



Cilj je pridobiti povjerenje i izgraditi lojalnost

- **Istraživanja vezana uz temu kompetentnost savjetnika u osiguranju na njemačkom govornom području pokazala su da socijalna kompetentnost savjetnika u osiguranju ima presudnu ulogu za njegov uspjeh u prodaji**

Prodaja osiguranja smatra se jednim od najzahtjevnijih poslova. U procesu prodaje kupac ne vidi proizvod nego samo prodavača (savjetnika), koji koristi sve svoje vještine i umijeće kako bi mu vizualizirao taj proizvod i njegovu korisnost, te ga potaknuo na kupnju. Savjetnik u osiguranju mora stoga posjedovati

različite vrste kompetentnosti kako bi bio uspješan u svom poslu. No, koja od njih doista determinira njegov uspjeh?

Pod savjetnikom u osiguranju, u kontekstu ovog teksta, podrazumijeva se svaka osoba koja obavlja poslove prodaje osiguranja pružajući pritom uslugu savjetovanja kupcu u svim aspektima osiguranja (zastu-

pnici u osiguranju, interni djelatnici osiguravajućih društava i dr.).

Za razliku od potrošačke robe, koja je realna i prepoznatljiva, osiguranje je nevidljiv proizvod te se kao takav mora vrlo osmišljeno prezentirati i prodavati. S obzirom na to da je odluka o kupnji takvog proizvoda povezana s velikom nesigurno-

šću, uspješan savjetnik u osiguranju mora biti vrlo kreativan te posjedovati veliku moć uvjeravanja.

Glavna zadaća savjetnika u osiguranju je otkriti potrebe i očekivanja svoga kupca te ih bolje i brže zadovoljiti od konkurencije, postizuci pritom visoko zadovoljstvo i lojalnost kupca. Koliko će savjetnik u osiguranju biti uspješan u svom poslu, ovisi prije svega o njegovoj kompetentnosti.

Pod kompetentnošću podrazumijevamo sposobnost ljudi da se samoorganizirano snađu u otvorenim i nepredvidivim, te kompleksnim i dinamičnim situacijama (Heyse&Erpenbeck 2004¹). Kompetentnost nije široko rasprostranjena, sporo se izgrađuje te je stoga i potražnja za njom velika. Kompetentnost je vrlo važna jer kompetentni zaposlenici postavljaju temelje za uspjeh tvrtke.

Kompetentnost savjetnika u osiguranju ima različite aspekte i javlja se u različitim oblicima.

Socijalna kompetentnost

Socijalna kompetentnost pokazuje u kojoj je mjeri pojedinac kroz svoj talent, obrazovanje i životnu priču sposoban neovisno djelovati u društvenom okruženju. (Brockhaus, 1999²). Ona pokazuje sposobnost ljudi da interakciju s drugima učine ugodnom.

Socijalna kompetentnost savjetnika u osiguranju oblikuje njegov odnos prema kupcu i odražava njegovu suosjećajnost, te sposobnost izgradnje odnosa s kupcem. Može se podijeliti u nekoliko fragmenata:

Komunikacijske i percepcijske sposobnosti koje uključuju kako verbalnu tako i neverbalnu komunikaciju. Kod verbalne komunikacije, osim izbora riječi, izgovora, strukture rečenice, važnu ulogu igraju tehnike postavljanja pitanja i slušanje. Tako se, primjerice, ciljano postavljenim pitanjima mogu otkriti potrebe i interesi kupaca. Kod neverbalne komunikacije važnu ulogu igra odjeća, a osobito govor tijela.

Maniri i fleksibilnost koji savjetniku mogu pomoći da se prilagodi različitim tipovima kupaca.

Ostali važni aspekti, kao što su sposobnost kritiziranja, timski rad te osjećaj odgovornosti.

Socijalna kompetentnost važna je za savjetnika u svim situacijama, s obzirom na to da je posao osiguranja povezan s komunikacijom, empatijom savjetnika i stvaranjem povjerenja.

Stručna kompetentnost

Pod stručnom kompetentnosti podrazumijeva se sposobnost povezivanja, produbljivanja, kritičkog ispitivanja te primjenjivanja stečenog znanja. (Krems, 2003³). Kad je posrijedi stručna kompetentnost savjetnika u osiguranju, onda se u obzir trebaju uzeti sljedeći aspekti:

Stručnost koja se ogleda u njegovu poznavanju vrsta osiguranja, proizvoda osiguranja, pravnoj regulativi ugovora o osiguranju te dobrom poznavanju tržišta, kako bi bio u stanju prepoznati trendove i promjene na njemu.

Iako je kompetentnost ograničena i sporo se gradi, socijalna, stručna i metodološka kompetentnost savjetnika u osiguranju ipak se mogu izgraditi kroz ciljano zapošljavanje, dosljednu obuku te osobni trening

Vještina koja opisuje njegovu sposobnost primjene stečenog znanja u procesu savjetovanja, kao i drugim poslovnim aktivnostima.

Tempo i kvaliteta rada koji opisuju činjenicu da se većom stručnošću radni zadaci mogu obaviti brže, uz istodobno postizanje bolje kvalitete rada.

Metodološka kompetentnost

Pod metodološkom kompetentnošću podrazumijevamo sposobnost pridobivanja nužnoga stručnog znanja, njegova korištenja i primjenjivanja za rješavanje problema. (Kaiser, 2001⁴) Stoga je metodološka kompetentnost prijeko potrebna za razvoj i korištenje stručne kompetentnosti. Njoj se pribrajaju sljedeće točke:

Radna tehnika uključuje mogućnost pribavljanja, uređivanja, pohranjivanja te ponovnog korištenja informacija.

Poduzetničko i poslovno razmišljanje zahtijeva od savjetnika sposobnost sagledavanja strukture troškova svog poslodavca, veličina koje na njih utječu kako bi bio u stanju procijeniti i troškove osobnog djelovanja.

Samostalnost s obzirom na to da savjetnik u osiguranju mora samostalno kreirati radno vrijeme. Osim samoorganizacije, tu

spada i organizacija radnih materijala, vremena te planiranja posjeta kupcima.

Sposobnost učenja i razmišljanja nužna je za kreiranje i primjenjivanje tehnika za rješavanje problema.

Metodološka kompetentnost savjetnika u osiguranju označava njegovu sposobnost analiziranja i strukturiranja kupčeva problema, te skiciranje i evoluiranje rješenja kako bi se kupcu dalo najbolje rješenje njegova problema. Metodološkom stručnošću savjetnik donosi strukturu i metodologiju u svoj rad i savjetovanje svojih kupaca. Koristi svoje vrijeme učinkovito, jer se pridržava propisanog procesa savjetovanja svoga poslodavca, ne ispoljava samovolju i svakog kupca savjetuje prikladno i prema njegovim potrebama.

Kompetentnost je individualno obilježena, njezino povećanje se očituje u produktivnosti, a samim time i osobnom uspjehu savjetnika.

Istraživanja vezana uz temu kompetentnost savjetnika u osiguranju na njemačkom govornom području (među osigurateljima i osiguranicima) pokazala su da socijalna kompetentnost savjetnika u osiguranju ima presudnu ulogu za njegov uspjeh u prodaji. Pridobiti povjerenje, osobnošću vezati kupce uz sebe tijekom cijeloga životnog ciklusa, izgraditi lojalnost – to su ciljevi koji se mogu ostvariti putem socijalne kompetentnosti. Iza socijalne slijedi stručna kompetentnost koja je jako bitna u složenim prodajnim situacijama gdje presudnu ulogu za zaključivanje prodaje ipak igra stručno znanje savjetnika. Na našem tržištu ne provode se istraživanja na ovu temu, no ono što je poznato iz prakse odgovara navedenim rezultatima istraživanja – socijalna kompetentnost savjetnika igra dominantnu ulogu u uspješnosti njegova posla. Na drugome mjestu je stručnost, a podrška u prodaji je i velika osobna društvena mreža savjetnika. Često se ističe da je za uspjeh u prodaji važni i iskustvo i starosna dob. Zanimljivo je, međutim, napomenuti da su istraživanja pokazala da senioritet nema značajniju ulogu, iako postoje određene skupine kupaca kod kojih je ona jako bitna.

Iako je kompetentnost ograničena i sporo se gradi, socijalna, stručna i metodološka kompetentnost savjetnika u osiguranju ipak se može izgraditi kroz ciljano zapošljavanje, dosljednu obuku te osobni trening.

Katica Katić, dipl. oec. ■

¹ Heyse, Volker; Erpenbeck, John; Kompetenztraining, 64 Informations- und Trainingsprogramme, Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart, 2004

² Brockhaus: Brockhaus - Die Enzyklopädie: in 24 Bänden. 20., neu bearbeitete Auflage. Leipzig / Mannheim: F.A. Brockhaus GmbH, 1999

³ Krems, Burkhardt: Potenzialbereiche von Mitarbeitern und Führungskräften. 2003. – Auszug aus dem Internet: <http://www.olev.de>

⁴ Kaiser, Michael: Recruiting von Aussendienst-Mitarbeitern in Versicherungen. In: Institut für Versicherungswirtschaft-HSG Trendmonitor1 (2001), S. 10-17