

Doradztwo finansowe



Sukcesy sprzedażowe i rozwój oferty dla firm

Trzy kwartały 2015 r. doradcy zrzeszeni w Związku Firm Doradztwa Finansowego (ZFDF) zamknęli pod znakiem hipotek. W trzecim kwartale 2015 roku pośredniczyli w udzieleniu kredytów mieszkaniowych o łącznej wartości 3,85 mld złotych, wypracowując tym samym 2 proc. wzrost w stosunku do poprzednich trzech miesięcy oraz aż 13 proc. wzrost w ujęciu rocznym. Doradcy, dywersyfikując swoją działalność, wzmacniają również inne linie produktowe. W III kwartale udzieliли m.in. blisko 284 mln zł kredytów dla przedsiębiorstw.

Sukces w hipotekach

Wartość kredytów mieszkaniowych udzielonych między lipcem a wrześniem 2015 r. okazała się jeszcze wyższa niż w rekordowym II kwartale. Wzrosty w tym sektorze odnotowała większość firm tworzących ZFDF. – Drugie półrocze 2015 roku firmy zrzeszone w ZFDF rozpoczęły bardzo dobrymi wynikami w sektorze kredytów hipotecznych, pośredniczyły bowiem w udzieleniu hipotek o wartości 3,85 mld zł. Ich zaciąganiu sprzyjają korzystne warunki rynkowe. Oprocentowanie utrzymuje się na niskim poziomie, natomiast marże – na zbliżonym do tego z początku roku. Kupujący mają także dodatkową motywację – wraz z końcem 2015 r. wzrośnie minimalny wkład własny, co zachęca do szybszego podjęcia decyzji – podsumowuje Adrian Jarosz,

prezes Związku Firm Doradztwa Finansowego, Expander Advisors. Helena Kamińska z Open Finance SA dodaje. – Na solidne wyniki kwartalne w sektorze hipotek wpływ miało również „rozluźnienie” wymogów związanych z programem dopłat rządowych „Mieszkanie dla Młodych”. Wielu kredytobiorców dopiero we wrześniu tego roku – po rozszerzeniu programu MDM o mieszkania z rynku wtórnego – zyskało realną możliwość skorzystania z tego dofinansowania. Wcześniej, ze względu na m.in. niewielką dostępność oferty deweloperskiej w mniejszych miejscowościach, propozycja MDM była ograniczona. Tym bardziej całej naszej branży zależy na promocji samego programu, ale i wsparciu klientów w uzyskaniu korzystnych dopłat przy zakupie ich własnych „czterech kątów”.

Sprzedaż produktów inwestycyjnych

Firmy doradztwa finansowego należące do ZFDF w III kwartale pośredniczyły też w sprzedaży produktów inwestycyjnych o łącznej wartości 1,32 mld złotych.

Polacy nadal chętnie pożyczają

Łączna wartość kredytów gotówkowych udzielonych za pośrednictwem firm zrzeszonych w ZFDF w III kwartale 2015 r. wyniosła 506,20 mln złotych. Sprzedaż tych produktów utrzymuje się więc na wysokim poziomie. Obecny wynik jest lepszy o blisko 40 proc. w stosunku do tego wypracowanego w III kwartale 2014 r. (363,38 mln zł).

Nowa kategoria – odpowiedź na rosnące potrzeby przedsiębiorców

Coraz ważniejszą rolę w wynikach osiąganych przez firmy doradztwa finansowego odgrywają produkty skierowane do przedsiębiorstw. Łączny wolumen kredytów firmowych udzielonych w III kwartale przez pośredników zrzeszonych w ZFDF wyniósł 283,78 mln zł. – Polscy przedsiębiorcy coraz częściej sięgają po zewnętrzne finansowanie. Sprzyja temu rosnący optymizm

dotyczący prowadzonej działalności oraz coraz większe potrzeby związane z planami inwestycyjnymi czy rozwojem biznesu – komentuje Dominik Skrzycki, wiceprezes Związku Firm Doradztwa Finansowego, Aspiro, a Adrian Jarosz, prezes Związku Firm Doradztwa Finansowego, Expander Advisors dodaje: – Przedsiębiorcy chętnie sięgają po wsparcie doradców. To dla nich oszczędność czasu, co przy prowadzeniu biznesu przekłada się także na oszczędność pieniędzy. To właśnie ze względu na tę tendencję zdecydowaliśmy się na dodanie kolejnej kategorii sprzedażowej w naszej komunikacji. Od tego kwartału wolumen kredytów dla przedsiębiorstw udzielonych za pośrednictwem doradców ZFDF będzie raportowany na równi z pozostałymi kategoriami.

Wartość wypłaconych produktów inwestycyjnych w III kwartale 2015 r. (w mln zł)

Lp.	Spółka	Wyniki III kwartał 2015 r.
1.	Open Finance +Home Broker	1 194,00
2.	Expander	126,90
3.	Gold Finance	0,51

Wartość kredytów hipotecznych w III kwartale 2015 r. (w mln zł)

Lp.	Spółka	Wyniki III kwartał 2015 r.
1.	Open Finance +Home Broker	1 297,00
2.	Expander	1 138,83
3.	Aspiro	656,32
4.	Notus Doradcy Finansowi	539,15
5.	Gold Finance	170,97
6.	Doradcy24	46,40

Wartość wypłaconych kredytów firmowych w III kwartale 2015 r. (w mln zł)

Lp.	Spółka	Wyniki III kwartał 2015
1.	Expander	95,94
2.	Open Finance +Home Broker	84,00
3.	Aspiro	79,31
4.	Gold Finance	24,53

Wartość wypłaconych kredytów gotówkowych w III kwartale 2015 r. (w mln zł)

Lp.	Spółka	Wyniki III kwartał 2015 r.
1.	Open Finance +Home Broker	267,00
2.	Expander	103,28
3.	Aspiro	88,35
4.	Gold Finance	30,75
5.	Notus Doradcy Finansowi	15,12
6.	Doradcy24	1,70

Jak wybrać wiarygodnego doradcę?

Wybór kredytu, zarządzanie finansami i strategia inwestycji – te zadania warto powierzyć specjalistom. Na polskim rynku działa ponad 10 tys. firm zajmujących się doradztwem finansowym. Ważne, by wybrać tę, która zadba o bezpieczną relację z bankiem i zrealizuje cel od początku do końca.

Marta Sewerynek-Otwinowska



Firmy zajmujące się doradztwem finansowym muszą wykazywać elastyczność w działaniu, szybko reagować na zmiany pojawiające się na rynku finansowym oraz nieustannie inwestować w rozwój swoich pracowników. Średnio raz na kwartał instytucje bankowe informują o zmianach dotyczących produktów bankowych, zatem obowiązkiem jest dostosowanie oferty do warunków panujących na rynku. Jak wybrać pewnego partnera w finansach?

Znana marka

Pierwszym krokiem powinna być analiza wiarygodności firmy doradczej. Wyróżnienia przyznawane za działalność są dowodami na jej pewne

miejsce w branży finansowej i ugruntowaną pozycję na rynku. Ważną wizytówką marki jest też strona internetowa: przejrzystość informacji pozwoli zorientować się, jakie produkty oferuje dana firma i jaką polityką kieruje się w działaniach. Jeśli istnieje możliwość złożenia zapytania poprzez formularz lub czat na stronie internetowej, warto skorzystać z tej metody pierwszego kontaktu. W ten sposób można sprawdzić przepływ informacji oraz to, jak szybko firma odpowiada klientowi: czas reakcji może być sygnałem, że współpraca będzie przebiegać płynnie i szybko. Dodatkowym elementem, który pomoże zbadać wartości firmy doradczej jest jej obecność w mediach.

Wsparcie eksperta

Następnie warto skierować swoje kroki do doradcy finansowego. Ekspert wyróżnia się profesjonalizmem i wiedzą – reprezentuje markę w kon-

takcie z klientem. Musi posiadać szeroką wiedzę w zakresie produktów bankowych i aktualnej sytuacji na rynku. Wiarygodny doradca chce poznać klienta, bada jego sytuację finansową i definiuje potrzeby. Będzie dążył do spotkania, by zadbać o komfort i bezpieczeństwo współpracy. Co więcej: doradca powinien służyć pomocą również po zamknięciu transakcji. W zależności od celu pozyskania dodatkowych środków finansowych powinien zaproponować najlepsze rozwiązanie. Obszerny i dokładny wywiad z klientem to podstawowy element w procesie przygotowywania strategii. Ma on ogromne znaczenie, gdy cel klienta jest długoterminowy lub wieloetapowy. Każda informacja może okazać się kluczowa przy doborze produktu finansowego. Działania doradcy powinny być przejrzyste, a każdy etap pracy jasny.

Zasady współpracy

Przed podjęciem decyzji o wyborze doradcy finansowego należy dowiedzieć się, jak wyglądają warunki współpracy. Warto zadać pytania o formalności: czy firma rozpoczyna współpracę od umowy na świadcze-

nie usług pośrednictwa finansowego? Jest to kluczowy element i zabezpieczenie interesów klienta. Jednocześnie dokument informuje o pełnych kosztach usług, czyli wynagrodzeniu dla firmy doradczej. Podczas rozmowy specjalista wyjaśni cały proces pozyskania środków finansowych, aby klient poznał szczegóły związane z uzyskaniem kredytu.

Wachlarz ofert

Kolejnym etapem jest analiza oferty. Wyróżnikiem firmy jest nie tylko różnorodność produktów, ale przede wszystkim możliwość wyboru najlepszego rozwiązania. Współpraca z wieloma partnerami oznacza zaufanie: im więcej banków decyduje się na wspólną działalność z firmą doradczą, tym wyższa pozycja firmy doradczej. Oferta powinna mieć kompleksowy charakter, ale jej wyróżnikiem powinno stać się dopasowanie do potrzeb klienta.

Bezpieczeństwo informacji

Wszystkie dokumenty klienta powinny być w należyty sposób przechowywane i archiwizowane.

Bezpieczeństwo przekazywanych informacji, tym bardziej tych dotyczących sfery finansowej, powinno być na najwyższym poziomie. Jeśli polityka firmy doradztwa finansowego przewiduje długofalową współpracę, budowa historii klienta pozwoli na szybką obsługę w dowolnym momencie.

Utrzymujący się trend pokazuje, że w najbliższych latach coraz więcej osób będzie korzystać z usług firm doradztwa finansowego. Liderzy rynku w związku z tym kładą duży nacisk na edukację pracowników. Kursy, szkolenia, konferencje są związane nie tylko z wiedzą produktową, lecz także branżową. Specjalista potrafi doradzić w kwestii rozliczeń z innymi instytucjami, wyjaśni zapisy umowy kredytowej i zasady obsługi po uzyskaniu środków finansowych. Analizując zmiany zachodzące w gospodarce, zaoferuje dopasowane produkty finansowe i doradzi, w co warto zainwestować. Wybór firmy doradztwa finansowego powinien być przemyślany: warto lepiej postawić na długofalową współpracę.

Autorka jest dyrektorem ds. analiz Futuro Finance

Reklama



Więcej możliwości w jednym miejscu!



Kredyty, inwestycje
i produkty firmowe



Najszerzy wachlarz
produktów finansowych



Bezpłatna pomoc doradcy
w wyborze oferty

Przyjdź, porównaj, skorzystaj!

Zapraszamy do placówek Open Finance.

open.pl
tel. 801 600 200

Lista banków, z którymi Open Finance SA współpracuje w zakresie wykonywania czynności pośrednictwa finansowego przy oferowaniu kredytów hipotecznych dostępna jest na stronie: www.open.pl/kredyt-hipoteczny. Open Finance Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie przy ul. Przyokopowej 33, 01-208 Warszawa wpisana do rejestru przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000196186, NIP 5213280836, REGON 015672908, której kapitał zakładowy wynosi 543 566,63 zł tel. 22 427 47 00, fax 22 276 20 75, e-mail: kontakt@open.pl. Koszt połączenia zgodny ze stawką operatora.

Doradztwo finansowe dla MSP

Przez ostatnie lata rynek próbuje dostosować ofertę do potrzeb małych i średnich przedsiębiorców. Okazuje się jednak, że o ile potrzeby małych firm zostały zaspokojone, o tyle rynek dla „średniaków” wciąż jest ograniczony.

Tomasz Suski



Zaraz po pierwszych częściowo wolnych wyborach w Polsce w 1989 roku i powołaniu rządu Tadeusza Mazowieckiego, do naszego kraju zaczęły ścigać duże międzynarodowe korporacje ze swymi inwestycjami. W ślad za nimi pojawiły się u nas również duże, międzynarodowe firmy konsultingowe, świadczące usługi doradcze (w tym w zakresie obecnie rozumianego doradztwa finansowego), takie jak Price Waterhouse czy Coopers & Lybrand (wtedy jeszcze przed fuzją, a obecnie PWC).

Jednocześnie wolność gospodarcza sprawiła, że niczym grzyby po deszczu zaczęły powstawać mniejsze, rodzime firmy produkcyjne, handlowe, usługowe. Wielu Polaków zaczęło tworzyć różne biznesy i pragnęło je rozwijać. A firma do rozwoju potrzebuje dwóch rzeczy – wiedzy i kapitału. W ostatniej dekadzie XX wieku i z jednym i z drugim było ciężko. Przedsiębiorcy zmuszeni byli więc do poszukiwań na własną rękę.

Źródło wiedzy

I tak naprawdę niewiele się w tym zakresie zmieniło przez kilkanaście lat. Oczywiście powstawały małe firmy doradcze, które lepiej lub gorzej radziły sobie na rynku.

Równoległe ewoluowała bankowość, powstawały nowe produkty skierowane do firm, pojawiały się nowe banki, jednak prawdziwe zmiany zwiastowało dopiero pojawienie się firmy Expander na początku XXI wieku. Od tego momentu można tak naprawdę datować powstanie rynku doradztwa finansowego otwartego nie tylko dla korporacji – a przynajmniej zaistnienie tego rynku w świadomości społeczeństwa.

Początki jak to początki, były trochę jak „dziki zachód”. Każdy kto chciał nagle mógł zostać „doradcą finansowym”. Tyle, że rynek skupił się głównie na kliencie detalicznym i oferował im kredyty mieszkaniowe i gotówkowe. Małi i średni przedsiębiorcy nadal byli w zasadzie pomijani przez firmy doradcze, jedynie małe firmy doradcze (freelancerzy) działali na tym rynku. Co więcej, źródło przychodów np. Expander, polegające na wynagradzaniu doradców finansowych przez banki, a nie klienta, niejako utrwalił tę lukę, a stało się wygodne dla firm doradztwa finansowego.

Nisza na rynku doradztwa

Z czasem pojawiały się kolejne firmy doradztwa finansowego, a jednocześnie banki rozwijały swoje produkty kierowane do MŚP i rozwijały kanały sprzedaży – zaczęły współpracować z pośrednikami. Jednak oferta banków kierowana do MŚP przez kanał pośredników była i nadal jest ograniczona. Są to głównie produkty przeznaczone na finansowanie małych firm. Brakuje jednak oferty dla wszelkiej maści „średniaków” – deweloperów chcących wybudować kilkadziesiąt mieszkań, małych kopalni kruszcu potrzebujących maszyny za kilka milionów złotych itp. Nadal również mniej lub bardziej brakowało tak potrzebnej do profesjonalnej obsługi i rozwoju wiedzy.

Światłem w tunelu miało być pojawienie się nowego gracza – Tax Care i współpracującego banku IDEA Bank. Pośrednik stworzony dla firm był świetnym pomysłem i szansą na zapełnienie rynkowej luki. Niestety Tax Care jako duża organizacja wkomponowała się szybko w panujące trendy i swoją ofertę również ogranicza do produktów dla mikro-

przedsiębiorstw, z wynagrodzeniem płaconym przez banki.

I to sprawiło, że stworzyła się nisza. Nisza, którą zaczęli wypełniać ludzie związani z bankowością, będący wcześniej pracownikami banków, ludzi którzy w okresie rozwoju rynku doradztwa zdolali dostrzec jego braki, a własne doświadczenie pozwoliło im ją wypełnić. Nie da się na tym polu wymienić konkretnych graczy. Nie ma tu nawet jednej dużej instytucji, która faktycznie byłaby doradcą dla klienta biznesowego. Jest za to cała masa małych organizacji, które przenoszą standardy oferowane przez wielkich (jak wspomniane PWC) pod strzechy małych.

Szersze perspektywy

Takie firmy czy osoby oferują nie tylko pośrednictwo kredytowe – one przede wszystkim oferują swoją wiedzę i doświadczenie w pozyskiwaniu kapitału. Tworzą analizy inwestycji i biznesplany dla swoich klientów, pomagają w ocenie i poprawie kondycji finansowej firmy klienta, wskazują pola do poprawy czy podpowiadają rozwiązania, z którymi się zetknęły,

a o których klient zwyczajnie nie wie. W przeciwieństwie do doradcy bankowego nie zajmują się tylko sprzedażą produktu i przyjęciem wniosku. Ich pełna usługa w zakresie doradztwa powoduje, iż klient zaczyna dostrzegać szersze horyzonty możliwości rozwoju firmy, dostrzec może również błędy i spojrzeć na nie przez pryzmat wiedzy doradcy i wyciągnąć odpowiednie wnioski na przyszłość. W ten sposób klient ma szansę ruszyć do przodu, a nie stać w jednym miejscu. Wiedza doradców finansowych to konkretna pomoc: znalezienie błędów w księgach rachunkowych, na czym klient może skorzystać poprzez zapłatę niższego podatku, doradztwo w zakresie wyboru inwestycji, ocena inwestycji, jej rentowności, możliwości finansowania, ocena zagrożeń, stworzenie alternatywnych koncepcji finansowania i wiele, wiele innych. Tworzą wartość dodaną. Doradzają, w pełni tego słowa znaczeniu. I tak jak wielcy, wyceniają swoje usługi bezpośrednio od klientów, będąc faktycznie niezależnymi od instytucji finansowych.

Relacja z doradcą

Doradztwo finansowe dla MŚP to praktycznie outsourcing wielu aspektów działalności – zarówno finansowych, jak i planowania, strategii, rozwoju. Trzeba też pamiętać o specyfice klienta biznesowego – firmy poprzez rozwój zmieniają się i zwiększają swoje zapotrzebowanie m.in. na kapitał. Dobry doradca wiąże się więc ze swoimi klientami wieloletnimi relacjami i rozwija wspólnie z nimi. Można więc zaryzykować stwierdzenie, że zachodzi efekt synergii, który obu stronom przynosi wymierne korzyści.

Autor jest koordynatorem projektów marketingowych, specjalistą ds. kredytów hipotecznych ERATIA Doradztwo Finansowe dla Firm



Dobry doradca – wsparcie dla klienta

Własne „4 kąty” – większość z nas marzy o byciu właścicielem mieszkania lub domu, w którym będzie w końcu na swoim. Kupno nieruchomości to nie tylko jedna z ważniejszych życiowych decyzji na wiele lat, ale zazwyczaj decyzja związana z zaciągnięciem kredytu hipotecznego, który sfinansuje nam ten zakup. Warto zatem – zwłaszcza w tak decydującym momencie – mieć przy boku zaufaną osobę czyli profesjonalnego doradcę finansowego, który wesprze nas w całym procesie kredytowym.

Przemysław Guberow



Potocznie i nieco żartobliwie mówi się, że z kredytem „bierzemy ślub”. Coś w tym jest – to zobowiązanie na wiele lat, które ma ogromny wpływ na nasze plany finansowe, dalsze wybory życiowe czy status majątkowy. Decyzja o kredycie hipotecznym na

wymarzone „M” łączy się z odpowiedzialnością i stałą kontrolą finansów domowych. Ale czy tak naprawdę znamy i umiemy obiektywnie ocenić swoje wszystkie możliwości, ale i ograniczenia finansowe?

Po co zatem ryzykować i samodzielnie poruszać się w gąszczu – niekiedy dość znacznych – formalności i procedur z bankami? Oszczędność czasu, brak jakichkolwiek opłat za usługi, wszystkie oferty kredytów

hipotecznych z banków „na jednym stole” oraz budowa zaufania i relacji z jedną osobą. To zaledwie kilka atutów współpracy z doradcą finansowym – profesjonalistą, o szerokiej wiedzy na temat rynku finansowego, produktów, korzystnych rozwiązań kredytowych – który jest idealną odpowiedzią na potrzeby klientów.

Klienci, którzy ubiegają się o kredyt hipoteczny muszą jednak pamiętać o jednym – tylko zaufane marki na rynku, które działają od wielu lat, są gwarancją, że ich sprawa będzie profesjonalnie obsłużona. Znane spółki skupiają najlepszych doradców w branży, którzy swoją wiarygodność oraz dobrą renomę, jak i samej firmy, zyskali dzięki wieloletniej współpracy z innymi zadowolonymi klientami.

Argumentem, który przemawia za skorzystaniem z usług profesjonalisty jest fakt, że doradcy przeprowadzają nawet kilka kredytów hipotecznych w miesiącu! To oznacza, że procedury, znajomość ofert kredytowych banków – dodajmy, często zmieniających się – czy wiedzę o rynku finansowym mają opanowane do perfekcji. Ważne, aby przy wyborze doradcy finansowego klienci zwracali uwagę też na inne czynniki.

Profesjonalny doradca to taki, który wspiera klienta na każdym etapie procesu kredytowego – od zebrania i porównania ofert różnych banków, pomocy przy wyborze tej najlepiej dopasowanej do oczekiwań kupujących, po pilnowanie wszystkich formalności aż do momentu, gdy doradca towarzyszy klientowi podczas podpisania osta-

tecznej umowy kredytowej. Na tym nie koniec – należy pamiętać, że sprawdzony doradca finansowy zawsze negocjuje z bankami, w imieniu klienta, warunki kredytu.

Takie działanie zapewnia poczucie bezpieczeństwa klientów oraz pewność, że ubieganie się o kredyt hipoteczny jest prowadzone profesjonalnie i z największą starannością.

Warto zaznaczyć, że rola profesjonalnego doradcy nie kończy się po podpisaniu umowy kredytowej. Jest on dostępny dla klienta oraz jego bliskich o każdej porze i pomaga im także w tzw. „serwisowaniu” kredytu w czasie trwania umowy kredytowej.

Autor jest prezesem zarządu Open Finance SA

NAJBARDZIEJ ROZPOZNAWALNE MARKI

Szanowni Państwo,

w tym roku po raz pierwszy redakcja „Gazety Finansowej” wyłoniła najbardziej rozpoznawalne marki wśród doradców finansowych. Co najmniej od kilku lat na szczycie utrzymują się firmy, które potrafiły iść z duchem czasu, ciągle unowocześniając ofertę i dopasowując ją do oczekiwań rynku. Uwzględniając sytuację rynku i na podstawie analizy ofert firm doradztwa finansowego redakcja postanowiła

wyróżnić trzy marki. Wpisały one w swoją działalność stały rozwój, najwyższą jakość usług oraz rzetelne podejście do klientów. Są to: Open Finance, Expander oraz Futuro Finance. Poniżej prezentujemy marki oraz uzasadnienie wyróżnienia wraz z charakterystyką działalności. Wyróżnionym firmom serdecznie gratulujemy i życzymy kontynuacji strategii firmowej w takim samym stylu.

Redakcja



To marka, którą wyróżniliśmy za konsekwentne budowanie pozycji lidera, opartej na rzetelnej wiedzy i znajomości rynku finansowego. Profesjonalne podejście do klienta odzwierciedla się w indywidualnej analizie potrzeb i możliwości, co przekłada się na skuteczne działania. Oferta spółki opiera się przede wszystkim na pomocy osobom, które inwestują oraz poszukują odpowiedniego kredytu. Cechą wyróżniającą jest otwartość na ścisłą współpracę z konkretnymi rynkami (oferta obejmuje m.in. branżę deweloperską). Specjalizacja doradców odpowiada szerokim potrzebom rynku i skierowana jest do klientów indywidualnych, jak i MSP. Specjaliści zapewniają wsparcie przy zarządzaniu finansami i profesjonalnie przeprowadzają klientów przez wszystkie formalności. Rozwojowy charakter spółki potwierdza także projekt Akademii Finansów i Ubezpieczeń, w ramach którego młodzi ludzie mogą zdobywać doświadczenie w branży doradztwa finansowego.

15 lat aktywnej obecności na polskim rynku doradztwa finansowego potwierdza, że jest to marka rzetelnie podchodząca do klientów. Wybór spośród szerokiego wachlarza usług, z jakiego mogą wybierać indywidualni klienci jak i firmy pokazuje, że głównym zamierzeniem polityki firmowej są niezależne usługi doradcze. Co za tym idzie – finanse wykorzystywane są zgodnie z zamierzonym celem, realizując obrane założenia klientów, którzy w zależności od wieku mają różne potrzeby. Specjalne miejsce w działalności firmy zajmuje praca z przedsiębiorstwami, dla których wyodrębniona została oferta, mająca na celu efektywne zarządzanie finansami, a tym samym rozwój rynku MSP. Oprócz doradztwa kredytowego i inwestycyjnego firma oferuje doradztwo dotyczące rynku ubezpieczeń, także tych grupowych. Z najważniejszymi wiadomościami finansowymi zapoznać można się także na działającym w ramach firmy serwisie ekonomicznym.

Domeną Futuro Finance jest obsługa klientów instytucjonalnych. Specjalizacja w tej rynkowej niszy sprawiła, że dziś spółka cieszy się zaufaniem klientów, a jej pracownicy postrzegani są jako specjaliści, którzy wychodzą naprzeciw oczekiwaniom rynku. Odpowiednie zarządzanie przez kadrę menadżerską i nastawienie na wypracowanie ustalonych wyników sprawiło, że firma nieustająco się rozwija, a solidność i skrupulatność zapewnia jej regularny wzrost. Zgodnie z założeniami, do końca 2016 roku firma zamierza otworzyć placówki Futuro Finance w większości miast wojewódzkich. To pozwoli jej szerzej wejść w rynek klienta indywidualnego, co stanowi jeden z priorytetów na 2016 rok. Wsparciem w jego realizacji będzie rozwijanie sieci franczyzowej.

Zmiany sprzyjają rozwojowi



Ze Szczepanem Mół, dyrektorem zarządzającym Futuro Finance, rozmawiała Joanna Zielińska

Czy w związku z wprowadzeniem podatku bankowego i ostatnimi informacjami o słabych wynikach finansowych banków, planują Państwo korektę planów rozwoju Futuro Finance?

Baczenie obserwujemy rynek bankowy i wszystkie zmiany w prawie, jednak nie wpływają

one bezpośrednio na nasze plany rozwoju. Konsekwentnie realizujemy przyjętą strategię i zgodnie z założeniami do końca 2016 roku zamierzamy otworzyć placówki Futuro Finance w większości miast wojewódzkich. Przygotowujemy się do tego od dłuższego czasu, więc nasza decyzja uwzględniała różne scenariusze.

Jak długo przygotowali się Państwo do wprowadzenia tych zmian?

Przygotowania rozpoczęliśmy dokładnie rok temu, tworząc specjalny program szkoleniowo-rekrutacyjny. Planów zwiększenia o 350 proc. i utworzenia 15 oddziałów nie realizuje się z dnia na dzień. Jednocześnie projektowaliśmy dodanie do planu biznesowego modelu franczyzowego. W drugiej połowie 2015 roku ruszył specjalny serwis WorkLevelUp dedykowany rekrutacji. Wtedy zmieniła się również strategia komunikacji w mediach, przy jednoczesnym ujednoczeniu wizerunku marki. Poczyniliśmy wiele inwestycji, by zadbać o jakość nie tylko pracy, ale i działań dla klientów. Obliczyliśmy, że w poprzednim roku ponad 720 godzin poświęciliśmy na szkolenia pracowników. Naszym celem było zbudowanie nowego standardu w usługach doradztwa finansowego, a punktem wyjściowym stała się 7 pozycja w rankingu firm zajmujących się pośrednictwem kredytowym. Naszym celem jest czołówka rankingu.

Czym kierowali się Państwo przy wyborze lokalizacji nowych placówek Futuro Finance?

Mimo że siedziba Futuro Finance jest we Wrocławiu, to

działalność od dawna prowadzimy na terenie całego kraju. Pierwsze placówki zdecydowaliśmy się uruchomić w miastach, w których już obsługujemy klientów. Obecnie działają już oddziały w Lublinie i Krakowie, a niedługo również w Łodzi. Jednocześnie prowadzimy rekrutację w Poznaniu, Gdańsku i Warszawie. Uruchamiamy też możliwość otworzenia własnego oddziału Futuro Finance w ramach franczyzy – prowadzimy szkolenia i szukamy kolejnych partnerów.

Czy Futuro Finance ma w planach wprowadzenie do swojej oferty także usługi dla klientów indywidualnych? Czy może firma koncentruje się głównie na umacnianiu swojej pozycji w doradztwie finansowym dla firm?

Już dziś obsługujemy klientów indywidualnych, jednak w naszym portfelu jest ich znacznie mniej niż klientów biznesowych. Naturalnie zmiany, które wprowadzamy, czyli obecność w miastach wojewódzkich, czy też model franczyzowy, będą sprzyjały rozwojowi tego segmentu. Proszę pamiętać, że do tej pory selekcjonowaliśmy naszą ofertę, stopniowo ją rozsze-

rzamy i wprowadzamy nowe produkty. Aktualnie wprowadzamy kredyty hipoteczne. Do tego kroku przygotowujemy się już od dłuższego czasu, szkoląc nasz zespół i badając rynek.

Nie obawia się Pan, że w obecnej sytuacji rynek pośrednictwa kredytowego może ucierpieć na rzecz samych banków?

Skupiliśmy się na niszy, która przez wiele firm zajmujących się pośrednictwem finansowym była pomijana. Wynika to głównie z faktu, że obsługa klienta biznesowego wymaga dużej wiedzy i zaangażowania od doradców. W odniesieniu do oferty banków konkurowanie o klienta faktycznie może wydawać się utrudnione, ale pamiętajmy, że największą zaletą Futuro Finance jest dywersyfikacja ofert. Doradca bankowy proponuje klientowi kredyt tylko w jednym banku i nie ma możliwości porównania dla niego ofert innych instytucji finansowych. Dzięki dopasowaniu propozycji dofinansowania do potrzeb kredytobiorców, udaje nam się dotrzeć do szerokiej grupy. Rządowe zmiany w większej mierze odczują klienci indywidualni, a mniej ci z sektora biznesowego.

TEKST PROMOCYJNY