

Analýza finančně - poradenských společností v ČR

Petr Hradil

Bakalářská práce
2016



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Petr Hradil**
Osobní číslo: **M12147**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Management a ekonomika**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Analýza finančně – poradenských společností v ČR**

Zásady pro vypracování:

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Provedte průzkum literárních pramenů a zpracujte teoretické a metodické poznatky týkající se přímého prodeje.

II. Praktická část

- Identifikujte a zhodnoťte systém práce a přednosti a nedostatky vybraných finančně – poradenských společností v ČR.
- Zpracujte návrh změn pro zlepšení práce jednotlivých společností a určete, která nabízí nejlepší pracovní podmínky.

Závěr

Rozsah bakalářské práce: cca 40 stran
Rozsah příloh:
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

FILIPOVÁ, Alena. Umění prodávat. 3., dopl. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2011, 206 s. ISBN 978-80-247-3511-5.

GRAHAM SCOTT, Gini. Úspěch v multilevelovém marketingu. 1. vyd. Bratislava: Igor Dráb, 1995, 335 s. ISBN 8085441055.

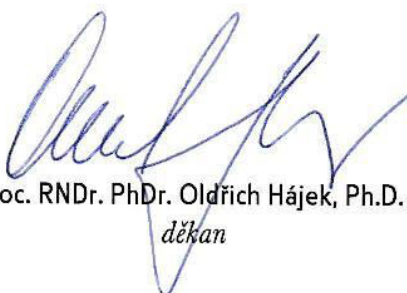
MENTZER, John T. a Mark A. MOON. Sales forecasting management: a demand management approach. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, c2005, 347 s. ISBN 1412905710.

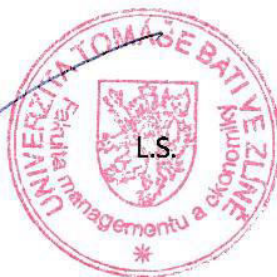
SPILKOVÁ, Jana. Geografie maloobchodu a spotřeby: věda o nakupování. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2012, 245 s. ISBN 978-80-246-1951-4.

VALENTINE, James Lee. Síla MLM: networking: podpora - marketing. Praha: Pragma, c2004, 292 s. ISBN 8072051601.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. David Molínek
Ústav financí a účetnictví
Datum zadání bakalářské práce: 15. února 2016
Termín odevzdání bakalářské práce: 16. května 2016

Ve Zlíně dne 15. února 2016


doc. RNDr. PhDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
děkan




doc. Ing. Miloš Král, CSc.
ředitel ústavu

Jméno, příjmení: Petr Hradil

Název bakalářské/diplomové práce: Analýza finančně - poradenských společností v ČR

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen v příruční knihovně Fakulty aplikované informatiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a jeden výtisk bude uložen u vedoucího práce;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

- že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
- že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně, dne


.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Tématem bakalářské práce je Analýza finančně - poradenských společností V ČR. Hlavním cílem práce je analyzovat vybrané společnosti, jejich kariérní plán a systém práce. Následně tyto informace porovnat a dle výsledků zhotovit doporučení pro finanční poradce, kteří hledají nejvhodnější společnost pro svou práci.

Klíčová slova: analýza, kariérní plán, systém práce, finančně - poradenská společnost, finanční poradce

ABSTRACT

The topic of this bachelor thesis is Analysis of financial consulting companies in Czech Republic. The main objective of this work is analyze selected companies, their career plan and system of work. Then I'll compare this information and from the results obtained in the analysis will try to recommend financial advisors, which of these companies is the best for their work.

Keywords: analysis, career plan, system of work, financial advisory company, financial advisor

Děkuji vedoucímu mé bakalářské práce panu Ing. Davidu Molínkovi za jeho odborné rady, připomínky a poznatky při zpracovávání bakalářské práce.

Dále děkuji vedení společností za poskytnutí informací k bakalářské práci a zvláště děkuji panu Radkovi Černému za poskytnutí informací k dané problematice.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 SYSTÉM PŘÍMÉHO PRODEJE	11
1.1 CO JE TO PŘÍMÝ PRODEJ?	11
1.2 HISTORIE	11
1.3 PRO A PROTI PŘÍMÉHO PRODEJE	12
1.3.1 Přímý prodej vs. klasický prodej.....	12
1.3.2 Výhody přímého prodeje.....	13
1.3.3 Nevýhody přímého prodeje.....	14
1.4 ZÁVĚR KAPITOLY	14
2 PŘÍMÝ PRODEJ VE FINANČNÍM PORADENSTVÍ	15
3 MULTI – LEVEL MARKETING (MLM)	16
3.1 DEFINICE	16
3.2 HISTORIE MLM.....	18
3.3 SYSTÉM PRÁCE V MLM	21
3.3.1 Direct marketing vs. network marketing.....	21
3.3.1.1 Distribuce v direct marketingu	21
3.3.1.2 Distribuce v network marketingu	22
3.3.2 Tvorba vlastního příjmu	23
3.3.2.1 Rozdělování výdělků v běžném MLM	23
3.3.2.2 Rozdělování provizí ve finančně - poradenských MLM	26
3.4 VÝHODY A NEVÝHODY MLM	29
4 BROKERPOOL	31
4.1 DEFINICE	31
4.2 HISTORIE	31
4.3 SYSTÉM PRÁCE V BP	32
4.3.1 Tvorba vlastního příjmu	32
4.4 VÝHODY A NEVÝHODY BP	33
5 POROVNÁNÍ OBOU SYSTÉMŮ	35
II PRAKTICKÁ ČÁST	36
6 VYBRANÉ SPOLEČNOSTI	37
7 OVB ALLFINANZ A.S.	38
7.1 ZÁKLADNÍ INFORMACE.....	38
7.2 KARIÉRNÍ PLÁN	39
7.2.1 Výpočet provize pro jednotlivé kariérní stupně	40
7.2.2 Analýza kariérního plánu	42
7.2.2.1 Poradenský kariérní plán	42
7.2.2.2 Manažerský kariérní plán.....	43
7.2.3 Výhody a nevýhody kariérního plánu OVB.....	44
7.2.3.1 Výhody.....	44
7.2.3.2 Nevýhody.....	45

7.3	SYSTÉM PRÁCE.....	45
7.3.1	Nároky kladené na poradce.....	45
7.3.2	Podpora z centrály OVB.....	48
7.3.3	Storno fond.....	49
7.3.4	Struktura produkce a výše obrátů na jednotlivce.....	49
7.4	VÝHODY A NEVÝHODY OVB.....	49
8	BENEFIT INVESTMENT A.S.	51
8.1	ZÁKLADNÍ INFORMACE.....	51
8.2	KARIÉRNÍ PLÁN.....	51
8.2.1	Výpočet provize pro jednotlivé kariérní stupně.....	52
8.2.2	Analýza kariérního plánu.....	53
8.2.2.1	Poradenský kariérní plán.....	54
8.2.2.2	Manažerský kariérní plán.....	54
8.2.3	Výhody a nevýhody kariérního plánu.....	55
8.2.3.1	Výhody.....	55
8.2.3.2	Nevýhody.....	56
8.3	SYSTÉM PRÁCE.....	56
8.3.1	Získávání klientů.....	57
8.3.2	Podpora z centrály BI.....	58
8.3.3	Bonus konto.....	58
8.3.4	Struktura produkce a výše obrátů na jednotlivce.....	59
8.4	VÝHODY A NEVÝHODY BI.....	59
9	BROKER TRUST A.S.	60
9.1	ZÁKLADNÍ INFORMACE.....	60
9.2	KARIÉRNÍ PLÁN.....	60
9.3	SYSTÉM PRÁCE.....	61
9.3.1	Podpora z centrály BT.....	62
9.3.2	Storno fond.....	63
9.3.3	Struktura produkce a výše obrátů na jednotlivce.....	64
9.4	VÝHODY A NEVÝHODY BT.....	64
10	CELKOVÉ SROVNÁNÍ SPOLEČNOSTÍ.....	65
11	DOPORUČENÍ.....	67
	ZÁVĚR.....	68
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	69
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....	71
	SEZNAM OBRÁZKŮ.....	72
	SEZNAM TABULEK.....	73

ÚVOD

Jak napovídá název mé bakalářské práce, zabýval jsme se analýzou finančně - poradenských společností působících na českém trhu. Pro tohle téma jsem se rozhodl, protože sám v tomto oboru pracuji a sám jsem prošel více společnostmi a každá funguje trochu na jiném systému práce. V dnešní době vysoké nezaměstnanosti mnoho lidí přemýšlí právě o tom, že by své štěstí zkusili ve finančním poradenství, ale na začátku naráží na stejný problém jako já. Jaká společnost pro mě bude nejlepší? V dnešní době fungují tyto společnosti na dvou základních systémech práce. Multi - level marketing (MLM) a Brokerpool (BP). V této práci bych se rád zaměřil na výhody a nevýhody jednotlivých systému.

Práce je rozdělena na dvě základní části, teoretickou a praktickou. V teoretické části jsem se zaměřil na historii přímého prodeje a poté na samotné systémy práce. Porovnával jsem tyto dva systémy a shrnul jejich výhody a nevýhody.

V praktické části jsem se zaměřil na vybrané společnosti zastupující oba systémy. Vybral jsem různé společnosti jak z MLM, tak z BP. Analyzoval jsem jejich systém práce, kariérní a provizní plány, z čehož by mělo být patrné, co může zájemce o spolupráci v jedné s těchto společností očekávat.

V závěru se věnuji shrnutí celé práce a doporučení pro ty, kteří si neví rady s výběrem vhodné finančně - poradenské společnosti.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 SYSTÉM PŘÍMÉHO PRODEJE

Slovní spojení přímý prodej v dnešní době slyšíme na každém kroku. Ať chceme nebo ne i my jsme často součástí tohoto stylu prodeje výrobků. Nejedná se přímo o prodej jako spíše o neúmyslnou reklamu. Jako příklad lze uvést tohle. Znamý má obchod se sportovní výbavou a já si u něho koupil nové boty na tenis, na které jsem dostal slevu. S botami jsem tak spokojený, že jsem to řekl všem známým, s kterými hraju tenis, a oni si hned šli kvalitní boty ve slevě koupit taky. Nejedná se přímo o prodej, jelikož jsme nic neprodali, ani jsme na tom nic nevydělali, ale pomohli jsme známému přivést další zákazníky, kterým už prodal něco on.

1.1 Co je to přímý prodej?

Přímý prodej, jinak také osobní prodej, je druh distribuce výrobků, kdy je zákazník kontaktován s nabídkou nějakého produktu či služby. Zákazníkem bývá často někdo známý prodejci nebo osoba, která byla prodejci doporučena jeho stávajícím zákazníkem jako potenciální zájem o produktu nebo službu. (asociaceproprimyprodej.cz)

Podstatou přímého prodeje je, že prodávající navštíví zákazníka s nabídkou nějakého ze svých produktů nebo služeb. Součástí tohoto prodeje je prezentace a předvedení výrobku, a v případě zájmu zákazníka, následný prodej. Výhodou často bývá, následný servis, tedy péče o již získaného zákazníka.

Jak je uvedeno na stránkách Asociace osobních prodejců, nejedná se o prodej po telefonu, televizní prodej, nebo prodej na výstavách, ba dokonce o podomní prodej, který by většina z nás paradoxně zařadila pod přímý prodej. Tyto formy prodeje jsou právě s přímým prodejem často zaměňovány. Co se týká podomního prodej ten je podle mého názoru na hraně mezi těmito systémy. Kontakty na zákazníky nezískáváme přes známé nebo doporučení, ale součástí prodeje je následně prezentace a předvedení produktu či služby. Tudíž se jedná částečně i o přímý prodej. A nikde není zakázáno, že když se k někomu domů prodejce dostane, tak nemůže dostat doporučení na dalšího zákazníka, který by měl o službu také zájem. (osobniprodej.cz)

1.2 Historie

Přímý prodej není žádnou novodobou záležitostí. S přímým prodejem se setkáme prakticky v celé historii lidstva. Již v 18. a 19. století bylo běžné, že zemědělci z vesnic chodili prodávat své produkty do měst. Zde měli na tržišti svůj stánek nebo přímo domluvené

zákazníky, které zásobovali každý týden. Jednalo se tedy o přímý prodej, kdy výrobce šel přímo za zákazníkem s již hotovým produktem a neprodával ho přes nějakého prostředníka. (lr-czech.com)

Rozmach přímého prodeje přišel v období průmyslové revoluce, kdy byl trh zaplavován množstvím nových typů výrobků, a firmy potřebovaly nový způsob, jak tyto výrobky dostat k zákazníkům co nejrychleji. Výrobci sice měli své prodejny a další smluvní prodejce, ale do těchto obchodů lidé přicházeli pouze, když něco potřebovali. Ale jak měli výrobci prodat nový druh zboží, o kterém mnohdy lidé ani nevěděli, že existuje? V té době se stalo běžným povoláním něco jako "obchodník na cestách". Byli to lidé, co se svým malým povozem cestovali od města k městu a nabízeli a prodávali výrobky firmy, pro kterou pracovali. Problém byl, že prodejci měli možnost prodávat jeden nebo jen málo výrobků. Proto se často mohlo stát, že zákazník zkrátka neměl zájem a prodejce odešel s prázdnou.

Přímý prodej se dále vyvíjel. Další velký skok v evoluci přímého prodeje přišel na začátku 20. století. Názory na to, kdo a kdy vlastně přišel s oním dalším krokem ve vývoji osobního prodeje je více. Někteří tvrdí, že to bylo v Americe za dob prohibice, jiní že první inovátor byla firma California Vitamins, později Nutrilite. Jisté ovšem je, že tento systém se nazývá síťový marketing neboli multi - level marketing (MLM). Více o historii MLM naleznete v následujících kapitolách. (Szajna, 1994, s. 55)

1.3 Pro a proti přímého prodeje

O výhodách a nevýhodách tohoto prodejního stylu by se dalo dlouze diskutovat. Existuje spousta názorů na to, jestli je přímý prodej dobrý způsob vydělávání peněz a distribuce výrobků, nebo jestli je to jen místo, kde nepoctiví prodejci využívají neznalosti a ovlivnitelnosti spotřebitelů. Nejdříve bych ale rád shrnul rozdíly mezi přímým prodejem a klasickou formou distribuce.

1.3.1 Přímý prodej vs. klasický prodej

Pro upřesnění bych pod pojem klasický prodej zahrnul vše, co není přímý prodej. Jmenovitě tedy běžné kamenné obchody či stánky na tržištích a také vše co bylo zmíněno v definici přímého prodeje. Tedy prodej po telefonu, přes internet, televizi a předváděcí akce. Jak jsem uvedl dříve, pro účely vypracování této práce si myslím, že bude lepší zařadit podomní prodej jako podskupinu přímého prodeje.

Mezi hlavní rozdíly bude určitě patřit místo, kde se obchod bude odehrávat. Zatímco při klasické formě bude prodej probíhat v budově prodejce, nebo v místě jeho podnikání, u osobního prodeje navštíví ve většině případů prodejce zákazníka u něj doma. Pokud to není zákazníkovi příjemné, mohou se setkat v kanceláři prodejce případně v nějaké kavárně či restauraci. Jako další rozdíl bych uvedl motiv nakupujícího. Když jde zákazník do obchodu, většinou zde přichází pro jeden nebo více určitých výrobků, které v aktuální situaci potřebuje. Na rozdíl od toho, při přímém prodeji funguje role poptávky trochu jinak. Zákazník je osloven s nabídkou produktu či služby a je pouze na prodejci, a jeho schopnostech, zda dokáže u zákazníka vzbudit potřebu po tom, co nabízí. O tom, zda bude obchod úspěšný nebo ne tedy rozhodují schopnosti a znalosti prodejce. Z mého pohledu, i dle mých zkušeností, se jedná o mnohem náročnější práci než stát v obchodě a dávat lidem to, o čem se už dávno rozhodli, že to chtějí.

1.3.2 Výhody přímého prodeje

V této oblasti se vždy musíme zaobírat výhodami a nevýhodami ze dvou úhlů pohledu. Z pohledu zákazníka a prodávajícího.

Z pohledu zákazníka je jedna z hlavních výhod to, že nemusí při nákupu vůbec opustit pohodlí svého obývacího pokoje. Prodejce zkrátka přijde k němu domů v domluvenou hodinu a předvede mu produkt nebo službu, kterou nabízí. V dnešní době je běžné, že prodávající má ve svém portfoliu stovky až tisíce produktů a kujícímu může nabídnout a prodat v podstatě cokoliv. Další výhodou je spojená s touto první. Jakmile se někdo stane zákazníkem/klientem daného prodejce jejich spolupráce nekončí dodáním zboží. Zákazník má nárok na následný servis. To znamená, že kdykoliv by měl zákazník s produktem či službou nějaký problém, například reklamaci, nebo v případě spotřebního zboží, doplnění jeho zásob, obchodník je klientovi k dispozici. Stejně tak u služeb, které jakožto takové nejsou skladovatelné nebo použitelné opakovaně, obchodník je schopen danou službu poskytnout znovu. (osobníprodej.cz)

Výhody z pohledu obchodníka jsou také nemalé. Prodejci v přímém prodeji jsou většinou placeni podle toho, jakou marži si domluví se zákazníkem nebo provizně podle výše obratu. To znamená, že si vydělají tolik peněz, kolik prodají zboží. Vše záleží na tom, jakým způsobem a jak kvalitně obchodník dělá svou práci. Když dělá svou práci dobře, získá dobrou reputaci a může se stát, a často se tak i stává, že nemusí zákazníky hledat sám, ale volají mu sami, protože chtějí tu skvělou věc, co prodal jejich známým. V té chvíli

by se dalo říct, že takový obchodník přímého prodeje má „pasivní“ příjem. Tedy nemusí udělat skoro nic, aby si vydělal peníze. Rovněž je tato profese pro svou relativní časovou nenáročnost vhodná jako druhé zaměstnání, kdy si může kdokoliv vydělat pár tisíc navíc každý měsíc. S tím jsou spojeny i nulové náklady na začátku podnikání. Není potřeba skládat žádný počáteční kapitál jako tomu bylo dříve u s.r.o. ani kupovat drahé stroje nebo zásoby. (osobníprodej.cz)

Když už má prodejce hodně stálých zákazníků, kteří jsou s ním spokojeni není těžké se díky jejich doporučení dostat k novým klientům a v podstatě bez práce rozšiřovat svůj klientský kmen. (Filipová, 2011, s. 154)

1.3.3 Nevýhody přímého prodeje

Nevýhod nalezneme u přímého prodeje mnohem méně než výhod. Ovšem důsledky, které tyto nevýhody mají bývají často nedozírné. Z pohledu zákazníka se jedná zejména o serióznost jednotlivých obchodníků a kvalitu jimi prodávaného. Pokud se lidé setkají s touto situací často se finanční ztráta šplhá do tisíců až desetitisíců. Díky nepoctivým prodejcům bylo tomuto druhu živobytí přisouzeno mnoho negativních názorů, které jsou spojeny právě se špatnou prací prodejce nebo koupí "šuntu". V poslední době pověst přímého prodeje utrpěla nejvíce kvůli podomním prodejcům elektřiny a tzn. "šmejdům" z předváděcích akcí, kteří často využívají důvěry starších lidí. I když, jak bylo řečeno dříve, nepatří tyto dva druhy prodeje mezi přímý prodej, lidé je považují za totéž. Tím upadá celková věrohodnost kohokoliv, kdo působí v přímém prodeji nebo oboru podobném.

Na straně obchodníků je příčina problémů úplně stejná. Pověst přímého prodeje škodí více prodejcům než zákazníkům. Když se někdo rozhodne začít žít touto profesí často slyší mnoho negativních ohlasů, když na veřejnosti jen zmíní, kde pracuje. Ve chvíli, kdy se člověk v přímém prodeji stane úspěšným a vydělává nadprůměrné peníze, automaticky se pro většinu lidí stane tím podvodníkem, o kterém slyší v médiích. (asociaceproprimyprodej.cz)

1.4 Závěr kapitoly

Na konec této kapitoly bych rád shrnul podstatné. Musíme si uvědomit, že přímý prodej není něco nového, ale je součástí lidské historie již po stovky let a mnohdy se osvědčil jako jeden z nejlepších distribučních kanálů. Jako každý systém má své výhody a nevýhody, a jako všude záleží na přístupu lidí, kteří ovlivní kvalitu poskytovanou při přímém prodeji.

2 PŘÍMÝ PRODEJ VE FINANČNÍM PORADENSTVÍ

Postupně s vývojem přímého prodeje do komplexnějších a propracovanějších forem začalo více a více společností a organizací využívat tento způsob distribuce svým služeb a výrobků. Už na počátku 20. století začali osobní prodej využívat i bankovní a pojišťovací společnosti jako nejlepší způsob expanze k co nejvíce zákazníkům. Prodejce vždy pracoval pro jednu banku či pojišťovnu a nabízel pouze její služby. V druhé polovině 20. století začaly vznikat první společnosti poskytující finančně - poradenské služby tzn. společnosti, které spolupracovali s více bankami či pojišťovnami, a byli schopni lidem vybrat produkt z více zdrojů, než prodejci jedné banky. Tyto společnosti začínaly pracovat na systému MLM. V Evropě bude většina lidí znát německou společnost OVB Allfinanz a.s., která je jednou z nejstarších společností svého druhu na světě.

I když i v dnešní době nalezneme mnoho bankovních a pojišťovacích společností, které stále využívají jako distribuční síť přímý prodej v jeho základní variantě, tak v současnosti je mnohem častější variantou právě MLM, ale mnohem více se dostává do podvědomí i systém BP, což by se dalo volně přeložit jako „makléřský bazén“. Zatímco MLM je ve světě i v ČR již dlouhá léta zaběhlý pojem, tak BP je zatím pro většinu lidí novinka, o které moc nevědí.

V následujících dvou kapitolách se budu věnovat právě srovnání těchto dvou systémů a popisu jejich kladných a záporných stránek.

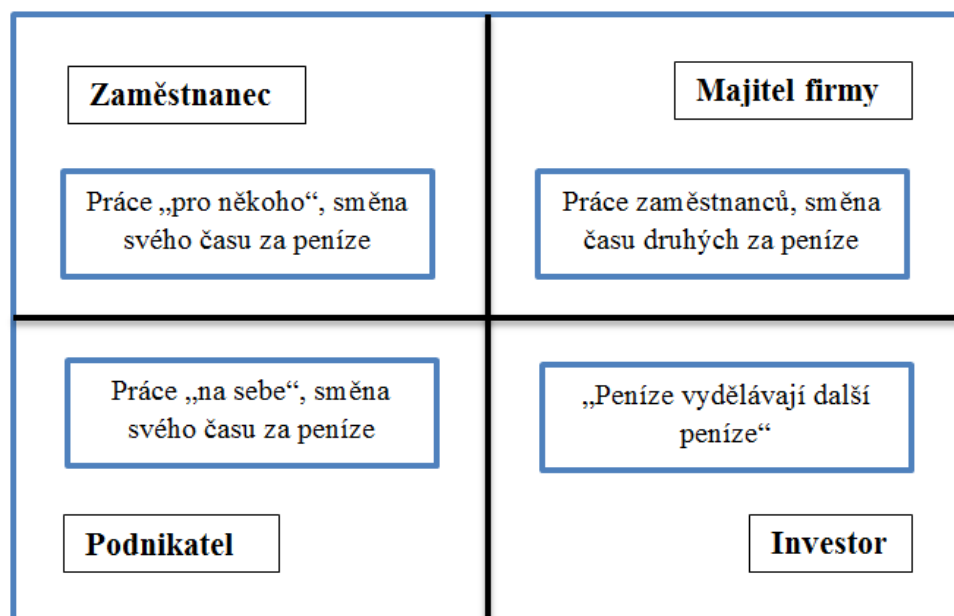
3 MULTI – LEVEL MARKETING (MLM)

Multi – level marketing je často nazýván také jako network marketing. Do češtiny se oba tyto pojmy překládají jako „síťový marketing“. V posledních letech se osvědčil jako jeden z neefektivnějších systémů pro distribuci služeb a výrobků společností na celém světě. Jeho podstatou je síť prodejců, kteří pomocí osobního prodeje prodávají produkty, a tím vydělávají peníze jak sobě, tak dané společnosti.

3.1 Definice

Co je tedy MLM? Pod těmito pojmy se skrývá systém, který je složený ze sítě prodejců. Tito obchodní zástupci, také nazýváni agenti, prodávají konečným zákazníkům výrobky a služby dané firmy nebo více firem, z čehož mají provize. Systém je charakteristický tím, že jeho účastníci mají peníze jak ze své práce tak z práce lidí, které do společnosti přivedli. To znamená, že každý si může v MLM vytvořit svůj vlastní tým prodejců, svou vlastní firmu. Tyto lidi školí, pomáhá jim zapracovat se a dále fungovat v tomto systému a za tuto práci má samozřejmě další finanční ohodnocení a je tak schopen si vytvořit určitý pasivní příjem. (Valentine, 2003, s. 8)

Právě díky tomuto pasivnímu příjmu je práce v MLM tak zajímavá a přitahuje stále více zájemců, kteří chtějí pomocí tohoto systému zbohatnout. Tento fakt ve své práci vysvětluje Robert Kiyosaki na schématu, které nazval cashflow kvadranty.



Obrázek 1: Cashflow kvadranty (www.wikipedia.org)

Tento systém, který Kiyosaki zpracovává, vysvětluje atraktivitu MLM, která v dnešní obě bez pochyby stoupá. Schéma obsahuje čtyři kvadranty, které jsou tvořeny určitou skupinou vydělávajících. Kdo do daných kvadrantů patří je tedy určeno podle toho, jakým způsobem si zajišťuje příjem. První kvadrant je tvořen zaměstnanci. Lidmi, kteří vytváří příjem, jsou závislí na jiných a jejich příjem nesouvisí s tím, kolik jejich práce vyprodukuje kapitálu, ale pouze s tím, jak je za to odmění jejich nadřízení. Tito nadřízení jsou majitelé firem a investoři, kteří tvoří třetí a čtvrtý kvadrát. Jejich příjem se odvíjí od objemu peněz, který získají za to, co jejich společnost vyprodukovala, ovšem není podmínkou, že se musí aktivně účastnit výroby nebo se podílet na chodu firmy. Někde mezi nimi jsou OSVČ, třetí kvadrát, tedy ti, jejichž příjem je závislý na jejich práci. Nemohou si dovolit nepracovat, protože v té chvíli stojí i jejich podnikání. Po shrnutí těchto základních informací můžeme schéma dále rozdělit na dvě části. První a druhý kvadrant by se dal charakterizovat rovnicí ČAS = PENÍZE. Tedy čím déle budu pracovat tím více peněz dostanu. S výjimkou zaměstnanců s fixní mzdou, i když i oni dostávají příplatky za přesčasy nebo prémie. Dalším dvěma zbývajícím kvadrantům zase odpovídá rovnice SYSTÉM = PENÍZE. Tedy vydělávají tím, že investovali nebo vytvořili nějaký systém, který jim teď vydělává peníze, aniž by oni sami museli vstát ráno z postele. Výhodou tohoto systému je právě onen zmiňovaný pasivní příjem. MLM dává lidem možnost stát se majiteli a investory své vlastní sítě prodejců. Majiteli se stávají, jelikož tuto síť od základu vytvořili a lidi do společnosti přivedli oni a investoři. Právě oni museli investovat svůj čas a vědomosti do proškolení těchto lidí a do toho, aby byli schopnými prodejci stejně jako oni. Tímto si vybudují pasivní příjem, který je bezesporu jednou z největších výhod MLM vůbec. (Kiyosaki, 2001)

Jak být ale tím, kdo bude v MLM úspěšný? Mezi základní myšlenku patří, že příjem daného prodejce závisí pouze na tom, jak je schopný a jak moc času této práci věnuje. V MLM totiž nejsou totiž lidé placeni fixně nebo podle odpracovaných hodin, ale provizně podle toho, jaký objem produktů a služeb dokážou prodat. Tedy každý je zodpovědný za to, kolik peněz si vydělá. Jako další důležitá věc fungující v tomto systému je tvorba vlastní obchodní sítě. Prodejce nemusí být závislý jen na příjmu ze své vlastní produkce, ale může si postupem času vytvořit vlastní tým prodejců a za to, že je vychová a vše je naučí, má následně provize i z jejich práce. Jednoduše jsou tyto fakta vysvětlena v knize Janusze Szajna Network marketing, jak v životě neprohrát.

„Mnoho distributorů MLM vydělává měsíčně nebo týdně mnohem více než 75 000 dolarů, ale určitě nepřišli k těmto výdělkům jen za 3- 4 hodiny práce týdně. Někdo, kdo ti slibuje takové výdělky jen za tvůj vstup do podnikání, není důvěryhodný. Je to skutečné podnikání a v souvislosti s tím musíš být připravený na práci při jeho rozvoji. Zajisté toto uspořádání můžeš získat, ale po několika letech systematické práce při budování sítě, ale nikdy ne na začátku práce. Souhlasím, jsou distributoři, kteří investují jen málo času do svého podnikání, ale jejich příjmy jsou rovněž malé.“ (Szajna, 1994, s. 142)

3.2 Historie MLM

Jak jsem uvedl dříve, multi – level marketing je evolucí přímého prodeje, která začala na počátku 20. století. Je mnoho názorů na to, kdo nebo co bylo počátkem vzniku tohoto systému, ale ze všech by se daly vybrat dva hlavní názory.

Mnozí uvádějí, že první systém fungující takřka podobně jako MLM v dnešní podobě, vyvinula americká mafie ve 20. letech 20. století. Vše začalo 17. ledna 1920, kdy ve Spojených státech amerických vstoupil v platnost zákon zakazující výrobu, distribuci a konzumaci alkoholu. Tedy nejslavnější alkoholová prohibice v historii. V té době patřil alkohol mezi jednu z nejvýnosnějších aktivit místní mafie a ta se svých zisků nechtěla vzdát. Tak začala nelegálně pašovat alkohol z okolních zemí a prodávat ho. Brzy jednoho z bossů gangů napadlo, že budou odměňovat pašeráky za to, že přivedou další pašeráky, kteří se těchto nelegálních aktivit nebudou bát, a prodejce alkoholu k tomu budou odměňovat za to, že budou prodávat více a přivádět další prodejce. Tím dosáhli zvýšení zisků a prodejnosti na mnohem vyšší úroveň, než před začátkem prohibice. Takto vznikl první známý systém MLM. (www.mlmprace.eu)

Další ovšem tvrdí, že jako první se systémem MLM přišla firma California Vitamins, která začala působit v roce 1934. Postupem času zjistili majitelé této firmy, že je mnohem produktivnější vytvořit ohromnou síť z velkého množství jednotlivců, kteří jejich produkty budou prodávat, než mít jen pár velkých prodejců. Firma začala díky tomuto kroku zvyšovat své obraty a to vedlo ke zdokonalení toho systému. Už tehdy firma California Vitamins měla mnohavrstevné sítě prodejců a základní provizní plány a systém. I když se nejednalo o MLM, jak ho známe dnes, tak většina lidí považuje právě tuto společnost za zakladatele network marketingu díky prvnímu zdokumentovanému systému fungování a jasným pravidlům pro rozdělování provizí. Časem se firma přejmenovala na Nutrilite Food

Supplement Corporation. Léta prosperity skončila na začátku 60. let. Způsobila to hlavně primitivnost systému odměňování a tvorby prodejní sítě. Vedlo to k hromadným odchodům prodejců, kteří si zakládali vlastní MLM společnosti a to byl konec společnosti Nutrilite. (Szajna, 1994, s 56)

Právě z Nutrilite vzešli dva zakladatelé největší a nejproslulejší společnosti ve světě multi – levelu. Byli jimi Američané holandského původu Rich De Vos a Jay Van Andel, kteří byli jedni z nejlepších distributorů společnosti. Společně s nimi odešly i jejich distribuční sítě. V roce 1959 založili společnost Amway, která je v dnešní době největší MLM společností na světě. Jejich úspěch měl dva hlavní faktory.

1. Dopracovali k dokonalosti systém tvorby sítě a výpočet provizí.
2. Uvedli do prodeje správný výrobek.

Právě díky tomu, že dovedli k dokonalosti systém tvorby sítě a výpočet provizí, si právě Amway, a ne Nutrilite, vysloužil přezdívku "kmotra MLM". Díky tomu dnes všechny společnosti využívající network marketing fungují na základech systému, který vymysleli pánové De Vos a Van Andel pro svou firmu Amway. (Szajna, 1994, s. 57)

Druhým zásadním krokem bylo, že společnost se rozhodla vyrábět vlastní výrobky a nesoustředila se na prodej výrobků jiných firem jako většina nově vznikajících společností v té době. Amway začínal s jedním výrobkem vyráběným ve sklepě v malém městečku Ada ve státě Michigan. Z tohoto poněkud úsměvného začátku se vypracovali na značku, kterou nese více než 400 výrobků, hlavně spotřebních, které patří do každodenního chodu každé domácnosti. V současnosti Amway funguje na více než 70 trzích a je jednou z neziskovějších a největších korporací na světě. Jen pro představu, v roce 2012 dosáhli celkových výnosů 206 miliard korun českých. (www.amway.cz)

Mezi další společnosti, které začaly fungovat po pádu Nutrilite a neodmyslitelně patří k základům MLM, je Shaklee. Společnost založená Forrestem C. Shakleem. Tato společnost nevyvíjela vlastní systém jako Amway, ale stala se nástupcem Nutrilite a pokračovala v jejich tradici jen s mírnými úpravami. Co se týká Evropy tak historicky první MLM společností založenou v Evropě byla Kleenzee Homecare, která v roce 1969 převzala systém z Amway a tím přešla z direct marketingu na network marketing. (Szajna, 1994, s. 56)

Tato průkopnická fáze, kdy vznikaly nejen nejvýznamnější společnosti MLM, ale hlavně základy systému práce MLM se ve většině publikací nazývá jako "zakladatelská". Tato

fáze byla oficiálně ukončena v roce 1979, kdy americké úřady rozhodly, přesněji Federal trade commission (Federální obchodní komise), že systém práce Amway není pyramidou a neporušuje zákon, jak tvrdili někteří odpůrci MLM. Toto rozhodnutí rozjelo velkým "boom" v oblasti multi - levelových společností. V Americe začaly vznikat nové společnosti a stávající začaly expandovat do celého světa. (www.mlmprace.eu)

Právě expanze MLM započala další fázi vývoje a to fázi "koncentrace". Firmy začaly pronikat na nové trhy a lidé a firmy si museli začít zvykat na stále častější styk s network marketingem. Ne ve všech zemích to šlo hladce. Mezi největší zábrany patřily kulturní, ekonomické a společenské zvyky a předsudky. Například velmi konzervativní Anglie a Francie hodně dlouho bojkotovaly fungování těchto společností v jejich zemi. Nakonec však většina vyspělých zemí a trhů pochopila, že bez MLM se v moderní světě nejspíš neobejdou. Jak říká o vzniku a revoluci Janusz Szajna:

"Zajisté, neděje se to na základě revolty nebo radikálního řezu. Je to určitý proces vzniku nových pojmů, struktur, metod, do kterých společnost pomalu dorůstá a zvyká si na ně. Průběh daného procesu je samozřejmě různý v jednotlivých zemích, etnických skupinách, prostředích, protože ho podmiňují tradice a zvyky daného prostředí, jeho subkultura a ekonomická vyspělost."
(Szajna, 1994, s. 59)

V ČR se první MLM společnosti začaly objevovat po pádu komunismu po roce 1990. S nově otevřeným trhem, kde plně začala fungovat nabídka a poptávka se začaly objevovat jak nové obchody se spotřebním zbožím tak i první velké supermarkety a nákupní centra. Lidé si začali zvykat na nový způsob obstarávání věcí každodenní potřeby. (Spilková, 2012, s. 7)

S tím přicházely i první společnosti z oboru MLM. Jednou z prvních byl v té době již legendární Amway a v roce 1992 i první společnost zabývající se finančním poradenstvím, německý holding OVB Allfinanz a.s..

V současné době se stalo MLM ryzím a nezpochybnitelným faktem nejen ve světě obchodu a distribuce, ale i v běžné životě většiny lidí. Existují společnosti, kterou jsou schopny vám zařídit a zajistit prakticky vše ze spotřebního zboží pro běžný chod domácnosti, kromě každodenní dodávky čerstvého pečiva. Například Amway nezůstal jen u výroby vlastních výrobků, ale v dnešní době již distribuují výrobky a služby dalších více než 500 firem. (www.amway.cz)

3.3 Systém práce v MLM

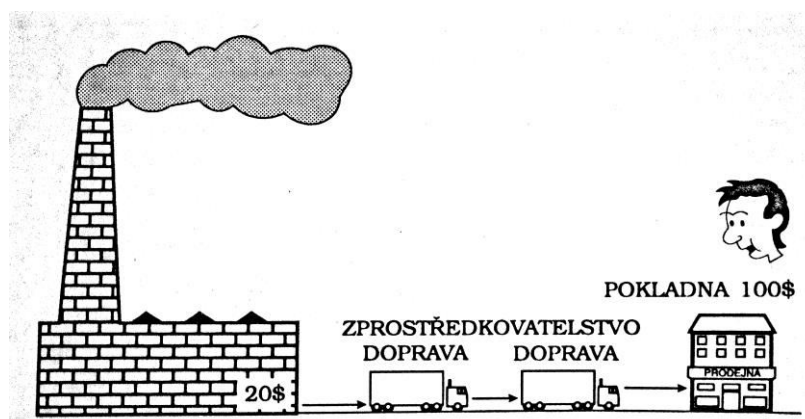
Základním stavebním kamenem MLM je právě síť prodejců. Ti vytváří celou distribuci daného výrobku nebo služby a tím i zisky společnosti samotné. Tohle je většině lidí jasné, když jim někdo začne vyprávět o MLM, ale už jim není jasné, jak to vše přesně funguje. Kladou si otázky. Jak je možné, že přes obchodníka z network marketingové firmy to je levnější? Jak to, že většina těchto prodejců má nadstandardní příjmy? Odpovědi na všechny tyto i jiné otázky budou poskytnuty v následujících podkapitolách. (www.multilevelmarketing.cz)

3.3.1 Direct marketing vs. network marketing

Abychom pochopili jednu z hlavních výhod MLM, musíme nejdříve pochopit rozdíl oproti direct marketingu, neboli klasickému způsobu distribuce. Tyto dva distribuční kanály mají mnoho rozdílů, ale jen jeden vytváří onen rozdíl v ceně produktu a příjmech prodejců. Je to právě ona distribuční cesta, kterou se výrobky dostávají ke konečnému spotřebiteli. Následující dvě schémata znázorňují, kde je to část distribuce, kde se šetří na nákladech. (www.multilevelmarketing.cz)

3.3.1.1 Distribuce v direct marketingu

Jak můžeme vidět na schématu níže, při klasickém prodeji musí výrobek projít dlouhou cestou plnou meziskladů, velkoobchodů a nakonec maloobchodů, než se dostane ke konečnému spotřebiteli. Tato cesta výrobku samozřejmě není vůbec levná. Výrobní náklady tvoří většinou jen 20% konečné prodejní ceny. Následně se přičítají další náklady za skladování a dopravu, plus každý mezivelkosklad a velkoobchod si přidá ještě 25% obchodní marži. Když si to všechno sečtete, konečný nárůst ceny udělá opravdu oněch 80%, které dají v součtu s výrobními náklady konečnou cenu. (www.jsem.webnode.cz)

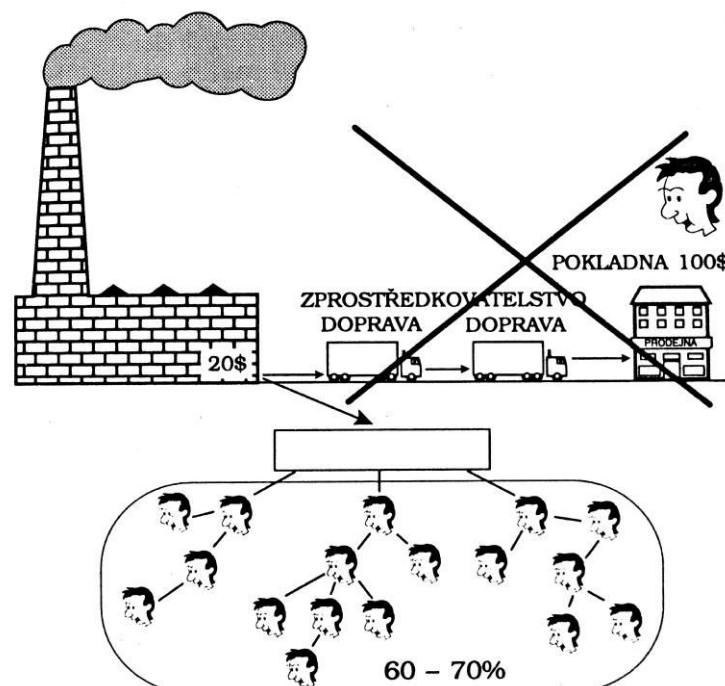


Obrázek 2: Klasická distribuce (Szajna, 1994, s. 52)

3.3.1.2 Distribuce v network marketingu

Oproti klasické distribuční cestě jsou zde skoro úplně odstraněny náklady za skladování a dopravu. Samozřejmě nejdou tyto náklady kompletně odstranit, ale jsou maximálně minimalizovány. Jak ale funguje tvorba konečné ceny zde?

Co zůstává stejné je výrobní cena, která tvoří opět zhruba 20% konečné ceny. Dopravu a skladování nelze samozřejmě úplně vypustit. I zde fungují určité regionální sklady a zboží se do nich musí dopravit. Prodejci ze sítě si z těchto skladů kupují za předem určenou cenu a je pouze na nich, jako určí konečnou cenu po domluvě s kupujícím. Díky absenci všech meziskladů a velkoobchodů a maloobchodů lze v MLM reálně ušetřit zhruba 60% až 70% konečné sumy nákladů. Když odečteme i všechny marže, které si tito přeprodejci na celé distribuční cestě napočítají, zákazník nakonec ušetří zhruba 20% až 30% z doporučené maloobchodní ceny. Jak jsem psal dříve, konečná cena je na rozhodnutí a dohodě prodejce a zákazníka. Co se týká příjmu prodejce, výše provize je na schopnostech prodejce. Pro lepší porozumění nahlédněte na schéma níže. (Szajna, 1994, s. 52)



Obrázek 3: Distribuce v MLM (Szajna, 1994, s. 53)

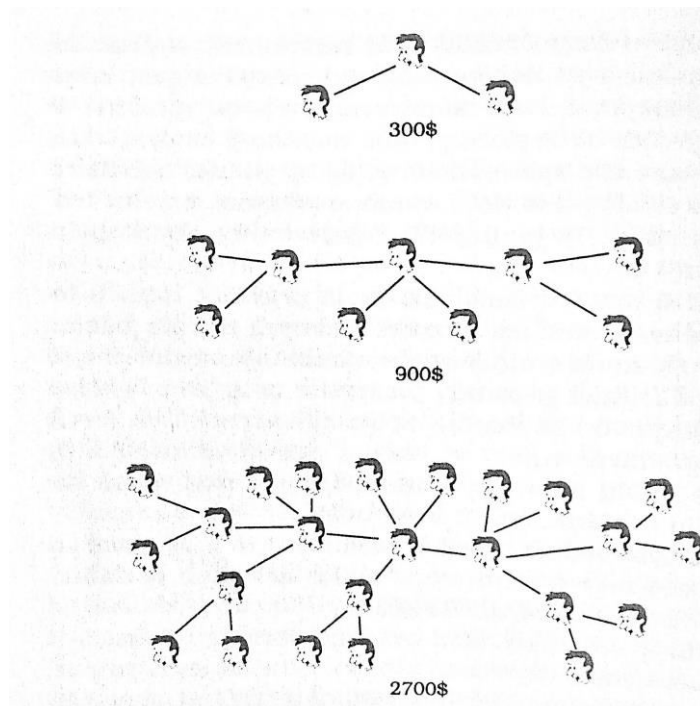
3.3.2 Tvorba vlastního příjmu

V této podkapitole se budeme věnovat tomu, jak se vypočítává příjem jednotlivého obchodníka v systému MLM. Jedná se o problematiku, která je pro většinu lidí, kteří se v network marketingu snaží prosadit, nebo se jen snaží do problematiky network marketingu proniknout, důležitá. Jelikož systém odměňování ve finančně - poradenských společnostech je odlišný od běžných MLM systémů, budu se těmito dvěma problémům věnovat samostatně. Nejdříve se podíváme na běžný systém MLM, na kterém budou lépe zřetelné základní informace rozdělování výdělku, a poté tyto informace převedeme do oblasti finančního - poradenství.

3.3.2.1 Rozdělování výdělku v běžném MLM

V běžném MLM se výše obratu prodejce, tedy výdělku, odvíjí od toho kolik výrobků prodá a jakou cenu si za tyto výrobky se zákazníkem dohodne. Jak bylo uvedeno dříve, díky absenci většiny meziskladů a dopravců mezi těmito sklady je ušetřeno 60% až 70% celkových nákladů na výrobek. Tím se konečná cena dostává o 20% až 30% níže, než je běžná maloobchodní cena. (Szajna, 1994, s. 88 - 92)

Aby výpočet nebyl příliš komplikovaný, rozdělíme je na dvě části. V první bude mít prodejce příjem pouze ze své práce, tedy z objemu produkce, kterou sám prodá. K tomuto výdělku mohou být připočteny prémie za nadstandardní obraty. V druhé části budeme počítat s variantou, že prodejce pracuje v MLM již delší dobu a má již svůj vlastní tým prodejců, které do firmy přivedl a vychoval. Na schématu níže můžete vidět, jak ovlivňuje velikost prodejního týmu celkový objem obratu. (Szajna, 1994, s. 88 - 92)



Obrázek 4: Vliv velikosti týmu na obrat (Szaajna, 1994, s. 88)

3.3.2.1.1 Provize z vlastní práce

V této části závisí výše výtěžku pouze na práci prodejce samotného. Ovšem, než začne prodejce něco prodávat, tak v klasickém MLM musí určitý počet výrobků odkoupit ze skladu společnosti za předem určenou cenu a dále rozprodat za cenu, kterou si určí sám. Řekněme tedy, že prodejce by v jednom měsíci udělal obrat 100 000 Kč, tedy prodal výrobky v celkové hodnotě právě 130 000 Kč. Počáteční náklady na pořízení těchto výrobků ze skladu společnosti by byly 100 000 Kč a to je zároveň obrat společnosti. Marže prodejce, a jeho výtěžek, tedy činí 30 000 Kč měsíčně. Pro běžného člověka celkem zajímavý nadprůměrný příjem. Ale v MLM to není vše. Jak je tomu u většiny společností, když prodejce udělá větší obrat měsíčně, tím vydělá více i společnost. Ta se tedy snaží prodejce motivovat k tomu, aby dělali větší obraty. Může to být pomocí různých příspěvků na nákup nové elektroniky, oblečení nebo i dovolená placená firmou. Nás ale zajímají prémie za vysoký obrat. Nemyslí se samozřejmě celkový obrat prodejce, ale obrat společnosti, tedy za kolik odkoupili prodejci výrobky z firmy. Jak mohou takové prémie vypadat naleznete v tabulce níže. (Szajna, 1994, s. 88 - 92)

Tabulka 1: Výpočet prémie z obratu

(vlastní zpracování)

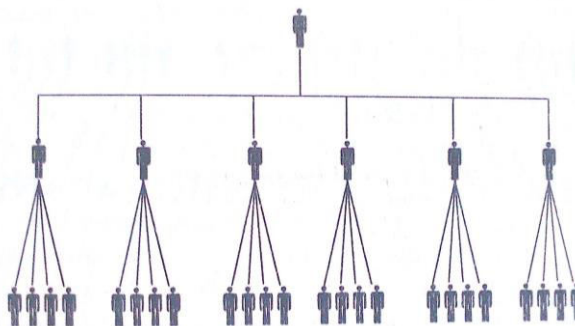
Výše obrat v Kč	Prémie v %
100 000	5
300 000	10
600 000	15
1 400 000	20
2 800 000	25
5 000 000	30

V případě našeho prodejce, který měl měsíční obrat 100 000 Kč bude jeho prémie tvořit 5 000 Kč. Jeho dosavadní celkový příjem tedy činí 35 000 Kč. (Szajna, 1994, s. 88 - 92)

3.3.2.1.2 Provize z práce týmu

Jak je uvedeno dříve, rozdíl mezi MLM a přímým prodejem tkví právě v možnosti tvorby své vlastní sítě prodejců, svého týmu, svého vlastního podniku vnitř MLM korporace. Toto je jedna z hlavních výhod MLM. Když je prodejce zkušený a chce se ve své práci posunout dál, stačí aby si našel pár schopných lidí, které si vychová, tedy naučí je, jak dělat tuto práci. Je to podobné jako když zaměstnanec firmy zaučuje nového pracovníka. Musí s ním trávit čas, vše mu vysvětlit a naučit ho, jak to ve firmě funguje. To samozřejmě zabere čas. V běžném podniku dostane zaměstnanec maximálně malou prémie, ale v MLM je to jiné. Když je člověk samostatný a schopný prodejce, jeho "sponzor", tedy ten kdo ho do společnosti přivedl, má z jeho obratu určitý podíl. Sponzor je označení pro člověka, který přivede někoho nového do MLM a zaučuje ho. Ten je jím následně "sponzorován", jinak řečeno dostává se mu v začátcích pomoci od jeho sponzora. (Szajna, 1994, s. 88 - 92)

Jak to tedy funguje při výpočtu výtěžku z mého prodejního týmu? To je vidět na schématu níže. Naš prodejce si časem vybudoval vlastní síť obchodníků. Má 6 přímých spolupracovníků a každý z nich má 4 lidi, které přivedl. Dohromady má tedy náš prodejce 30 podřízených prodejců. (Szajna, 1994, s. 88 - 92)



Obrázek 5: Prodejní tým (Szajna, 1994, s. 91)

Systém výpočtu prémie je následující. Náš prodejce udělá obrat 100 000 Kč a každý z jeho podřízených prodejců udělá také obrat 100 000 Kč. Celkový obrat, který se registruje na společnosti je tedy 3 100 000 Kč. Pro tento obrat odpovídá prémie 25%, a peněžní prémie celé skupiny je tedy 775 000 Kč. (Szajna, 1994, s. 88 - 92)

To ale není konečný výdělek našeho prodejce. Nesmíme zapomínat, že 6 jeho přímých podřízených má také nárok na část této prémie ze svých přímých podřízených. Celkový obrat každého z nich činí 500 000 Kč, což po vynásobení příslušným koeficientem z tabulky dělá celkovou prémie 50 000 Kč pro každého z nich. (Szajna, 1994, s. 88 - 92)

Celková prémie naše prodejce je tedy taková:

$$775\,000 - (6 * 50\,000) = 475\,000 \text{ Kč} \quad (1)$$

Náš prodejce tedy vydělal 30 000 Kč za vlastní práci se zákazníky a 475 000 Kč za prémie z obratu celého týmu. Jeho konečný měsíční výdělek tedy činí 505 000 Kč.

Zde je jasně patrné, proč většina lidí, která se rozhodne pracovat v MLM začne. Vidí šanci jak si zajistit nadstandardní příjmy a dožít se i situace, kdy nebudou muset dělat skoro nic a peníze jim budou chodit za to, že před pár lety dali dohromady tým několika lidí a udělali z nich schopné prodejce. Jinými slovy si chtějí zajistit pasivní příjem a brzký odchod do důchodu. (Szajna, 1994, s. 88 - 92)

3.3.2.2 Rozdělování provizí ve finančně - poradenských MLM

Situace v sektoru finančního poradenství je trochu jiná jak v klasickém MLM. Je to dáno hlavně tím, jaké produkty se distribuují a odkud jdou peníze pro obchodníka. V klasickém systému platí za zboží zákazník prodejci a je jen na prodejci za kolik daný produkt prodá. Naopak ve finančním poradenství neplatí klient poradci žádné peníze. Klient uzavře s

poradce smlouvu, která se může týkat pojištění, hypotéky, nebo jiných produktů finančního sektoru, které poradce nabízí. Tady ovšem není poradce majitelem produktu, ale prostředníkem v pravém slova smyslu. Plní funkci prostředníka mezi klientem a finanční institucí. Klient následně platí měsíční či roční pojistné, splátky, nebo příspěvky a podle výše těchto měsíčních odvodů na účet instituce je poradci vyplacena předem dohodnutá provize. Nezáleží tedy na tom, jako marži poradce vyjedná. Výše příjmu závisí na tom kolik klientů za měsíc poradce zvládne obsloužit a na jak vysoké měsíční částky dané produkty sjedná.

3.3.2.2.1 Provize z vlastní práce

Poradce nemá stále stejné provize. Čím déle pracuje a čím více klientů má ve svém kmeni, tím výše postupuje kariérními plány společností, a tím vyšší je jeho provize z produktů. Poradce sjedná u klienta například životní pojištění, z které bude klient platit 1 000 Kč každý měsíc. Pojišťovna následně vyplatí finančně - poradenské společnosti, pod kterou spadá daný poradce provizi. U životního pojištění se jedná zhruba o 21 000 Kč. Společnost následně vyplatí poradci část z této celkové provize podle toho, na jakém je kariérním stupni. Zbytek zůstává společnosti na náklady spojené s vedením centrály společnosti a na meziprovizí nadřízeným, kteří jsou v kariérním plánu nad daným poradcem. Nejedná se o všechny, kteří jsou na vyšší pozici, ale o ty, kteří se přímo podíleli na mém příchodu do společnosti a na příchodu toho, kdo přivedl mě. Pro lepší pochopení nahlédněte do tabulky pod tímto odstavcem, ve které se nachází zjednodušený kariérní plán. (investujeme.cz)

Tabulka 2: Obecný kariérní plán (vlastní zpracování)

Kariérní pozice	Výše vlastní provize	Výše meziprovizí
1.	5 000 Kč	-----
2.	6 000 Kč	1 000 Kč
3.	8 000 Kč	2 000 Kč
4.	10 000 Kč	2 000 Kč
5.	12 000 Kč	2 000 Kč
6.	14 000 Kč	2 000 Kč
7.	16 000 Kč	2 000 Kč

3.3.2.2.2 Provize z práce týmu

Ve finančně - poradenských společnostech je výpočet provize z práce týmu mnohem jednodušší. Když zůstaneme u příkladu z předchozí podkapitoly, tak náš poradce byl například na pozici 2, tudíž si sám vydělal 6 000 Kč. Jeho nadřízený pracující na pozici 6 si na mezi provizích vydělal 8 000 Kč. Výše meziprovize se počítá jako rozdíl provize toho, kdo je v kariéře nade mnou, a mou provizí. (investujeme.cz)

A jak to vypadá, když má poradce pod sebou větší síť spolupracovníků? Pro vysvětlení využijeme příklad z kapitoly o výdělků v klasickém MLM. Poradce má pod sebou 30 spolupracovníků, 6 přímých podřízených na pozici 3 a každý z nich má 4 přímé pořízené na pozici 1. Pokud každý podepíše smlouvy za 1 000 Kč měsíčního pojistného, celkově podepíše smlouvy za 31 000 Kč měsíčního pojistného. Každý poradce na pozici 1 si vydělá 5 000 Kč. Poradci na pozici 3 mají ze své práce 8 000 Kč a zároveň 3 000 Kč za každého svého podřízeného. Jejich celková provize je tedy:

$$8\,000 + (4 * 3\,000) = 20\,000 \text{ Kč} \quad (2)$$

A teď provize našeho hlavního poradce fungujícího na pozici 6. Každý z jeho přímých spolupracovníků sepsal smlouvy za 5 000 Kč měsíčního pojistného. Jeho meziprovize činí 6 000 Kč, což když se vynásobí počtem měsíčního pojistného, dělá 20 000 Kč z práce každého z jeho podřízených. Jeho vlastní výdělek je 14 000 Kč. Jeho konečná provize tedy činí:

$$14\,000 + (6 * 20\,000) = 134\,000 \text{ Kč} \quad (3)$$

Z této sumy se ještě odečítá určitá procentuální částka, která se liší společnost od společnosti. Tato částka jde na tzn. bonuskonto poradce. Na tomto kontu se shromažďují peníze na potřebné budoucí výdaje, jako může být vrácení provití bankám a pojišťovnám z důvodu ukončení jednaných smluv. Aby tyto peníze nemusel vracet poradce ze své kapsy existují právě tato bonuskonta.

Pojišťovna vyplácí na společnost provizi za životního pojištění ve výši 1 000 Kč měsíčně, která je ve výši 22 000 Kč (orientační suma pro naše výpočty). Celková provize, která byla na společnost zaslána z pojišťovny, činí 682 000 Kč. Následující výpočet ukazuje kolik si z této sumy rozdělili poradci na provizích a meziprovizích:

$$134\,000 + (6 * 20\,000) + (24 * 5\,000) = 374\,000 \text{ Kč} \quad (4)$$

Rozdíl těchto dvou částek, který zůstává společnosti činí 308 000 Kč. Tyto peníze bývají nejčastěji využívány na pokrytí provozních nákladů a mezd pracovníků kanceláří. Zbytek tvoří zisk společnosti a může být také využit na motivační akce a odměny pro poradce jak tomu je v klasickém MLM. (investujeme.cz)

V prodejních týmech také jako další složka mzdy funguje motivační odměna. Může ji stanovit vedení společnosti nebo jednotlivý vedoucí týmu. Prodejci poté mají nastavený určitý cíl a pokud ho dosáhnou, následuje slíbená odměna ve formě peněžní nebo materiální. V tomto ohledu musí vedení zohledňovat různé faktory ovlivňující výši možné produkce prodejce. V této věci mohou využít technik předpovědi prodejnosti, které jsou ovlivňovány ekonomickou situací, geografickými fakty a také ročním obdobím. Po zohlednění těchto faktů mohou využít část provizí, které nerozdělí poradcům pro jejich motivaci k lepším výkonům a ke zvýšení zisků společnosti. (John T. Mentzer, 2005, s. 14)

3.4 Výhody a nevýhody MLM

Jelikož systém MLM vychází ze systému přímého prodeje, všechny základní pro a proti zůstávají stejné. MLM však nabízí navíc mnoho dalších výhod, které jsou zajímavé jak pro prodejce, tak pro společnost samotnou.

Jednoznačnou výhodou je nenutnost počátečních nákladů a časová nenáročnost, což dělá z MLM výbornou možnost, jak si při druhém zaměstnání přivydělat nějaké peníze navíc. Když se člověk této práci oddá na sto procent a bude schopným prodejcem může dosáhnout nadprůměrných příjmů. Ale to vše je jen zopakování výhod přímého prodeje. Co je v MLM nové je možnost vytvářet si vlastní prodejní tým. Když je někdo zkušeným prodejcem, může do společnosti přivést někoho nového naučit ho vše co zná a následně mít peníze i z jeho práce. Ty extra peníze jsou odměna za čas strávený jeho zaučením a proškolením. Čím větší tým, tím větší příjem navíc. To je výhodné i pro společnosti samotné. V historii se již mnohokrát prokázalo, že když společnost přešla z direct marketingu na network marketing, tržby se jí zvýšily. Proto i společnosti samotné často podporují tvorbu vlastních týmů. Další výhodou je, že přes síť distributorů se mnohem lépe začíná prodej nových druhů produktů, jelikož zákazník má před koupí šanci si tento výrobek vyzkoušet. (Kiyosaki, 2011, s. 75 - 130)

Co se týká nevýhod, na tomto systému jich moc nalézt nelze. Když se někdo dostane v MLM do problému, ať už se jedná o distributora samotného nebo společnost, vždy v tom hraje roli lidský faktor. Distributoři trpí na špatnou pověst způsobenou nepoctivými

obchodníky a společnostmi. Častým problémem je , že zákazníci vidí v MLM pyramidu, ve které jen přichází o peníze. Nebo si způsobují problémy sami distributoři předraženými výrobky, tedy nadsazením své vlastní marže. Společnosti zase často dělají chybu v rozdělování prémie a provizí. Buď sami sobě nechávají velké peníze a distributoři dostávají jen mizivou část nebo špatně volí systém motivace skrze finanční odměny. Ať je to tak nebo jinak, vždy to ubližuje hlavně systému samotnému, který má už tak špatnou pověst a pokud bude tento trend pokračovat o moc lepší to v budoucnu nebude. (www.multilevelmarketing.cz)

Co se týká finančního poradenství přesně, jednou z nevýhod je to, že i když ve společnosti pracujete několik let, během kterých si vytvoříte vlastní tým poradců a vlastní kmen klientů, tak většina společností se staví do pozice vlastníků těchto vašich aktiv. Když se rozhodnete odejít do jiné společnosti, musí vaši podřízení poradci chtít odejít také. Není to vaše rozhodnutí, ale jejich. Co se týká klientů, tak většina MLM společností ve finančním poradenství má ve smlouvách o spolupráci doložky, podle kterých tento klientský kmen zůstává v jejich vlastnictví a předají ho jinému poradci. Samozřejmě tohle nemusí být velký problém, protože když děláte svou práci dobře, tak klienty nezajímá v jaké jste společnosti a vždy budou důvěřovat vám a ne někomu novému, koho pošle vaše stará společnost.

Pokud poradce v MLM nechce tvořit vlastní tým jeho provize je vždy nižší než BP, protože z celkové provize je část přerozdělena na jeho nadřízené.

4 BROKERPOOL

Na začátek této kapitoly bych chtěl upozornit, že systém nazývaný Brokerpool (dále jen BP) je záležitostí pouze oblasti finančního poradenství a nikde jinde se s ním nesečkáte. Tento systém je nový, začal vznikat zhruba před šesti lety. Proto neexistují žádné publikace, které by se věnovaly této problematice. Tomuto tématu se věnují pouze specializované weby se zaměřením na finance a finanční poradenství. Informace, ze kterých budu při zpracovávání této kapitoly vycházet jsou tedy pouze z internetových zdrojů a z rozhovoru, který jsem na toto téma provedl s jedním z odborníků na BP v české republice, panem Radkem Černým. Pan Černý byl jedním z prvních zakladatelů BP společností v ČR, a o této problematice píše vlastní internetové stránky milionovapraxe.cz.

4.1 Definice

Brokerpools jsou pro klientské servisní společnosti, které jednotlivým poradcům nebo skupinám poradců zprostředkovávají spolupráci s finančními institucemi. Nezajišťují pouze spolupráci se společnostmi, ale také administrativní servis, informační systém, školení, metodické pokyny, legislativní servis. Jelikož BP jsou velké společnosti spojující mnoho menších firem a jednotlivců, mají při jednání s pojišťovnami a bankami větší vyjednávací sílu. Jsou schopny vyjednat vyšší provize, lepší podmínky a sjednat spolupráci samotnou, jelikož s malými subjekty nechtějí tyto instituce uzavírat spolupráci - není to pro ně lukrativní. (www.cs.wikipedia.org)

4.2 Historie

Stejně jako byl vývoj přímého prodeje příčinou vzniku prvních MLM, tak byl i vývoj MLM příčinou vzniku prvních BP. První BP začaly vznikat zhruba před 6 až 7 lety. Zakládali je poradci, kterým nevyhovovala stávající situace v MLM. Hlavním důvodem byly často špatné podmínky pro poradce, kteří chtěli pouze pracovat s klienty a neměli zájem vytvářet vlastní prodejní síť. Problémem pro ně bylo, že když začal někdo nový, z celé provize zaslané pojišťovnou za sjednání produktu viděl často pouze 40%, Zbytek bývá v MLM rozdělen mezi nadřízené na meziprovizích a do společnosti na zajištění jejího chodu. Z toho důvodu založili první BP, kde nebyly žádné kariérní stupně a poradci získali podstatně větší volnost. V MLM je často velký tlak ze strany nadřízených na splnění určitých podmínek, což bylo některým poradcům nepříjemné. To byly hlavní podněty pro

vznik prvních BP. Těchto společností stále přibývá a je jen otázkou čas, jak se bude tento systém vyvíjet a jak efektivní se tento přístup ukáže. (rozhovor s Radkem Černým)

4.3 Systém práce v BP

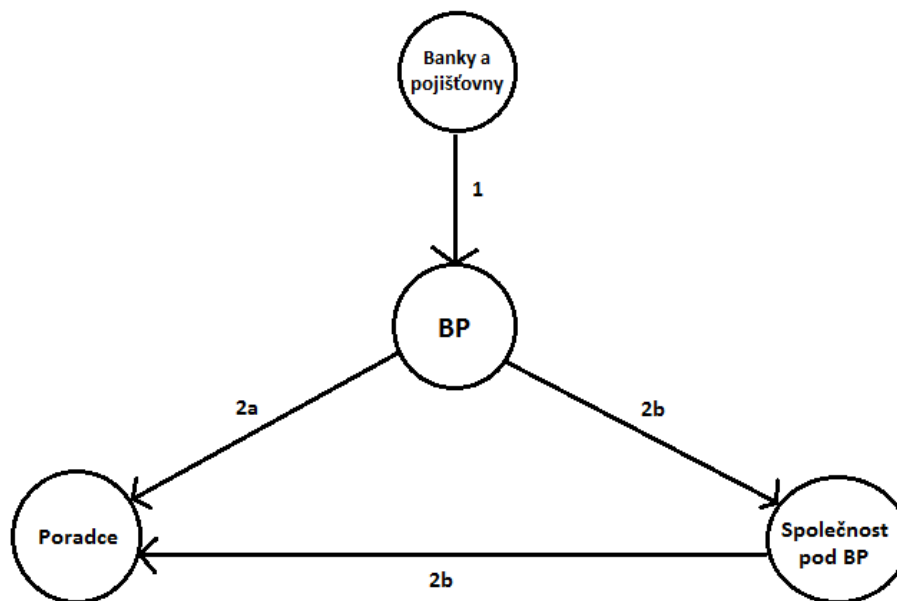
Základním rozdílem oproti MLM je fakt, že poradce v BP nevystupuje jako zástupce společnosti, ale jako samostatný jednotlivec, případně jako člen skupiny poradců. Vyvaruje se tedy riziku, že se stane obětí špatné pověsti firmy, kterou mohli zničit jiní poradci odvádějící špatnou práci. (rozhovor s Radkem Černým)

Jak tedy funduje spolupráce poradce a BP. Společnost pouze zprostředkovává produkty bank a pojišťoven pro práci poradce, funguje jako administrativní podpora a pořádá různá školení a kurzy. Poradce může s BP uzavřít spolupráci dvěma způsoby. Buď jako OSVČ nebo jako firma, většinou společnost s ručeným omezeným. Pokud vstupuje sám za sebe, je jedno jakou z těchto variant využije. Může ovšem nastat situace, kdy několik poradců založí s.r.o. a následně spolupracují s BP pod záštitou této společnosti. V tomto případě si mohou v dané společnosti nastavit určitá pravidla, nebo zaměstnávat další poradce, kteří budou pracovat za nižší provize než majitelé s.r.o. a budou generovat určitý pasivní příjem. V tomto případě si podle úvahy mohou majitelé takového s.r.o. klidně nastavit i kariérní stupně nebo systém odměňování jaký je běžný v MLM. (rozhovor s Radkem Černým)

Další rozdílem je již výše zmiňovaná samostatnost. V BP je běžné, že pokud poradce začíná, nedostává se mu takřka žádné podpory ze strany nadřízených. To je samozřejmé, jelikož BP nefunguje na schématu kariérních stupňů jako MLM, tudíž nad sebou nemá nadřízeného, který by měl z toho, že mu v začátcích pomůže a vychová ho, budoucí příjem. Z tohoto pohledu je práce poradce v BP těžší. (rozhovor s Radkem Černým)

4.3.1 Tvorba vlastního příjmu

Oproti MLM je zde výpočet provize za práci mnohem jednodušší díky absenci kariérních pozic. Začátek je obdobný jako v MLM. Poradce uzavře s klientem nějaký produkt a za to vyplatí jeho společnosti banka nebo pojišťovna provizi. Z celé této provize zůstává zhruba 15% až 20% společnosti a zbytek náleží poradci. V BP je tedy výhoda, že i začínající poradce dosáhne na většinu provize a ne jen na její zlomek, jak je tomu v MLM. Následující schéma znázorňuje, jak je celková provize rozdělena.



Obrázek 6: Vyplácení provizí v BP (vlastní zpracování)

Při kroku číslo 1 je vyplacena celá provize z banky či pojišťovny do BP, a ten si z celé provize ponechá zhruba 15% až 20% na pokrytí svých nákladů a vytvoření zisku. Následují dvě možnosti jak může být zbývající provize rozdělena. Při první variantě, ve schématu varianta 2a, spolupracuje poradce přímo s BP. Celá zbylá provize tedy náleží přímo jemu. V porovnání s MLM je tato provize nadprůměrná. Takto vysokých provizí v MLM dosahují často jen ti, co se v kariérních plánech dostali na ty nejvyšší pozice. Druhá možnost, reprezentována ve schématu cestou 2b, popisuje vyplacení provize, když je poradce zaměstnancem nebo spoluzakladatelem například s.r.o. a tato společnost spolupracuje s BP. V tom případě společnost dostane od BP zbývající provizi a je jen na společnosti a pravidlech, která si ve společnosti dohodnete, kolik z této zbývající provize vám zůstane. Peníze mohou být rozděleny podle toho, jak jste se podíleli na obratu, pokud jsou všichni ve společnosti jako spoluzakladatelé. Pokud jste v takovém s.r.o. jako zaměstnanec, s.r.o. si opět z provize část nechá na svůj provoz a zisky a následně je zbytek rozdělen mezi zaměstnance a konečný výdělek poradce už není tak velký, jako kdyby pracoval přímo pod BP. (rozhovor s Radkem Černým)

4.4 Výhody a nevýhody BP

Najít opravdové výhody a nevýhody v tomto systému je složité, jelikož každý, kdo se touto problematikou zabývá na to má jiný názor. To co vidí lidé se systému BP jako výhody zase

lidé z MLM prezentují jako nevýhody a naopak. Já se pokusím tyto informace zpracovat a vyvodit z nich nejlepší možný závěr.

Jedno z hlavních témat týkajících se této problematiky, je výše provize. V BP je provize vyšší, jelikož zde nedochází k rozmělnění peněz do struktury poradců, tedy nerozdělují se meziprovize pro nadřízené. Výsledkem je, že poradce, který začne v BP si vydělá ze začátku mnohem více peněz, než poradce z MLM. Oproti tomu se poradce ochudí o možnost získat v budoucnu pasivní příjem, který je tak lákavý právě na MLM společnostech. Jako další výhoda by se dala uvést větší samostatnost. Poradce není svázaný přesnými pravidly a podmínkami společnosti, jak je tomu v MLM. Nevýhodou je, že pokud je poradce v BP nováčkem, není zde nikdo z nadřízených, který by mu poskytl rady a zkušenosti, a pomohl mu v těžkých začátcích. Proto většina BP rozšiřuje svoje řady právě na tom, že "přetahují" zkušené zaběhlé poradce z MLM právě pod slibem větších provizí. Zastánci BP uvádějí jako výhodu to, že tento systém je proklientský, tedy že poradce se nemusí starat o svůj tým a jeho práce s klientem je mnohem kvalitnější. Tento bod je sporný z jednoho prostého důvodu. Jestli bude poradce svou práci dělat kvalitně nebo ne, je čistě jen na něm. Dokonce je i uváděno, že v MLM je tato práce kvalitnější, jelikož je zde větší dohled nad prací poradce. To je spojeno již se zmiňovanou samostatností. V BP nepodléhá práce poradce skoro žádným pravidlům a kontrole, naopak v MLM je poradce pod neustálým dohledem od svých nadřízených. Jedinou nevyvratitelnou výhodou BP je, že při odchodu poradce do jiné společnosti si nenárokují jeho klientský kmen. (www.investujeme.cz)

5 POROVNÁNÍ OBOU SYSTÉMŮ

V následující tabulce uvedu hlavní faktory, v kterých se liší systém MLM od systému BP. Zároveň bude u některých bodů poznamenáno znaménkem + nebo - zda se jedná o výhodu či nevýhodu pro daný systém.

Tabulka 3: Porovnání MLM a BP (vlastní zpracování)

Rozdílné faktory	MLM	BP
Kariérní plán	ANO	NE
Vyplácení meziprovizí	+ možnost tvorby pasivního příjmu z práce podřízených	Nevyplácí se meziprovizí - není možnost tvorby pasivního příjmu z týmu
Výše provizí za vlastní obrat	- nižší kvůli vyplácení meziprovizí nadřízeným	+ vyšší provize za vlastní práci
Podpora od vedení společnosti	MLM poskytuje administrativní zázemí, kontakt s partnery, systém školení a zavedený systém práce	BP poskytuje pouze administrativní zázemí a kontakt s partnery - nováček se musí vše naučit sám
Samostatnost	+ školení a podpora v začátcích spolupráce - tlak od nadřízeného na výši produkce	+ žádný tlak na produkci - nulová pomoc pro začínajícího pracovníka
Vlastnictví klientského kmene	- klientský kmen vlastní společnost, ne pracovník	+ klientský kmen je vlastnictvím pracovníka
Typ vystupování před kliente	Jménem MLM společnosti	Vlastním jménem

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 VYBRANÉ SPOLEČNOSTI

Při výběru společností, které budu analyzovat v praktické části, jsem se rozhodl, že z oboru MLM vyberu jednu z velkých společností a jednu z těch menších. Mezi "velké hráče" v oboru finančního poradenství na českém trhu jednoznačně patří společnosti jako Partners Financial services a.s., OVB Allfinanz a.s nebo Fincentrum a.s., které působí celorepublikově a mají pod spolupracujících s největšími počty poradců. Menších společností je na trhu ještě více a vybrat jednu není snadné. Abych tedy při porovnávání mohl poskytnout co nejpřesnější popis, rozhodl jsem se pro společnosti, s kterými mám osobní zkušenosti. Jsou to tedy OVB Allfinanz a.s. z velkých firem a Benefit investment a.s. zastupující menší, teprve rozrůstající se společnosti.

Z oblasti Broker poolů žádné osobní zkušenosti nemám, rozhodl jsem se proto pro jeden z nejdéle fungujících BP na trhu Broker trust a.s..

Jelikož každá z těchto společností používá vlastní systém výpočtu provize poradce, budu v rámci teoretické části a porovnávání výší provizí používat následující přepočty. Provizi na jednotlivých kariérních stupních budu přepočítávat na provizi odpovídající smlouvě životního pojištění s měsíční platbou klienta ve výši 1 000 Kč. Tento systém jsem zvolil z toho důvodu, že i tyto kariérní plány jsou stavěny právě na výpočtu provizí ze životních pojištění. Je to dáno tím, že největší podíl na obratu společností poskytující veškeré produkty finančního trhu tvoří právě životní pojištění.

7 OVB ALLFINANZ A.S.

Společnost OVB Allfinanz a.s. (dále jen OVB) funguje na systému MLM. V této společnosti jsem začal působit již v první roce studia na vysoké škole, tedy v roce 2012. Jako každý student jsem hledal možnost jak si při studiu přivydělat nějaké peníze. Zároveň jsem ale chtěl dělat něco, co mi pomůže zlepšit mé schopnosti v oboru financí a dodá mi nové zkušenosti pro budoucí uplatnění na trhu práce. Ve společnosti jsem působil zhruba rok. Mám tedy osobní zkušenosti jak se systém práce, tak s jejich kariérním plánem a systémem školení.



Obrázek 7: Logo OVB
(www.ovb.cz)

7.1 Základní informace

OVB Allfinanz a.s. působí na území české republiky jako dceřiná společnost mezinárodního holdingu OVB Holding AG. Tento holding byl založen v roce 1970 v Kolíně nad Rýnem. V současné době působí ve 14 zemích a zpravuje kmen téměř 3 milionů klientů. Ve všech zemích se zabývá výhradně finančním poradenstvím.

Česká odnož firmy byla založena v roce 1992 a je proto jedna z nejstarších společností zabývajících se finančním poradenstvím v České republice. Z této společnosti se postupně rozvinuli další společnosti, které pracují na podobném modelu. Nejznámější z nich je společnost Partners financial services a.s.. Ta vznikla na základě odchodu několika vysoce postavených manažerů, i s jejich strukturami. Ti si následně založili vlastní společnost. Dalo by se tedy říct, že OVB dala modernímu finančnímu poradenství v ČR tvář a systém práce.

- **rok založení:** 1992
- **název:** OVB Allfinanz a.s.
- **sídlo:** Baarova 2, Praha
- **obchodní činnost:** Zprostředkování stavebního spoření, pojištění, kapitálových vkladů a hypotečních úvěrů
- **základní kapitál:** 16,5 milionu Kč

- počet partnerů: 43
- počet klientů: cca 1 200 000
- počet spolupracovníků: cca 5000

V dnešní době je největší finančně poradenskou společností v republice podle počtu zprostředkovatelů. Podle údajů České národní banky z roku 2015 spolupracovalo OVB s 11 541 podřízenými pojišťovacími zprostředkovateli (PPZ) a 4949 vázanými zástupci (VZ). V následující tabulce můžete vidět počty PPZ a VZ u největších MLM a BP společností v ČR.

Tabulka 4: Počty PPZ a VZ

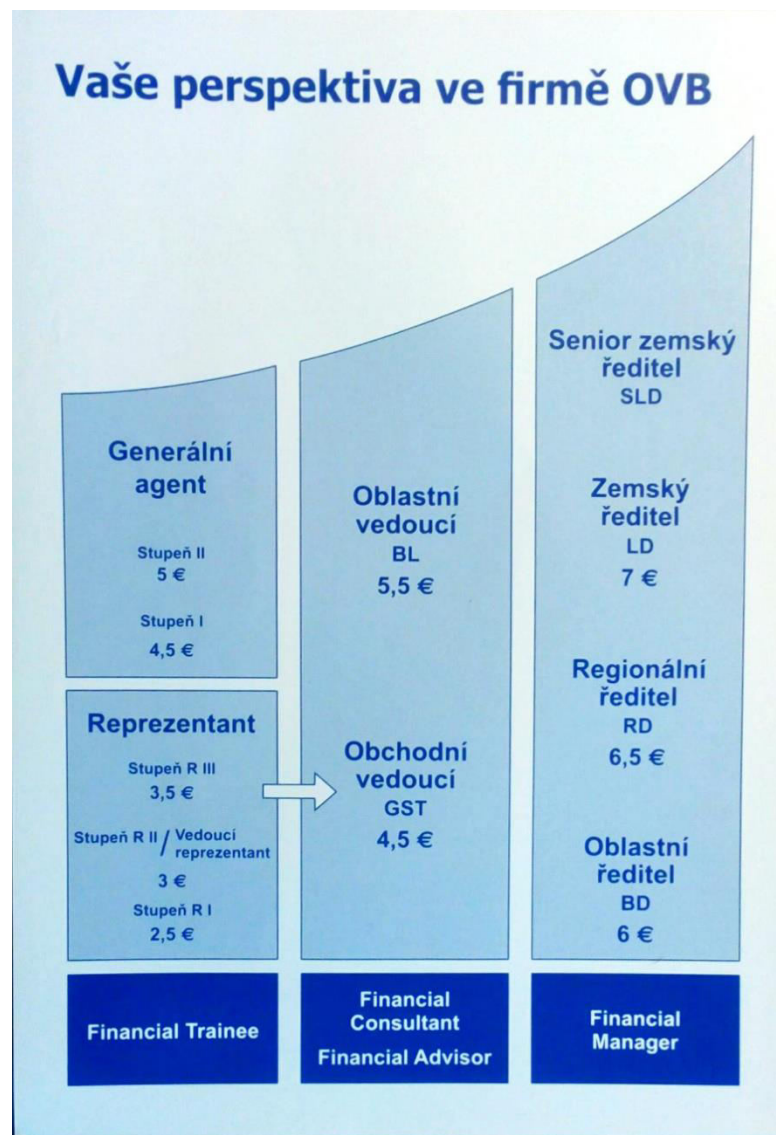
(www.investujeme.cz)

Společnost	Počet PPZ	Počet VZ
<i>Bonnet.cz</i>	892	287
Broker Consulting	886	826
<i>Broker Trust</i>	1726	1243
Fincentrum	1414	1308
<i>INSIA</i>	1296	15
Kapitol	1596	817
OVB Allfinaz	11541	4949
Partners	1994	2197
Swiss Life Select	420	419
ZFP akademie	3063	2198
Celkem	24828	14259

7.2 Kariérní plán

Jak tomu bývá v každé společnosti fungující na systému MLM, tak i v OVB je nastavený kariérní plán. Od něj se odvíjí výše provize pro jednotlivé poradce. Kariérní plán zohledňuje výši výkonu poradce, jeho historický obrat a to, zda vede svůj vlastní tým.

Jelikož OVB je mezinárodní společnost, jejich plán je nastaven v Eurech. Pro přepočítání na Koruny české používají poměr 1 EUR = 25 Kč. Dále používá pro stanovení provize za jednotlivé produkty takzvané Bankovní jednotky. Jedna Bankovní jednotka odpovídá množství Euro na dané kariérním stupni.



Obrázek 8: Kariérní plán OVB
(interní materiál společnosti OVB)

7.2.1 Výpočet provize pro jednotlivé kariérní stupně

Pro porovnání používat výpočet provize za životní pojištění s měsíčním pojistným 1 000 Kč. Společnost používá přepočítání 1 EUR = 25 Kč. Výpočet provize vypadá následovně.

$$1\ 000\ MP = 86,4\ BJ \quad (5)$$

MP.....měsíční pojistné

BJ.....bankovní jednotky

$$86,4 BJ \times (x \times 25) = \text{celková výše provize} \quad (6)$$

x.....množství euro dle kariérního plánu

Pro výpočet rozdílové provize použijeme následující vzorec.

$$1\,000 MP \times (x - y) = \text{výsledná meziprovize} \quad (7)$$

MP.....měsíční pojistné

x.....provize ne mém kariérním stupni

y.....provize na kariérním stupni mého podřízeného

Tabulka 5: Výpočet provizí na jednotlivých kariérních stupních OVB

(vlastní zpracování)

Kariérní pozice	Provize za 1 BJ (v Eurech)	Celková provize (v Kč)	Rozdíl provizí mezi stupni (v Kč)
Reprezentant I	2,5	5 400	-
Reprezentant II / Vedoucí reprezentant	3	6 480	1 080
Reprezentant 3	3,5	7 560	Nejsou součástí manažerské kariéry = nepočítají se meziprovize
Generální agent I	4,5	9 720	
Generální agent II	5	10 800	
Obchodní vedoucí	4,5	9 720	3 240
Oblastní vedoucí	5,5	11 880	2 160
Oblastní ředitel	6	12 960	1 080
Regionální ředitel	6,5	14 040	1 080
Zemský ředitel / Senior zemský ředitel	7	15 120	1 080

Pokud poradce dosáhne stupně Generální agent 2, jeho provize činí 10 800 Kč. Celková provize zasílaná pojišťovnou za životní pojištění s měsíčním pojistným 1 000 Kč činí zhruba 21 000 Kč. Poradce tedy dostává pouze polovinu celkové provize připsané na účet firmy. Pokud se ovšem dostane až na pozici Zemského ředitele jeho provize stoupne na 15 120 Kč a navíc bude mít ještě rozdílovou provizi z práce svého týmu. Z toho je jasně patrné, že OVB je multilevelová společnost a její kariérní plán je stavěn primárně pro tvorbu vlastního týmu.

7.2.2 Analýza kariérního plánu

OVB má svůj kariérní plán rozdělen do dvou základních částí. První část je pro poradce, kteří si tvoří vlastní klientský kmen a nemá zájem na tvorbě vlastního týmu poradců, z kterých by jim plynula meziprovizie. Pro další analýzu si ho nazveme "Poradenský kariérní plán". Druhá část je určena poradcům, kteří se chtějí vydat manažerskou cestou a tvořit vlastní tým. To ovšem neznamená, že poradce nedělá dále vlastní obrat. Tuto kariéru si nazveme "Manažerský kariérní plán".

Problémem je, že pokud se chce poradce vydat manažerskou cestou je nucen k tvorbě týmu již od druhého kariérního stupně. To znamená, že nováček, který je ve společnosti pouze pár měsíců a teprve proniká do problematiky finančního poradenství, by měl bez jakýchkoliv větší zkušeností z praxe školit další poradce a vést svůj vlastní tým. To má dopad převážně na kvalitu provedené práce. Nejen, že nováčci nejsou řádně proškoleni, protože vedoucí sám nemá dostatek zkušeností, ale zároveň vedoucí sám nemá dostatek prostoru pro vlastní růst a zlepšování.

Samotný postup z jednoho kariérního stupně na další nezávisí pouze na produkci, ale je spojen i se spoustou další podmínek, které musí poradce splnit. V následující kapitole tyto podmínky rozeberu a zhodnotím.

7.2.2.1 Poradenský kariérní plán

V rámci této kariéry je o povýšení poradce rozhodnuto pouze na základě vlastní produkce.

7.2.2.1.1 Reprezentant 1

Tento stupeň je určen všem nováčkům, kteří ve společnosti začínají. Jejich hlavním pracovní náplní je proškolení se v problematice finančního poradenství a produktů finančního trhu, pracovního systému společnosti a uzavírání prvních obchodů.

7.2.2.1.2 Reprezentant 2 / Vedoucí reprezentant

Pro postup na tuto pozici musí poradce učinit obrat ve výši 240 bankovních jednotek (BJ). Na této pozici se poradce rozhoduje, zda půjde cestou poradenskou nebo manažerskou. Zde se mu provize navyšuje z 2,5 eur na 3 eura.

7.2.2.1.3 Reprezentant 3

Aby se poradce dostal na tuto pozici, měl by již mít dostatečné znalosti v oboru finančního poradenství a stále se rozšiřující klientský kmen. Pro povýšení musí mít historický obrat minimálně 2 400 BJ.

7.2.2.1.4 Generální agent 1

Poradce musí zvládnou historický obrat 10 000 BJ.

7.2.2.1.5 Generální agent 2

Podmínkou pro postup na závěrečnou pozici poradenské kariéry je osobní obrat 20 000 BJ.

7.2.2.2 *Manažerský kariérní plán*

V rámci manažerského kariérního plánu už nezáleží pouze na vlastní produkci. Ta může být částečně nebo úplně nahrazena produkcí vlastního týmu. S postupem na další stupně už jsou spojeny podmínky týkající se nejen obratu skupiny, ale také podmínky týkající se minimálního počtu přímých podřízených na určitém kariérním stupni.

7.2.2.2.1 Reprezentant 1 (R1)

Podmínky stejné jako u poradenské kariéry. Historický obrat 240 BJ.

7.2.2.2.2 Reprezentant 2 / Vedoucí reprezentant (R2 / VR)

Na pozici vedoucího reprezentanta už nastává poradci nárok na meziprovize z práce podřízených na pozici R1. Od této pozice se celková produkce počítá jako součet vlastní produkce a produkce skupiny. Pro postup z R2 na Vedoucího reprezentanta musí mít pracovník pod sebou minimálně 3 přímé podřízené R1.

7.2.2.2.3 Obchodní vedoucí (GST)

Pro postup na GST musí být splněny následující podmínky.

- 1 900 BJ vlastní produkce

- 1 500 BJ celkové produkce za poslední 3 kalendářní měsíce
- 3 spolupracovníky minimálně na pozici R2

7.2.2.2.4 Oblastní vedoucí (BL)

- 2 800 BJ vlastní produkce
- 6 000 BJ celkové produkce za poslední 3 kalendářní měsíce
- 6 spolupracovníků minimálně na pozici R2, maximálně 2 R2 mohou být nahrazeni 1 GST

7.2.2.2.5 Oblastní ředitel (BR)

- 4 200 BJ vlastní produkce
- 15 000 BJ celkové produkce za poslední 3 kalendářní měsíce
- 6 spolupracovníků minimálně na pozici GST, maximálně 2 GST mohou být nahrazeni každý 2 R2

7.2.2.2.6 Regionální ředitel (RD)

- 90 000 BJ celkové produkce za posledních 6 kalendářních měsíců
- 4 spolupracovníci minimálně na pozici BL, maximálně 1 BL může být nahrazen 3 GST

7.2.2.2.7 Zemský ředitel (LD)

- 198 000 BJ celkové produkce za posledních 6 kalendářních měsíců
- 6 spolupracovníků minimálně na pozici BL nebo 4 spolupracovníci minimálně na pozici BD

7.2.2.2.8 Senior zemský ředitel (SLD)

Na tuto pozici se dostane zemský ředitel v té chvíli, kdy se někdo z jeho podřízených stane také zemským ředitelem.

7.2.3 Výhody a nevýhody kariérního plánu OVB

7.2.3.1 Výhody

Jako jednu z výhod shledávám možnost výběru. Tedy že si poradce může vybrat zda si chce tvořit klientský kmen nebo si zároveň vytvářet vlastní tým poradců. Když už se

rozhodne nabírat podřízené, tak na prvních manažerských kariérních stupních je velmi vysoká meziprovíze. Týká se to kariérních stupňů obchodní a oblastní vedoucí. Zde je meziprovíze z tisíci korunové smlouvy životního pojištění dva až tři tisíce korun. Na následující stupních je meziprovíze 1 080 Kč.

7.2.3.2 Nevýhody

Po analýze kariérního plánu a na základě vlastní zkušenosti ve společnosti OVB musím konstatovat, že nevýhody tohoto plánu převyšují výhody. Jednu z hlavních nevýhod je velké množství podmínek, které musí být splněny. Jednak musí mít poradce určitý počet přímých podřízených spolupracovníků a musí splnit daný obrat sloužící pro povýšení do doby tří nebo šesti měsíců. Právě ono splnění minimálního obratu za určitou dobu bývá často překážkou v postupu na další stupeň.

Jako další nevýhodu vidím v následující věci. Když poradce pracuje několik let pouze s klienty a dostane se na pozici Generální agent 2 má provizi za 1 BJ 5 euro. Když se ale rozhodne, že začne tvořit vlastní tým poradců, kariérně klesne na pozici Vedoucí reprezentant a jeho provize se ponížší z 5 na 3 eura. Tím pádem mu klesne i finanční ohodnocení za vlastní obrat.

7.3 Systém práce

V této podkapitole se budu věnovat několika faktorům ovlivňujícím práci poradce v této společnosti. Budu se zaměřovat zaprvé na nároky kladené na jednotlivé pracovníky z vedení společnosti, tedy na nároky kladené jejich nadřízenými. Za druhé budu analyzovat jak velkou podporu může poradce očekávat z vedení společnosti, když začne v OVB pracovat jako nováček.

7.3.1 Nároky kladené na poradce

Jak bylo uvedeno na začátku kapitoly, OVB je společnost fungující na modelu MLM. Tudíž poradce sice funguje částečně jako samostatná jednotka, ale zároveň je podřízen svému vedoucímu. Vedoucí může nastavit svým podřízeným určité limity, které musí plnit. Tyto limity mohou být založeny na základě kariérního plánu, nebo mohou jít nad rámec tohoto plánu.

Když jde pracovník cestou Poradenské kariéry, jeho celková výplata a kariérní postup se odvíjí pouze od jeho vlastního obratu. V té chvíli ani nijak významněji nenapomáhá svému

vedoucímu v jeho kariérním postupu. Tím pádem je skoro svým pánem a jedinou podmínkou, která mu může být kladena z vedení je minimální měsíční nebo například kvartální obrat.

Ve chvíli, kdy se poradce rozhodne jít cestou Manažerské kariéry dostává se do jiné situace. Aby se dostal na vyšší pozici, musí mít určitý počet podřízených spolupracovníků. Jak jsem uvedl výše, vždy musí mít minimální počet podřízených na určitém kariérním stupni, což znamená, že oni musí mít také určitý počet podřízených na určitých stupních. Velikost jeho týmu tedy roste exponenciálně s každou vyšší pozicí v kariérním plánu.

V následující tabulce můžete vidět minimální počty podřízených spolupracovníků nutných pro postup na další pozici. Od pozice regionálního ředitele jsou uvedeny dva počty podřízených, protože kariérní plán umožňuje dvě základní varianty postupu na danou pozici.

Tabulka 6: Minimální počty podřízených pro postup na danou kariérní stupeň
(vlastní zpracování)

Kariérní stupeň	Minimální počet přímých podřízených	Minimální počet nepřímých podřízených	Celkový minimální počet podřízených
Vedoucí reprezentant (VR)	3 x R1	0	3
Obchodní vedoucí (GST)	3 x R2	0	3
Oblastní vedoucí (BL)	6 x R2	0	6
Oblastní ředitel (BD)	6 x GST	36	42
Regionální ředitel (RD)	4 x BL	168	172
Zemský ředitel (LD)	6 x BL / 4 x BD	252 / 688	258 / 692
Senior zemský ředitel (SLD)	1 x LD	258 / 682	259 / 683

Další podmínku, kterou musí podřízení plnit pro postup na další stupně jsou takzvané "sledovávky". Jsou to období uvedené v kariérním plánu, v nichž musí poradce se svým týmem uskutečnit minimální obrat sloužící pro povýšení.

V následující tabulce si ukážeme, jaké je minimální doba postupu až na pozici Zemského ředitele a jaký je minimální výdělek pro poradce než se na tuto pozici dostane. Pro potřeby následného porovnání s jinými společnostmi si provize bude přepočítávat na Koruny české. Budu sčítat jak provizi za vlastní práci, tak provizi rozdílovou, tedy meziprovizí. Pro postup na pozici Senior zemský ředitel je potřeba postup našeho přímého podřízeného na zemského ředitele. Není to tedy závislé na našem obratu nebo přesně určené době, a proto tuto pozici nebudu zmiňovat. Také není určená minimální doba, kterou musí poradce strávit na kariérním stupni R1 a R2. Vezmeme-li v úvahu, že nováček musí projít školením a uzavřít předepsané množství obchodů, aby mohl postoupit dál, stanovil jsem minimální počet měsíců pro tyto dvě pozice na tři měsíce.

Tabulka 7: Minimální doba a provize potřebná pro postup na Zemského ředitele
(vlastní zpracování)

Kariérní stupeň	Délka sledovaného období (v měsících)	Vlastní provize na dané pozici v Kč	Rozdílová provize v Kč	Součet provizí v Kč
Vedoucí reprezentant	3	15 000	-	15 000
Obchodní vedoucí	3	124 500	72 000	196 500
Oblastní vedoucí	3	101 250	191 250	292 500
Oblastní ředitel	3	192 500	340 000	532 500
Regionální ředitel	6	Nepožaduje se	1 125 000	1 125 000
Zemský ředitel	6	Nepožaduje se	2 475 000	2 475 000
Celkově	24	433 250	4 203 250	4 636 500

Z následujících dvou tabulek jsou patrné následující údaje. Aby se poradce vypracoval na pozici zemského ředitele musí mít tým o velikosti minimálně 259 až 683 podřízených. Minimální doba, za kterou může projít celým kariérním plánem jsou dva roky, pokud ovšem bude vždy plnit obraty ve sledovaném období na poprvé a bude mít vždy dostatečný

počet poradců. Pokud se mu podaří splnit všechny tyto podmínky čeká ho v průběhu tohoto období minimální výdělek 4 636 500 Korun českých.

Dalším faktorem ovlivňujícím postup poradce na další stupeň kariéry je obhajování pozic. Znamená to, že každý poradce musí následující měsíc po povýšení zopakovat obrat ze sledovacího období. Pokud tak neučiní jeho povýšení není potvrzené a on je přesunut zpět na původní kariérní stupeň. Ponižení se poradce rovněž dočká, když dlouhodobě neplní stanové limity obratu pro danou pozici.

Praxe proto není nikdy taková jako teorie. Běžně se stává, že poradce se svým týmem ve sledovaném období nesplní požadovaný obrat, nebo některý z jeho podřízených ukončí spolupráci s OVB. Poté celý proces postupu na další pozici začíná znovu. Nebo když se jim podaří "sledovák" splnit, neobhájí ale povýšení a jsou zpět na původní pozici. V OVB je proto velmi častý jevem hromadné nabírání nových poradců. Velikost obratu potřebného pro povýšení proto není splňována kvalitní produkcí na jednoho poradce, ale podprůměrnými výkony velkého množství poradců. S tím je spojená činnost, za kterou bývá OVB často kritizováno většinou odborníků v oboru finančního poradenství, a to soustředění se víc na velikost vlastního týmu než na kvalitu odvedené práce. Důsledkem toho bývá velká fluktuace poradců. Příkladem toho je statistika České národní banky z roku 2014, kdy OVB zaznamenalo příchod 1276 nových poradců, ale zároveň i odchod 1134 dalších poradců. Ti odešli ke konkurenčním společnostem nebo úplně opustili obor. (www.investujeme.cz)

7.3.2 Podpora z centrály OVB

Co se týká podpory poskytuje OVB stejně jako všechny ostatní finančně poradenské společnosti základní podporu v kontaktu s finančními institucemi. Tím, že poradce začne spolupracovat s OVB, získá automaticky přístup ke všem pojišťovnám, bankám, investičním společnostem a stavebním spořitelnám, se kterými OVB spolupracuje. Poradce také získá přístup do firemního systému přístupného přes internet. Zde jsou uchovávány veškeré informace o jeho uzavřených obchodech a klientech. Dále může přes systém objednávat potřebné formuláře a získávat informace o produktech, které nabízí klientům. Systém také slouží pro přihlášení na produktová školení a automaticky vytváří statistiky produkce pro poradce a jeho tým.

Co se týká provozních nákladů jako je nájem kanceláří či zařízení kanceláře samotné, tak ty si poradce hradí sám. Společnost žádný příspěvek na kancelář neposkytuje. To může být

překážka pro nováčka začínajícího v oblasti, kde žádná jiná pobočka OVB nepůsobí. Musí poté počítat s nemalými náklady na zařízení kanceláře. Samotné reklamní předměty jako jsou poutače, bannery a reklamní letáky si musí poradce rovněž hradit sám. Výhoda je v tom, že vše lze objednat přes firemní systém.

7.3.3 Storno fond

V poradenských společnostech fungujících na systému MLM je běžné využívat tak zvané "storno fond". Je to účet na jméno jednotlivého poradce a je zde odkládána část jeho provize. Storno fond existuje pro pokrytí možnosti, že by klient zrušil poradci smlouvu a on musel vrátet část své provize. Společnost se tak kryje pro případ, že by poradce nebyl schopný uhradit storno provize.

V OVB se na storno fond strhává 20% z každé výplaty. Tyto peníze jsou na účtu drženy po dobu dvou let, kdy trvá storno období. Po uplynutí této doby jsou peníze poradci dodatečně vyplaceny, pokud nedošlo k jejich použití na zaplacení případného storna. Poradce tedy musí počítat s tím, že z každé výplaty mu bude strženo 20%. Když tedy vydělá během dvou let 2 miliony Kč, na storno fond bude muset odložit 400 000 Kč. To může být bráno jako značná nevýhoda. Na druhou stranu má poradce jistotu, že případné storno nebude muset platit ze svých vlastních finančních rezerv nebo peněz našetřených například na dovolenou.

7.3.4 Struktura produkce a výše obrátů na jednotlivce

Největší podíl na obrátu finančně poradenské společnosti většinou tvoří investiční životní pojištění. Je to dáno tím, že u toho produktu jsou mnohem větší provize než u ostatních produktů a také to, že většina poradců se zaměřuje hlavně na životní pojištění a ostatní produkty sjednávají pouze doplňkově.

Co se týká OVB, životní pojištění tvoří více než 90% obrátů celé společnosti. Je to běžný jev u většiny společností MLM. Ostatní produkty jako neživotní pojištění, investice a úvěry jsou zde pouze okrajovou záležitostí, které není věnována velká pozornost. Když se podíváme na výši produkce na jednotlivé poradce, tak průměrný výkon se zde pohybuje okolo 3 000 až 3 500 měsíčního pojistného za životní pojištění. Po přepočtení na provizi je to u začínajícího poradce zhruba 18 000 Kč měsíčně v provizích. S rostoucím kariérním stupněm se tato provize samozřejmě zvyšuje. Pokud poradce začne tvořit tým jeho provize

se zvýší o meziprovizí. Díky tomuto zaměřování převážně na životní pojištění může dojít k tomu, že je systém práce OVB velmi náchylný na legislativní změny.

7.4 Výhody a nevýhody OVB

V následující tabulce uvedu největší výhody a nevýhody společnosti OVB.

Tabulka 8: Výhody a nevýhody OVB (vlastní zpracování)

Výhody	Nevýhody
Velká společnost = velké zázemí a jistota	Nízká provize v případě poradenské kariéry
	Komplikovaný kariérní plán
Podpora firemního systému	Neposkytuje příspěvky na kancelář
Pomoc nadřízených spolupracovníků	Placená podpora v rámci reklamních předmětů
	Nutnost získání velkého počtu spolupracovníků
Příjem za vedení týmu	Velká fluktuace poradců
	Důraz na velikost týmu více než na kvalitu práce
Možnost výběru ze dvou kariér	Při přechodu z poradenské na manažerskou kariéru dochází k poklesu provizí
	Storno fond = ponížení každé výplaty o 20%
Storno fond = pokrytí možných budoucí storn	Zaměřování se hlavně na investiční životní pojištění
	Nízký obrat na jednotlivce

Storno fond jsem uvedl mezi výhody i nevýhody, protože určité jeho aspekty jsou brát jako plus, ale zároveň i jako nevýhoda.

8 BENEFIT INVESTMENT A.S.

Společnost Benefit investment a.s. (dále jen BI) funguje stejně jako OVB na bázi systému MLM. Společnost jsem vybral jako zástupce menších společností z toho systému, protože s ní mám osobní zkušenosti. Tato společnost se stala mým působištěm po mém odchodu z OVB na konci roku 2013 a působím v ní do dnes. Pro přechod do této společnosti jsem se rozhodl kvůli několika konkurenčním výhodám, která popíšu v následující kapitole.



Obrázek 9: Logo BI (www.benefit.as.cz)

8.1 Základní informace

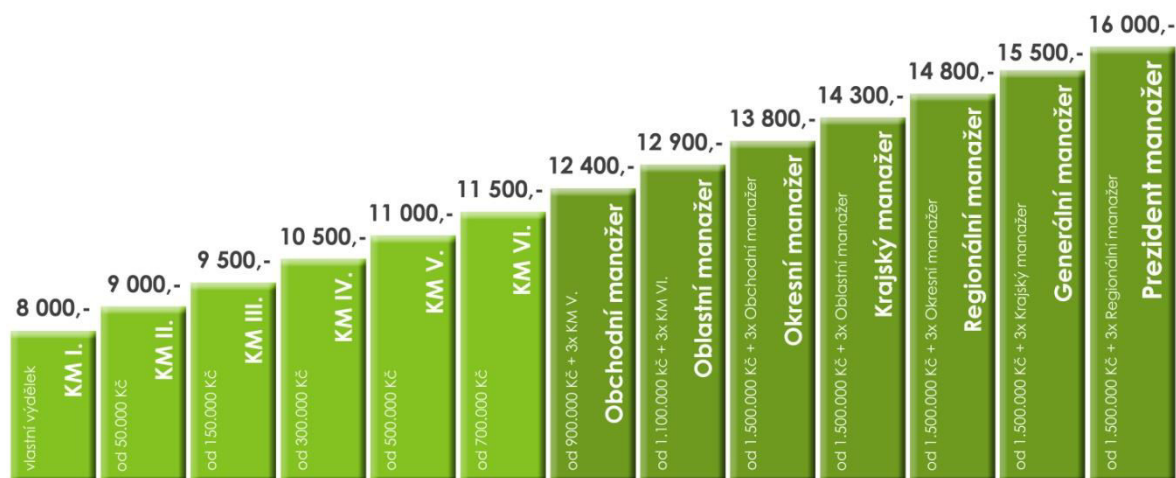
Společnost byla založena v roce 2009 a od té poskytuje své služby na území české republiky. Jedná se o relativně mladou společnost, která stále roste a navazuje spolupráci s novými partnery v oblasti financí. Poslední finanční institucí, která začala se společností BI spolupracovat je Uniqa pojišťovna a.s.. Tato spolupráce byla dojednána začátkem roku 2016.

- **rok založení:** 2009
- **název:** Benefit investment a.s.
- **sídlo:** Třída Kpt. Jaroše 1944/31, Brno
- **základní kapitál:** 2 milionu Kč
- **počet partnerů:** 15
- **počet klientů:** cca 11 000
- **počet spolupracovníků:** cca 80

8.2 Kariérní plán

Kariérní plán společnosti BI se odvíjí od systému MLM. To znamená, že jsou zde určeny kariérní stupně a podmínky, které musí poradce splnit, aby byl povýšen na další stupeň. Jelikož se jedná o českou společnost, nejsou zde žádné přepočty z Euro na Koruny České. Zároveň je plán mnohem jednodušší. V BI neexistují žádné přepočty na bankovní jednotky.

Na každém stupni máte uvedeno, kolik přesně dostanete za životní pojištění s měsíčním pojistným 1 000 Kč.



Obrázek 10: Kariérní plán BI (interní materiál společnosti)

8.2.1 Výpočet provize pro jednotlivé kariérní stupně

Jelikož zde nedochází k žádným převodům mezi bankovními jednotkami a měsíčním pojistným, nebo eury a korunami výpočet je jednoduchý.

$$1\,000\,MP \times \frac{x}{1\,000} = \text{výsledná provize} \quad (8)$$

MP.....měsíční pojistné

x.....provize pro daný kariérní stupeň (v Kč)

Pro výpočet rozdílové provize slouží následující vzorec.

$$1\,000\,MP \times (x - y) = \text{výsledná meziprovize} \quad (9)$$

MP.....měsíční pojistné

x.....provize na mém kariérním stupni

y.....provize na kariérním stupni mého podřízeného

V následující tabulce naleznete výpočet provizí na všech kariérních stupních a jejich následné meziprovize.

Tabulka 9: Výpočet provize na jednotlivých kariérních stupních BI
(vlastní zpracování)

Kariérní pozice	Provize v Kč	Rozdíl mezi kariérními stupni v Kč
Finanční specialista 1	8 000	-
Finanční specialista 2	9 000	1 000
Finanční specialista 3	9 500	500
Finanční specialista 4	10 500	1 000
Finanční specialista 5	11 000	500
Finanční specialista 6	11 500	500
Obchodní manažer	12 400	900
Oblastní manažer	12 900	500
Okresní manažer	13 800	900
Krajský manažer	14 300	500
Regionální manažer	14 800	500
Generální manažer	15 500	700
Prezident manažer	16 000	500

8.2.2 Analýza kariérního plánu

I ve společnosti BI nalezneme dva druhy kariéry. Poradenskou a Manažerskou. Oproti OVB však tyto kariéry nejdou paralelně vedle sebe ale navazují na sebe. Z toho plyne jedna zásadní výhoda. Když se poradce rozhodne pro Manažerskou kariéru, nemusí hned v prvních měsících tvořit tým. Potřeba tvorby týmu je až od 7 kariérní pozice. Poradce má tedy čas na to, aby sám nasbíral dostatek zkušeností, které může následně předávat dál.

Kariérní plán společnosti BI neskrývá komplikované podmínky pro postup na další kariérní pozice. V rámci Poradenské kariéry musí pouze uzavřít určitý počet obchodů a až od 7 stupně je potřeba, aby začal tvořit tým poradců. Předepsaný obrat může udělat buď za

měsíc nebo za půl roku. Nejsou zde sledovací období, ve kterých by poradce se svým týmem musel udělat určitý obrat.

Povyšování je zde nastaveno na základě provizních obrátů. V následujících podkapitolách uvedu podmínky povýšení pro jednotlivé stupně.

8.2.2.1 Poradenský kariérní plán

8.2.2.1.1 Finanční specialista 1 (FS 1)

Na tuto pozici se dostane každý nováček. Je to startovní pozice kariérního plánu.

8.2.2.1.2 Finanční specialista 2 (FS 2)

- provizní obrat 50 000 Kč

8.2.2.1.3 Finanční specialista 3 (FS 3)

- provizní obrat 150 000 Kč

8.2.2.1.4 Finanční specialista 4 (FS 4)

- provizní obrat 300 000 Kč

8.2.2.1.5 Finanční specialista 5 (FS 5)

- provizní obrat 500 000 Kč

8.2.2.1.6 Finanční specialista 6 (FS 6)

- provizní obrat 700 000 Kč

8.2.2.2 Manažerský kariérní plán

8.2.2.2.1 Obchodní manažer

- provizní obrat 900 000 Kč
- 3 spolupracovníci na pozici FS 5

8.2.2.2.2 Oblastní manažer

- provizní obrat 1 100 000 Kč
- 3 spolupracovníci na pozici FS 6

8.2.2.2.3 Okresní manažer

- provizní obrat 1 500 000 Kč
- 3 spolupracovníci na pozici Obchodní manažer

8.2.2.2.4 Krajský manažer

- provizní obrat 1 500 000 Kč
- 3 spolupracovníci na pozici Oblastní manažer

8.2.2.2.5 Regionální manažer

- provizní obrat 1 500 000 Kč
- 3 spolupracovníci na pozici Okresní manažer

8.2.2.2.6 Generální manažer

- provizní obrat 1 500 000 Kč
- 3 spolupracovníci na pozici Krajský manažer

8.2.2.2.7 Prezident manažer

- provizní obrat 1 500 000 Kč
- 3 spolupracovníci na pozici Regionální manažer

8.2.3 Výhody a nevýhody kariérního plánu

8.2.3.1 Výhody

Výhodou je bezesporu vyšší provize na všech kariérních stupních v porovnání s OVB. Poradce rovněž nemůže být poškozen poklesem provize, když se rozhodne přejít z poradenské kariéry na manažerskou. Další velkým plusem je, že poradci nepotřebují tvořit tým až od 6 kariérního stupně. Mají tedy dostatek času, aby sami nasbírali dostatek zkušeností, které mohou následně předávat dál. Nemusí samozřejmě proškolovat všechny 3 spolupracovníky zároveň, ale mohou je přibírat do týmu postupně, jak budou stoupat v kariérním žebříčku výš.

Velkou výhodou je určitě i jednoduchost celého plánu. Poradce nemusí složitě přepočítávat své výkony a jednoduchým vynásobením dvou čísel ví, jakou provizi za daný obchod získá.

8.2.3.2 Nevýhody

Jako nevýhoda vystupuje určitě fakt, že jsou v tomto plánu nižší rozdílové provize. Poradce tedy nemá tak velké finanční ohodnocení z práce svých přímých podřízených jako třeba v OVB. To ovšem nemusí být vždy nevýhodou. Pouze to znamená, že společnost BI má svůj kariérní plán nastavený tak, aby byl celkový pracovní systém firmy nastaven více proklientsky, jako je tomu u Broker poolů. Tedy aby byli poradce i na manažerských kariérních stupních nuceni stále vytvářet klientský kmen, protože rozdílovou provizi sice získají, ale není tak velká jako třeba v OVB.

8.3 Systém práce

Abych byl schopen porovnat systém tvorby vlastního týmu s OVB, tak jsem vypracoval následující tabulku, ve které jsou uvedeny pouze stupně spadající do manažerské kariéry, tedy od Obchodního manažera výše. Jelikož v plánu této společnosti není rozděleno zda musí být provize pro povýšení z vlastní práce nebo rozdílová, uvedu pouze potřebnou provizi pro povýšení na daný manažerský stupeň. Jedná se zde o historický provizní obrat za dobu fungování ve společnosti BI.

Z tabulky je jasně patrné, že minimální počet podřízených spolupracovníků je výrazně nižší než v OVB. Rovněž nároky na celkový provizní obrat sloužící pro povýšení nejsou tak vysoké. Od pozice Okresního manažera zůstává potřebný obrat na sumě 1 500 000 Kč.

Tabulka 10: Minimální počet podřízených a minimální provizní obrat pro jednotlivé kariérní stupně (vlastní zpracování)

Kariérní stupeň	Minimální počet přímých podřízených	Minimální počet nepřímých podřízených	Celkový minimální počet podřízených	Historický provizní obrat v Kč
Obchodní manažer (M 1)	3 x FS 5	0	3	900 000
Oblastní manažer (M 2)	3 x FS 6	0	3	1 100 000
Okresní manažer (M 3)	3 x M 1	9	12	1 500 000
Krajský manažer (M 4)	3 x M 2	9	12	1 500 000
Regionální manažer (M 5)	3 x M 3	36	39	1 500 000
Generální manažer (M 6)	3 x M 4	36	39	1 500 000
Prezident manažer (M 7)	3 x M 5	117	120	1 500 000

8.3.1 Získávání klientů.

V roce 2011 navázala společnost BI spolupráci s externí společností, která zajišťuje kontakty na zájemce o nezávislé posouzení pojistných smluv. Poradci tedy mohou další klienty získávat touto cestou a nemusí spoléhat na to, že získají nové klienty pouze z doporučení nebo ve vlastní rodině a okolí. Tato služba je bezesporu velmi výhodná pro začínající poradce, kteří si teprve tvoří svůj klientský kmen. Rovněž to podporuje firemní filozofii proklientské finančně - poradenské společnosti, a ne stroje na tvorbu velkých týmů poradců.

Aby mohl poradce samostatně jednat s klienty, musí splnit určité podmínky. V první řadě je zapotřebí splnit zákonné podmínky pro výkon činnosti podřízeného pojišťovacího zprostředkovatele. Dále musí poradce v rámci dodržování zavedených standardů kvality práce u BI projít proškolením a na konci složit odborný test znalostí produktů na finančním trhu a zvládnout vzorovou schůzku před komisí tvořenou vedením společnosti BI. Zároveň je kontrolována kvalita odváděné práce nadřízenými poradce přímo v terénu. Společnost BI se tímto snaží udržet kvalitu poskytovaných služeb na co možná nejvyšší úrovni.

8.3.2 Podpora z centrály BI

Stejně jako u OVB poradce získá přístup do firemního systému. Ten je přístupný přes internet. Zde má poradce informace jak o svých klientech a spolupracovnících, tak o všech produktech které nabízí klientům. Pomocí telefonické nebo e - mailové komunikace může rovněž objednávat potřebné dokumenty a formuláře poskytované vedením společnosti zdarma.

Oproti OVB má podporu v bezplatném poskytnutí reklamních předmětů a předmětů sloužících k reprezentaci společnosti. BI rovněž přispívá svým poradcům na zařízení a provoz kanceláří. Aby měl poradce nárok na příspěvek na nájem kanceláře, musí splnit určitý měsíční obrát odvíjející se od výše nájmu. Příspěvek je částečný nebo v plné výši. To je v porovnání s ostatními společnostmi obrovská výhoda. Většina z nich totiž podobný druh finanční podpory neposkytuje.

8.3.3 Bonus konto

Bonus konto je název storno fondu ve společnosti BI a slouží tedy ke stejnému účelu. Krytí případného vracení části provize. Odkládání a zpětné vyplácení zde ovšem funguje trochu jinak. Část výplaty se vám strhává do doby, než budete mít na bonus kontu hodnotu dosahující 200 000 Kč. Výhodou je, že čím více peněz na bonus kontu poradce má, tím méně se mu z výplat strhává. Postup naplňování bonus konta je následovný.

- bonus konto 0 - 50 000 Kč → strhává se 20%
- bonus konto 50 000 - 100 000 Kč → strhává se 15%
- bonus konto 100 000 - 150 000 Kč → strhává se 10%
- bonus konto 150 000 - 200 000 Kč → strhává se 5%

Po naplnění bonus konta na 200 000 Kč se poradci již nic nestrhává. Nevýhodou stále zůstává, že poradce přichází o část provize. Je zde ovšem výhoda určení maximální

hodnoty, která na bonus kontu musí být. V případě, že poradce udělá obrat 2 miliony korun na bonus kontu nebude muset odložit 400 000 Kč jako v OVB, ale pouze 200 000 Kč.

8.3.4 Struktura produkce a výše obrátů na jednotlivce

S rozložením struktury produktů je to v BI obdobné jak v OVB. Největší podíl opět zastupují pojistky. Jak životní tak neživotní. Tento fakt je dán tím, že většina poradců BI se specializuje převážně na pojišťování rizik smrti, invalidity a ztráty příjmu. To vše je doplňováno investicemi a dle potřeb a požadavků klientů úvěry. Klientů jsou tedy poskytovány kompletní služby z oboru finančního poradenství.

V BI tvoří průměrné měsíční pojistné na jednoho poradce zhruba 7 000 až 7 500 Kč. Je tedy více jak dvojnásobné oproti průměrným výkonům jak OVB, tak i jiných společností. Je to zapříčineno hlavně soustředěním se na kvalitu a profesionalitu jednotlivých poradců a ne na tvorbu ohromných týmů s malou kvalitou a velikostí produkce.

8.4 Výhody a nevýhody BI

Tabulka 11: Výhody a nevýhody BI (vlastní zpracování)

Výhody	Nevýhody
Vyšší počáteční provize	Nižší rozdílová provize
Jednodušší kariérní plán	
Možnost využití služeb externí společnosti pro získání nových klientů	
Příspěvky na zařízení a provoz Kanceláře	Menší společnost = horší vyjednávací podmínky s finančními institucemi
Bezplatné reklamní předměty	
Menší nároky na kariérní postup	
Tvorba týmu nutná až od 6 kariérní pozice	
Storno fond = pokrytí možných budoucí storn	Storno fond = ponížení každé výplaty pokud není bonus konto naplněno

9 BROKER TRUST A.S.

Společnost Broker trust a.s. (dále jen BT) zastupuje v mé bakalářské práci systém Broker pool. Jedná se o servisní společnost pro poradce. Jejich hlavní činnosti je tedy poskytovat poradcům administrativní zázemí a kontakt s finančními institucemi.

9.1 Základní informace

BT je českou společností, byl založen v roce 2001 a v současné době je největším a nejrychleji rostoucím broker poolovou organizací na českém trhu.

- **rok založení:** 2001
- **název:** Broker trust a.s.
- **sídlo:** Dolnokrčská 54a, 140 00 Praha 4
- **základní kapitál:** 5,29 milionu Kč
- **počet partnerů:**
- **počet klientů:** cca 400 000
- **počet spolupracovníků:** cca 2000

9.2 Kariérní plán

Kariérní plán v BP jako takový neexistuje a nejsou zde ani žádné kariérní pozice. Společnosti fungují na systémů BP většinou vyplácí poradcům stejnou provizi. Ale společnost BT má pro vyplácení provizí svůj upravený systém. Výši provize se odvíjí od obratu, který je schopný partner BT sjednávat. Nejsou zde tak vysoké rozdíly jako mezi kariérními stupni v systému MLM. Proto by se dal nazvat spíše provizním plánem než kariérním. V následující tabulce je uvedena výše obratu a provize odpovídající tomuto obratu. Celková provize vyplacená z pojišťovny do BT je tedy 21 000 Kč. Opět počítáme s provizí za životní pojištění s měsíčním pojistným 1 000 Kč.

Tabulka 12: Výpočet provize podle výše obratu v BT (vlastní zpracování)

Výše obratu v Kč	Podíl zůstávající BT (v %)	Provize zůstávající BT	Provize vyplacená poradci
0 - 199 999	28	5 880	15 220
200 000 - 399 999	19	3 990	17 010
400 000 - 699 999	17	3 570	17 430
700 000 - 1 099 999	15	3 150	17 850
1 100 000 - 1 199 999	14	2 940	18 060
1 200 000 -	11	2 310	18 690

Určení výše provize pro partnera BT se odvíjí od dohody při podepisování smlouvy o spolupráci. Na začátku si jednoduše každý partner domluví jaký obrat plánuje dělat a podle toho mu bude vyplácena provize. Pokud v průběhu obraty neplní, nebo naopak splňuje obrat vyšší, je přesouván v provizním plánu výš či níž. Co se týká postupu na vyšší stupeň, stačí partnerovi potřebný obrat splnit pouze jednou a na vyšší stupeň se posune. Není zde tedy žádné sledovací období a ani žádné následné obhajování pozic. Pokud v následných měsících potřebný obrat partner neplní, BT ho zpět na nižší pozici nevrátí. Výjimkou by bylo kdyby tyto obrat neplnil dlouhodobě a rozdíly mezi potřebným obratem a reálným by byly velké. Například by byl partner na kariérním stupni s obratem 700 000 Kč, ale jeho reálný obrat by činil několik měsíců po sobě pouze 300 000 Kč.

9.3 Systém práce

V systému BP jako takovém nemůžeme porovnávat faktory ovlivňující počty lidí v týmu, potřebné obraty pro povýšení na manažera nebo podmínky postupu samotného, protože v BP neexistuje kariérní plán. Je zde ale více variant spolupráce.

Základní varianta spolupráce je stejná jako v MLM. Poradce je OSVČ a s BP má sepsanou dohodu o spolupráci. Využívá veškerých výhod, které mu BP poskytuje, ale vystupuje jako samostatná jednotka. Podniká tedy na vlastní jméno nebo značku. Nevýhodou tohoto typu spolupráce je výše zmiňovaný provizní plán odvíjející se od obratu. Poradce jako

jednotlivec nemá možnost vytvořit dostatečně vysoký obrat na to, aby dosáhl na další provizní stupeň. Musí se tedy spokojit se zhruba stejnou provizí, jako má nejvýše postavený manažer v MLM, nebo může jít do jiného poolu. Zde sice bude mít o trochu větší provizi, už to ale nebude tak velký BP a nebude mít tak kvalitní podporu z centrály jako třeba u BT a jistotu velké společnosti.

Druhou možností spolupráce je opět OSVČ nebo založení si vlastní společnosti s ručeným omezeným. Zde také podniká poradce na vlastní jméno nebo značku. Oproti MLM tedy doslova tvoří vlastní firmu. V tomto s.r.o. může působit několik vlastníků, kteří budou mít stejná práva stejné provize, ale díky společné spolupráci mají možnost vytvořit větší obraty a získat tedy i větší provizi.

Poradce také může zůstat OSVČ nebo si vytvořit s.r.o. jako jediný vlastník a zaměstnávat další poradce. Opět společnými silami dosáhnou na vyšší obraty a provize. Pokud jde skupina poradců druhou cestou dostávají se do situace, kdy majitel firmy může nastavovat podmínky na výšku obratu, případně nastavit kariérní stupně a provizní plány. Výše provize v nich se nejčastěji odvíjí od toho, jak je poradce zkušený a samostatný. Začínající poradce zde má sice menší provizi, snížení ovšem není tak velké jako v MLM a dostává se mu zároveň podpory od vedoucího firmy. Zkušenější poradci potom mohou dostávat provizi podstatně vyšší než běžný poradce bez týmu v MLM.

V BP je tedy poradce více samostatný a jeho jediným úkolem je tvorba a správa klientského kmene. Odtud přichází označení BP jako "proklientského systému. Poradce pak není nijak vázán minimálním potřebným obratem a jeho osobní výkon a výdělek je pouze na něm. S vysokou mírou samostatnosti je spojená i kvality jednotlivých poradců. Pokud poradce pracuje sám na sebe bez jakéhokoliv nadřízeného, není nad ním nikdo, kdo by hlídal kvalitu jeho práce. Je tím myšlena kvality sjednaných produktů z pohledu klienta.

Poradce rovněž může založit s.r.o. a budovat tým poradců, který bude školit a vést. Pokud ovšem začne nastavovat kariérní plány a pravidla, BP se začne prolínat se systémem MLM a poradci ztrácí svou samostatnost a může to některé jedince dotlačit ke změně poolu. Kde budou větší provize a menší tlak.

9.3.1 Podpora z centrály BT

Běžný BP funguje doslova jako servisní společnost. Poskytuje tedy poradci pouze administrativní podporu při zpracovávání smluv, kontakt s finančními institucemi, a případně firemní systém na registraci sjednaných smluv a klientů. BT navíc přidává i

system produktových školení a seminářů zabývajících se prodejem nebo vedením týmu. Tyto semináře a školení jsou oproti MLM systému placené. Po poradci ale není vyžadována přítomnost na školení a případná účast je pouze na něm. To způsobuje, že BT má proti některým jiným BP menší provizi, ale poradce má jistotu větší firmy s kvalitnějším zázemím. Tento rozdíl v provizích je způsoben tím, že BT musí díky větší podpoře prodejců logicky pokrývat větší náklady centrály.

Dalším faktorem ovlivňujícím poradce při výběru mezi BP a MLM je bezpochyby vlastnictví klientského kmene. Většina odborných článků uvádí vlastnictví klientského kmene poradcem a ne společností jako výhodu. Pokud totiž poradce odejde z MLM společnosti si nárokuje jeho klientský kmen. Podle dohody s MLM by poradce neměl měnit smlouvy těchto klientů a tento kmen případně jinému poradci z dané oblasti. Já si s danými autory článků dovolím nesouhlasit. Pokud poradce provádí servis svých klientů řádně a jsou s jeho prací spokojeni, vždy budou i po změně firmy jednat s ním a ne s někým cizím, kdo bude tvrdit, že je nyní jejich nový poradce. Toto mohu potvrdit ze své vlastní zkušenosti. Když jsem odcházel z OVB bylo mi výslovně zakázáno měnit smlouvy klientů či je vůbec kontaktovat. Když ovšem klienta kontaktoval jiný pracovník OVB, klient mu sdělil, že spolupracuje se mnou a nepřeji si být kontaktován kýmkoliv jiným. Takhle to udělali všichni moji klienti a zůstali tak v mém klientském kmenu a já o ně nepřišel. Tímto jedná se ale poradce vystavuje riziku postihu ze strany bývalé společnosti. MLM společnosti mají vždy v mandátní smlouvě nastavené postihy týkající se právě rušení smluv bývalých klientů po odchodu poradce ze společnosti.

9.3.2 Storno fond

Jak bylo uvedeno v teoretické části BP nemají nic podobného jako storno fond nebo bonus konto. Poradce musí vždy počítat s faktem, že při zrušení smlouvy ve storno období bude muset mít dostatek peněz na uhrazení tohoto storna. I toto je rozporuplně uváděno jako výhoda i nevýhoda BP. Výhoda z toho důvodu, že poradci není nijak krácena provize a vydělá si tedy víc peněz. Jako nevýhoda se to projeví ve chvíli, kdy poradce odejde z jednoho BP do druhého a je mu zrušena smlouva uzavřená v prvním BP. Toto storno musí společnost uhradit ze svého a následně se to pokouší vymáhat po poradci. Problémem je to převážně u menších BP, kdy společnost přetahuje poradce na nejvyšší provizi na trhu. Díky tomu má BP minimální marže na pokrytí nákladů. Pokud mu odejde větší počet poradců a změní všechny smlouvy BP je nucen uhradit velká storno, která následně může být problém získat od původních poradců. BP se dostane do finančních problémů, nemá

prostředky na placení pravidelných měsíčních nákladů a může dojít až ke krachu společnosti. Právě proto menší BP nemusí být tou nestabilnější volbou pro poradce, i když nabízí největší provize na trhu.

9.3.3 Struktura produkce a výše obrátů na jednotlivce

V rozložení produkce je jasně patrné, že se jedná o proklientsky založený systém. Největší podíl zastupuje životní pojištění a to 55 %. Druhý nejvíce obrátový produkt jsou hypoteční úvěry s 29 %, dále se na obrazech podíly z 8 % investice, z 5 % neživotní pojištění a zbytek náleží ostatním produktům jako doplňkové penzijní spoření a podobně.

Průměrný obrát na jednotlivce se v BT nedá určit. Pod společností totiž spolupracuje mnoho rozdílných partnerů. Někteří se zabývají komplexním finančním poradenstvím, a někteří se specializují například pouze na hypoteční úvěry.

9.4 Výhody a nevýhody BT

Tabulka 13: Výhody a nevýhody BT (vlastní zpracování)

Výhody	Nevýhody
Vyšší provize pro začínajícího poradce	Minimální podpora v začátcích
Samostatnost	
Poradce není ovlivněn špatnou pověstí firmy	
Poradce tvoří vlastní značku	BT nepřispívá na kanceláře
Storno fond = nesnižuje se výplata Provize	Storno fond = poradce si musí sám odkládat peníze na případná storna
Podpora z centrály - školení a semináře oproti ostatním BP	Placená školení
Navýšení provizí s růstem obrátu	Poradce jako jednotlivce nedosáhne na vyšší provize
Poradce je vlastníkem klientského Kmene	

10 CELKOVÉ SROVNÁNÍ SPOLEČNOSTÍ

V následující tabulce bych chtěl vyzdvihnout ty nejdůležitější výhody jednotlivých společností a zároveň porovnat tyto společnosti ve faktorech, ve kterých jsou jejich největší rozdíly.

Tabulka 14: Celkové srovnání společností (vlastní zpracování)

Porovnávané faktory	OVB Allfinanz a.s.	Benefit investment a.s.	Broker trust a.s.
Kariérní plán	ANO Poradenská a manažerská kariéra fungují paralelně, poměrně složité podmínky pro povyšování	ANO Poradenská kariéra předchází manažerské, jednodušší podmínky pro postup výš	NE Pouze provizní plán, čím vyšší obrat, tím vyšší provize
Minimální počet podřízených pro postup na nejvyšší stupeň	259/683 Odvíjí se od kariérních pozic podřízených	125 Menší náročnost na množství podřízených než v OVB	Nejsou kariérní stupně
Nejnižší provize	5 400 Kč	8 000 Kč	15 220 Kč
Nejvyšší provize	15 120 Kč	16 000 Kč	18 900 Kč
Rozložení produkce	90 % životní pojištění 10% neživotní pojištění, investice, úvěry	85% životní pojištění 10% neživotní pojištění 5% investice a úvěry	55% životní pojištění 29% hypotéky 8% investice 5% neživotní pojištění 3% ostatní

Call centrum	NE	ANO	NE
Podpora vedoucích	ANO	ANO	NE ANO v případě s.r.o. s podřízenými
Storno fond	ANO	ANO	NE
Hlavní zaměření	Tvorba a velikost týmu	Tvorba kvalitního týmu a práce s klientem	Práce s klientem
Vlastnictví klientského kmene	Ve vlastnictví OVB	Ve vlastnictví BI	Ve vlastnictví poradce

11 DOPORUČENÍ

Z mé práce plynou následující doporučení. Každý poradce by si měl nejdříve stanovit jaké jsou jeho dlouhodobé cíle. Měl by si uvědomit, jakým směrem se chce ve své kariéře vydat. Pokud chce pracovat s klienty a vykonávat pouze činnosti řadového finančního poradce, z hlediska výše provizí a vlastního výdělku pro něj bude lepší zvolit cestu BP. Při výběru vhodné společnosti by se neměl rozhodovat pouze podle výše provize, ale jedním z rozhodujících faktorů by měla být kvalita centrály BP a jeho celková stabilita. Z toho důvodu bych nedoporučoval volit menší, kratší dobu fungující pooly. Měl by raději zvolit stabilitu a na poměry BP kvalitní a širokou podporu jakou nabízí právě Broker trust a.s.

Pokud je poradce úplným nováčkem určitě by neměl začínat pracovat pod BP jako jednotlivec. Nebude mít žádnou podporu od zkušenějších poradců a veškeré školení si bude muset obstarávat sám. Pokud se jedná o nováčka, tak z hlediska získání přehledu v oboru a vytvoření klientského kmene je nevhodnější společností Benefit investment a.s.. Tato společnost mu nabídne ideální kompromis mezi systémem MLM a BP. Poradce zde bude mít kvalitní školení na produkty i na prodejní dovednosti. Veškerá tato školení budou zdarma. Velkou výhodou této společnosti je spolupráce s call centrem, díky kterému si poradce snáze vytvoří dostatečný klientský kmen. Tím si zajistí stabilitu v oboru finančního poradenství i do budoucna.

Pro tvorbu vlastního týmu poradců je podle zmíněných údajů lepší variantou společnost Benefit investment a.s.. Oproti OVB má vyšší provize na všech kariérních stupních, méně náročný kariérní plán a poradce nemusí obhajovat obrat sloužící pro povýšení. Dalším faktorem hovořícím pro BI je zaměření na kvalitu odváděné práce místo na kvantitu poradců v týmu. Právě v kvalitní produkci a spokojených klientech je budoucnost finančního poradenství.

Jestliže poradci nevyhovuje kariérní plán společnosti BI může zvolit druhou variantu. Založení s.r.o. pod BP a zde si pro svůj tým stanovit vlastní podmínky, kariérní postup a systém práce.

ZÁVĚR

Primárním cílem bakalářské práce bylo analyzovat dva hlavní systémy, na kterých fungují finančně - poradenské společnosti v České Republice a následně poskytnout doporučení pro finanční poradce, kteří váhají, která z firem na trhu je nejlepší.

Pro účely porovnání byly analyzovány tři společnosti - OVB Allfinanz a.s., Benefit investment a.s. jako zástupci MLM systému a Broker trust a.s. jako zástupce Broker poolu. U každé společnosti byl analyzován kariérní plán a systém práce. Z těchto analýz jsem zjistil informace o náročnosti jednotlivých kariérních plánů a způsobu fungování jednotlivých společností.

Ve své práci jsem uvedl výhody a nevýhody jednotlivých společností a na závěr jsem provedl porovnání největších rozdílů mezi těmito společnostmi. Na základě celkové analýzy jsem vytvořil doporučení pro finanční poradce rozhodující se, který systém je právě pro ně vhodný a jaké společnost bude ta pravá. Poznatky mohou využít jak začínající poradci či úplní nováčci, tak i zkušení poradci, kteří nejsou spokojeni se svou stávající společností.

Doufám, že mé poznatky získané jak praxí ve více společnostech, tak vypracováním práce samotné v budoucnu pomohou alespoň někomu najít to správné pracovní prostředí, ve kterém bude schopný se dále vyvíjet a pracovně růst.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Brokerpool. *Cs.wikipedia.org*, ©2014. [online] [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Brokerpool>

Broker pool - alternativa k MLM poradenské firmě. *Investujeme.cz*, ©2013. [online] [cit. 2015-04-19]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/broker-pool-alternativa-k-mlm-poradenske-firme/>

Broker pool: místo plosedního odpočinku. *Investujeme.cz*, ©2014 [online] [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/broker-pool-misto-posledniho-odpocinku/>

Cash flow kvadrant, ©2012. *Wikipedia.org*, ©2012. [online] [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:CashflowKvadrant.png>

Co je to přímý prodej. *Asociaceproprimyprodej.cz*, ©2015. [online] [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://asociaceproprimyprodej.cz/co-je-to-primy-prodej/>

Co znamená pojem přímý prodej. *Osobníprodej.cz*, ©2015. [online] [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://www.osobniprodej.cz/primy-prodej>

FILIPOVÁ, Alena. Umění prodávat. 3., dopl. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2011, 206 s. ISBN 978-80-247-3511-5.

GRAHAM SCOTT, Gini. Úspěch v multilevelovém marketingu. 1. vyd. Bratislava: Igor Dráb, 1995, 335 s. ISBN 8085441055.

Historie MLM. *Mlmpráce.eu*, ©2015. [online] [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://www.mlmprace.eu/historie-mlm/>

Jak ovlivní struktura multi - levelu výši provize. *Investujeme.cz*, ©2013. [online] [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/jak-ovlivni-struktura-multilevelu-vysi-provizi/>

K historii přímého prodeje. *Lr-czech.com*, ©2015. [online] [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://www.lr-czech.com/k-historii-primeho-prodeje/t-422/>

KIYOSAKI, Robert T. Byznys pro 21. století. Praha: Pragma, c2011, 180 s. ISBN 978-80-7349-285-4.

KIYOSAKI, Robert T. Cashflow kvadrant: zaměstnanec, samostatně výdělečně činný, majitel podniku, investor- : který kvadrant je pro vás nejlepší?. Praha: Pragma, c2001, 290 s. ISBN 80-720-5853-3.

MENTZER, John T. a Mark A. MOON. Sales forecasting management: a demand management approach. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, c2005, 347 s. ISBN 1412905710.

O společnosti Amway. *Www.amway.cz*, ©2014. [online] [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://www.amway.cz/about-amway-new>

Výroční zpráva 2014. In: *Ovb.cz* [online]. Praha: OVB Holding ag, ©2015 [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://www.ovb.cz/pro-media/vyrocnizpravy.html>

Příliš mnoho pojišťovacích zprostředkovatelů?, ©2015. *Investujeme.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/prilis-mnoho-pojistovacich-zprostredkovatelu/>

SPIPKOVÁ, Jana. Geografie maloobchodu a spotřeby: věda o nakupování. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2012, 245 s. ISBN 978-80-246-1951-4.

SZAJNA, Janusz. Network marketing: jak v životě neprohrát. 1. vyd. Praha: Medium, 1996, 158 s. ISBN 80-902055-0-x.

VALENTINE, James Lee. Síla MLM: networking : podpora - marketing. Praha: Pragma, c2004, 292 s. ISBN 8072051601.

Výroční zpráva 2014. *Brokertrust.cz* [online]. Praha: Broker trust a.s., ©2015 [cit. 2016-05-10]. Dostupné z: <http://www.brokertrust.cz/pro-media/vyrocnizprava/>

Základní princip MLM. *Multilevelmarketing.cz*, ©2013. [online] [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://www.multilevelmarketing.cz/co-je-mlm/zakladni-princip/>

Znázornění MLM a klasického obchodu. *Jsem.webnode.cz*, ©2009. [online] [cit. 2016-04-15]. Dostupné z: <http://jsem.webnode.cz/mlm-co-to-je-znazorneni-mlm-a-klasickeho-obchodu/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

MLM Multi - level marketing

BP Broker pool

OVB OVB Allfinanz a.s.

BI Benefit investment a.s

BT Broker trust a.s

MP Měsíční pojistné

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Cashflow kvadranty (www.wikipedia.org)	16
Obrázek 2: Klasická distribuce (Szajna, 1994, s. 52)	21
Obrázek 3: Distribuce v MLM (Szajna, 1994, s. 53).....	22
Obrázek 4: Vliv velikosti týmu na obrat (Szaajna, 1994, s. 88).....	24
Obrázek 5: Prodejní tým (Szajna, 1994, s. 91)	26
Obrázek 6: Vyplácení provizí v BP (vlastní zpracování)	33
Obrázek 7: Logo OVB (www.ovb.cz)	38
Obrázek 8: Kariérní plán OVB	40
Obrázek 9: Logo BI (www.benefitas.cz)	51
Obrázek 10: Kariérní plán BI (interní materiál společnosti)	52

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Výpočet prémie z obratu.....	25
Tabulka 2: Obecný kariérní plán (vlastní zpracování).....	27
Tabulka 3: Porovnání MLM a BP (vlastní zpracování).....	35
Tabulka 4: Počty PPZ a VZ	39
Tabulka 5: Výpočet provizí na jednotlivých kariérních stupních OVB	41
Tabulka 6: Minimální počty podřízených pro postup na danou kariérní stupeň	46
Tabulka 7: Minimální doba a provize potřebná pro postup na Zemského ředitele (vlastní zpracování)	47
Tabulka 8: Výhody a nevýhody OVB (vlastní zpracování)	50
Tabulka 9: Výpočet provize na jednotlivých kariérních stupních BI	53
Tabulka 10: Minimální počet podřízených a minimální provizní obrat pro jednotlivé kariérní stupně (vlastní zpracování)	57
Tabulka 11: Výhody a nevýhody BI (vlastní zpracování)	59
Tabulka 12: Výpočet provize podle výše obratu v BT (vlastní zpracování)	61
Tabulka 13: Výhody a nevýhody BT (vlastní zpracování).....	64
Tabulka 14: Celkové srovnání společností (vlastní zpracování)	65