



VĚDĚLI JSME, CO JE BUDOUCNOST

Jen jsme netušili, jak rychle přijde, dodává Filip Bartoš, šéf distribuce a marketingu pojišťovny Youplus, za kterou stojí švýcarský kapitál a zajišťovna Hannover Re.

Proč se akcionáři pojišťovny Youplus rozhodli před rokem a půl vydat do Česka a na Slovensko?

Byla za tím osobní znalost českého a slovenského trhu a povědomí o jeho vysokém obchodním potenciálu. Nasycenost trhu životního pojištění je tu ve srovnání se západními státy, jako jsou například Německo, Rakousko, Francie, Británie, stále nízká.

Navíc jsme orientovaní na technologie a inovace a víme, že český a slovenský trh je v tomhle ohledu, trůfám si říct, jeden z nejnáročnějších a nejdynamičtějších. Co se vytvoří pro český nebo slovenský trh, bývá často aspoň v rámci střední Evropy novum a unikát. Pokud jde o technologie v životním pojištění, jsme malé evropské Silicon Valley.

Myslíte to vážně?

Ano, během víc než deseti let v oboru jsme poznali většinu zásadních trhů a ten česko-slovenský se zbytku Evropy svojí dynamikou jednoznačně vymyká, jak technologickými inovacemi, tak i požadavky na produktový vývoj. Například se u nás produktové novinky uvádějí dvakrát za rok. To je v jiných zemích sci-fi, tam je produktový upgrade běžný jednou za dva tři roky nebo i víc let.

V poslední době se několik pojišťoven sloučilo – čím pořád větším gigantům chce konkurovat malá pojišťovna jako vy?

V minulém a předminulém roce po fúzích zmizely dvě velké značky, ale zase dvě nové, včetně Youplus, přibýly. Ve vesmíru asi opravdu funguje nějaký zákon zachování energie.

Jednou z výhod zbrusu nové pojišťovny je, že nemusí brát ohled na existující produktové nebo technologické portfolio. Stavíte všechno od začátku s ohledem na aktuální trendy a požadavky. Je to jako s domem. Když rekonstruuje, máte postavené nosné zdi a nemůžete je jen tak bourat nebo přemísťovat. Když stavíte od základů, všechno si nastavíte, jak přesně teď chcete a potřebujete.

A taky se vás netýká špatná pověst, kterou pojišťovnictví mívalo kvůli nedobře nastaveným investičním pojištěním.

Přísně vzato bez historie vlastně nejsme, protože jsme v Česku a na Slovensku převzali klientské portfolio německé Basler pojišťovny. V Česku je to asi 7500 klientů, na Slovensku téměř 40 tisíc klientů. To není zanedbatelné číslo. Ale co se týče nabídky Youplus, tedy toho, co vznikalo čistě v naší produktové dílně, pak se sto procentně soustředíme na čistě rizikové životní pojištění. Bez halíře či centu do investic.

Když jste vstupovali na trh, mluvilo se i o investičním životním pojištění.

Ta myšlenka zůstala jen na papíře. Český trh se v posledních dvou letech téměř výhradně orientoval na čisté riziko. Drtivá většina životních pojišťoven v produktové nabídce přešla z *investička*, tedy investičního životního pojištění, na *rizikovku*, rizikové životní pojištění.

Navíc se v Česku začalo mluvit o rušení daňového zvýhodnění rezervotvorných pojistek, kam investiční pojištění patří. Pandemie sice tyhle diskuze odsunula, protože jsou důležitější věci k řešení, ale i tak je jeden z posledních důvodů pro investiční pojištění v Česku v ohrožení. Na Slovensku není daňový odpočet už několik let a postupný odklon od investičního životního pojištění k čistému riziku je tam jasně vidět.

Pandemie změnila víc věcí než jenom témata, o kterých jednájí poslanci. Vám jako technologicky orientované firmě docela nahrála, ne?

My jsme od začátku chtěli maximální míru digitalizace. Stoprocentní. Dnes všichni říkají, že jsou *paperless*. Ve skutečnosti bývá ale často bez papíru jen sjednání pojištění. Když pak přijde na řešení medicínského úpisu, dokládání dokumentů nebo požadavek na změnu, starý známý papír často přichází ke slovu. Tomu my se chceme jednoznačně vyhnout. Každý administrativní úkon u nás vyřešíte elektronicky, *v jedničkách a nulách*. Maximálně snižujeme administrativní zátěž pro klienty, poradce, ale i pro sebe a zrychlujeme tak komunikaci. Bylo nám jasné, že tohle je budoucnost, jen jsme netušili, jak je blízko a s jakou silou nastoupí.

Když před rokem přišla první omezení, první karanténa, nám trvalo čtrnáct dní, abychom lehce upravili proces a všechno šlo s klientem řešit na dálku. Veškerá administrace od sjednání přes medicínský úpis nebo dokládání lékařských zpráv až po požadavky na změnu. V krizi se věci hýbou rychleji než za běžných časů.

Zaujalo mě, že dokážete online vyhodnotit i zdravotní stav.

Ta možnost ale nepřišla s koronavirem, byla dostupná už od začátku i prvním klientům. Ve spolupráci se zajišťovnou Hannover Re využíváme e-underwriting, tedy elektronický úpis z pohledu zdravotního stavu klienta. Na rozdíl od konvenčního zdravotního dotazníku se vytváří dynamicky. Sestavuje se na míru podle toho, co si člověk přeje sjednat, jaká má být kombinace rizik, případně jak vysoké mají být pojistné částky. Takže někdy se stane, že klient má pět otázek, jindy třeba osm.

Ptáme se jen na to, co je v danou chvíli podstatné.

Hlavní výhoda elektronického úpisu je rychlost vyhodnocení zdravotního stavu. Aktuálně se nám daří okamžitě vyhodnotit a akceptovat 40 procent smluv. Tedy když poradce s klientem smlouvu uzavřou, mají opravdu během pár vteřin avízo, že smlouva je aktivní a byla akceptovaná přesně v tom rozsahu, jaký si přáli. Vědí, že z naší strany už nepřijde nějaká intervence nebo návrh na změnu.

Říkáte 40 procent. Kde se to zastaví? Stroj nemůže posoudit všechno, některé případy budou složitější...

Taky už jsem z trhu zaslechl, že někdo má ambici dosáhnout stoprocentně elektronického upisování. Nemyslím, že je to možné. Když klient dokládá aktuální lékařské zprávy, často dodává sken či foto papírového dokumentu. A pak je pořád potřeba ruční zásah. Minulý týden nám od klienta přišla lékařská dokumentace o sto dvaceti stránkách. V nich museli kolegové vyhledat a vyčíst validní informace pro správné upsání daných rizik.

Limit, do jakého je teď reálně možné automatizovaně upisovat klienty, vidíme někde u dvou třetin, spíš lehce nad. Třetí třetina bude ještě nějakou dobu potřebovat lidskou úvahu. Ačkoli – technologie se vyvíjejí rychle. ●

Gabriel Pleska píše a rediguje články pro Peníze.cz, Finmag a Heroine.



Filip Bartoš

Ředitel distribuce a marketingu Youplus. Vystudoval strojní fakultu VUT v Brně a Vysokou školu manažmentu v Bratislavě. Pracoval pro Sberbank nebo finanční skupinu AXA, celkem je v pojišťovnictví 15 let, z toho 8 se zabývá distribucí pojištění.