

Dobrý den, paní Dlouhá,

děkuji Vám za zaslání Vašeho emailu a za to, že jste projevila zájem znát stanovisko naší společnosti k uvedeným skutečnostem před případným uveřejněním zkráceného článku. Mrzí nás, že nemůžete počkat na náš návrat ze zahraničí, kdy bychom Vám mohli věnovat více času a jsme tak nuceni odpovídat na rychlo.

Dovolte mi, abychom nad Vaším emailem vyjádřili překvapení. Společnost Klientské centrum pojišťoven s.r.o. působí na trhu od roku 2011 a jenom za minulý rok zprostředkovala tisíce schůzek se spotřebiteli. Za celou dobu existence naší společnosti jsme se ani jednou nesetkali s obdobnou připomínkou či výhradou oslovených osob. Důvody proč se zájemci o schůzku naší společnosti ozývají, jsou z důvodu změny termíny schůzky (1-2 osoby měsíčně), případně se žádostí o zrušení schůzky (1-2 osoby měsíčně) nebo se žádostí o nekontaktování do budoucna (1 osoba za kvartál). Vždy samozřejmě vycházíme požadavkům vstříc.

Současně bych rád uvedl na pravou míru předmět naší činnosti. Oslovujeme spotřebitele s nabídkou možnosti kontroly pojistných smluv a zprostředkování schůzky s finančním specialistou. Vždy jsou tedy spotřebitelé nejdříve kontaktováni ze strany našeho profesionálního callcentra. Pokud mají zájem, domluví se konkrétní termín schůzky s finančním specialistou. Pokud zájem nemají, hovor končí. Nemohu tedy souhlasit s tvrzením, že spotřebitele kontaktuje pracovník, který se chce vnutit na schůzku s účelem překontrolovat pojistnou smlouvu.

Oslovený spotřebitel má během hovoru neustále možnost odmítnout komunikovat s naším zaměstnancem a hovor ukončit. V případě, že má oslovený spotřebitel dotazy, jsou naši zaměstnanci povinni dotazy zodpovědět, tímto by tedy jakákoliv mylná představa měla být eliminována. V případě, že si chce někdo z oslovených spotřebitelů informace o naší společnosti ověřit, mají naši zaměstnanci povinnost je odkázat na obchodní rejstřík a také na naše webové stránky, kde je podrobně popsáno čím se zabýváme a také jaký je průběh domluvené schůzky.

Naši zaměstnanci callcentra jsou pravidelně proškolení a podléhají přísnému dozoru, aby jejich vystupování vůči osloveným spotřebitelům bylo naprosto transparentní a korektní. V žádném případě by tak u nikoho z oslovených neměl vzniknout dojem, že zastupujeme profesní organizaci pojišťoven či snad jsme součástí pojišťovny, u které mají uzavřenou pojistnou smlouvu. Ostatně informace o pojistných smlouvách oslovených osob nemáme, ani se nesnažíme vytvářet dojem, že bychom takové informace měli.

Průběh domluvené schůzky je následující. Finanční specialista přijede, představí se, předá vizitku společnosti Benefit Investment a.s., případně se prokáže dalšími osvědčeními, které ho opravňují k jeho činnosti. Opět tak nemohu souhlasit s tím, že by spotřebitelé mohli být zmateni. Úžitkem pro spotřebitele je získání zpětné vazby na nastavení jejich pojistných smluv. Přibližně v 85 % případů se setkáváme se špatně nastavenými riziky v pojistných smlouvách. Z toho 25% osob následně kontaktuje své současné poradce za účelem úpravy pojistných smluv, 35% osob si je vědomo nedostatečně nastavených rizik, avšak nemají zájem cokoli řešit a zbývajících 25% osob má zájem na provedení úpravy jejich současných pojistných smluv (úprava pojistných částek, doplnění připojištění, přidání pojištěných osob, aktualizace informací, dále v rámci povinného či havarijního pojištění, pojištění domácnosti, nemovitosti přechod k jiným pojišťovnám, kde mohou využít výrazných slev

a dosáhnout tak lepšího poměru cena/výkon). Mezi převažující důvody vedoucí k úpravám pojistných smluv patří výrazná podpojištěnost klientů, či opomíjení rizik, které si následně přejí zabezpečit.

Sama tedy vidíte, že je na klientech jak se rozhodnou - nemění nic / kontaktují svého poradce / mají zájem o úpravu či protinávrh. Za celou dobu existence jsme se nesetkali s jedinou stížností nespokojeného klienta na tuto službu a distancujeme se od tvrzení, že finanční specialista na schůzku jde cíleně s tím, že zprostředkuje novou pojistnou smlouvu. Naopak máme kladné reference od tisíců spokojených klientů.

Pokud tedy způsobem, který popisujete, Vaše čtenáře někdo oslovil, tak to bylo konkurenční callcentrum či konkurenční poradce, navolávající si obchodní schůzky. Pro Vaši informaci se také během naší činnosti setkáváme s tím, že se naši činnost snaží některé společnosti (callcentra i konkurenční poradci) napodobit a že se fyzické osoby (finanční poradci) vydávají za naši společnost a domlouvají si dle jejich vlastního rozhovoru obchodní schůzky se spotřebiteli. Je to asi měsíc, kdy jsme takto byli kontaktováni od jednoho vysoce postaveného činitele z pojišťovny a dostali jsme od něho kontakt na osobu, která mu volala za účelem dojednání schůzky a představovala se jménem naší společnosti. Následně jsme na to číslo volali a zjistili, že si takto domlouval konkurenční finanční poradce z Jižních Čech obchodní schůzky. Další podobný případ byl, když si další konkurenční finanční poradce domlouval schůzky a představoval se jako Klientský servis pojišťoven - tato firma ani neexistuje. O tom jsme se dozvěděli tak, že nám zavolal náš klient, kterého dotyčný poradce kontaktoval. Je nám jasné, že toto není první ani poslední případ, kdy se podobná aktivita objevila. Samozřejmě pak nemůžeme ručit za obsah rozhovoru a plně se od takového a často i vulgárního přístupu distancujeme.

Zároveň je podivné, že naše společnost funguje od roku 2011 a najednou by se na Váš portál začali obracet spotřebitelé v této věci. Vidíme v tom spíše nekalosoutěžní praktiku konkurenčních poradců, kteří se takto snaží naši práci poškozovat a přidělovat nám práci s vysvětlováním jejich účelově zasláných tvrzení.

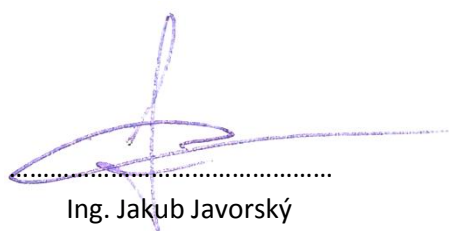
Společnost Benefit Investment a.s. se zaměřuje na profesionální přístup vůči klientům, odborné vystupování vyškolených podřízených pojišťovacích zprostředkovatelů a i zpětně obvolává a kontroluje spokojenost klientů se schůzkami. Zaměřuje se především na profesionálně nastavené pojistné smlouvy na zajištění rizik a svým působením chce i eliminovat činnost konkurenčních poradců prodávajících pojistky jako "výborné" spoření, či upozornit klienty, že např. nastavené balíčky s pojistnými částkami - 200 000 Kč trvalé následky úrazu + 200 000 Kč smrt úrazem + 20 000 Kč tělesného poškození, neslouží k dostatečnému zabezpečení jejich rodiny v případě neočekávaných situací.

Společnost Klientské centrum pojišťoven klade důraz na dodržování etických pravidel při svém podnikání, proto vítáme každou připomínku ze strany oslovených a jsme připraveni se jejich případnými výhradami zabývat. Nedomníváme se, že by název naší společnosti byl matoucí, zavádějící či uváděl někoho v omyl. Naši činnost jsme již dříve také konzultovali se zástupci českých pojišťoven a nesetkali jsme se s jedinou výhradou. Před založením naší společnosti jsme konzultovali naši činnost s advokátními kancelářemi a měli jsme již i několik kontrol z České národní banky.

Mohu Vás ubezpečit, že máme obdobnou vizi jako společnost Partners, respektive Partners media s.r.o., která financuje a vydává portál peníze.cz a chceme zlepšit kvalitu poradenství v ČR. Nemáme zájem jakkoliv uvádět spotřebitele ČR v omyl, proto máme veškeré informace korektně uvedeny na webu, jsou součástí informování spotřebitelů při telefonickém hovoru i při osobním setkání. Vzhledem k tomu, že vydavatelem portálu peníze.cz je konkurenční společnost, budeme vděční, když nebude Váš článek (pokud plánujete vydávat) účelně vytvořený. Ještě jednou Vám děkuji, že jste nás nejdříve kontaktovala, abychom Vám mohli poskytnout korektní informace.

V případě dalších doplňujících informací se na mě můžete obrátit.

S pozdravem,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a large, stylized initial 'J' followed by a horizontal line extending to the right.

Ing. Jakub Javorský  
(jednatel společnosti)