



więcej / niż standard

Rozmowa z Ireneuszem Gralikiem – jednym z wiodących Agentów Specjalistów AXA

Grudzień 2007 r.

- Irku, jakie były Twoje początki w pracy agenta?

Zaczynałem 8 lat temu. Zadzwoił do mnie kolega, który stwierdził, że mój charakter pasuje do pracy agenta. Mimo, że nie miałem żadnego doświadczenia w tej dziedzinie, postanowiłem spróbować. Początki były trudne. Przede wszystkim dlatego, że zdarzają się w tym zawodzie naprawdę demotywujące chwile. Można prowadzić z jedną osobą negocjacje kilka miesięcy i mieć już obietnicę podpisania umowy, a na koniec klient potrafi się rozmyślić. Poza tym nie brakuje osób, które mimo wykupienia ubezpieczenia później go nie opłacają, czego efektem jest brak mojej prowizji. Takie właśnie sytuacje zniechęcają do dalszego działania. Dlatego tak wiele osób rezygnuje z tej pracy.

- Jak wygląda zwykły dzień pracy agenta?

Nie ma czegoś takiego jak zwykły dzień pracy. Każdy z nich jest tak naprawdę inny. Każdego dnia mam kilka spotkań z klientami lub potencjalnymi klientami. Np. na jutro mam umówionych pięć spotkań. Ile z nich się uda odbyć - nie wiem. Dostłownie przed chwilą zadzwoniła klientka, która przełożyła spotkanie. Wszystko się więc zmienia bardzo dynamicznie. Mam kilku klientów, którzy kupili już u mnie ubezpieczenia i chcieliby kupić kolejne. Nie mogę się jednak z nimi spotkać, bo po prostu nie mają czasu. Kto wie, może jutro uda się w końcu dopiąć te sprawy. Większość rozmów nie kończy się podpisaniem umowy po jednym spotkaniu. Rzadko kiedy jedna, czy dwie godziny wystarczą, by poznać potrzeby klienta i zaoferować mu najlepiej dopasowany produkt. Często konieczne jest kolejne spotkanie, a wszystko w dużym tempie. Wielu ludzi tego tempa nie wytrzymuje.

- Jaki jest Twój obszar działania?

Bardzo różnie. Patrzę na wszystko ekonomicznie. Jeżeli spotkanie może przynieść podpis pod polisą o znacznej wartości, potrafię przejechać wiele kilometrów. Jeżeli natomiast mam perspektywę dalekiego wyjazdu i straty połowy dnia, a klient nie zapowiada się obiecująco, nie stawiam wszystkiego na jedną kartę. Szukam nowych kontaktów. Głównie pracuję w Warszawie i okolicach. To bardzo trudny teren, ponieważ działają tu agenci wszystkich firm ubezpieczeniowych, zarówno tych wielkich, jak i małych. Konkurencja jest zatem bardzo ostra.

- Czy Polacy chętnie ubezpieczają się na życie?

Nie, jeszcze nie. Gdybym na ulicy zadał pytanie „Czy chce Pan/Pani kupić ubezpieczenie?” 90% odpowiedziałoby, że nie. Pozostałe 10% stanowiłyby pewnie osoby, w których życiu były jakieś sytuacje losowe,

które mocno dotknęły rodzinę. Osobna grupa Klientów to osoby, które kupują ubezpieczenia, bo wymaga tego bank, jako zabezpieczenie spłaty kredytu.

- To co trzeba zrobić, żeby taką „niechętną” osobę ubezpieczyć?

Najpierw przekonać ją do siebie, a dopiero potem rozmawiać o ubezpieczeniu. Kiedy poznaję się z nowym klientem, jestem po prostu sobą. Na początku staram się go poznać, a ubezpieczenie jest tematem drugorzędym. Dopiero po jakimś czasie trwania rozmowy zaczynam „przemycać” pewne treści związane z ubezpieczeniem, zwracając uwagę na jego zalety. Klient jednak sam musi dojść do wniosku, że jest mu to potrzebne. Taki proces potrafi trwać nawet ponad pół roku. Mój rekord to 3 lata! Podpisanie umowy już na pierwszym spotkaniu zdarza się może jeden raz na dwadzieścia przypadków.

W tym zawodzie podstawową zasadą jest nawiązywanie dobrych relacji z ludźmi. Znać i rozumieć ich problemy, nie być dla nich osobą obcą. Dzięki temu zdobywam ich zaufanie, co pozwala mi rozmawiać z klientami o rzeczach dla nich ważnych, a często nawet intymnych. Agent musi umieć budować miłe i ciepłe relacje z ludźmi. To jest najważniejsze w tym zawodzie.

Przed zawarciem umowy ubezpieczenia muszę zadać klientowi pytania o stan zdrowia, finansów, relacje rodzinne. Bez zaufania nikt by mi ich nie udzielił. Z drugiej strony ja również muszę obdarzyć klienta zaufaniem, że mówi mi prawdę o swojej sytuacji i potrzebach. Także jest to relacja dwustronna.

- A czy masz jakieś swoje sztuczki sprzedażowe?

Nie ma żadnych sztuczek. Sztuczki można robić w cyrku. Powtarzam jeszcze raz podstawą mojego sukcesu jest bycie sobą. Ważne jest oczywiście poznanie technik sprzedażowych, psychologii ludzkich zachowań i mowy ciała. Kluczowe jest również wycucie i intuicja, tak aby odczytać z danej osoby, co jest dla niej ważne. Jeżeli dojdzie do oszukania klienta w najdrobniejszej kwestii nie ma szans na nawiązanie dłuższej relacji, która mogłaby potem procentować kolejnymi polisami lub dalszymi kontaktami. Jeżeli klient zostanie oszukany to nawet jeżeli kupi polisę to w pewnym momencie może przestać ją opłacać. Warszawa jest bardzo konkurencyjnym rynkiem. Działa tu tysiące agentów konkurencji. Nawiązanie uczciwej relacji z klientem powoduje, że przywiązuje się on do mnie. Dzięki temu wiem, że nie łatwo będzie przejąć go konkurencji.

- Kto zatem ubezpiecza się najchętniej? Ludzie bogaci?

Nie, ci akurat nie mają czasu. Oni często dzwonią do mnie sami, że chcieliby nabyć ubezpieczenie. Często potem nie mają czasu, by się spotkać i dobrać odpowiedni dla nich produkt. Dzisiaj miałem się spotkać z klientem, który kupił już u mnie 6 polis i ma sporo pieniędzy, które chciałby zainwestować. Wybrał już nawet produkt, jednak po raz kolejny z braku czasu przełożył spotkanie. Wiadomo, że żeby kupić sobie ubezpieczenie trzeba dysponować pewnymi wolnymi środkami, a te mają ludzie zamożniejsi. Są również osoby mniej zamożne, które dotknęła jakaś tragedia życiowa. Dzięki niej uświadomili sobie, że posiadanie ubezpieczenia na życie może być kwestią przyszłości ich dzieci. Polak mądry po szkodzie, również w ubezpieczeniach.

- Jaki jest Twój największy sukces sprzedażowy?

Właśnie wspomniany klient, który kupił u mnie 6 polis. O ile dobrze pamiętam wpłacił on już setki tysięcy złotych. W pierwszym roku, kiedy kupił swoje polisy, wpłacił 30 tysięcy złotych i dalej bez problemu opłaca składki. Jednemu z prezesów banków sprzedałem natomiast polisę o miesięcznej składce 2500 zł. Mam w swoim portfelu kilku klientów o podobnej składce regularnej. Ubezpieczyłem również kilka osób z pierwszych stron gazet. Oczywiście nie mogę ujawnić ich nazwisk.

- Czy mógłbyś opowiedzieć, jakąś ciekawą historię sprzedażową?

Kiedyś miałem spotkanie z klientem, który miał wykupione 2 polisy na dzieci. Wyzwał mnie od najgorszych, bo nie dotarła do niego informacja o rocznicy polisy i zmianie kwoty składki. Wytłumaczyłem mu wszystko spokojnie i zapytałem czy sam ma polisę. Okazało się, że nie. Zapytałem go zatem na ile wycenia swoją rękę? Odpowiedział, co najmniej na 100 tysięcy. Jeżeli ręka jest warta sto tysięcy to cała osoba powinna być ubezpieczona na co najmniej milion złotych, odparłem. Odburknął, że nie z nim takie tanie amerykańskie sztuczki. Zapytałem, czy ma ubezpieczony samochód. Odpowiedział, że oczywiście ma. Pogratulowałem, że ma ubezpieczoną oponę w samochodzie, lusterko i boczną szybę a już swojej ręki nie. Zdębiał, zrobił się miły. Po miesiącu kupił polisę dla siebie, a 2 miesiące później również dla żony.

- W której części roku ubezpieczenia sprzedają się najlepiej?

Nie ma tu sezonowości. Pytasz pewnie dlatego, że zbliżają się święta, jednak Polacy pod choinkę ubezpieczeń nie kupują.