

Opinia | Rewolucja w sprzedaży funduszy inwestycyjnych

Krzysztof Jeske

prezes F-Trust



FOT. MAT. PRASOWE

360  
mln zł

aktywów w polskich  
i zagranicznych  
funduszach zgromadził  
F-Trust.

Model dystrybucji funduszy zmienia się bezpowrotnie. Po pierwsze, niezależne firmy, które przez lata działały jako multiagencje wyspecjalizowane w sprzedaży ubezpieczeniowych funduszy kapitałowych (UFK), do których w ostatnich latach trafiło 12–13 mld zł rocznie, nie mają już czego sprzedawać (na skutek obowiązującej od początku tego roku ustawy o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej – red.) i szukają nowej oferty produktowej. Po drugie, banki zamykają oddziały i na potęgę zwalniają ludzi, bardzo często pozbywając się dobrych – bo drogie – pracowników. Ci ludzie przez lata wypracowali sobie relacje z klientami, teraz szukają pomysłu na siebie, nie chcą odchodzić z branży finansowej. Po trzecie, tendencję odchodzenia dobrych pracowników z banków może wzmocnić implementacja dyrektywy MIFID II

– najlepsi doradcy finansowi prawdopodobnie nie będą się dobrze czuli w tzw. zależnym modelu sprzedaży, polegającym na oferowaniu produktów jednego tylko TFI, należącego do tej samej grupy kapitałowej co bank. W F-Trust stwierdziliśmy, że to dobry moment na skokowy wzrost wartości aktywów (F-Trust to spółka zajmująca się sprzedażą funduszy inwestycyjnych różnych TFI, należąca do Grupy Caspar – red.), dlatego od 1 października oddajemy współpracującym z F-Trust doradcom prawie całość przychodów, którą wygenerują pozyskane przez nich aktywa. To najkorzystniejszy dla doradców system motywacyjny na rynku, który planujemy utrzymać przynajmniej przez dwa lata. Osobom, które całe życie pracowały w korporacjach, a teraz zaczynają „na swoim”, pomożemy budować biznes, a sami stworzymy bazę aktywów,

które z nami zostaną i zaczną dla nas pracować za kilka lat. Co istotne, dajemy też profesjonalne narzędzia do obsługi klientów – obsługę telefoniczną, Platformę Funduszy, narzędzia analityczne oraz bardzo dobrą ekspertyzę ekonomiczną, na co klienci zwracają coraz większą uwagę. Żadna inna firma dystrybucyjna takich narzędzi swoim współpracownikom nie daje i w najbliższych latach nie będzie w stanie dać. Przed wdrożeniem nowego systemu motywacyjnego współpracowaliśmy z 15 osobami, teraz jest już ich 30 i właśnie prowadzimy rozmowy z kolejnymi dziesięcioma. Ostrożnie szacując, dzięki tej akcji nasza sieć współpracowników będzie po dwóch latach liczyć od 50 do 100 osób. Przy sprzedaży UFK w szczytowym momencie pracowało (w multiagencjach) około 100 tys. osób, nasze szacunki nie są więc zawyżone. ©© JAM