

RENOMIA už 25 rokov rieši podnikateľské riziká

Spoločnosť RENOMIA začala pred 25 rokmi ako malá rodinná firma v obývačke v moravskom meste Hranice. Dnes je najväčší stredoeurópsky maklér, má firmy a pobočky v siedmich krajinách a uvažuje o ďalšej expanzii. O firemných rizikách sme sa rozprávali s konateľom spoločnosti Jiřím Nepalom a s riaditeľom RENOMIA na Slovensku Martinom Michalom.

Aký bol vstup spoločnosti RENOMIA na Slovensko?

JN: V Českej republike firma vznikla v roku 1993, a ako sa postupne rozvíjala, bolo logické, že sme zamierili na Slovensko. Českú a Slovenskú republiku sme stále vnímali ako jeden štát, máme veľa klientov, ktorí pôsobia v oboch krajinách, preto sme v roku 2001 založili v Bratislave dcérsku spoločnosť.

Kto bol váš prvý klient?

JN: Na Slovensku bola naším prvým klientom spoločnosť ZEMPMILK z Michaloviec, ktorá sa dnes volá SYRÁREŇ BEL SLOVENSKO. Druhá pobočka preto bola otvorená v Košiciach. V súčasnosti máme na Slovensku štyri pobočky - v Bratislave, v Nitre, vo Zvolene a v Košiciach - a okrem toho máme 20 kancelárií v rámci franšízovej siete RENOMIA NETWORK.

Koľko máte v súčasnosti zamestnancov?

MM: Dnes máme na Slovensku 70 vlastných zamestnancov, spolu s franšízovou sieťou pre nás pracuje približne 120 ľudí.

JN: Celá skupina RENOMIA GROUP, ktorá pôsobí v siedmich štátoch, má približne 1 300 spolupracovníkov.

Aké výsledky ste za 25 rokov dosiahli?

JN: V súčasnosti RENOMIA GROUP spravuje poisťné vo výške 380 miliónov eur, čo nás radí na čelo rebríčka medzi maklérmi v strednej a vo východnej Európe. Každoročne organicky rastieme približne o 10 percent, darí sa nám získavať nových klientov a minulý rok sme dosiahli tržby 47 miliónov eur. Máme retenciu klientov 99 percent, čo je v poisťovacích službách vynikajúci výsledok. Okrem toho sme za posledných 10 rokov kúpili 12 spoločností,

ktoré už boli etablované na trhu v strednej Európe a stali sa súčasťou RENOMIA GROUP.

Mení sa zmýšľanie podnikateľov, uvedomujú si viac ako v minulosti nevyhnutnosť poistenia?

JN: Poistenie sa z jednaní o cenu v posledných 10 rokov výrazne zmenilo na diskusiu s klientom o jeho rizikách. Identifikujeme jednotlivé riziká, ich závažnosť a dosah na fungovanie spoločnosti. Firma si tak vie lepšie predstaviť, aké typy rizík jej hrozia, aké môžu mať následky a ako sa dajú riešiť. Myslím si, že každý rok povedomie o riziku rastie.

Aké služby ponúkate klientom?

JN: Klientom ponúkame službu, v rámci ktorej mu poradíme a identifikujeme riziká, ktoré ich ohrozujú. Na poisťovacom trhu vyjednávame najlepšiu kombináciu kvality a ceny poistenia. Klientom sa staráme aj o škody, vyjednávame s poisťovateľmi. My nepredávame produkt, ale ponúkame službu. Poisťovne sú našimi partnermi, ale službu poskytujeme primárne klientovi a sme na jeho strane. Veľkou pridanou hodnotou je aj stabilný tím, ktorý máme. V poisťovníctve je pritom skúsenosť zásadná na to, aby sme klientovi dokázali správne poradiť. Pretože to, či ste mu na začiatku dobre poradili, zistíte až vtedy, keď sa stane škoda.

Nedostane klient toto všetko aj v poisťovni?

JN: V porovnaní s pracovníkmi poisťovne máme väčší prehľad o celom trhu, jeho možnostiach a tiež obrovské množstvo skúsenosti. Keď totiž ponúkate produkty jednej poisťovne, väčšinou neviete, aké sú rozdiely pri konkurenčných produktoch, pretože často je to o malých detailoch v texte. Našou výhodou je aj to, že dokážeme skombinovať poisťné programy od viacerých poisťovní. A logicky, ak poisťovňa má nejaký produkt, ktorý nie je najlepší na trhu, klientovi to nebude prezentovať. Našou úlohou je na to upozorniť a nájsť pre klienta najlepšie riešenie. Spoločne s poisťovňami následne produkty zlepšujeme v prospech klientov.

Zastupujete klientov aj v prípade sporu s poisťovňou?

MM: Takúto možnosť nám dáva zákon podľa, ktorého sa riadime. My to ponúkame v rámci komplexnosti služieb pre klienta. Keď sa stane poisťná udalosť, tak ho zastupujeme pred poisťovateľmi. Často je to o detailoch v poisťných podmienkach.

S koľkými poisťovňami spolupracujete?

JN: Vlni sme spolupracovali asi so 65 poisťovateľmi na celom svete, u ktorých sme umiestnili riziká našich klientov. Na Slovensku spolupracujeme so všetkými poisťovňami a okrem toho hľadáme produkty aj na iných trhoch. Lokálne trhy neponúkajú vždy všetky kapacity a produkty, ktoré potrebujeme pre našich klientov, preto spolupracujeme aj s partnermi na globálnom poisťnom trhu. Vďaka tomu vieme klientom ponúknuť aj produkty, ktoré na našom trhu nezoženiete alebo ich zoženiete za výrazne horších podmienok.

Koľko máte v súčasnosti klientov?

MM: Celkovo má RENOMIA GROUP asi 70-tisíc firemných klientov. Na Slovensku je to takmer 6 000 klientov. Orientujeme sa najmä na stredné a väčšie firmy. Staráme sa však aj o menších klientov, a to aj napríklad prostredníctvom siete RENOMIA NETWORK. Často ide o spriaznené spoločnosti našich väčších klientov.

Je vyjednávanie s firmami ťažšie ako jednanie s retailovými klientmi?

JN: Je to veľmi podobné. Angažujeme sa aj na retailovom trhu prostredníctvom oddelenia RENOMIA BENEFIT, ktoré sa stará o zamestnancov našich firemných klientov. Som presvedčený o tom, že pre klientov vždy vyjednáme najlepší pomer ceny a rozsahu krytia.

Aké poistenie slovenským firmám chýba najčastejšie?

MM: Klienti si väčšinou uvedomujú, že by mali mať poistený majetok a zodpovednosť za škodu spôsobenú tretej strane. Neraz si však už nevedia predstaviť, aké škody môžu nastať, keď sa im napríklad v dôsledku poisťnej udalosti na istý čas preruší výroba.



Ing. Martin Michal

bol prvým zamestnancom slovenskej RENOMIA, dnes je jej riaditeľom. Patrí k vyhľadávaným odborníkom v oblasti poisťovníctva na Slovensku. Vďaka mnohoročnej praxi je to jeden z mála profesionálov na trhu, ktorý má bohaté skúsenosti s realizáciou poisťných programov pre spoločnosti z najrôznejších odborov a s likvidáciou poisťných udalostí.



Ing. Jiří Nepala

buďuje a riadi spoločnosť RENOMIA od jej založenia spolu s riaditeľkou spoločnosti Jiřinou Nepalovou a s bratom Pavlom Nepalom. Ako Managing Partner riadi činnosť výkonného výboru zloženého z kľúčových manažérov a je zodpovedný za aktivity v Českej republike a na Slovensku.

Takéto škody síce nie sú veľmi časté, ale ak sa už raz preruší prevádzka, napríklad z dôvodu požiaru, môže ísť o fatálnu škodu. Ďalej sú to rôzne nové produkty, ako je poistenie kybernetických rizík.

V tomto roku ste expandovali do Chorvátska, celkovo tak pôsobíte už v siedmich krajinách. Plánujete rozšíriť svoje podnikanie aj do ďalších?

JN: Určite o tom uvažujeme a pristupujeme k tomu veľmi zodpovedne. Každá expanzia má totiž svoje riziká, keďže každá spoločnosť pôsobí na inom trhu, ktorý má inú reguláciu a iné rozloženie poisťovacieho trhu. Vďaka tomu sme sa veľa naučili o tom, ako na iné trhy vstupovať. Zatiaľ sú, našťastie, všetky projekty úspešné. Medziročný nárast našich zahraničných dcérskych spoločností je 25 percent. Dlhodobo sa pozeráme na poľský trh, ktorý je veľmi blízko, zároveň je to veľký trh a už dnes tu máme niekoľko klientov, o ktorých sa staráme.

Plánujete nejaké akvizície aj na Slovensku?

JN: Na Slovensku, rovnako ako v Českej republike, sa na trhu dejú významné zmeny v súvislosti so zmenou legislatívy či digitalizácie a pre menšie firmy je zložité všetko sledovať. Ďalším dôležitým bodom je potom generičná obmena vo firmách. Veľa majiteľov založilo svoje firmy pred 20 rokmi a často nemajú nasledovníkov. Trh sa určite konsoliduje a my sme na to pripravení a otvorení rokovaniam.

Ako vám pomáha to, že pôsobíte vo viacerých štátoch?

JN: Predstavuje to obrovskú synergiu, klientom dnes vieme zabezpečiť služby prostredníctvom našich špecialistov vo viacerých krajinách, čo presiahlo naše očakávania. Takáto spolupráca je užitočná, pretože si vymieňate know-how a skúsenosti. Napríklad naši kolegovia v Rumunsku, keď sme ich pred pár rokmi kupovali, boli ďaleko pred nami v on-line poistení a v tom, ako využívali technológie na poskytovanie produktov a služieb. Expanzia je dôležitá aj z hľadiska riadenia spoločnosti, kvality práce a vzdelávania. Kolegovia cestujú a učia sa navzájom. Veľmi dôležité je aj to, že klientom, ktorí v tomto regióne pôsobia, vieme poskytnúť komplexnú službu na všetkých trhoch. V súčasnosti máme takmer 500 klientov, o ktorých sa staráme súčasne vo viacerých štátoch.

Očakávate, že aj v poistení firemných rizík bude čoraz väčšiu úlohu zohrávať on-line poistenie, alebo sprostredkovateľa nemožno takto nahradiť?

MM: Dnes sa on-line poistenie používa najmä pri jednoduchších produktoch, ako je poistenie vozidiel či cestovné poistenie. V prípade risk managementu pri poistení firiem však ide o oveľa zložitejší proces, a preto tu dnes nie je možné komplexne prejsť na on-line poistenie. Určite však budú pribúdať produkty, ktorých sa on-line bude týkať.

JN: Predpokladám, že v korporátnom biznise budú pribúdať nové technologické nástroje, vďaka ktorým budeme klientom vedieť rýchlejšie poskytnúť informácie a analýzy, mapovanie rizík a urýchli sa

aj likvidácia poisťných udalostí. Nové technológie určite tieto služby zrýchlia a zlepšia a zvýši sa komfort klienta. Zatiaľ však nepredpokladáme, že by sprostredkovateľ v tejto oblasti dokázala nahradiť technológia, ale pomôže nám robiť veci efektívnejšie.

Ak chce podnikateľ zmapovať svoje riziká, je preňho asi jednoduchšie, ak sa porozpráva so sprostredkovateľom, ako keby mal vyplňať obsahly dotazník, ktorý nemusí obsahovať všetko.

JN: Tu je veľmi dôležitá skúsenosť. Klient môže vyplňať dotazníky, technológia mu môže modelovať rôzne situácie a scenáre. Určite to budú nástroje, ktoré budeme využívať aj my. Avšak skúsenosť, cit a intuícia sú v tomto prípade nenahraditeľné. Pretože všetky skúsenosti zo života firiem do softvéru nedáte. Preto je dobré pohovoriť si o tom s klientom a správne sa ho pýtať. Vidíte, ako klient reaguje, a na základe toho položíte ďalšiu otázku. Často sa tak dostanete k prekvapivým informáciám. Ak by ste rozhovor nevedli správne, nezistíte, že klient má nejaké riziko, ktoré si ani on sám neuvedomuje a ktoré mu reálne hrozí. No pri diskusii ho objaví sám.

Aký je záujem klientov o nové typy poistenia, ako je poistenie proti kybernetickým rizikám?

MM: Keďže ide o nové produkty, chvíľu trvá, kým im klienti prídu na chuť. Pri novinkách to vždy býva tak, že klienti najprv nasávajú informácie a potrebujú istý čas na to, aby ich absorbovali a uvedomili si, že to riziko hrozí aj im.

Ste spokojní so súčasným legislatívnym prostredím v oblasti sprostredkovania?

JN: V legislatíve by sa malo lepšie zdefinovať, kto je poisťovací makléř a poisťovací agent a aké je ich postavenie na trhu. Poisťovací makléř obhajuje záujem klienta a koná v jeho mene. Poisťovací agent koná v mene poisťovne. Pre obe kategórie platí, že sa musia odborne starať o klienta. Väčšiu istotu nezávislosti má klient u poisťovacieho makléřa. Tu ešte cítim medzeru v slovenských zákonoch, ktorú by bolo vhodné upraviť.

Aké sú pri poistení podnikateľov trendy do budúcnosti?

JN: Očakávam, že záujem bude predovšetkým o vynikajúcu analýzu rizík, ktoré firme hrozia. Trendom bude určite ochrana firemných dát a údajov. Dáta a riziká s nimi spojené budú novou témou, o ktorú sa bude musieť každá firma zaoberať.