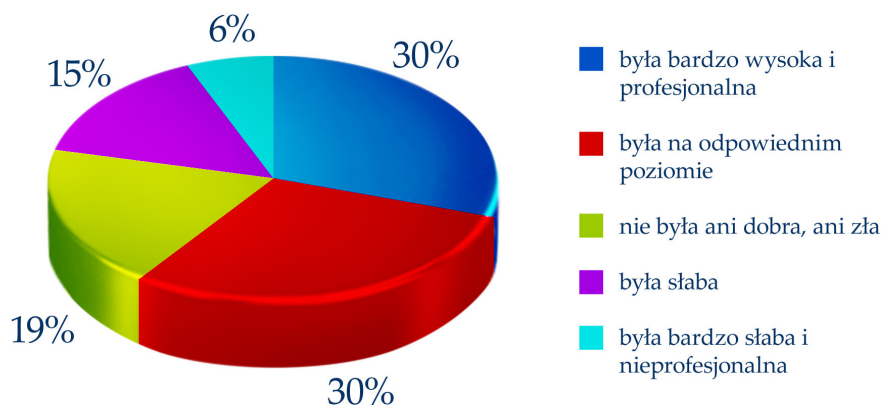
9.1 A-Z Finanse/Goldenegg

W przeprowadzonym badaniu firma A-Z Finanse/Goldenegg uzyskała 80 głosów, a prawie połowa użytkowników, którzy mieli z nią do czynienia, pozytywnie odniosła się do współpracy. 27 proc. badanych było bardzo zadowolonych, a 21 zadowolonych ze współpracy. Prawie jedna czwarta oceniła współpracę neutralnie (23 proc.), a niemal 1/3 respondentów wypowiedziała się o współpracy negatywnie - 15 proc. nie było zadowolonych ze współpracy, a 14 proc. uznało ją za stratę czasu.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą A-Z Finanse/Goldenegg?

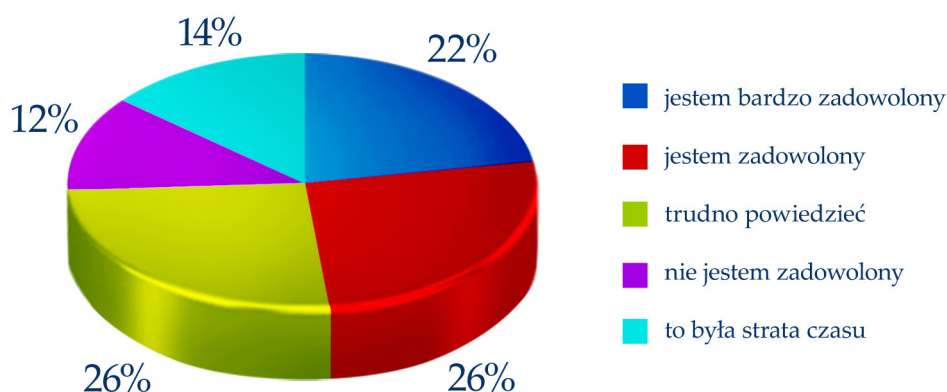
Jeszcze lepsze wnioski płyną z analizy odpowiedzi dotyczących standardów obsługi klienta. 60 proc. ankietowanych stwierdziło, że były one bardzo wysokim (30 proc.) albo odpowiednim poziomem (również 30 proc.). Niemal równo rozłożyły się opinie neutralne i negatywne. 19 procent ankietowanych stwierdziło, że obsługa klienta nie była ani dobra, ani zła, a 21 proc., że była słaba (15 proc.), lub bardzo słaba (6 proc.).



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie A-Z Finanse/Goldenegg?

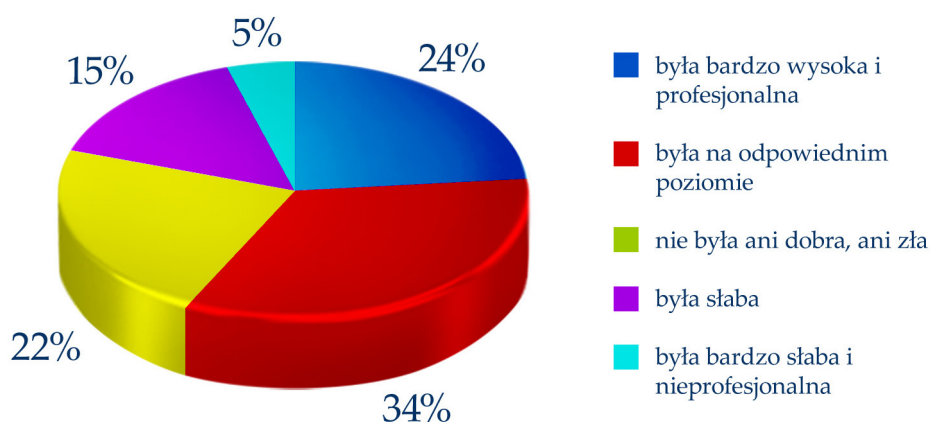
9.2 Dom Kredytowy NOTUS S.A.

Dom Kredytowy NOTUS S.A. został w badaniu ankietowym wskazany przez 85 użytkowników. W tym wypadku wyniki badania są dla firmy również optymistyczne, choć również przy dość niskiej próbie badawczej. Prawie połowa badanych pozytywnie wypowiedziała się na temat współpracy, wskazując, że jest bardzo zadowolona (22 proc.) lub zadowolona (26 proc.). Odsetek osób które nie potrafiły dokładnie ocenić poziomu zadowolenia, wyniósł 26 proc., również 26 proc. negatywnie oceniło swoje doświadczenia, w tym 14 proc. uznało to za stratę czasu.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Dom Kredytowy NOTUS S.A.?

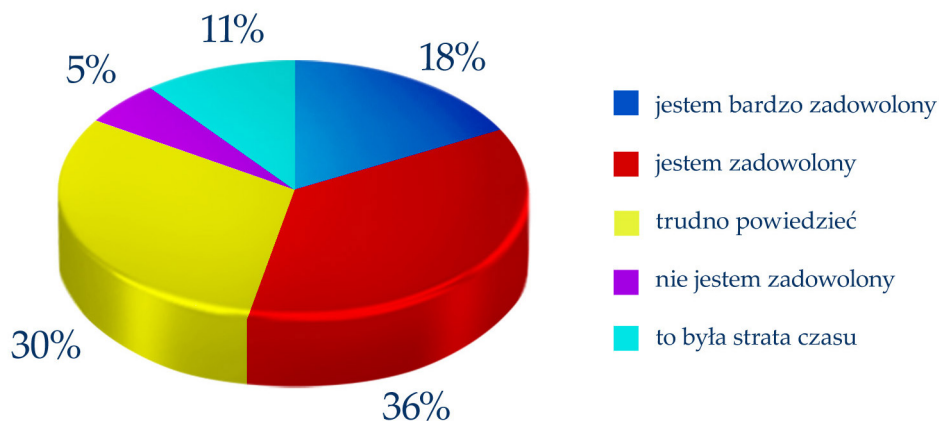
Użytkownicy, którzy wzięli udział w badaniu i wskazali firmę NOTUS S.A. również bardzo pozytywnie odnieśli się do obowiązujących w firmie standardów obsługi klienta. Aż 60 proc. z nich uznało, że były one bardzo profesjonalne (24 proc.) lub na odpowiednim poziomie (34 proc.). Nieco ponad 1/5 klientów uznała, że standardy obsługi nie były ani dobre, ani złe (22 proc.), podobnie jak w przypadku odpowiedzi jednoznacznie negatywnych. 15 proc. uznało, że standardy były słabe, a tylko 5 proc., że były bardzo słabe i nieprofesjonalne.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Dom Kredytowy NOTUS S.A.?

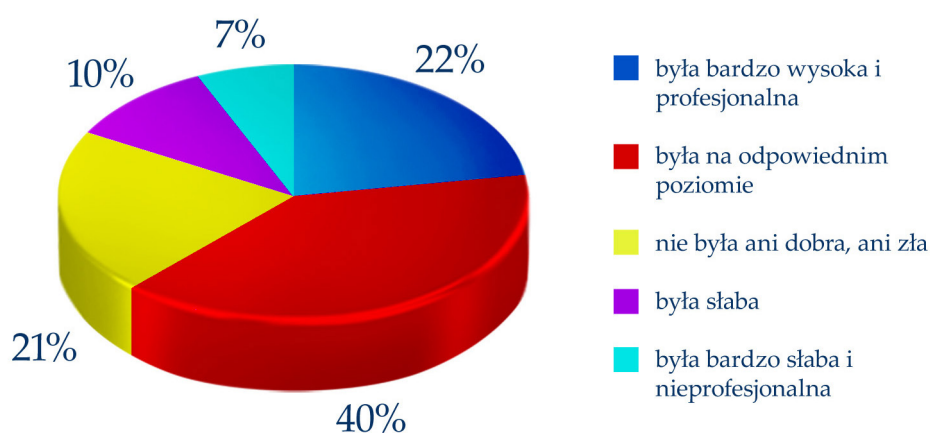
9.3 Doradcy 24 S.A.

W toku przeprowadzania badania firma Doradcy 24 została wskazana przez 165 użytkowników. Ponad połowa ankietowanych oceniła tę współpracę dobrze (36 proc.) lub bardzo dobrze (18 proc.). 1/3 klientów nie potrafiła jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie (30 proc.), a tylko 16 proc. wypowiedziało się na temat tej współpracy negatywnie, przy czym 11 proc. badanych uznało, że ta współpraca była stratą czasu.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Doradcy 24?

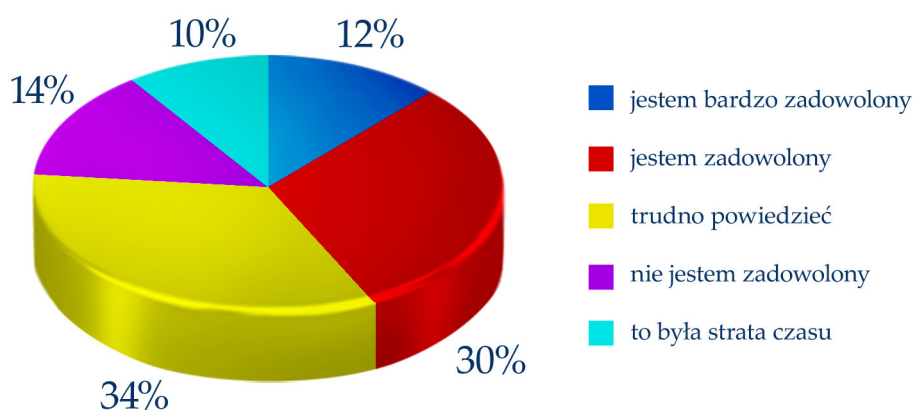
Natomiast jeśli chodzi o standardy obsługi klienta, to 40 proc. ankietowanych oceniło, że były one na odpowiednim poziomie, a 22 proc. – że ich poziom był bardzo wysoki. Niewiele ponad połowa respondentów wypowiedziała się o standardach neutralnie (21 proc.), a tylko 17 proc. oceniło je negatywnie, przy czym 10 proc. poziom obsługi klienta jako za słaby, a 7 proc. za bardzo słaby i nieprofesjonalny.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Doradcy 24?

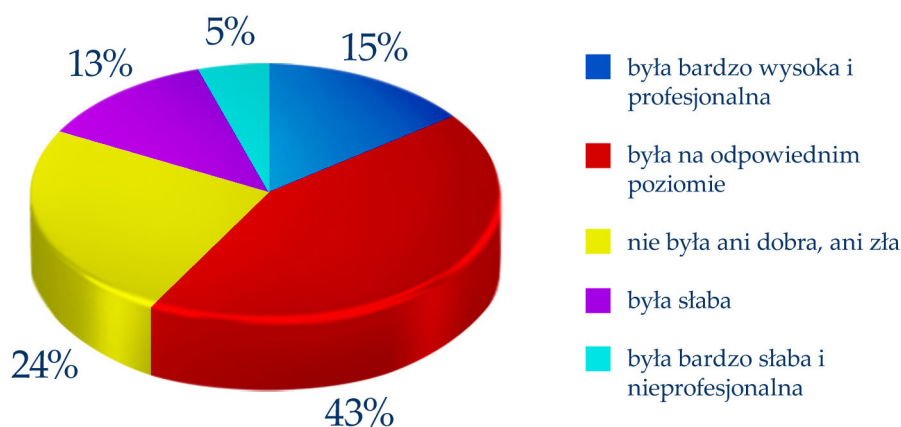
9.4 Expander Advisors

Firma Expander Advisors zajęła drugie miejsce pod względem popularności firm doradztwa finansowego w Polsce i została wskazana aż przez 562 użytkowników, którzy wzięli udział w badaniu. Taka próba badawcza pozwala na wyciąganie daleko idących wniosków przy ewentualnym modyfikowaniu strategii i podejmowaniu działań mających na celu poprawę efektywności pracy z klientami. 42 proc. respondentów oceniło współpracę z firmą Expander pozytywnie, z czego 12 proc. uznało, że współpraca ta była bardzo dobra. Ponad 1/3 respondentów nie potrafiła ocenić, czy była z tej współpracy zadowolona, a prawie ¼ oceniła tę współpracę negatywnie (14 proc. osób nie było zadowolonych, a 10 proc. uznało to za stratę czasu).



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Expander?

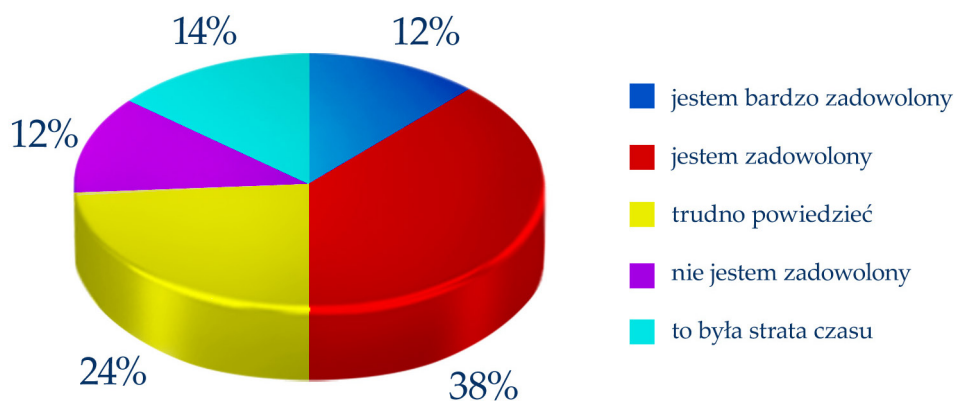
Wysoko ocenione przez respondentów zostały również standardy obsługi klienta w firmie Expander. 58 proc. ankietowanych odniosło się do tematu pozytywnie, a 24 proc. uznało, że jakość obsługi nie była ani dobra, ani zła. Negatywne odczucia miało 18 proc. badanych, ale tylko 5 proc. uznało, że jakość obsługi klienta była bardzo słaba i nieprofesjonalna.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Expander?

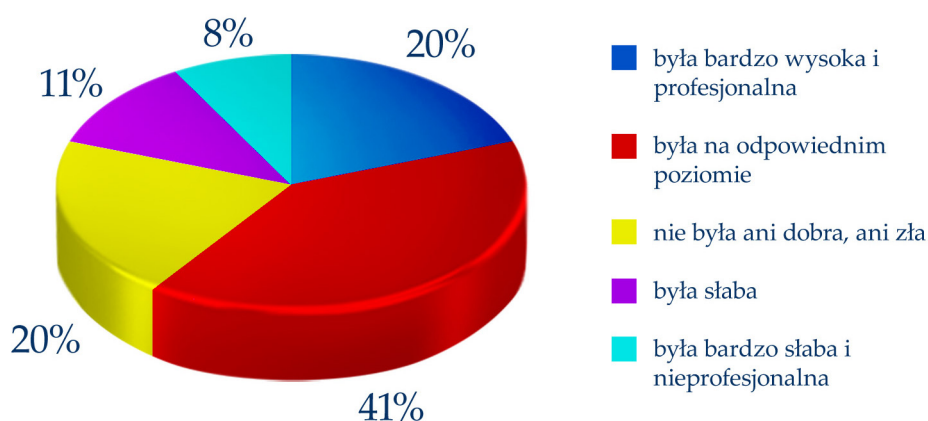
9.5 Gold Finance

106 respondentów wskazało w badaniu, że miało do czynienia z firmą Gold Finance. Dokładnie połowa ankietowanych określiła poziom zadowolenia ze współpracy pozytywnie, przy czym 12 proc. uznało, że jest bardzo z niej zadowolona. Niecała ¼ ankietowanych (24 proc.) odniosło się do tej współpracy neutralnie, a 26 proc. oceniło ją negatywnie.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Gold Finance?

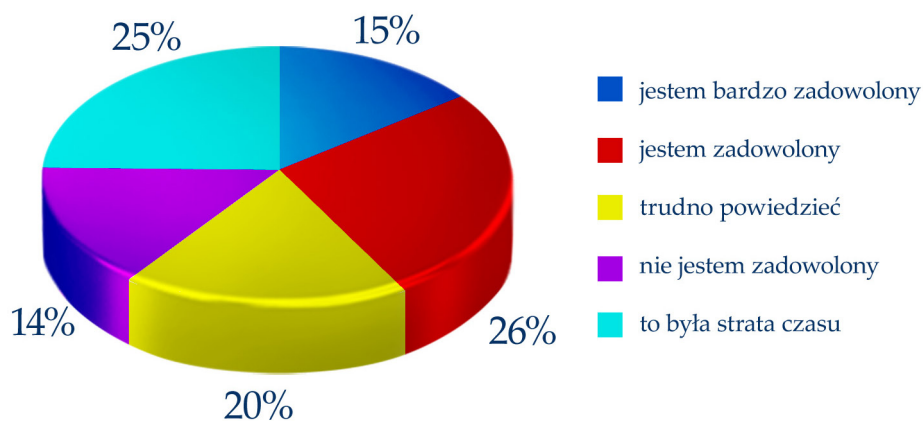
Równie korzystne dane płyną z analizy odpowiedzi na pytanie dotyczące standardów obsługi klienta w firmie Gold Finance. Ponad 60 proc. ankietowanych oceniło je wysoko (41 proc.) i bardzo wysoko (20 proc.). 1/5 ankietowanych nie miała na ten temat wyrobionego zdania. 11 proc. ankietowanych, którzy wskazali w badaniu firmę Gold Finance, oceniła standardy obsługi słabo, a tylko 8 proc. bardzo słabo.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Gold Finance?

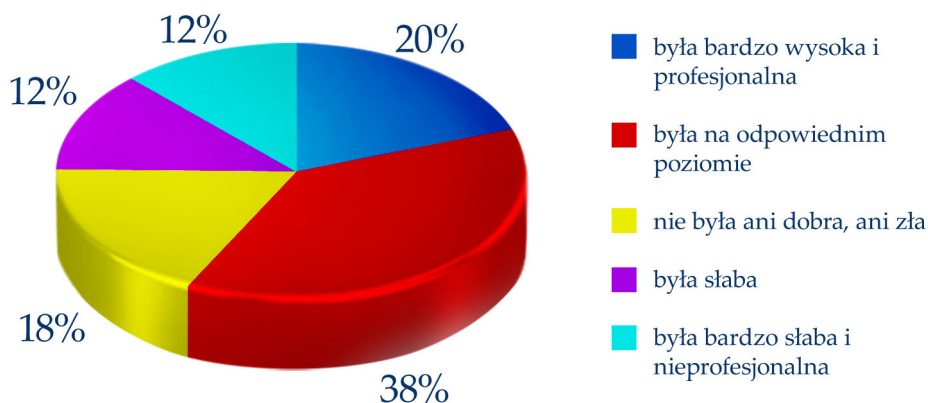
9.6 Home Broker

Firma Home Broker, choć słynie głównie ze świadczenia usług pośrednictwa i doradztwa w sprawach nieruchomości, została wskazana przez 97 użytkowników. 41 proc. z nich pozytywnie ocenia współpracę z tą firmą – 26 proc. jest z tej współpracy zadowolona, a 15 proc. bardzo zadowolona. 1/5 nie potrafiła ocenić stopnia zadowolenia ze współpracy, a 39 proc. ankietowanych oceniło, że współpraca była zła (14 proc.) lub że była to strata czasu (25 proc.).



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Home Broker?

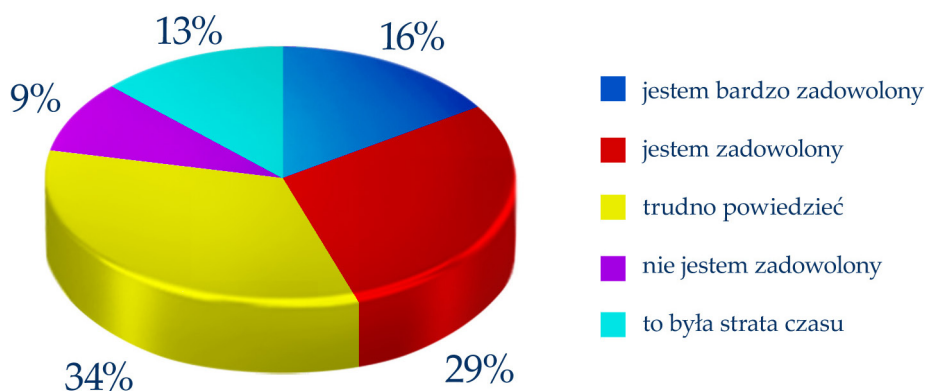
Ponad połowa ankietowanych, którzy wskazali w badaniu firmę Home Broker, uznało jakość standardów obsługi klienta za odpowiednią (38 proc.) lub za bardzo wysoką i profesjonalną (20 proc). 18 proc. oceniło ją neutralnie, a 24 proc. miało odczucia negatywne.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Home Broker?

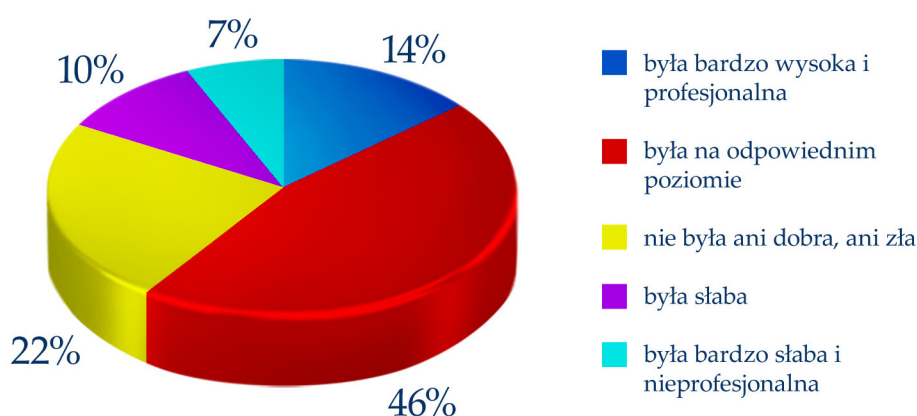
9.7 Money Expert

Kolejną firmą wskazaną w badaniu przez użytkowników jest Money Expert. Z usług tej firmy korzystało 167 ankietowanych, z których prawie połowa oceniła tę współpracę pozytywnie – 29 proc. ankietowanych było zadowolonych, a 16 proc. bardzo zadowolonych. Ponad 1/3 nie potrafiła ocenić tej współpracy (34 proc. zaznaczyło odpowiedź „trudno powiedzieć”), a 22 proc. miało negatywne doświadczenia.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Money Expert?

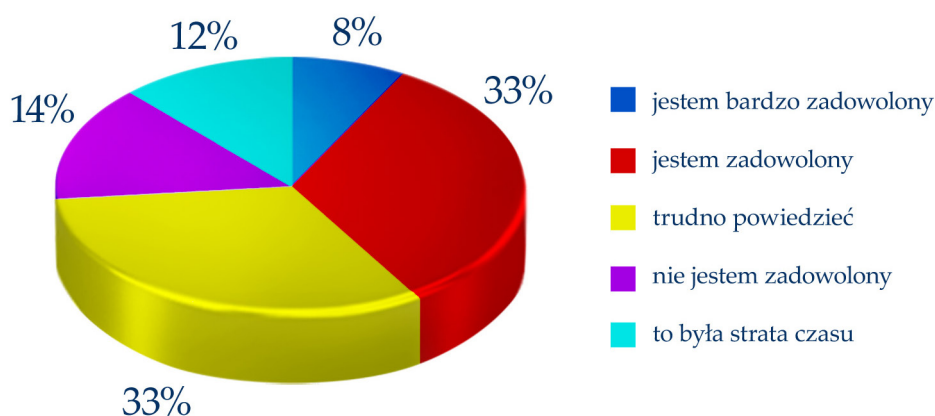
Bardzo dobre wyniki zanotowała firma Money Expert jeśli chodzi o standardy obsługi klienta. Aż 60 proc. ankietowanych oceniło, że były one na odpowiednim poziomie (46 proc.) lub na bardzo wysokim i w pełni profesjonalne (14 proc.). 22 proc. uznało, że nie były one ani dobre, ani złe, a tylko 17 proc. miało odczucia negatywne.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Money Expert?

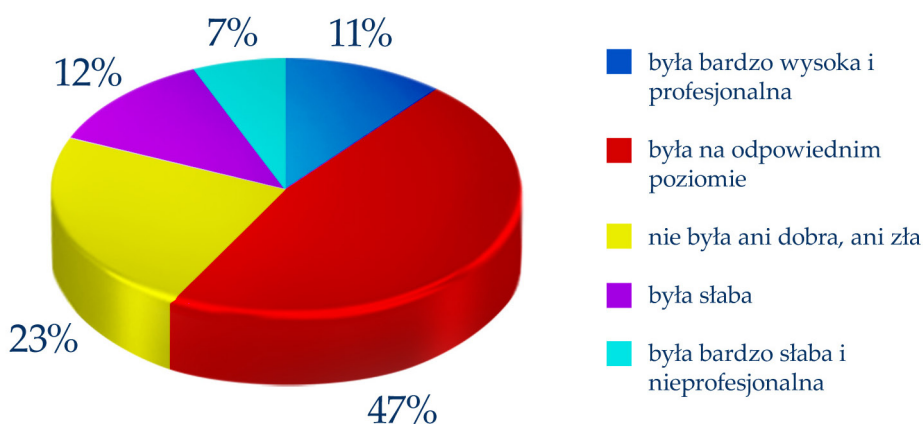
9.8 Open Finance

Firma Open Finance jest niekwestionowanym liderem popularności wśród klientów firm doradztwa finansowego, a także firmą mającą największy udział w rynku. Potwierdzają to również wyniki przeprowadzonego badania, gdzie firmę tę wskazało aż 928 respondentów. Pozwala to stwierdzić, że wyniki tej ankiety właśnie w odniesieniu do firmy Open Finance są najbardziej miarodajne. 41 proc. badanych pozytywnie ocenia współpracę z tą firmą, a 8 proc. jest bardzo z niej zadowolonych. Ponad 1/3 wszystkich ankietowanych nie ma wyrobionej opinii, a 26 proc. ma doświadczenia mniej (14 proc.) lub bardziej (12 proc.) negatywne.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Money Expert?

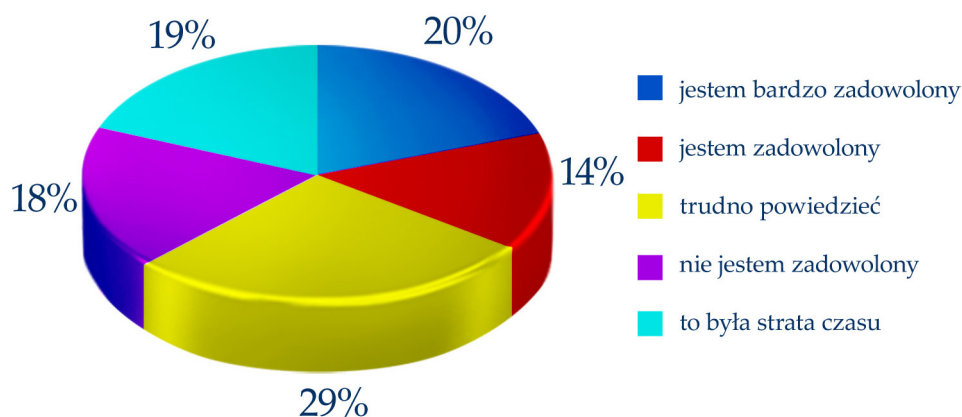
Na podstawie przeprowadzonego badania można stwierdzić, że standardy obsługi klienta w firmie Open Finance są na dobrym poziomie. 58 proc. ankietowanych oceniło je jako będące na odpowiednim poziomie (47 proc.), lub na bardzo wysokim poziomie (11 proc.). Prawie ¼ badanych nie ma wyrobionego w tej kwestii zdania, a niespełna 20 proc. ocenia jakość obsługi negatywnie.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Open Finance?

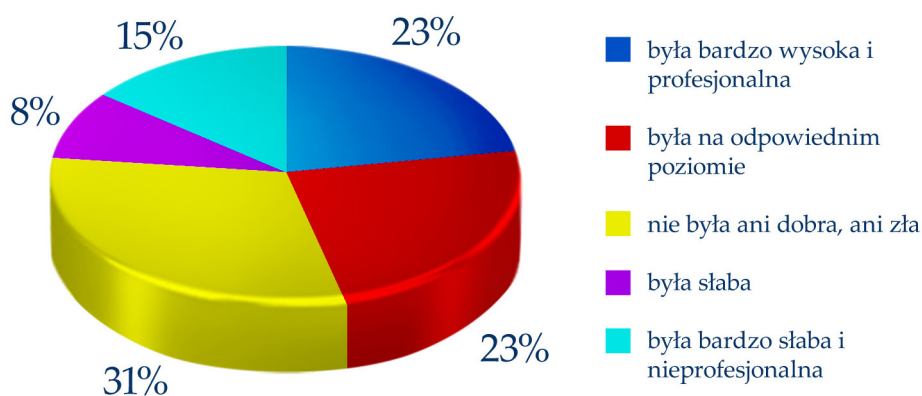
9.9 OVB

Firmę OVB wskazało w badaniu 120 respondentów. Pozytywnie o współpracy wypowiedziało się 34 proc. badanych. Niemal tyle samo (29 proc.) oceniło tę współpracę neutralnie. Stosunkowo wysoki odsetek ocenił współpracę negatywnie, z czego 19 proc. uznało, że była to strata czasu.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą OVB?

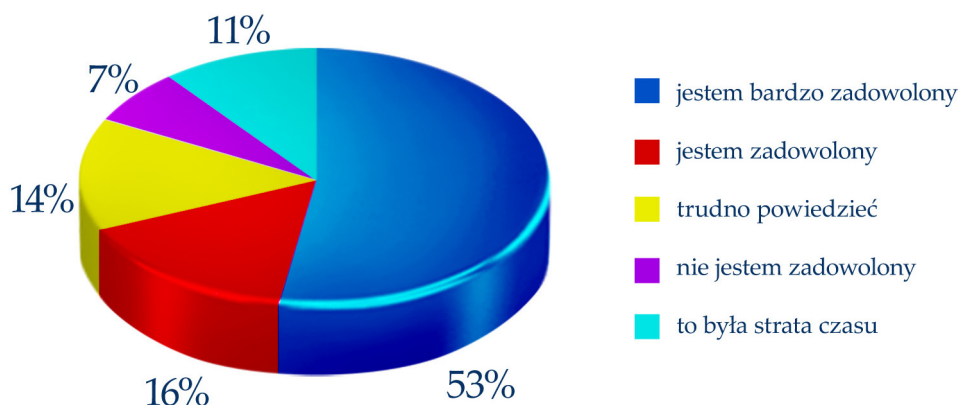
Dobre wyniki przedstawiają dane dotyczące standardów obsługi klienta w firmie OVB. 46 proc. badanych ocenia jest wysoko i bardzo wysoko (po 23 proc.). Ponad 1/3 badanych uważa, że nie są one ani dobre, ani złe, a 23 proc. uznaje je za złe (8 proc.) albo bardzo złe (15 proc.).



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie OVB?

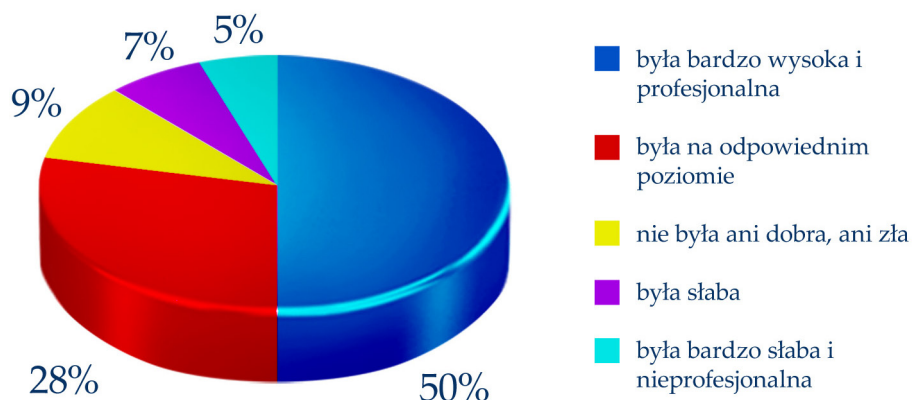
9.10 PHINANCE S.A

Kolejną firmą, która została wskazana przez użytkowników, jest firma Phinance S.A. Tę firmę doradztwa finansowego wskazało w ankiecie 74 użytkowników. Co ważne, aż 71 procent z nich wypowiedziało się na temat współpracy z tą firmą pozytywnie, z czego ponad połowa wszystkich głosów (53 proc.) odpowiedziała, że jest z tej współpracy bardzo zadowolona. Tylko 14 proc. ankietowanych nie potrafiło określić, czy współpraca była pozytywna, czy nie, a niecała 1/5 odniosła się do tej współpracy negatywnie.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Phinance S.A.?

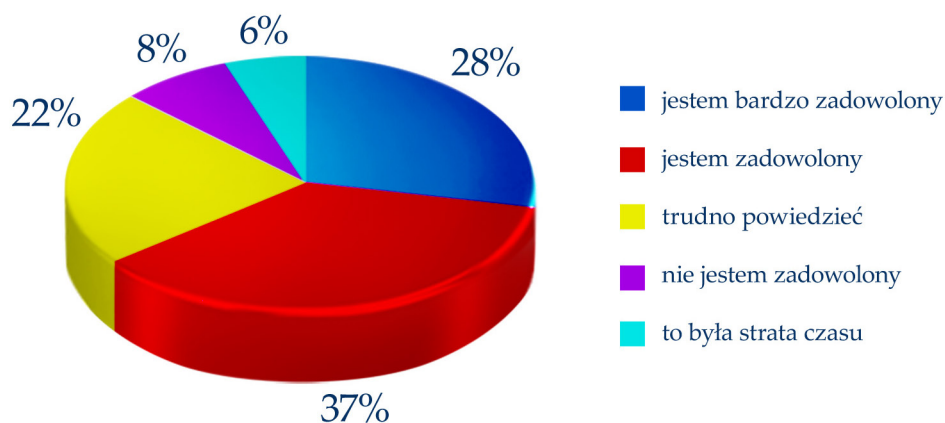
Bardzo wysoko respondenci, którzy wskazali w badaniu firmę Phinance, ocenili standardy obsługi klienta. Aż 78 proc. uznało, że były one bardzo wysokie i profesjonalne (50 proc.), oraz że były na odpowiednim poziomie (28 proc.). Tylko 9 proc. ankietowanych odniosło się do kwestii standardów w sposób neutralny, także liczba osób, które oceniły te standardy negatywnie była stosunkowo niewielka (13 proc.).



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Phinance S.A.?

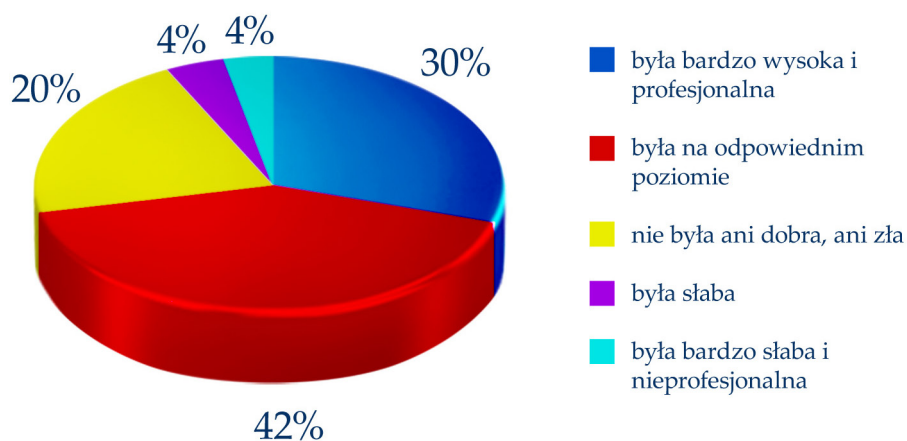
9.11 Polskie Doradztwo Finansowe

Firma Polskie Doradztwo Finansowe została wskazana przez 142 użytkowników, którzy w większości byli zadowoleni (37 proc.) lub bardzo zadowoleni (28 proc.). 22 proc. klientów nie miało w tej kwestii zdania, a tylko 14 proc. odniosło się negatywnie do współpracy.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Polskie Doradztwo Finansowe?

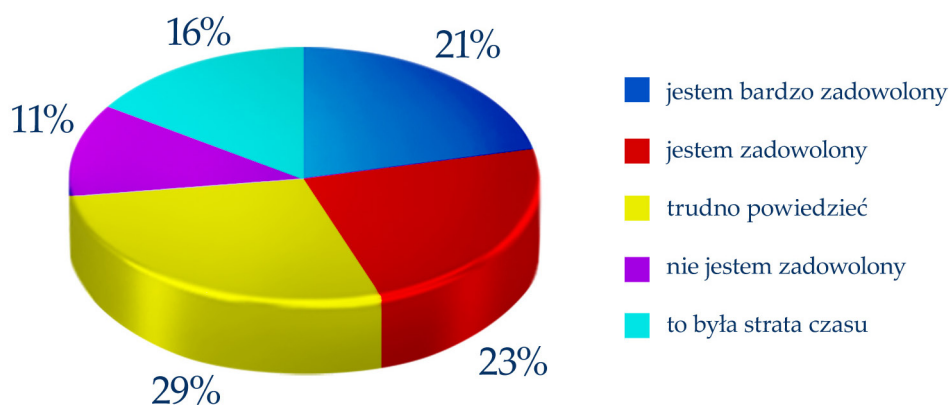
Równie dobre wyniki uzyskała firma Polskie Doradztwo Finansowe, jeśli chodzi o standardy obsługi klienta. 72 proc. ankietowanych odniosło się pozytywnie do kwestii standardów obsługi, z czego aż 30 proc. wszystkich, którzy wymienili firmę w badaniu, uznało, że jakość obsługi klienta była bardzo wysoka i w pełni profesjonalna.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Polskie Doradztwo Finansowe?

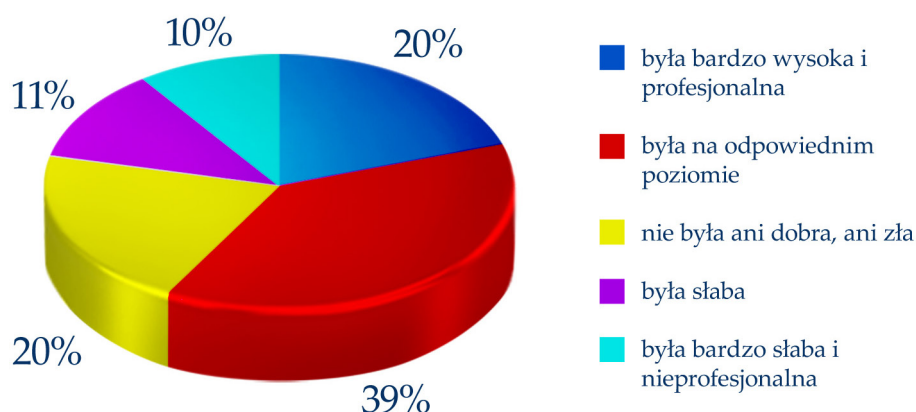
9.12 Powszechny Dom Kredytowy S.A.

Powszechny Dom Kredytowy S.A. znalazł się w zestawieniu z liczbą 70 wypełnień. 21 proc. ankietowanych uznało, że jest ze współpracy z tą firmą bardzo zadowolony, a 23 proc. że jest po prostu zadowolony. Prawie 1/3 (29 proc.) nie potrafiła określić poziomu zadowolenia, a 11 proc. odniosło się do współpracy negatywnie. 16 proc. ankietowanych stwierdziło, że współpraca z tą firmą to była strata czasu



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Powszechny Dom Kredytowy S.A.?

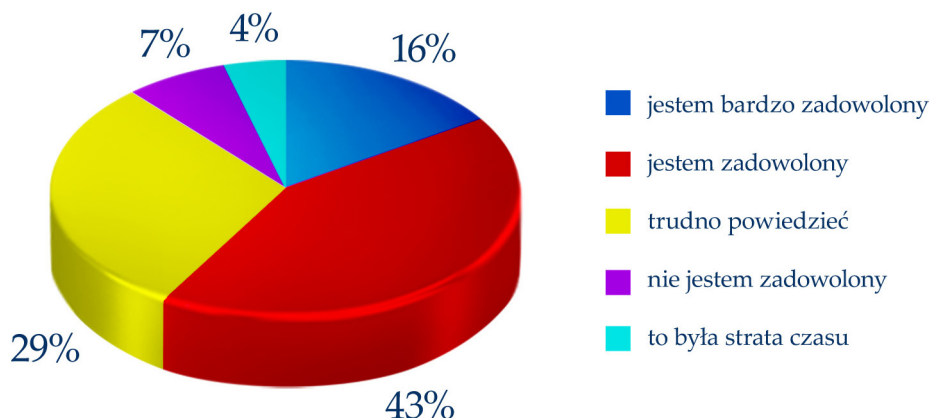
PDK S.A. bardzo dobrze prezentuje się wśród ankietowanych, jeśli chodzi o standardy obsługi klienta. 59 proc. stwierdziło, że były one na odpowiednim poziomie lub na wysokim poziomie. Dla 1/5 badanych nie były one ani dobre, ani złe, ale także 1/5 oceniła je negatywnie – 11 proc. stwierdziło, że były słabe, a 10 proc. że były bardzo słabe i nieprofesjonalne.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Powszechny Dom Kredytowy S.A.?

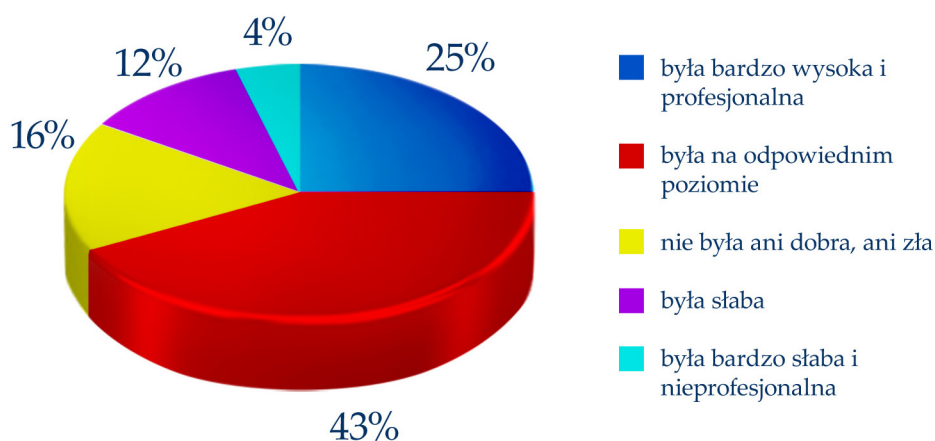
9.13 Realfinanse Polska

Firmę Realfinanse Polska wskazało w badaniu zaledwie 68 ankietowanych. Zdecydowana większość respondentów odniosła się do tej współpracy pozytywnie (59 proc.). Prawie 1/3 (29 proc.) nie określiła stopnia swojego zadowolenia (bądź niezadowolenia), a jedynie 11 proc. oceniło tę współpracę negatywnie.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Realfinanse Polska?

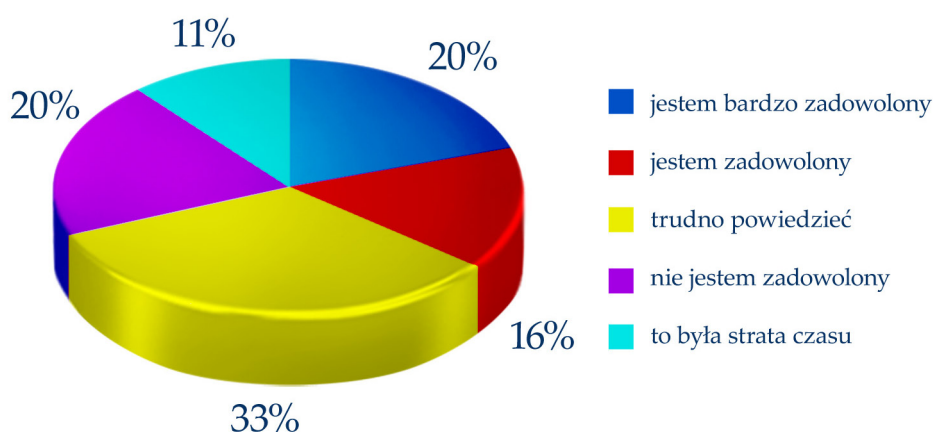
Bardzo dobre wyniki firma Realfinanse uzyskała w kategorii jakości obsługi klienta. 68 proc. badanych oceniło ją pozytywnie, 16 proc. neutralnie, tyle samo miało negatywne odczucia.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Realfinanse Polska?

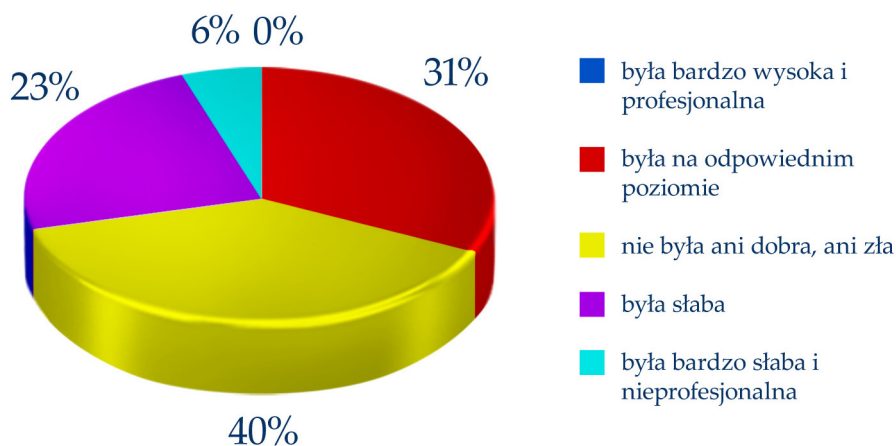
9.14 Wealth Solutions

45 respondentów wskazało w ankiecie, że współpracowało z firmą Wealth Solutions. Odpowiedzi dotyczące ogólnego zadowolenia ze współpracy rozłożyły się niemal po równo. Pozytywne wrażenia miało 36 proc. ankietowanych, niemal tyle samo odniosło się do współpracy neutralnie (33 proc.), a 31 proc. nie było zadowolonych.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Wealth Solutions?

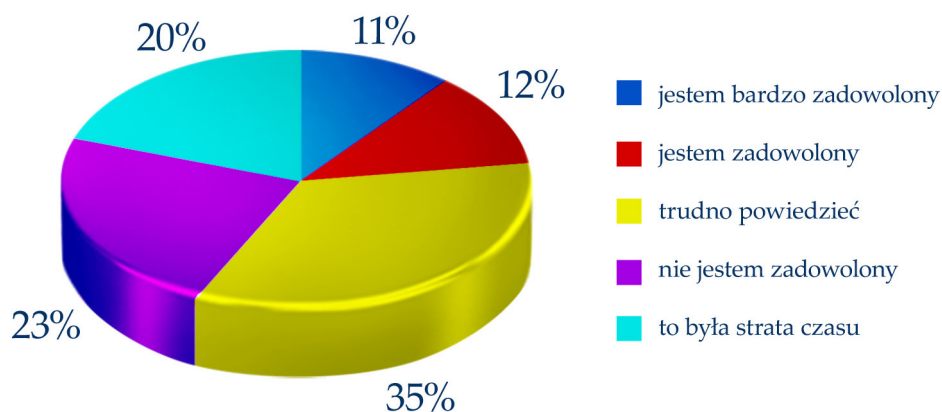
Podobnie rozłożyły się opinie użytkowników, jeśli chodzi o standardy jakości obsługi klienta. 31 proc. użytkowników stwierdziło, że była ona odpowiednia, 40 proc. odniosło się do tematu neutralnie, a 29 proc. oceniło ją negatywnie.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Wealth Solutions?

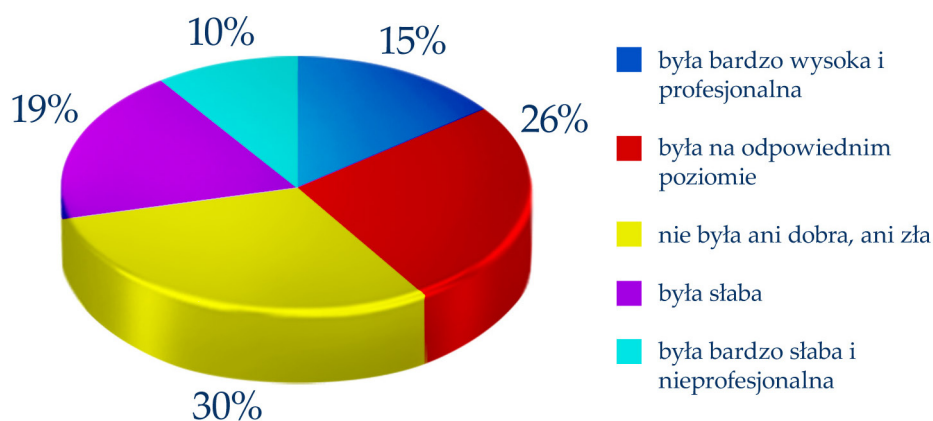
9.15 Xelion. Doradcy Finansowi

Choć Xelion należy do najlepiej rozpoznawalnych marek na rynku doradztwa finansowego, tylko 100 respondentów zaznaczyło, że miało do czynienia z tą firmą. Prawie połowa badanych (47 proc.) oceniło tę współpracę pozytywnie, przy czym 12 proc. osób była z niej zadowolona, a 35 proc. bardzo zadowolona. 35 proc. ankietowanych nie miało w tej kwestii zdania, a 23 proc. nie było zadowolonych. Natomiast 20 proc. respondentów uznało współpracę z firmą Xelion za stratę czasu.



Czy jesteś ogólnie zadowolony/a ze współpracy z firmą Xelion?

Standardy obsługi klienta w firmie Xelion dla 26 proc. ankietowanych były na odpowiednim, a dla 15 proc. na bardzo wysokim poziomie. 31 proc. oceniających stwierdziło, że nie były one ani dobre, ani złe, a prawie 19 proc., że były na niskim poziomie. Co dziesiąty użytkownik stwierdził, że jakość obsługi była bardzo słaba i nieprofesjonalna.



Jak ocenisz jakość obsługi klienta w firmie Xelion?

10. Analitycy Bankier.pl o rynku doradztwa finansowego

Doradcy finansowi – hochsztaplerzy czy powiernicy?



Niektórzy uczestnicy rynku finansowego uwierzyli, że kredyty i lokaty można reklamować i sprzedawać jak jogurt. Ta wizja wysokich zarobków została boleśnie zweryfikowana. Klienci potrzebują profesjonalnego doradztwa finansowego, a nie sprzedawcy sloganów. Banki i pośrednicy finansowi przed kryzysem stawiali na efektywność sprzedaży. Agresywne systemy motywacyjne premiujące ilość, a nie jakość udzielanych kredytów, doprowadziły do kłopotów nie tylko klientów, ale i banki realizujące takie strategie. Dziewięć programów naprawczych, jakie prowadzono w bankach posiadających polską licencję bankową, wykazało, że za obietnice bez pokrycia trzeba zapłacić, i to szybko.

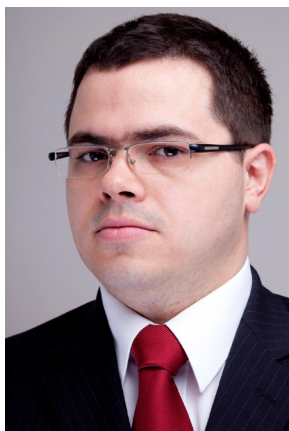
Sprzedawcy kredytów hipotecznych, pożyczek gotówkowych czy kart kredytowych, różnego rodzaju doradcy klienta w bankach boleśnie odczuli błędy w strategiach również w swoich prywatnych portfelach. Ze złotej ery megapremii i historii dwudziestolatków zarabiających po 40 tysięcy złotych miesięcznie pozostały tylko wspomnienia, a czasami niespłacone kredyty. Kredyty tych sprzedawców, którzy sami uwierzyli w lansowaną przez siebie wizję niekończącej się prosperity. Co się stało? Banki i pośrednicy zapomnieli, że najważniejszy jest klient i jego dobro, a nie wyniki sprzedaży.

Przyszedł czas, aby sprzedawcę zamienić w doradcę. Czas, aby odbudować zaufanie i lojalność klientów. Tych samych klientów, których wcześniej wprowadzano w błąd, mamiono wizją krociowych zysków, czy – niestety – czasami po prostu oszukiwano. Bernard Madoff cieszył się zaufaniem swoich przyjaciół i klientów, ale okazał się jednym z największych oszustów w historii. Jego przypadek to ostrzeżenie przed megalomanią w finansach. W Polsce mieliśmy przypadek Warszawskiej Grupy Inwestycyjnej (WGI). Instytucja ta, znana niemal wszystkim dzięki twarzom analitycznych gwiazd telewizyjnych, doprowadziła do utraty setek milionów złotych swoich klientów.

Dobry doradca finansowy, z właściwymi kwalifikacjami i doświadczeniem, powinien uświadamiać klientowi słabości. To delikatna sprawa, bo klienci zwykle przeceniają swoje możliwości i szanse. Decyzje finansowe często są nieracjonalne, gdyż uczestnicy rynków podejmują je stadnie albo opierając się na błędnych przesłankach. Klasycznym przykładem jest owczy pęd, gdy ceny akcji rosną. Jeszcze nie tak dawno w popularnych gazetach można było przeczytać: kupuj mieszkanie, bo taniej nie będzie. Dziś nabywcy już wiedzą, że jest taniej, ale i tak nie kupują więcej, bo nie mają możliwości finansowych. Uświadomienie klientowi takich czynników należy do doradcy. Uczciwość w biznesie i lojalność wobec klienta powinny być normą dla dobrego doradcy. Premia za wyniki przyjdzie później.

Bogusław Półtorak, Redaktor Naczelny i Główny Ekonomista Bankier.pl

Doradztwo finansowe, czyli co?



Według amerykańskiej edycji pisma „Forbes” określenie „doradca finansowy” jest tożsame z „finance plannerem”, czyli kimś, kto nie zajmuje się sprzedażą produktów finansowych, a bardziej planowaniem finansów osobistych. I chyba właśnie w tym drugim określeniu leży odpowiedź na pytanie, czym jest doradztwo i kim jest doradca finansowy.

Oczywiście nie zawsze można amerykańskie czy nawet zachodnioeuropejskie standardy przyrównywać do polskich. Jednak w przypadku doradztwa finansowego jest to więcej niż wskazane. Niestety, w Polsce pojęcie doradztwa jest bardziej kojarzone z pośrednictwem w sprzedaży usług i produktów finansowych niż z planowaniem czegokolwiek.

Wynika to przede wszystkim z faktu, że początkiem tej branży była akwizycja, czyli sprzedaż ubezpieczeń na życie i tzw. polis z funduszami. Któż z nas nie miał w przeszłości do czynienia z agentem Commercial Union (teraz Aviva) czy Amplico? Któż z nas nie wyobrażał sobie, ile dzięki kupionej polisie uda mu się uezierać na przyszłą emeryturę? Rzeczywistość w większości przypadków okazała się niestety brutalna, a czas polis z funduszami, głównie dzięki kryzysowi finansowemu, dobiegł właściwie końca.

Powodzenie w tej branży, a także zadowolenie klientów, w największym stopniu zależy od kompetencji ludzi, którzy ją reprezentują. Doradcą finansowym powinien więc być człowiek dobrze wykształcony, umiejętnie poruszający się w trudnej branży usług finansowych, znający rynek, a przede wszystkim wykazujący tzw. miękkie kompetencje, czyli empatię i inteligencję emocjonalną. Bez spełnienia tych warunków nie jest możliwe zbudowanie w relacjach z klientem zaufania, co jest absolutną podstawą w pracy doradców.

Czy na rynku działa wiele takich firm, które mogą pochwalić się takimi pracownikami? Nie jest to, niestety, większość, choć jak pokazują wyniki firm zrzeszonych w Związku Firm Doradztwa Finansowego, branża – mimo trudnych czasów – ma się całkiem nieźle. A czy jej pracownicy stosują się do pewnych zasad i kanonu dobrych praktyk, to już zupełnie inna sprawa.

Szymon Matuszyński, analityk Bankier.pl

Czy licencjonować doradców finansowych?



Zarówno doradcy finansowi, jak i ich klienci i nadzór finansowy zgadzają się, że jakaś forma licencjonowania doradców jest potrzebna. Zatem dlaczego jeszcze nie ma takich regulacji? Bo mogą one wyrządzić więcej szkody niż pożytku.

Problem z licencjami zawodowymi dla doradców finansowych polega na wymyśleniu takiej formuły, która chętnym nie zamknie drogi do zawodu, rzetelnie sprawdzi wiedzę i postawę etyczną kandydata, zabezpieczy interes klientów oraz zostanie efektywnie wyegzekwowana przez KNF. Jednak czy da się wymyślić model, który wyeliminuje oczywisty konflikt interesów?

Dziś doradcą finansowym może być każdy. Wystarczy tytułować się w ten sposób i to wystarczy. Dlatego w branży trwa wolna amerykanka. Z jednej strony to dobrze, bo konkurencja wymusza pewne standardy. Z drugiej jednak, gdy nie ma regulacji, szybko dochodzi do patologii.

KNF, która dba o jakość rynku finansowego w Polsce, skłania się ku uregulowaniu tej branży. W zupełnie przeciwnym kierunku idzie w przypadku maklerów i doradców inwestycyjnych, gdzie rozważane jest zniesienie licencjonowania zawodu. Różnica pomiędzy tymi dwiema profesjami jest jednak zasadnicza.

Makler lub zarządzający funduszem nawet bez licencji nie będzie czuł pokusy działania na szkodę klienta, ponieważ zarabia on wtedy, gdy zarabia jego klient. Inaczej jest w przypadku doradców finansowych, których prowizje od sprzedaży mogą skłaniać do sugerowania klientowi drogich, nieefektywnych i niepotrzebnych rozwiązań finansowych. Nawet z licencją doradca finansowy będzie pod presją sprzedażową.

Gdyby wprowadzić fakultatywne egzaminy z wiedzy dla doradców, potwierdzające ją certyfikaty, których mógłby oczekiwać klient, oraz ogólnodostępną listę certyfikowanych doradców finansowych, a także obowiązek informowania klienta o wysokości prowizji od sprzedaży, którą zarabia doradca od każdego sprzedanego produktu, doradztwo finansowe nie byłoby już postrzegane głównie jako akwizycja i naciąganie.

Wzrósłby tym samym prestiż zawodu doradcy finansowego, który być może doczekałby się oficjalnego wpisu do klasyfikacji zawodów i specjalności MPiPS. Klienci mogliby oczekiwać kompetencji od osób chcących tytułować się w ten sposób oraz dowiedzieliby się, ile tak naprawdę kosztuje niezależne doradztwo finansowe.

Jarosław Ryba, analityk Bankier.pl

Doradztwo finansowe nowej generacji



Sprzedaż produktów finansowych w internecie ma już kilkunastoletnią tradycję. Na ignorowanie globalnej sieci jako narzędzia dystrybucji nie może pozwolić sobie żaden bank czy ubezpieczyciel. Klienci odwiedzający bankowe strony wciąż jednak czują się jak w samoobsługowym sklepie, a po finansowe porady udają się do placówek lub pośredników. Nowe pokolenie klientów oczekuje, że z doradcą będzie można się spotkać w wirtualnym świecie.

Napierwszorzutokawydawać się może, że internet jest medium zbyt ubogim i anonimowym, by być środowiskiem odpowiednim do nawiązania relacji klient-doradca. Mimo rozwoju technologii wideokonferencji, przesyłania głosu (VoIP) czy narzędzi umożliwiających zdalną współpracę (np. poprzez dzielenie ekranu) wielu z nas wciąż preferuje osobisty kontakt. Dotyczy to szczególnie sytuacji, w których niezbędne jest zaufanie do partnera, a omawiane kwestie mają delikatną naturę. Doradztwo finansowe w środowisku elektronicznym to jednak nie oksymoron.

Na rynek wchodzi właśnie pokolenie Y, od dziecka obcujące z mediami i siecią. Internet jest dla nich naturalnym otoczeniem, a używanie go do zarządzania życiem codziennym jest traktowane jako najwygodniejsze i pożądane rozwiązanie. Oczekiwania nowego typu klientów znacząco zmieniają rynek doradztwa finansowego. Pierwsze oznaki nowych trendów odnaleźć już można w krajach, gdzie branża doradztwa finansowego jest okrzepła i dojrzała.

W Stanach Zjednoczonych wyłania się właśnie nowa grupa doradców finansowych działających w sieci. Głównym celem serwisów takich jak Betterment.com czy Wealthfront.com jest umożliwienie osobom, które nie dysponują pokaźnymi aktywami, skorzystania ze strategii inwestowania dostępnych do tej pory tylko dla zamożniejszego segmentu rynku.

Konsekwencją coraz większej roli internetu w codziennym życiu są nie tylko nowe modele współpracy klient-doradca, ale także zmiany zachodzące w otoczeniu rynku. Jedną z najważniejszych cech globalnej sieci jest **obniżenie kosztu poszukiwania informacji**. Osoby zainteresowane zakupem produktu finansowego mogą nie tylko szybko dokonać przeglądu ofert (choćby korzystając z internetowych porównywarek finansowych), ale również skontaktować się bezpośrednio z ich dostawcą, omijając pośredników.

Doradztwo jest dopiero na początku drogi, którą w ostatnich kilkunastu latach przeszły inne branże związane z usługami finansowymi. Pośrednicy i doradcy finansowi nie unikną zmian, które przynosi ze sobą ewolucja technologii. Mimo że jest to działalność, gdzie podstawowe znaczenie ma czynnik ludzki i bezpośredni kontakt z klientem, to nowe formy komunikacji mogą doprowadzić do powstania innowacyjnych modeli biznesowych.

Michał Kisiel, analityk Bankier.pl

11. Wnioski z przeprowadzonego badania oraz rekomendacje dla funkcjonujących na rynku doradztwa finansowego w Polsce podmiotów

11.1 Doradztwo finansowe rośnie w siłę

Rola doradztwa finansowego w całym sektorze finansowym wzrasta z każdym rokiem. Potwierdzają to zarówno wyniki finansowe firm zrzeszonych w Związku Firm Doradztwa Finansowego, jak i wyniki przeprowadzonego badania. Mimo kryzysu finansowego Polacy bardzo często, zamiast skorzystać z usług doradcy bankowego, wybierają doradcę finansowego. Czy taka tendencja się utrzyma? Wszystko wskazuje na to, że tak. Coraz większa konkurencja na rynku produktów i usług finansowych powoduje, że klienci oczekują czegoś więcej niż tylko sprzedaży konkretnego produktu. Potrzebują porady, pomocy w podjęciu decyzji, rozwiązania problemu. A tego nie zawsze mogą oczekiwać od swojego banku, który ograniczony liczbą dostępnych produktów, może nie być w stanie sprostać wymaganiom klienta.

Rynek doradztwa finansowego w Polsce jest bardzo rozproszony, choć coraz bardziej widoczni są jego liderzy. Największą rolę odgrywają na nim firmy zrzeszone w Związku Firm Doradztwa Finansowego, jednak obok nich funkcjonuje bardzo wiele lokalnych podmiotów, które swoimi kanałami (poleceniami) docierają do sporej liczby klientów. Wynika to przede wszystkim z faktu, że rynek nie jest obecnie regulowany, stąd każdy, kto chce zostać doradcą finansowym, może bez przeszkód rozpocząć działalność. Działa to często na szkodę całego sektora doradztwa finansowego, który i tak musi borykać się z negatywnymi doświadczeniami z przeszłości, kiedy doradcą był każdy „akwizytor” ubezpieczeń i funduszy inwestycyjnych.

Badania potwierdzają, że w dzisiejszych czasach doradztwo finansowe nie jest już wyłącznie sprzedażą produktów finansowych. Potwierdzają to zarówno klienci, którzy wzięli udział w badaniu, jak i przedstawiciele firm doradztwa finansowego. Doradztwo to dziś przede wszystkim budowanie relacji, umiejętność rozwiązywania problemów i wsłuchania się w potrzeby klientów. Czas przekonywania ich do pojedynczych rozwiązań, których zastosowanie nie wpływałoby ze szczegółowej analizy, dobiegły końca.

Dla klientów sprawą absolutnie priorytetową jest dziś finansowe bezpieczeństwo. Jest to z pewnością konsekwencja kryzysu finansowego, ale także kryzysu systemu emerytalnego, odnośnie do którego klienci mają coraz większe wątpliwości i zastrzeżenia. Państwo nie jest w stanie zabezpieczyć emerytalnej przyszłości obywateli. Otwiera się więc szansa dla tych firm doradztwa finansowego, które odpowiednio analizując sytuację klienta, są w stanie zaplanować długoterminowe strategie planowania finansowego.

11.2 Klienci chcą korzystać z usług firm doradztwa finansowego

Choć w Internecie nie brak krytycznych głosów na temat doradztwa, klienci chcą korzystać z usług tych firm, a co ważniejsze, w większości oceniają tę współpracę pozytywnie. Prawie połowa badanych ma dobre doświadczenia z pracy z doradcami, a tylko 22 proc. ankietowanych odnosi się tej współpracy negatywnie. Jest to przede wszystkim dowód na to, że firmy się zmieniają, że obserwują zachowanie i wymagania klientów i starają się traktować klientów indywidualnie.

Jeszcze lepiej przedstawiają się wyniki badania dotyczące standardów obsługi klienta, co w pracy doradców jest absolutnie kluczowe. Ponad 60 proc. ankietowanych wypowiedziało się na ten temat pozytywnie, co świadczy o tym, że działające na polskim rynku firmy zaczynają dostosowywać się do światowych standardów.

Pozytywnie na standardy obsługi klientów wpłynęłoby z pewnością uregulowanie rynku i wprowadzenie licencji dla doradców finansowych. Jednak sam proces ich przyznawania musiałby być bardzo dokładnie przeprowadzony i poprzedzony szczegółowymi konsultacjami z zainteresowanymi stronami, czyli głównie Komisji Nadzoru Finansowego z działającymi na rynku podmiotami. Wszystko po to, aby uniknąć stworzenia kolejnych korporacyjnych ograniczeń, za które zapłacą klienci. Korzyści w procesie ewentualnego podmiotowego licencjonowania doradców muszą być widoczne przede wszystkim dla klientów, a jej konsekwencją powinna być raczej finansowa odpowiedzialność za decyzje podejmowane na podstawie informacji uzyskanych od doradcy.

11.3 Rekomendacje dla firm doradztwa finansowego funkcjonujących na polskim rynku

1. Najistotniejszą kwestią, na którą firmy doradztwa finansowego powinny położyć największy nacisk, jest ciągła dbałość o podnoszenie standardów obsługi klienta, a także permanentne podnoszenie kwalifikacji i kompetencji doradców. Rynki finansowe zmieniają się każdego dnia. Także codziennie zmieniać się może sytuacja finansowa klientów, na co firmy doradztwa finansowego muszą potrafić szybko reagować.

2. Dla klientów najważniejsze jest finansowe bezpieczeństwo i taka myśl musi przyświecać doradcom podczas pracy z klientami. Skończyły się czasy, w których bez konsekwencji można było obiecywać klientom zysk sięgający 10, 20, a nawet 30 proc. rocznie. Odpowiedzialny biznes finansowy oparty nie jest hazardem.

3. Sprzedaż produktów przez doradców powinna być konsekwencją odpowiedniej relacji z klientem. Prawdziwym wyzwaniem dla doradcy finansowego jest zbudowanie z klientem

długoterminowej relacji, opartej przede wszystkim na zaufaniu. Prawdziwym wyzwaniem dla doradcy finansowego jest zbudowanie z klientem długoterminowej relacji, opartej przede wszystkim na zaufaniu, aby wrócił on po kolejny produkt finansowy. Bez lojalności nie będzie możliwa ani doraźna sprzedaż, ani budowanie pozytywnego wizerunku.

4. W toku przeprowadzonego badania zrodziło się podstawowe pytanie o system wynagradzania doradców. W opinii użytkowników, a także współpracujących przy przygotowywaniu raportu analityków i ekspertów, nie zawsze prowizyjne wynagradzanie pracy doradców jest rozwiązaniem optymalnym. W tym wypadku zawsze istnieje ryzyko, że mniej kompetentny i odpowiedzialny doradca zaproponuje klientowi rozwiązanie mniej dla niego korzystne, ale z którego doradca będzie miał wyższą prowizję. Takie sytuacje wciąż niestety się zdarzają, a nie mają wiele wspólnego z Kanonem Dobrych Praktyk na rynku finansowym. Warto rozważyć też ujawnianie wysokości prowizji płaconych przez instytucje doradcom.

5. Doradztwo finansowe nie powinno stanowić doraźnej pomocy, ale przede wszystkim powinno uwzględniać długi horyzont czasowy. W tym wypadku słowem-kluczem jest serwis, czyli dbanie o interesy i sprawy klienta nie tylko w chwili podpisywania umów i wniosków, ale również później. Należy pamiętać, że dobrze obsłużony i odpowiednio „serwisowany” klient, nie tylko będzie dalej chciał korzystać z usług firmy, z którą pracuje, ale będzie też chętnie polecał ją swoim bliskim i znajomym.

6. Warunkiem odniesienia sukcesu w branży doradztwa finansowego jest przede wszystkim umiejętność wsłuchania się w potrzeby klientów. Dotyczy to wszystkich obszarów funkcjonowania firm – od palety dostępnych rozwiązań, poprzez kompetencję doradców, działania komunikacji marketingowej, na serwisie posprzedażowym skończywszy. Jeśli klienci czegoś oczekują, firma musi potrafić te oczekiwania spełnić. W innym razie klient od razu zwróci się do konkurencyjnej firmy lub w ogóle zrezygnuje z usług doradców finansowych.

W Polsce szansą na rozwój rynku jest duża rzesza osób, która nie korzystała dotychczas z usług finansowych lub korzysta w ograniczonym zakresie z uwagi na negatywne postrzeganie sektora bankowego. Zdobycie zaufania tych klientów, wraz z ich rozwojem finansowym, może być kluczem do sukcesu biznesu nowoczesnego doradztwa finansowego.

Autor Raportu:

Szymon Matuszyński,
Portal Finansowy Bankier.pl

Partner:

Tygodnik „Wprost”

Patron:

Związek Firm Doradztwa Finansowego

Współpraca redakcyjna:

Romuald Gnitecki, Michał Kisiel, Szymon Matuszyński,
Bogusław Półtorak, Katarzyna Waś-Smarczewska,

Kontakt:

Szymon Matuszyński,
redakcja serwisu Bankier.pl
e-mail: s.matuszynski@bankier.pl

Redakcja serwisów Bankier.pl serwisów Bankier.pl

www.bankier.pl
ul. Kościuszki 29, 50-011 Wrocław
tel. +48 509 482 044, +48 71 3723052
wew. 50, fax +48 71 3460848

Opracowanie graficzne:

Maciej Adamczyk
adonmaster@o2.pl

