

## Predstavljamo vam poslovnicu Novi Sad

**Sava Mihajlović**  
vodeći menadžer Zepter  
osiguranja u Vojvodini



**Recite nam nešto o Vašim počecima u Zepteru?**

U Kompaniju Zepter sam došao u januaru 1990. godine kada je kompanija registrovana, a ja sam tada još uvek bio apsolvent na Tehnološkom fakultetu u Novom Sadu. Moja supruga i ja smo da tada vrlo skromno živeli. Od prvih para zarađenih prodajom Zepter posuđa kupio sam verenički prsten, a kasnije i venčane burme. Zepter smo prepoznali kao solidnog partnera i za svaki uloženi trud smo dobili adekvatnu nagradu. Za ovo vreme provedeno u Zepteru sam formirao porodicu, kupio četvorosoban stan u Novom Sadu i, u suštini, živimo normalno.

Jedno vreme sam bio direktor prodaje programa posuđa za Vojvodinu, nakon toga direktor programa vakumiranja za Jugoslaviju, a od 1997. sam vodio sve Zepterove programe u Rumuniji. Po povratku u Jugoslaviju, marta 2000. godine, počinjem da radim za Zepter osiguranje.

**Rad u Zepter osiguranju je svakako bio veliki izazov za Vas?**

Kao i na svakom početku suština je bila da što pre u sistem uvedem što veći broj saradnika. Da bi se to realizovalo morate da volite ljude kako bi ste napravili veliku menadžersku strukturu. Bitno je prvo osloboditi ljude straha od neuspeha. Meni se danas, u proseku, svaki treći sagovornik osigura. Odbijanje vašeg sagovornika ne smete uzimati lično, već kao deo njegove materijalne situacije, njegovog razmišljanja o životu, investicijama, o budućnosti. Onda ćete lakše prihvatiti da posle dva neuspeha ide uspeh. Suština uspeha u ovom poslu je u svakodnevnom angažovanju. Znači, bez četiri sata dnevnog angažovanja za našu kompaniju nema nekih ozbiljnijih rezultata. Normalno, za vrhunske rezultate ponekad je potrebno 12 i više sati. Ali, kada znate da nakon toga sledi odgovarajuća materijalna satisfakcija, ništa vam nije teško.

**Možete li nam navesti neke specifičnosti prodaje osiguranja?**

U osiguranju određen broj ljudi odustaje posle nekoliko neuspešnih pokušaja. Rad sa klijentima je individualan, sa jednom osobom ili sa bračnim parom. Zato je potrebno uložiti više truda. Sa druge strane, rad u osiguranju je lakši nego prodaja robe. Nemate puno uzoraka, kao na primer kod posuđa gde kofer sa uzorcima može biti težak i do 30 kilograma. Pa zatim kuvate i pečete a prezentacija može trajati i do dva sata.

Prezentacija osiguranja traje dvadesetak minuta. Posle pola sata razgovora znate da li "imate" klijenta ili ne. Osiguranje pruža mogućnost da u kraćem vremenskom periodu obradite veći broj klijenata. To je lepota rada u osiguranju. U njemu ljudi vrlo brzo dođu do menadžerskih pozicija. Kada je u pitanju naša struktura četvrtina saradnika je na nekom od menadžerskih rangova.



**U kojim gradovima ste uspjeli da osposobite saradničke strukture?**

Za tri godine rada u Zepter osiguranju najviše uspeha sam imao u Novom Sadu, gde je trenutno oko 350 saradnika. Pored Novog Sada, još 300 saradnika se nalazi u Sremskoj Mitrovici, Šidu, Rumi, Bačkoj Palanci, Zrenjaninu, Senti, Kanjiži, Molu, Nišu i Valjevu.

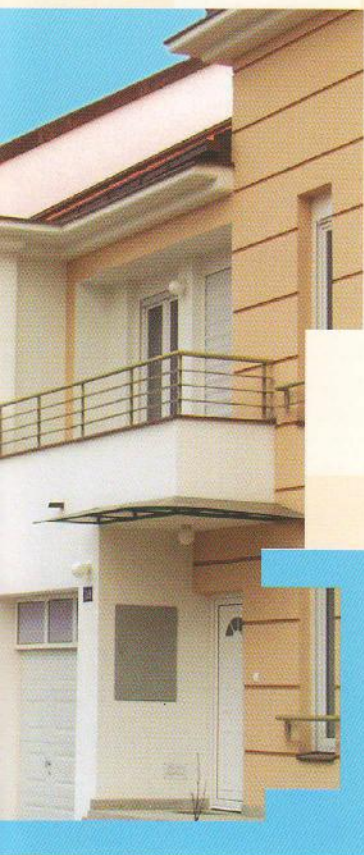
**Kako je izgledao Vaš početak na projektu Zepter city u Novom Sadu?**

Na samom startu me je oduševilo angažovanje marketinga Zepter osiguranja na ovom poslu. U Zepteru to do sada nisam doživeo da mi neko drugi otvori toliko vrata promotivnom kampanjom koja je intenzivno trajala više od mesec dana. Posebno bih naglasio i ovom prilikom pohvalio izuzetan trud i angažovanje tima saradnika iz Novog Sada koju su na prvom mestu shvatili važnost projekta ZepterCity, a zatim ga i uspešno realizovali.

Bili smo prvi na tržištu koji smo ponudili ovakav vid dolaska do stana i to je ljudima bilo totalno nepoznato. Ljudi veoma malo znaju o životnom osiguranju i ne znaju kakav kvalitet sa sobom nosi polisa životnog osiguranja. Svuda u svetu to je veoma vredna hartija od vrednost, što se kod nas najbolje oslikava kroz Zepter city.

Reakcije građana su bile različite. Počev od onih koji uopšte ne znaju cenu kapitala i koji su negativno reagovali. Najbanalnijim postupkom množili su iznos rate sa brojem rata i dolazili do nekih konačnih cifara koje su delili sa brojem kvadratnih metara, i tako dobijali veoma visoke iznose. Suština je da se Vi u stan useljavate odmah a da kapital koji niste zarobili u nekretnine možete uvećavati kroz neke druge poslove.

Međutim, kada razgovaramo sa poslovnim ljudima koji imaju samostalan posao i koji znaju kako je teško izvući novac iz obrtnih sredstava, nailazimo na veoma pozitivnu reakciju. Oni su kupili najveći broj naših stanova i kuća. Zato ja preporučujem svojim saradnicima da traže ljude koji znaju cenu novca jer njima nije problem prodati nekretninu na ovaj način.

**Verovatno je bilo i problema?**

Lično mi je problem da objasnim ljudima koji žive samo od plate da kamata koja se naplaćuje na period od 30 godina nije velik iznos. Da je meni neko tako nešto ponudio dok sam bio podstanar, bez razmišljanja bih to prihvatio. Iz prostog razloga što cena zakupa odvlači jednu sumu novca od koje nemate apsolutno ništa. Imamo puno mladih bračnih parova u naselju Zepter city koji su na ovaj način rešili svoje stambeno pitanje. Kupcima stanova u ovom naselju pružen je visok nivo standarda uz maksimalnu bezbednost. Naselje je dobilo svoju fizionomiju i oko 60 odsto stanova je već useljeno.

**Šta bi ste preporučili saradnicima koji žele da budu uspešni u poslu prodaje stanova putem polise životnog osiguranja?**

Moj savet je da potencijalnom kupcu prvo treba da predoče suštinu životnog osiguranja, da je to, prvenstveno finansijsko obezbeđenje porodice. Onda nije teško objasniti ljudima da je prodaja stanova putem polise životnog osiguranja povoljnija nego bankarski kredit. Jer u slučaju smrti osiguranika, porodici ostaje kuća ili stan, bez obaveze daljeg plaćanja. U poslu prodaje stanova odnos uspešnih i neuspešnih pokušaja prodaje se kreće oko jedan prema pedeset. Znači, potrebno je izuzetno puno truda i angažovanja da bi se došlo do potencijalnog klijenta. Uspeh treba da se meri kroz određeni vremenski period.