

To wstrząsający zapis rozbudowanego systemu oszustwa, którego ofiarą może paść każdy z nas. Dziesiątki rozmów z pracownikami największych polskich banków, firm ubezpieczeniowych, z doradcami finansowymi. Wszyscy oni przyznają: naszym zadaniem jest wcisnąć klientowi najbardziej niekorzystny kredyt, polisę, na której straci oszczędności. Im bardziej traci klient, tym więcej my zarabiamy.

Lektura obowiązkowa!

Zapewne jesteś, Czytelniku, klientem banku albo towarzystwa ubezpieczeniowego. Zanim na nowo zerkniesz w swoją umowę, przeczytaj tę książkę. To zapis rozmów, które Paweł Reszka, jeden z najlepszych polskich dziennikarzy śledczych, przeprowadził z kilkunastoma pracownikami albo byłymi pracownikami największych renomowanych banków, firm doradztwa finansowego i towarzystw ubezpieczeniowych. Z tych rozmów wyłonił się jednoznaczny obraz: w instytucjach finansowych każdego z nas starają się oszukać. To nie są jednostkowe przypadki naciągania klientów - to system. System, który działa od samej góry - prezesów banków i rad nadzorczych, do samego dołu - czyli zwykłych sprzedawców. System jest prosty: żyjemy z prowizji, więc wciskamy klientowi wszystko - począwszy od niepotrzebnego ROR-u, kredytu, którego nigdy nie spłacisz, po polisolokaty, na których można tylko stracić. „Pracownik banku: wszyscy wiedzieliśmy, że to, co oferujemy - polisolokaty, ubezpieczenia, fundusze inwestycyjne itp. - jest toksyczne, że klient na pewno nie zarobi, a najprawdopodobniej straci swoje pieniądze. Od wciskania takich produktów mieliśmy prowizję. Sprzedawaliśmy więc nawet rodzinie i przyjaciołom.” Paweł Reszka - jeden z najwybitniejszych polskich dziennikarzy śledczych i politycznych, laureat wielu nagród. Pracował w „Rzeczpospolitej”, „Dzienniku”, teraz jest związany z „Tygodnikiem Powszechnym”. Współautor (razem z Michałem Majewskim) bestsellerowych książek Daleko od Wawelu i Daleko od miłości, pokazujących kulisy Pałacu Prezydenckiego za kadencji Lecha Kaczyńskiego i rządów Donalda Tuska.

Paweł Reszka



Dziennikarz, felietonista i bloger „Tygodnika Powszechnego”. W latach 2003-06 był korespondentem „Rzeczpospolitej” w Moskwie. W latach 2006-09 szef działu śledczego „Dziennika”. W „Tygodniku Powszechnym” od lutego 2013 roku, wcześniej publikował na łamach „TP” jako stały współpracownik. Wraz z Michałem Majewskim napisał dwie książki: Daleko od Wawelu (wyd. Czerwone i Czarne, 2010) – o prezydenturze Lecha Kaczyńskiego, oraz Daleko od miłości (wyd. Czerwone i Czarne, 2011) – o premierostwie Donalda Tuska. Autor książki Miejsce po imperium (Świat Książki, 2007). Za teksty o katastrofie smoleńskiej, publikowane w „Tygodniku” i „Rzeczpospolitej”, otrzymał wraz z Michałem Majewskim nagrodę Grand Press 2010, a także: Nagrodę im. Dariusza Fikusa (2005),

przyznawaną przez studentów dziennikarstwa nagrodę MediaTory w kategorii ProwokaTOR (2008) oraz nagrodę im. Andrzeja Woyciechowskiego (2010).

FRAGMENTY

Sprzedać, sprzedać jak najwięcej i jak najdrożej, przegonić konkurencję. Mówiąc wprost, należy naciągać i oszukiwać klientów.

Żeby sprzedawać dużo i drogo, trzeba jechać po bandzie – pokazywać tylko jasną stronę produktu, nie wspominać o ryzyku, nie martwić się, że kogoś nie stać na jakąś inwestycję. To nie są jednostkowe przypadki naciągania klientów – to system.

System, który działa od samej góry – prezesów banków, rad nadzorczych – do samego dołu – czyli prostych sprzedawców, młodych ludzi z małych miast, którzy z bliska zobaczyli świat „wilków z Wall Street” i są gotowi na wszystko, żeby zostać tu na dłużej.

Już po pierwszej rozmowie wiedziałem, że jeśli będę zamieszczał nazwiska rozmówców i nazwy instytucji finansowych, to książki nie będzie. Młody pracownik banku umówił się ze mną w małym zajeździe z dala od Warszawy. Przez całą rozmowę rozglądał się na boki i powtarzał: „Niech pan tylko nie używa nazwy banku, nie opisuje dokładnie mojego wyglądu, niech pan mnie ukryje... Podpisywałem lojalną o zachowaniu tajemnicy. Gdyby się dowiedzieli, że gadam z panem, zostałbym wyrzucony, a może i pozwany do sądu...”.

Dlatego wszystkim bohaterom książki gwarantowałem anonimowość, czasem zmieniałem dotyczące ich szczegóły, by nie mogli być rozpoznani. Nie używałem nazw instytucji, w których pracują albo pracowali. Nie przeszkadzało mi to, bo nie chciałem pisać o konkretnym banku X i towarzystwie ubezpieczeniowym Y – ale o zjawisku.

Do ludzi docierałem powoli, umawiałem się na kolejne spotkania. Spotykano się ze mną niechętnie.

Wykorzystywałem stare dziennikarskie kontakty. Szukałem rozmówców na forach internetowych, poprzez prawników zajmujących się skargami ofiar banksterów, w końcu prosiłem znajomych i ich znajomych o polecenie i rekomendacje. Rozmawiałem z prostymi sprzedawcami, ich szefami i szefami ich szefów.

Każda rozmowa odkrywała kawałek równoległego świata, którego istnienia wcześniej nie podejrzewałem. Ten świat składa się z potężnego stresu wywoływanego naciskiem tych, którzy są o szczebel wyżej. „Produkcja, produkcja, produkcja jest najważniejsza”. „Musisz realizować plan, jeśli nie zrealizujesz planu, musisz realizować plan naprawczy, jeśli nie zrealizujesz planu naprawczego, wylatujesz”.

Po jakimś czasie wszyscy sprzedawcy wiedzieli, że to, co oferują, jest toksyczne, że klient na pewno nie zarobi, a najprawdopodobniej straci swoje pieniądze. Od wciskania takich produktów mieli prowidżę. Sprzedawali więc nawet rodzinie i przyjaciołom.

Z czasem ich całym światem stawał się bank. Żeby wykonać plan, utrzymać poziom produkcji, musieli być coraz bardziej cyniczni i coraz bardziej agresywni. Sprzedawać jak najwięcej, każdemu, komu się da i co się da. Odpowiadają przecież przed swoimi szefami, a ci przed swoimi...

To właśnie system. Na wszystkich poziomach ma jedną cechę wspólną. To chciwość.

Chciwość łączy też świat banksterów z naszym światem. Nie cała wina leży bowiem po tamtej stronie. Doradcy finansowi sprzedawali kredyty we frankach, polisolokaty, z góry obarczone ryzykiem produkty inwestycyjne – bo chcieli na tym zarobić. Chęć zysku kierowała także klientami – wielu z nich nie chciało przyjmować do wiadomości ryzyka. Nie chcieli słuchać przestróg, bo też byli chciwi. W sumie nie powinno to dziwić – bo przecież ta namiętność nie jest atrybutem grupy zawodowej, ale raczej całego gatunku ludzkiego.

„Jeśli pięć procent funduszy inwestycyjnych, które sprzedajemy, zarobiło, to i tak dobrze”, „Nigdy w życiu nie widziałem, żeby ktoś zarobił na takim instrumencie”, „Ta inwestycja to skandal, ludzie jeszcze nie wiedzą, że wtopili mnóstwo pieniędzy” – takie słowa słyszałem często. Potwierdzają to dokumenty takie jak Raport rzecznika ubezpieczonych z 2012 r. na temat polisolokat cytowany w książce:

Konsument wpłacił 40 000 zł. Po zakończeniu umowy po 8 latach wypłacił 12 000 zł.

Konsument wpłacił 90 000 zł na 4-letnią umowę. Wartość wypłaconych środków po zakończeniu umowy to kwota 64 000 zł”. Itd., itp.

To niejedyne dokumenty, które pojawiają się w książce. Są jeszcze materiały szkoleniowe: scenariusze spotkań z klientami, które doradcy wykuwają na pamięć, by nie wypuścić klienta z zarzuconej sieci, przykłady, jak zbijać wątpliwości, są nawet rysunki, które w określonym momencie należy naszkicować na kartce i pokazać klientowi.

W książce pojawiają się korespondencja wewnętrzna, maile motywacyjne, maile dyscyplinujące, dzielenie się „kiwkami sprzedażowymi”, czyli sposobami, jak naciągnąć klienta, jak przekonać go, żeby kupił coś, co jest mu niepotrzebne.

Niektóre z dokumentów są dowodami na to, z jak brutalną presją spotykają się szeregowi pracownicy. Jak bardzo cyniczni są ich szefowie. Te maile mówią czasem więcej niż ludzie.

Skąd je miałem? Część przynosili mi sami pracownicy albo byli pracownicy. Część otrzymałem do wglądu w kancelarii prawnej przygotowującej pozwy zbiorowe ludzi, którzy czują się oszukani przez banki.

Ja nie mam i nie miałem kredytu frankowego. Nie przejechałem się na żadnym produkcie finansowym, które wciskają ludziom banki i firmy ubezpieczeniowe. Dlatego mogłem się przyglądać równoległemu światu w miarę obiektywnie, bez osobistych emocji.

Co mnie najbardziej uderzyło przy zbieraniu materiałów? Przez długi czas nie mogłem znaleźć nikogo, kto czułby się winny. Większość moich rozmówców mówiła, że system był przesiąknięty złem, ale jednak oni robili wszystko, by mieć czyste ręce. Potrafili „zracjonalizować” bardzo wiele, nawet to, że na toksyczne produkty naciągali własnych rodziców.

Kluczyli, jak mogli, by nie powiedzieć wprost: „Tak, oszukiwałem”. To bardzo ludzkie.

Rozdział VII

Za każdą cenę

Były dyrektor sprzedaży dużej firmy ubezpieczeniowej:

Wychodzę z założenia, że człowiek musi wykorzystywać system. Szuka w nim luk, chce go łamać. Taką mamy naturę. To się zdarzało, że szef firmy pośredniczącej działał nieuczciwie. Wynajdywał „klienta”, płacił na niego jedną, dwie, trzy składki. Sam brał sutą prowizję. A potem polisa padała. Klient słup, który nigdy nie istniał. Towarzystwo domagało się zwrotu prowizji. Ale właściciel miał już nowego „klienta”. To nielegalne, ale działało się i dzieje.

* * *

Było dyrektor sprzedaży firmy sprzedającej ubezpieczenia i zarządzającej aktywami:

Pieniądze nie lubią emocji, ale przecież w procesie sprzedaży emocje są najważniejsze. Klient nie jest racjonalny. Dlaczego kupimy tę, a nie inną marynarkę? Bo ta pani nas lepiej obsługuje, a może ten pan miał lepszą wiedzę na temat tego, z jakiego materiału została zrobiona. Tak samo jest w sprzedaży usług. Takie jest moje spojrzenie na sprzedaż.

* * *

Pracownik firmy doradztwa inwestycyjnego:

Wie pan, co to są kiwki sprzedażowe?

Co?

To sposoby na ogranie klienta, sprawienie, żeby kupił. Za wszelką cenę.

* * *

Mail wewnętrzny do sprzedawców
firmy doradztwa finansowego:

Temat: DAR MIŁOŚCI

Ważność: Wysoka

Ubezpieczenie na życie jest darem miłości dla osób, które kochamy i za które czujemy się odpowiedzialni. Polisa ubezpieczeniowa to nic innego jak kartka z napisem „Kocham Cię”. Aby pomóc to zilustrować, możemy zamówić w firmie produkującej kartki pocztowe specjalne karty. Na pierwszej stronie mają złotą ramkę i jedynie napis „Kocham Cię”. W środku jest

pusta strona. Podczas spotkania, na którym wręczamy polisę, zanim przejdziemy do omówienia szczegółów, pokazujemy taką kartę osobie ubezpieczonej. Następnie prosimy, aby wypełniła tę kartę dla swoich uposażonych. Wyjaśniamy, że umieścimy tę kartę w swoim archiwum polisy i jeśli kiedyś dojdzie do tego, że będziemy musieli wręczyć uposażonym świadczenie, damy im wówczas również tę kartę.

Przy tej perspektywie polisa przestaje być tylko kawałkiem papieru, za który trzeba jeszcze płacić składkę. Staje się prawdziwym darem serca, z którego trudno zrezygnować.

I love You

Podpis: XY

Odręczny dopisek na mailu: *Kiwki, kiwki*

* * *

Rozmowa z pracownikiem banku:

Co mieliście sprzedawać, na co był nacisk?

Nagle bank nawiązuje współpracę z firmą ubezpieczeniowo-inwestycyjną. Dogadują się, że dobrze, by sprzedawać wraz z kredytem jakiś produkt inwestycyjny. Jakiś taki, żeby składka była np. 300 zł miesięcznie.

Składka na co?

No, na inwestycje. Jest to oczywista paranoja, bo człowiek nie ma pieniędzy. Przychodzi po nie. Chce wziąć kredyt. A ja mam mu wcisnąć coś jeszcze! Z czego? Z kredytu, którego mu udzieliłem. Niektóre „produkty inwestycyjne” były tak skonstruowane, że nie dało się na nich zarobić w żaden sposób. Zwyczajnie się nie dało. Niektórzy klienci jeszcze nawet o tym nie wiedzą, ale wkrótce się dowiedzą i usłyszymy płacz, jak Polska długa i szeroka. Wśród nas legendy chodziły o takich produktach. Wciska się je i nie ma możliwości, by ktoś na nich nie stracił.

Przecież ci ludzie przyjdą do banku, przyjdą do tego, kto im sprzedawał.

Jest w tej branży taka strategia: popracować dwa lata, zarobić jak najwięcej i spadać jak najdalej. Ma pan rację, że klienci będą mieli pretensję do doradców, czyli tych, którzy im sprzedawali produkty. Jednak – warto to jasno powiedzieć – doradca nie ma wiele wspólnego z polityką banku.

Ale ludzie się na nich rzucają.

Tak, bo to oni są dla nich reprezentantami banku. Oni im wciskali produkty. Powiem panu więcej. Góra się na nich wypnie. Przecież nigdy nie było nic na piśmie. Przecież nikt nie wydał żadnego oficjalnego polecenia: „Wciskajcie to za wszelką cenę!”. Ale w realu góra decydowała o wszystkim.

Czyli?

Trzeba sprzedawać to, co góra każe sprzedawać. Wróć do tej umowy, którą podpisał bank z firmą ubezpieczeniową. Najpierw mieliśmy specjalne szkolenia. A potem kierownik oświadczył nam wprost: „Do wniosków kredytowych musimy sprzedawać ubezpieczenia”. No, ale nikt nie chce tego brać! Co robić? Dobra, zmieniamy zasady. Doradca na każde pięć wniosków kredytowych, które składa do centrali, ma złożyć trzy wnioski na kupno ubezpieczenia czy produktu inwestycyjnego.

A jeśli się nie udało?

Dwa wnioski kredytowe szły do banku. Następne leżały w szufladzie. Albo ściemniałem klientom, że jeszcze nie ma decyzji, albo mówiłem, że nie mają zdolności kredytowej.

Nawet jak mieli?

Nie mogłem wysłać trzeciego wniosku bez ubezpieczenia. Pierwsza bramka kredytowa jest w oddziale banku. Starsi pracownicy sprawdzają wniosek. Wszystko OK. A potem patrzą w mój rekord: „OK, masz już dwa wnioski kredytowe. Ten jest trzeci. Sprzedałeś do tego ubezpieczenie?”. „Nie”. „Do widzenia!”. Nie miałem jak fizycznie przesłać tych wniosków dalej. Nadać im biegu. Góra tak zdecydowała.

Zaczyna się pan łapać na tym, że pan nie zarabia. Prowizji nie będzie...

Otóż to. Zaczyna pan inaczej oceniać klientów. Na tym mogę zarobić! Na tym raczej nie. Podstawa to minimalna pensja krajowa... Trzeba wynająć mieszkanie [w Katowicach], jakoś żyć. Z minimalną krajową to wszystko się nie spinało. Kredyty stoją, bo trzeba dodawać do nich produkt inwestycyjny. Pieniądzy nie ma. Wniosek? Trzeba robić wszystko, żeby zachęcić klienta do kupna produktu. Zrobić wszystko. Normalnie to nie tak powinno funkcjonować.

A jak?

On przychodzi po kredyt, dostaje go, zarabia pieniądze. Uważa, że był dobrze obsłużony, ufa mi. Więc z tymi pieniędzmi przychodzi znów do mnie. Może lokata? A może zaryzykujemy bardziej? Ale rzeczywistość jest inna.

Sam pan mówi, że to nielogiczne, bo facet potrzebuje pieniędzy na coś, a nie inwestycji.

Dokładnie. Czasami zresztą się przed nim tę inwestycję ukrywa. Przez rok płaci 300 złotych składki miesięcznie automatycznie z kredytu. Może nawet nie zauważyć, że ma coś takiego na głowie. Przynajmniej przez rok.

Rok?

Rok jest ważny, bo produkty zazwyczaj po roku osiągają 90 procent kosztów opłat likwidacyjnych.

To znaczy?

Facet przychodzi po roku i mówi: „Nie chcę już na to płacić, rezygnuję”. To traci 90 procent tego, co zainwestował.

Nie rozumiem.

Wziął kredyt na 30 tys. zł, inwestuje w produkt 300 zł składki miesięcznie. W sumie mogę mu zaproponować, że pobiorę od niego składkę roczną, kwartalną lub miesięczną.

I co pan proponuje?

Jeśli zaproponuję roczną, facet zrozumie, że z kredytu zabieram mu 3,6 tysiąca i w coś tam inwestuję. Musi się pod tym podpisać...

Ale pewnie się nie podpisze.

Dlatego proponuję mu składkę miesięczną. Po roku facet nie ma pieniędzy, bo kredyt wydał. A składkę musi płacić nadal. Wtedy do niego dociera, że musi wyściubić dodatkowo 300 zł. Chce się wycofać. Proszę bardzo. Ale stracił pan 90 procent tego, co pan wpłacił. Musi mieć pan świadomość, że 300 zł to jest mała składka. Są znacznie większe.

Ludzie to podpisują?

Umowa kredytowa może mieć 26 stron plus aneksy... Kto by to czytał? Facet widzi, że idę do niego z takim plikiem, i traci ochotę na czytanie. W końcu jest w banku, to ufa.

A gdyby przeczytał?

To i tak by nic z tego nie zrozumiał. Ja mu to sprzedaję i też mało z tego rozumiem.

Żartuje pan?

Nie jest to język klarowny. Blablanina prawna. Myśmy oczywiście mieli przewagę. Dokładnie wiedzieliśmy, gdzie jest to, co jest ważne. Na czternastej stronie jest punkt... i tak dalej. I gdzieś tam jest np. ubezpieczenie kredytu. Na kredycie zarabia się niedużo. A na ubezpieczeniu kredytu mogę zarobić nieźle. Ubezpieczam od utraty zysku, od utraty pracy. Od wszystkiego.

Po co?

Głównie po to, żeby na tym zarobić.

* * *

Z materiałów szkoleniowych firmy doradztwa finansowego:

(Przykładowa rozmowa z klientem, która ma skłonić go do ubezpieczenia kredytu)

Szanowny Panie, sam kredyt w tym wszystkim to jest sprawa najprostsza, najmniej skomplikowana. Proszę mi powiedzieć w związku z tym, iż tak jak wspomniałem wcześniej, że

nasz klient wychodzi od Nas z biura obsłużony kompleksowo, czy myślał pan o zabezpieczeniu pana kredytu?

(Należy to powiedzieć, pokazując na wcześniej narysowane koło i część ubezpieczeniową).

Klient: No tak, chciałbym oczywiście mieć kredyt ubezpieczony, bo przecież nigdy nie wiadomo, czy mnie z pracy nie zwolnią na przykład.

Mam rozumieć pana, że już wcześniej gdzieś pan się dowiadywał o ubezpieczeniach kredytów?

Klient: No tak.

To proszę mi powiedzieć, co by się stało z pana kredytem w momencie, kiedy by pan umarł?

Klient: Yyyy, no nie wiem, pewnie by się spłacił z ubezpieczenia.

Dobrze, to ja teraz panu opiszę, w jaki sposób działają ubezpieczenia w kredytach.

(Tutaj wykład o ubezpieczeniu od utraty pracy i o pozostałym ewentualnym ubezpieczeniu, które dotyczy tylko następstw nieszczęśliwych wypadków. Tutaj ponawiamy pytanie o zabezpieczenie kredytu w przypadku śmierci i co się z nim stanie).

Czy pan ma świadomość tego, że kredyt jest również dziedziczony przez pana spadkobierców?

(Z analiz potrzeb wiemy, że on ma żonę i dziecko).

Klient: No tak, słyszałem.

Czyli pana żona i oczywiście dziecko w momencie pana śmierci zostaną z kredytem i tylko jednym dochodem w domu.

Klient: No tak, faktycznie.

(Tutaj rysujemy rysunki dotyczące rodziny, zobowiązań, dochodów, tak jak przy zwykłej rozmowie ubezpieczeniowej).

Proszę spojrzeć, tak wyglądałaby rata kredytu, gdyby pan miał pójść sam do banku. Ale zdarza się nierzadko tak, że rata kredytowa od standardowej jest mniejsza o 200–300 zł (to oczywiście zależy od kwoty kredytu), ale w pana wypadku z doświadczenia wiem, że przy tej kwocie możemy mówić o obniżce do 100 zł. Dzięki temu, że współpracujemy w tym momencie, zaoszczędziliśmy dla pana 60 zł. Dlaczego 60 zł, a nie 100, jak mówiłem przed chwilą? Ponieważ żeby w pełni zabezpieczyć pana rodzinę, my ze swojej strony dodajemy do tego wszystkiego ubezpieczenie za raptem 40 zł, a daje to panu komfort i bezpieczeństwo podczas spłacania kredytu, gdyż w momencie pana śmierci ubezpieczyciel spłaci pana cały kredyt. Czy to jest dla pana proste i zrozumiałe?

Klient: No tak.

To w takim razie przejdźmy do spisania wszystkich dokumentów. Będę od pana potrzebował dowód osobisty i chwilkę cierpliwości. W trakcie gdy ja będę wypełniał dokumenty, pan niech się zastanowi, kim będzie osoba uposażona, czyli osoba, która dostanie środki na spłatę pana kredytu.

(Dalej po spisaniu dokumentów i podpisach przechodzimy do rozmowy o oszczędnościach i formach ich tworzenia. Później pożegnanie i omówienie formy kontaktu między nami).

[...]

* * *

Pracownica banku, wieloletni doradca w private bankingu:

Jest ankieta. Przeważnie tam jest wszystko napisane. Na przykład z jaką stratą włożonego kapitału człowiek się liczy. Problem w tym, że mało kto te ankiety wypełnia. Już wcisnąłeś człowiekowi polisolokatę. Przeszliście przez masę papierów. Teraz przecież nie będziesz ryzykował, że on się przestraszy.

Mówisz mu, pokazując na grubą książeczkę: – Jest jeszcze to do wypełnienia, ale w sumie to nie jest konieczne. Wystarczy tylko podpisać na końcu. Co podpisujesz? „Odmawiam wypełnienia ankiety”. Wszystko OK. Sam nie chciałeś wypełnić.

* * *

Agent ubezpieczeniowy:

Dzień... Dzwonisz, dzwonisz, jeździsz, jeździsz, gadasz, gadasz. Statystycznie – wiem ze szkolenia i z doświadczenia – co 20. rozmowa kończy się podpisaniem jakiegoś papieru. Podpisanie papieru oznacza jakieś pieniądze.

Teraz zobacz – to jest polisa. Facet zgodził się płacić 342 złote miesięcznie przez 30 lat. Dla firmy, w której pracuję, ponad 100 tysięcy złotych do obracania. Dla mnie 1600 złotych – dwa razy 20 procent rocznej składki.

Za jedną rozmowę. Fajne? Bardzo fajne. Spójrzmy bliżej. To dość uczciwa polisa. Jej wartość już po wszystkich opłatach jest równa wpłaconym składkom już po 10 latach. Bardzo ładnie. Zazwyczaj klient wychodzi na zero po 13–14 latach. To znaczy jego polisa jest warta tyle pieniędzy, ile w nią zainwestował po takim długim okresie. Ale to jest w porządku. Człowiek w końcu jest ubezpieczony. W razie śmierci, ciężkiej choroby on albo rodzina dostają 54 000 zł. Nawet jeśli umrze niedługo po podpisaniu umowy – to nasze ryzyko.

Dobra, jest ubezpieczony, ale czy on na tym interesie zarobi?

Tu jest słabo. Klient zgodził się na inwestowanie agresywne. No, ale nic nie zarobił, bo jego pieniądze były inwestowane w TFI związane z akcjami. Zaś na akcjach przez ostatnie lata głównie się traciło.

No i jeszcze opłaty... Moja prowizja 1600 zł – to już wiesz. Ale nie tylko, bo 4 procent rocznie od składek bierze sobie TFI, które inwestuje pieniądze. TFI – które traci – wypłaca sobie kasę! To część inwestycyjna. Płaci się też za część ubezpieczeniową, tę opłatę inkasuje towarzystwo ubezpieczeniowe. Doliczmy inflację 2–3 procent. Umówmy się, że w najlepszym razie mógł zarobić 2–3 procent – czyli tyle, ile na normalnym koncie. No, ale pamiętajmy – człowiek jest ubezpieczony!

Czy ja działam etycznie? Teoretycznie tak, żeby było uczciwie, trzeba zacząć sprzedaż polisy od wyłączeń, tj. nie dostanie pan odszkodowania, jeśli utnie panu nogę, jak będzie pan pod wpływem alkoholu, albo jak wpadnie pan w poślizg przy 150 na godzinę.

Potem należałoby omówić wszystkie koszty: „Wie pan, ja zarabiam, TFI zarabia, TU zarabia – to na pewno. A pan? Ewentualnie i w ostatniej kolejności...”

Dalej: „Czy na pewno potrzeba panu płacić 342 zł miesięcznie? Może 200 zł wystarczy?”. No, ale od 200 miesięcznie dostaję mniejszą prowizję. Włącza się człowiekowi chytryść... A jeśli chodzi o „wyłączenia”, „opłaty” – myślisz tak: „Zniechęcę faceta i nic nie zarobię. Znów będę musiał się wbić w garnitur i cały dzień jeździć po mieście. A jak on podpisze, to jutro będę mógł sobie zrobić wolne, nie?”

Trzeba w końcu coś sprzedać!

A jeśli przegniesz? Jeśli klient do ciebie przyjdzie z pretensją?

To się go odsyła do firmy: „Panie, ja panu wszystko dokładnie opowiadałem. Podpisał pan tutaj. Reklamacje pod adresem...”. A tam się już nim zajmą korpoprawnicy. Trzeba być na to odpornym, dlatego mało kto wytrzymuje dłużej niż dwa lata.

* * *

Mail szkoleniowy:

Klient mówi: „Ja już mam polisę”. Co robić?

Ma Pani polisę, to prawda, ale czy jest Pani absolutnie przekonana, że ma Pani poczucie pełnego bezpieczeństwa?

Rzeczywiście, lepiej porozmawiamy w towarzystwie Pana żony. Co dwie głowy, to nie jedna. I co dwie polisy, to nie jedna.

Ma Pan rację, że podstawowe zabezpieczenie to jedna, ale bardzo dobra polisa. Dlatego porozmawiajmy o podstawowym zabezpieczeniu Pana dziecka.

Mówiła Pani, że agent, który sprzedał tamtą polisę, stwierdził, że jest ona doskonale do Pani dopasowana, niczym sukienka uszyta na miarę. Przyznaję, że ma Pani całkowitą rację. Tyle że z polisą jest jak z sukienką. Albo wyjdzie z mody, bo na rynku jest coś nowego, lepszego, albo po prostu stać nas na droższą. Jak sądzisz, przecież lepiej kupić nową, modną sukienkę, a starą zachować i mieć dwie, niż zostać tylko z jedną, prawda?

Proszę pomyśleć, jak to będzie za tych kilkanaście lat, kiedy już Pan otrzyma pierwsze wypłaty z tej polisy. I proszę pomyśleć, jak jest Pan na siebie wściekły, że przez to ma Pan dwa czy trzy razy pieniędzy mniej, niż mógłby Pan mieć, gdyby tylko ileś lat wcześniej, właśnie teraz, podjął Pan odpowiednią decyzję.

[...]

* * *

Właściciel firmy private banking:

Ludzie umoczyli kilka miliardów złotych w polisach ubezpieczeniowych. Nie trzeba być geniuszem, żeby ocenić, że to z natury rzeczy jest złe. Jedyny atut polega na tym, że ktoś ma nieuregulowaną sytuację spadkową i może tę polisę zadedykować jakiemuś Iksińskiemu. Mówiąc wprost – dać spadek konkubinie poza wiedzą żony. Natomiast miążdżąca większość ludzi kupuje te polisy, uważając, że normalnie inwestują, że będą zarabiać. To nie ma szans się udać.

Więc dlaczego takie polisy się sprzedają?

Bo są wysokomarżowe.

Wszyscy mają świadomość, że to pułapka? Szef, doradca, sprzedawca. A tylko kupiec jest niczego nieświadomy?

Tak. Jest instrukcja, która mówi: „Proszę wymieniać zalety”.

Jakie są zalety?

Że nie płaci się podatków, póki się nie wyciągnie pieniędzy, że jak pan umrze, to pieniądze wypłacą od razu. Oraz że jest taka symulacja, która mówi, że się zarobi.

Można to ubrać w piękne słowa...

... ale ktoś, kto ma chociaż elementarne pojęcie o inwestowaniu pieniędzy, nie wsadziłby w taką rzecz złotówki. Niestety tam często idą miliony. Spotkałem się z przypadkami ludzi, którym proponowano polisy na kwotę 10, 20 i 30 milionów złotych.

* * *

Były szef działu sprzedaży dużej firmy działającej w ubezpieczeniach i zarządzającej aktywami:

Nie zgadzam się, że produkty były z założenia złe. Nie spotkałem w karierze takiego funduszu, który w statucie ma za cel tracenie pieniędzy, wszystkie założenia są takie, że pieniądze pomnażamy. Po drugiej stronie są ludzie. Chcą zarobić, chcą pomnożyć pieniądze, chcą godnie żyć na emeryturze.

Idzie taki człowiek do banku, ma do dyspozycji 300 zł. Chce wpłacić na jakiś fundusz inwestycyjny: „Ale jaki mam wybrać?”. To tak jakby pan spojrział na pole kapusty i zapytałby mnie, z której będzie najlepszy bigos. Nie ma dobrej odpowiedzi.

Co to znaczy, że oszukuje się klienta? Klient nie wie, że inwestując w fundusz inwestycyjny, inwestuje w akcje? Moim zdaniem wie, ryzykuje i spodziewa się większych zysków. Ale zapomina, że mechanizm działa w dwie strony. Raz rośnie, raz spada. Rośnie, to się podoba, spada... tu klient kręci nosem, to nie jest miłe. Chciwość. On chce zysku tak bardzo, że wielokrotnie ignoruje świadomość tego, że akcje mogą spadać, że niekoniecznie muszą rosnąć. Przykładem jest pewien najdłuższy działający fundusz inwestycyjny w Polsce.

W 10-letniej historii można było na nim zarobić 1100 procent. Ale po drodze były momenty, że przynosił straty. Jednak klient myśli, że jest sprytny i że jego to nie dotyczy. Że jak on wpłaci, to akurat przy nim tych strat nie będzie.

Oni, klienci, są chciwi, ale nie mówimy o tej chciwości w sposób zły. To jest chciwość dobra. Klient chciałby mieć więcej. Jeśli on pracuje, to chciałby, żeby te pieniądze nie tylko leżały, ale również popracowały. Więc mechanizm spojrzenia klienta przez pryzmat swoich potrzeb i oczekiwań od produktu finansowego jest prawidłowy. On chce na tym zarobić.

Doradca finansowy:

Przygotowywaliśmy „strategie finansowe” dla ludzi. Najczęściej trafiały mi się średnio zarabiające małżeństwa. Mają mieszkanie albo dom, spłacają hipotekę. Sprzedawaliśmy im marzenia. Najpierw liczyliśmy, co mają: dom 800 tysięcy, hipoteka 200 tysięcy do spłaty, kredyt na samochód 50 tysięcy. Ile zarabiają? 11 tysięcy. Ile wydają? 6 tysięcy.

OK, można położyć łapę na 5 tysiącach. Pytasz ich, co by chcieli, ile kasy muszą mieć miesięcznie, żeby się o nic nie martwić. 12 tysięcy? Fajnie. Nazwijmy to „poziom finansowej wolności”. Kiedy? Za 10 lat! No, super. A ile musieliby mieć, żeby mieć wolność absolutną? 3 mln zł. Też w 2020? Doskonale.

A potrzeby? No, chcieliby mieszkanie dla syna, 250 tysięcy, i jeszcze dom rozbudować – ok. 500 tysięcy. Na wakacje by się pojechało? Pojechało – trzeba odpocząć od tej harówki. Ach, dwa razy w roku, wypasione po 15 tysięcy.

A państwa najskrytsze marzenia? Pan, panie Henryku? Sportowa bryka!!! Jaki facet o tym nie marzy? Sam marzę. A pani, pani Halino? Dom na wyspie... i jacht, pływać, niebo, woda... cudownie. 75 mln zł – wpisujemy! Papier wszystko łyknie. Pomarzyć zawsze warto.

Zaraz to policzymy i przygotujemy plan dla państwa. I „inwestycję w umiarkowany portfel funduszy” na 20 lat, z wpłatą 1500 zł miesięcznie. Oczywiście „w celu budowy finansowej wolności”. I jeszcze drugie 1800 zł miesięcznie celem budowy „poduszki finansowej”. Spodziewana stopa zwrotu? 9 procent. Kto to liczył, ja nie wiem, a pan Henryk nie zapytał. Co to za fundusze? Jakież akcje. Co jest umiarkowanego w akcjach? Nazwa brzmi „umiarkowany portfel”. Zostały im jeszcze jakieś luźne pieniądze? Dla bezpieczeństwa opchnij im ubezpieczenie na życie. Oraz odpłatny udział w szkoleniach finansowych, żeby drugi raz wiedzieli, co podpisują.