

Povinnosti účastníka

Co je účastník povinen v rámci programu (profil absolventa):

v oblasti finanční gramotnosti:

- ověř si a rozvine svoji znalost v oblasti finanční gramotnosti
- dokáže porovnat, jak je na tom ČR v porovnání s ostatními státy v různých aspektech finanční gramotnosti
- umí na základě modelových případových studií rodin analyzovat správnost nastavení jejich finančních produktů
- zná přínosy finančního plánování na úkor samostatného prodeje jednotlivých produktů
- umí klienta dovést k jasnému definování jeho finančních cílů
- orientuje se v úvěrových a depozitních produktech
- zná konkrétní výhody a nevýhody těchto produktů a umí je aplikovat v konkrétní situaci u klienta
- zná důsledky nesprávného nakládání s rodinnými financemi (exekuce, osobní bankroty) a ve své praxi u klientů se jim snaží předcházet
- dokáže posoudit důležitost zajištění ve vztahu k plnění finančních cílů
- zná jednotlivé produkty, které mohou sloužit ke správnému zajištění životní úrovně klienta

v oblasti vedení obchodní schůzky:

- umí prostřednictvím zážitku ze simulovaného životního cyklu vzorové rodiny posoudit důsledky nesprávného zajištění pro budoucí plnění finančních cílů a zajištění životní úrovně
- dokáže klientovi vhodně představit přínos finančního plánování a namotivovat ho pro další spolupráci
- umí od klienta vhodným způsobem zjistit veškeré informace pro vytvoření vhodného návrhu řešení ve formě finančního plánu v tužce
- ovládá techniku otevřených otázek směřujících k většímu uvědomění si klienta v oblasti zajištění a plánování finančních cílů
- umí posoudit na základě zjištěných informací o klientovi jeho stávající produkty z oblasti depozit, úvěrů a zajištění
- dokáže navrhnout vhodné řešení směřující ke splnění klientových finančních cílů a zajištění životní úrovně
- umí klientovi vhodným způsobem představit navržené řešení
- dokáže využít natočeného videozáznamu z vedení schůzky ke zjištění a postupnému odstranění případných nedostatků v prezentaci

v oblasti obchodní komunikace:

- zná rozdíly mezi jednotlivými nástroji komunikace
- zná jednotlivé oblasti neverbální komunikace
- zná jednotlivé druhy otázek
- umí používat různé druhy otázek v rámci obchodního rozhovoru
- zná jednotlivé techniky aktivního naslouchání
- dokáže používat jednotlivé techniky aktivního naslouchání při obchodním rozhovoru zejména při zjišťování potřeb a ověřování zájmu
- zná charakteristiky jednotlivých komunikačních typů klientů

- umí používat vhodné slovní formulace při komunikaci s jednotlivými typy
- umí rozlišovat typické slovní projevy jednotlivých typů
- zná jednotlivé typy argumentů
- dokáže používat efektivní argumentaci při vedení obchodního rozhovoru

v oblasti refreshu produktů České pojišťovny

- zná parametry jednotlivých připojištění u produktu z oblasti životního pojištění a umí je aplikovat ve vztahu k zajištění životní úrovně a plnění finančních cílů klienta
- zná parametry jednotlivých připojištění u produktů z oblasti neživotního pojištění a umí je aplikovat ve vztahu k zajištění životní úrovně a plnění finančních cílů klienta
- zná parametry jednotlivých produktů z oblasti investic a úvěrů a umí je aplikovat ve vztahu k zajištění životní úrovně a plnění finančních cílů klienta
- umí používat softwarové nástroje k vytvoření konkrétních modelací pro klienta u výše uvedených produktů

v oblasti obchodního procesu prodeje investic:

- zná základní pojmy související s investováním a umí je klientovi jednoduše vysvětlit
- zná jednotlivé fáze obchodního procesu, postupy a psychologii prodeje investičních produktů
- umí správně vyhodnotit investiční profil klienta a představit produkty směřující k naplnění finančních cílů
- je schopen kvalifikovaně, srozumitelně a jednoznačně odpovídat na dotazy klienta, nejen o produktech, ale i o širším fungování finančních trhů či finančního plánování

v oblasti software finančního poradenství:

- orientuje se v jednotlivých sekcích softwaru finančního poradenství
- umí zadat veškeré získané údaje o klientovi a vytvořit tak prostor pro tvorbu strategie
- umí v programu vytvořit vhodnou strategii k plnění finančních cílů klienta a následně vygenerovat tištěný návrh řešení ve formě finančního plánu
- dokáže následně využít program pro generování dalších obchodních příležitostí ve formě servisních či výročních schůzek u klientů