

ROČNÍK 2022 - ČÍSLO 01

MAGAZÍN UNIVERSAL



UNIVERSAL

UBP | universal
broker pool



NOVA ÉRA
UNIVERSALU

We always have time for you

KICKOFF 2022 CZ

Rok 2022 zaklepal na dveře. A co to znamená pro Universal? No přece start do nové éry! Ano, je tomu tak. Universal startuje zcela nové období svého „života“, které přináší řadu změn. A právě tyto změny byly hlavním bodem programu naší první letošní akce - **KICKOFF Meeting 2022**.

Jak už bývá zvykem, tak všichni jsme se společně setkali v Hotelu Pivovar v Praze, kde už od rána probíhaly intenzivní přípravy. Celý program odstartoval generální ředitel společnosti, Marcel Zeleňák spolu s Miroslavem Majcinem, členem představenstva zodpovědným za obchod. Miro otevřel moc zajímavá témata jako např. Selfie diagnostika nebo **SWOT** analýza **UMD Network**. Všichni aktéři produktivně diskutovali, co přineslo výborné výsledky. Následovala polední přestávka a po ní si již převzal slovo Pavel Smetana, místopředseda představenstva zodpovědný za legislativu, který nám atraktivní formou představil, jakým směrem se aktuální „compliance“ vyvíjí, jak jsme obstáli v těžké zkoušce z **České národní banky** a co nás čeká v rámci legislativy v nejbližším období. Na jeho vstup navázal

i výkonný ředitel UMD Network, František Švec, který nás uvedl nejen do problematiky Back Office procesů, ale také představil i tým projektových manažerů, kteří dennodenně pracují na vývoji nejnovějších technologií pro naše agenty. Poslední interní vstup byl v provedení našeho marketingového ředitele, Stanislava Štefánika, který všem odprezentoval nové logo Universalu a s ním spojený rebranding společnosti. Kromě toho uvedl, jakým směrem se bude vyvíjet online marketing v letošním roce a jaké další změny nás čekají.

Pracovní část uzavřely vstupy našich obchodních partnerů - **NN životní pojišťovna**, **Generali Penzijní společnost** a **ČPP**. Jejich prezentace nám velmi detailně ukázaly, jaké novinky se aktuálně na trhu zavádějí a kde jsou potenciální příležitosti pro obchod. Třešničkou na dortu byla skvělá večeře v restauraci Cortéz, kde se vedly už jen nezávazné diskuze všech zúčastněných v pohodové atmosféře.

Můžeme říci, že **Universal** odstartoval touto skvělou akcí novou éru v tom nejlepším stylu a my se už nemůžeme dočkat, co letošní rok přinese.



Lucia Zeleňáková
Marketing Manager & Data Analytik



ROK 2022 BUDE PRELOMOVÝ

„We always have time for yoU!“

Otvorene treba priznať, že v Českej republike sa toho z hľadiska marketingu doteraz robilo menej, ako by bolo potrebné. Tomu je však koniec a som úprimne šťastný, že to môžem prezentovať s takýmto presvedčením. Rok 2022 bude prelomový. V marketingu určite.



Veľmi dôležitými faktormi zmeny sú najmä:

Podarilo sa nám navýšiť rozpočet na marketingové aktivity v porovnaní s predchádzajúcimi rokmi

•
Vypracovali a prijali sme marketingovú stratégiu, z ktorej budeme čerpať nielen tento rok, ale aj tie najbližšie 2-3

•
Nastavili sme procesy tak, aby sme dokázali využívať synergie nadnárodnej spoločnosti, čo nám umožní efektívnejšie pracovať s rozpočtom, šetriť zdroje a ušetrené prostriedky využívať na ďalšie aktivity

NOVÝM LOGOM TO LEN ZAČÍNA

Potrebu zmeniť logo sme cítili už dávnejšie. Na Slovensku sme v novembri oslávili 20. výročie a patríme tak k najdlhšie fungujúcim spoločnostiam na trhu. Práve tento míľnik sa nám zdal ako ideálny pre zmenu loga. Spomedzi desiatok rôznych návrhov sme vybrali ten, ktorým sa od nového roka prezentujeme. Jeho hlavným symbolom je Slnko zložené z písmen U, čo znamená, že sme tou najjagavejšou a najdôležitejšou hviezdou. Na Slovensku aj v Českej republike. Rebranding, ktorým budeme nasledovné mesiace prechádzať nebude jednoduchý, bude však mimoriadne atraktívny a veríme, že sa s novým logom zžijete veľmi rýchlo vy, naši klienti aj partneri.

ROK PLNÝ SPÁJANIA

Rok 2022 v marketingu bude plný dobrodružstiev. Takých, ktoré so sebou dnešný svet prináša. Bude rokom spájania. A zjednocovania. Naším cieľom je, aby sme v Českej republike dokázali využiť to najlepšie zo skúseností, ktoré sme počas tých 20 rokov získali na Slovensku a naopak, na Slovensku aplikovali to, čo funguje v ČR. Uvedomujeme si rozdiely medzi krajinami. Zistili sme však, že mnohé fungujú úplne rovnako. Prečo to teda nevyužiť...



Stanislav Štefanik
Riaditeľ marketingu

TECHNOLOGICKÝ LÍDER SMELÉ VÝZVY PRED NAMI

Nepretržite investujeme do nových technológií. Online priestor je nevyčerpatelný a na konci dňa budú víťazi nie tí, ktorí sa mu dokázali prispôbiť, ale tí, ktorí trendy udávali/ udávajú. A my sa „len“ prispôbovať určite nebudeme. Naopak, máme množstvo nástrojov, ktoré pomáhajú sprostredkovateľom aj klientom. Máme tiež skvelú aplikáciu inŠanon, ktorý je jedinečný svojho druhu a keď ho dokážeme správne „predať,“ bude hitom medzi všetkými. Riaditeľom pomôže pri náborovaní, sprostredkovateľom pri práci s klientami, klientom pri orientácii v zložitom svete financií.

#MusiNasBytVidiet

Určite sa zhodneme, že obchod aj nábor sa robia jednoduchšie, keď ľudia o spoločnosti niečo vedia. Keď ju poznajú, keď evidujú jej značku. A to si myslíme, že nám v Universe zatiaľ trochu chýba. Veľká časť aktivít pôjde preto práve na zviditeľnenie značky a tvorby pozitívneho imidžu **UNIVERSAL**.

NOVÁ WEBSTRÁNKA. KONEČNE!

Nie, nie je to len cliché. Webstránke je stále jedným z najdôležitejších komunikačných kanálov. A tá naša je, najmä čo sa týka platformy, na ktorej je postavená, zastaraná. Ak sa chceme posúvať vo vyhľadávateľoch vyššie, ak chceme efektívne pracovať s návštevníkmi stránky, ak im chceme poskytnúť aktuálne a relevantné informácie, ak im chceme „niečo“ prediť a najmä, ak si chceme s nimi budovať vzťah, moderná stránka je jednoducho „must have.“ Už onedlho bude taká realitou aj na našej doméne **www.umd.cz**. Zároveň stále platí ponuka pre riaditeľov na vytvorenie vlastnej webstránky podľa šablóny, ktorú máme. Takýto web spraví Universal úplne zadarmo.

VÝKONNOSTNÝ MARKETING

Takzvaný kontinuálny výkonnostný marketing sme doteraz nerobili nielen v ČR, ale ani v SR. Od tohto roka ho spúšťame v oboch krajinách, v podstate v rovnakom čase. Výsledkom budú moderné vizuály, merateľné výsledky kampaní, výrazne efektívnejšie nástroje na náborovanie a najmä – veľká podpora pre jeden z našich hlavných cieľov - **aby nás bolo vidieť**.

VŽDY MÁME NA VÝBER. A JA SOM SI VYBRAL UNIVERSAL

Častokrát sa v rámci biznis debát stretávam s názorom: „Vieš, ale keď tí dávajú ešte aj toto, a majú aj toto, tu ti dajú za zmluvu o celé 3 e-u-r-á viac a navyše je tam úplne iný život. Totálna pohoda. Všetko ide samo. Klienti chodia sami. Ľudia sa ľúbia a preto si všetci vzájomne nezištne pomáhajú. Héj. Tak je veru ...“

Áno, trochu som to pritiahol za vlasy, ale pointa je jasná. „U suseda za plotom, je tráva jednoducho zelenšia. Čo nevidíš? A ani ju polievať, hnojiť a hrabať netreba. Sama sa.“ :) Bohužiaľ následné stretnutie s realitou je o niečo úplne inom. Čarovné pozlátko sa postupne zmyje, počiatočný entuziazmus vyprchá a pod tlakom naplnenia slúbeného produkčného výkonu, ktorý stál za skvelým nástupným alebo prestupným „bonusom,“ sa človek prebúdzá do sveta všedných normálne odpracovaných dní, kde odmena, tak ako sa patrí, prichádza zásluhovo. Ruka v ruke s osobným nasadením a poctivým výkonom. Povedané slovami klasika: „Bez práce nie sú buchty.“ A platí to vždy a všade.

Moja otázka znie **PREČO?** Prečo niektorí z nás pochybujú? Prečo sa nechajú zlákať pokušením „bezstarostného blaha,“ vidinou svetlejších zajtrajškov na susedovej zelenšej tráve? Prítom doma **MÁME VŠETKO**. Sme odborne a ľudsky viac ako pripravení, dostatočne skúsení, dokonale vytrénovaní a vyzbrojení najmodernejšími technológiami. Nechýba nám vízia, a zobia nás výsledky. Viac ako 200 000 spokojných klientov.

Samozrejme rozhodnúť sa každý môže sám. Aj zle. A nám naokolo neostáva nič iné, ako to plne rešpektovať. Aj ja som sa rozhodol. Rozhodol som sa byť súčasťou - nie iba účasťou, rodiny **UNIVERSAL**. Rodiny, na ktorú som hrdý, ktorej pomáhám rásť a aktívne ju zveľaďovať dnes na oboch brehoch rieky Moravy. Rozhodol som sa budovať elitnú sieť finančných sprostredkovateľov. Slobodných profesionálov, ktorých poháňa túžba byť každý nový deň lepší od svojho včerajšieho ja. Rozhodol som sa, že tráva bola, je a pre mňa vždy bude jednoducho zelenšia u nás.

Vstupujeme do novej éry **UNIVERSALU**. Pre mňa sa však nič okrem novšieho, modernejšieho, sviežejšieho obalu aktuálne nemení, pretože obsah, špičkové služby, rodinná atmosféra ako aj ľudský a inovatívny prístup, zostávajú. To čo sa ale zmeniť dá, a stojí minimálne za zamyslenie, je

náš prístup. Prístup k tomu čo sa nám spoločne za tie roky podarilo. Čo máme v rukáve, čo všetko vieme ponúknuť či už klientom alebo budúcim kolegom. Dámy a páni, bratia a sestry, pochváľme sa. Pochváľme sa každý denne aspoň 2 kolegom z konkurencie alebo dvom známym, klientom, v zásade komukoľvek. Výsledok v podobe ďalších spokojných klientov a nových kolegov v našich štruktúrach sa jednoducho dostaví. Ja som si vybral. Idem do toho po hlave. Tu a teraz. Nie je načo a na koho čakať. A neprestanem do bubna búšiť, pokým nestrhneme davy. Dokým aj v poslednom kúte Slovenska, Čiech či Moravy nebudú poznať príbeh **UNIVERSALU**. Tak kto sa ku mne pridá?

P.S.: Otázkou je, čo nám to na konci dňa všetko prinesie? Každého z nás motivuje k výkonu niečo úplne iné. Takže túto odpoveď nechám na vás priatelia. Stačilo, idem makať.



MIROSLAV MAJCÍN
Člen predstavenstva
zodpovedný za obchod UMD Network

UMD NETWORK PREDSTAVUJE

Patrik Pruška

Regionální ředitel



NÁPLŇ MÉ PRÁCE: Do Universalu nastupuji s dlouhodobým cílem vybudovat v Ostravě špičkové regionální ředitelství, které bude spolehlivým partnerem pro všechny klienty a zároveň se všichni moji kolegové na ředitelství budou cítit motivovaně a komfortně. Z toho vyplývá náplň mé práce, což je v první řadě nábor a adaptace nových kolegů ve firmě.

JAK BY SES CHARAKTERIZOVAL: Vždy je těžké popisovat sám sebe. Charakterizoval bych se ale jako pracovitý a cílevědomý člověk, který bere svou práci jako srdeční záležitost a jde do všeho s plným nasazením.

CO TĚ V ŽIVOTĚ BAVÍ: Můj život je hlavně a především rodina. Bydlíme v rodinném domečku mezi Ostravou a Opavou se dvěma skvělými dětmi. Naplňují mě okamžiky, kdy můžeme být pospolu a věnujeme se grilování, společným výletům a sportům. Jsou to pro mě v životě ty nejceněnější a nenahraditelné chvíle. Vlastně díky těmto nádherným okamžikům, které naplňují můj život a dělají mě šťastným, se já mohu naplno věnovat práci ve financích a s podporou mé rodiny se mohu nadále rozvíjet a posouvat profesně dál. S mou manželkou Kristýnou máme společné cíle a já pevně věřím, že i díky Universalu se nám je podaří splnit tak, jak plánujeme.

JAKÝ JE TVŮJ PRACOVNÍ PŘÍBĚH:

V pojišťovnictví jsem začínal ve svých 20 letech, v tehdejší České pojišťovně. Prošel jsem si u této společnosti vícero pozicemi, od obchodníka až po manažerskou práci. Mohu říct, že jsem za 7 let činnosti v obchodu získal spoustu zkušeností, ať už obchodních nebo na

mezilidských vztahů. V poslední době jsem ale pociťoval potřebu posunout se dále, hledal jsem manažerskou příležitost, kde já a můj tým budeme pro své klienty více flexibilní a konkurence schopní. Mým představám nejvíce vyhovovala nabídka na pozici Regionálního ředitele Ostrava od Universalu. S agenturním ředitelem **Rostoum Bednárkem** jsme si na to dali ruku a první měsíce ve firmě mně jen utvrzují v tom, že jsem si vybral správně.

JAKÁ JE TVÁ ŽIVOTNÍ FILOZOFIE (MOTTO, KTERÉ MÁŠ RÁD :) V životě jsem zvyklý stanovit si středně dobé a dlouhodobé cíle,

na jejichž naplnění tvrdě pracuji a nenechám se odradit dílčími neúspěchy. Tato cesta se mi vždy vyplatila.

KICKOFF 2022: Start nového roku začal setkáním vedení společnosti a ředitelů v Praze, kde jsem měl jako nový člen Universalu tu čest být. Poznal jsem, že jsem obklopen opravdu skvělými lidmi, vedle kterých chcete pracovat a jsem rád, že mohu být součástí tohoto pracovního kolektivu. Plně se identifikuji s vizí firmy, která byla na KICKOFF-u představena a zavnímám jsem rodinnou atmosféru, která ve firmě panuje.

ROČNÍK 2022 - ČÍSLO 01

MAGAZÍN UNIVERSAL

 UNIVERSAL



**NAJLEPŠÍ
Z NAJLEPŠÍCH**

We always have time for yoU

OBSAH

	03	Editoriál František Švec
iŠanón	04	
	05	PodĎakovanie partnerom
Diamantová noc gala večer vo veľkom štýle	06	07
	08	09
		Kickoff odštartoval novú eru UNIVERSALU
Universal predstavuje Ladislav Krammer Alžbeta Wágnerová Marián Krist	10	11
	12	Najúspešnejšia tlačová správa
Venujte nám 2 % z vašich daní	13	
	14	Dovolenky a eventy 2022
	15	Vy ste rozhodli v roku 2023 pôjdeme do Petrohradu a Vietnamu!
Nová éra UNIVERSALU v marketingu	16	17
	18	Editoriál Miroslav Majcín
UMD Network predstavuje Patrik Pruška	19	
	20	21
		Rok 2022 bude prelomový
Kickoff 2022 CZ	22	23

DRŽME SI ČAPICE, ROK 2022 BUDE VEĽKÁ ADVENTURE JAZDA

Ahojte, dobrý deň!

Teší ma, že už pod **SLNKOM nového loga UNIVERSAL** z dielne nášho marketingu Vás môžem privítať pri čítaní prvého čísla **UNIVERSAL Magazínu** v roku **2022**. Po tak úžasných dvadsiatich rokoch, aké máme za sebou, je vzrušujúce byť na začiatku ďalšej 20-tky. Rád si pripomínam ako sme sa spoločne zabavili na galavečere, oslávili naše okrúhliny a že sme mali príležitosť takýmto veľkolepým spôsobom poďakovať Vám za spoluprácu, ktorú si nesmierne vážime. Podarilo sa nám spoločne naplniť ciele a potvrdiť našim klientom slogan #pomahame20rokov.

V roku plnom dvojok nám začína druhá dvadsiatka našej spoločnej práce a vašej starostlivosti o klientov UNIVERSAL. Naprieč finančným trhom sa začína potvrdzovať dôležitosť využívania „online nástrojov,“ ktoré významne uľahčujú procesy a vďaka ktorým smerujeme do „paperless“ prostredia. Je preto výbornou správou, že si ako UNIVERSAL - každoročnými nemalými investíciami do IT, držíme pozíciu lídra vo vývoji a integrácii online nástrojov, resp. ostatných nástrojov a pomôcok, ktoré našim PFA pomáhajú zefektívniť prácu vo finančnom sprostredkovaní.

Naučme klientov používať naše skvelé nástroje a pomôcky

Prosím vás, prispajte aj Vy - každý jeden z Vás, čo najviac k využívaniu týchto nástrojov. Pri každodennej práci v sieti UNIVERSAL, ako aj následne na nábor nových skupín, PFA a tiperov. Taktiež prosím, zapájajte prostredníctvom iŠanónu do využívania našich nástrojov aj klientov. Nech sa túto skvelú aplikáciu naučia používať čo najskôr a v čo najväčšom množstve. Tohtoročná verzia 3.0 bude veľkou zmenou a posunom do ďalšej etapy jeho používania. Všetky ostatné nástroje tu teraz nebudem menovať, chcem však poďakovať tímu projektových manažérov a IT za ich prácu, ktorá prináša progres. Garantom za interaktívne komunikovanie a zaškoľovanie používania UNIVERSAL nástrojov. Backoffice a infolinke za dennodennú prácu spojenú so servisom služieb, ekonomickému oddeleniu za spracovávanie a vyplácanie provízií.

Pomôžeme prekonať a využiť infláciu

V posledných rokoch sa potvrdzuje, že ste sa rozhodli pracovať v oblasti, ktorá dokáže odolávať ako krízam, tak aj pandémiám. Využívajte prosím aj naďalej možnosť radiť a POMÁHAŤ klientom, ako minimalizovať riziká a straty spojené s takto ťažkými obdobiami. Aktuálna téma inflácie nastupuje od začiatku tohto roka v plnej miere. V ČR potvrdili za prvý mesiac 2022 až 10 %-nú infláciu a u nás sa vyšplhala na 8 %. Významne rastú všetky ceny.

Množstvo klientov sa na vás bude obracať s otázkami čo s peniazmi, aby nestrácali na hodnote? Buďte prosím obozretní a poradte im v investovaní správne, aby cítili a opäť raz sa presvedčili, že majú vo Vás skutočnú oporu. Uvedomme si, že okrem iného:

- Banky už postupne avizujú a reálne upravujú rast úrokových sadzieb a pokračujú v prítvrdzovaní podmienok pre hypotéky.
- Tento rok vstúpi do priameho maklérskeho prostredia aj významný poisťovací dom NN.
- Vojna na Ukrajine, ktorej vývoj a prípadné ukončenie je nateraz náročné predpovedať.

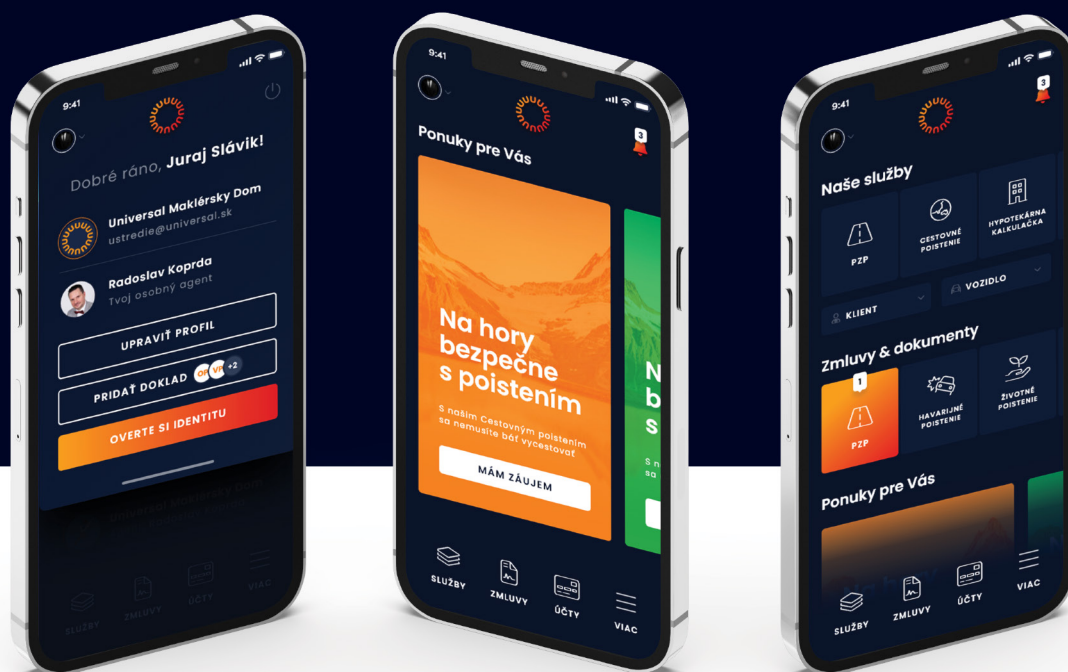
Nuž, ak sme si mysleli, že tento rok si od niečoho oddýchame, tak to vôbec nie. Držme si čapice, rok 2022 bude s UNIVERSAL opäť veľká adventure jazda!



FRANTIŠEK ŠVEC
Člen predstavenstva
UNIVERSAL maklérsky dom

STIAHNITE SI MOBILNÚ APLIKÁCIU PLNÚ VÝHOD

Aplikácia, ktorá Vám zjednoduší život



Prečo si stiahnuť iŠanón 3.0?



Kontakt na všetky banky a poisťovne



Notifikácie na dôležité udalosti



Hlásenie poistných udalostí



Bezpečná záloha vašich zmlúv



Online produkty PZP, CP, Investovanie



Aplikácia bez reklám a zadarmo



Novinky zo sveta financií



Úložisko zľavových a bonusových kariet

Pre každý prípad

Stiahnite cez

App Store

Google Play



ĎAKUJEME PARTNEROM

Ďakujeme partnerom za spoluprácu a úžasnú podporu, ktorú nám vyjadrili aj v roku 2021.

Aj vďaka ich štedrosti a vašej usilovnej práci sa podarilo v kreditnej súťaži prerozdeliť neuveriteľných **280 000 €**.

Allianz 
Slovenská poisťovňa

COLONNADE 
A PARTNER COMPANY


CSOB
POISŤOVŇA


GENERALI


Groupama
Poistené. Garantované. Vybavené.

IAD
INVESTMENTS

Kooperativa 
VIENNA INSURANCE GROUP

**KOMUNÁLNA
POISŤOVŇA** 
VIENNA INSURANCE GROUP

MetLife®

 **NN**


PREMIUM
INSURANCE COMPANY

union
Poistovňa


UNIQA
Insurance Group

wūstenrot

U+
youplus


CSOB
PRE VÁS OSOBNĚ

 **UniCredit Bank**

 **DÖVERA**
ZDRAVOTNÁ POISŤOVŇA

union
Zdravotná poisťovňa



DIAMANTOVÁ NOC

gala večer vo veľkom štýle

Pred 20. rokmi sa zrodila myšlienka založiť silnú a úspešnú spoločnosť. Zakladatelia vynaložili mnoho úsilia, času a financií na to, aby firma prosperovala, rástla a rozvíjala sa. Najlepším a najkrajším zadosťučinením je fakt, že po 20 rokoch je **UNIVERSAL** jednou z najúspešnejších maklérskejších spoločností na trhu.

A tento významný míľnik sa predsa musí osláviť. **Diamantová noc**, ktorá sa konala **10. 11. 2021 v Inchebe v Bratislave**, bola na úrovni s nádychom elegancie a noblesy. Na pozvaných hostí čakala luxusne ligotajúca sa miestnosť, na stoloch ozdobených krásnymi kyticami menovky vyryté do „diamantov“, a mnoho ďalších zaujímavých detailov.

Nádherne dámy v róbach a charizmatických páňov v smokingochoch privítali prípitkom členovia predstavenstva. Otváracie video predstavilo a ukázalo, ktorí neoblomní a úspešní páni stoja za spoločnosťou Universal a aké hodnoty sú pre nich kľúčové a podstatné.

Po skvelej večeri nechýbalo poďakovanie partnerom, ktorí nemalou mierou prispievajú k tomu, že **UNIVERSAL** patrí medzi **TOP spoločnosti** na Slovensku. Taktiež agentúrnym a regionálnym riaditeľom, ktorí sú so svojimi

tímami silnými piliermi a žiarivými diamantmi spoločnosti.

Už tradične sme ocenili 14 našich kolegov za 10 rokov usilovnej spolupráce. Prvýkrát sme mali tú česť poďakovať aj kolegom, ktorí sú v Univerzale od jeho založenia. Obrovskú vďaku za ich 20-ročnú dlhodobú a oddanú spoluprácu je slovami len veľmi ťažko vyjadriť. Odovzdávanie diamantových manžetových gombíkov a náhrdelníkov bolo jedným z najemotívnejších momentov večera, pri ktorom nechýbal ani standing ovation a slzy dojatia.

Ocenenie Nadačný anjel si prvýkrát v histórii nadácie odniesli naše kolegyně **Laura Kulčárová** a **Bibiána Lanczová**, ktoré sa podieľajú na plynulom chode nadácie. Venujú sa projektom, sprostredkovateľom, ľuďom a snažia sa, aby všetko v nadácii fungovalo ako má. Soška anjela je tak opäť v tých najsprávnejších rukách.



A keďže smiech je zdravý a lieči, skvelí komici - **Simona Salátová** a **Joe Trendy**, svojim vystúpením rozosmiali takmer každého.

Diamantový moment večera bolo jednoznačne žrebovanie **Mercedesu**. Napätá atmosféra, pri ktorej generálny riaditeľ Marcel Zeleňák vyžreboval šťastnú výherkyňu, sa dala krájať. Stala sa ňou nakoniec naša kolegyňa **Lucia Jandač-ka** z agentúry Západ.

Skvelá atmosféra pokračovala vystúpením skupiny **IMT SMILE** a **Ondreja Kandráča**, ktorí roztancovali snáď každého z hostí a dopomohli tak k ešte lepšej atmosfére.

Odbitím polnoci sa na obrazovke objavilo prekvapenie o ktorom málokto tušil. Krstní otco- via predstavili úplne **nové logo Universalu**,

ktorým vstupujeme do tretieho desaťročia - do novej éry Universalu.. Veríme, že ste sa s nim zžili rovnako ako my.

Oslava 20. výročia založenia firmy bola naozaj veľkolepá. Gala večer sa vydaril na výbornú s hviezdičkou a už teraz sa tešíme na oslavy ďalších dosiahnutých mét - o 5, 10 či 15 rokov.



Monika Šáleková
Marketing manager



vráčov. UMD bude
pre štart mladých.
podpora a kaučing



KICK OFF 2022

odštartoval novú eru Universalu

Na začiatku každého roka sa agentúrni a regionálni riaditelia, odborní garanti a rozšírené vedenie spoločnosti stretnú, aby oficiálne odštartovali ďalší úspešný rok v ére Universalu. Ani tento rok nebol výnimkou. KICKOFF sa konal 10. – 11. januára v hoteli Danube v Bratislave. Program bol opäť nabitý zaujímavými novinkami, medzi ktoré nepochybne patrila aj jeho samotná realizácia. Po prvýkrát ho mohli sledovať všetci naši kolegovia online z pohodlia domova či kancelárie.

Úvodné slová predniesol Martin Lancz, člen dozornej rady, ktorý sa poďakoval svojim kolegom a zhodnotil doterajšiu spoluprácu. Slovo si následne zobral obchodný riaditeľ, Rado Koprda. Predstavil novú éru a načrtnol ciele a víziu, ktoré budú Universal sprevádzať do budúcnosti a prinášať zaslúžené šľavnaté

ovocie. Po výdatnej prestávke kde si kolegovia vymenili nielen vrúcne pozdravy a nové myšlienky, nasledoval Michal Sokol, riaditeľ projektových manažérov. Venoval sa IT a jednotlivým procesom ale vysvetlil aj to ako pracujú a s čím zápasia kolegovia na oddelení projektového manažmentu. Juraj Slávik, projektový manažér, predstavil aktualizované funkcie a nový, modernejší vizuál našej aplikácie iŠanón, ktorý bude k dispozícii v druhom kvartáli tohto roku.

V poobednej časti nás poctili svojou návštevou partneri z NN, UNIQA a v neposlednom rade Kooperativa. Ich novinky pre tento rok zakončili pracovnú časť a hostia KICKOFF-u pokračovali voľným programom vo wellnesse alebo posedením pri vínu s predstavenstvom spoločnosti a partnermi.





2. deň KICKOFF-u otvoril Pavel Smetana, podpredseda predstavenstva, so zákonmi, legislatívou, protokolmi, a ostatnými náležitosťami, ktoré sú potrebné k bezproblémovému fungovaniu v spoločnosti. Novú éru v marketingu načrtnol Stano Štefanik, marketingový riaditeľ. Po obedňajšej prestávke sa odborní garanti svojimi prezentáciami - Petr Berka, Marek Sokol, Edo Vičan, Vlado Mandzák, Ivan Gálik, Pavol Michalec a Ivan Huspenina úspešne priblížili k zakončeniu programu. Pomyselnú bodku za KICKOFF-om 2022, podľa viacerých najlepším v histórii Universalu, dal svojim príhovorom Marcel Zeleňák, predseda predstavenstva a generálny riaditeľ spoločnosti.



Monika Šáleková
Marketing manager





Ladislav Krammer

Regionálny riaditeľ

Viac ako 11 rokov sa pohybujem v oblasti financií a ešte dlhšie v oblasti práce s klientom. Po vysokej škole, ktorú som vyštudoval v Nitre, som začal svoju kariéru v spoločnosti Orange. Práve tu som si osvojil prístup, v ktorom je klient na prvom mieste. Dá sa povedať, že som absolvoval vysokú školu proklientskeho prístupu. Zároveň som sa stal fanúšikom technológií a tieto dve veci ma charakterizujú dodnes.

11 rokov som strávil v **Poštovej banke**, neskôr aj v **365-ke**. Prešiel som si viacerými pozíciami, v ostatných troch rokoch som viedol z pozície riaditeľa pre kontaktné centrá oboch bánk (Poštová banka, 365) i dcérskych spoločností – poisťovne, správovskej spoločnosti **365.invest** i dôchodkovej správovskej spoločnosti **365.life**. V doterajšom pracovnom živote som najviac hrdý na svoje úspechy ako líder svojich tímov a na to, že som bol súčasťou tímu, ktorý postavil súčasné kontaktné centrum Poštovky/365ky.

K prestupu do maklérskej sféry ma priviedla túžba po návrate k práci s obchodníkmi, klientmi a rovnako aj vnútorná potreba po

11 rokoch zmeniť korporátne prostredie. To, že som začal v **Universale** nie je náhoda. Spoločnosť poznáme spolu s manželkou aj ako spokojní klienti. A keď sme sa stretli s **Katkou Zeleňákovou** a **Marcelom** bolo rozhodnuté. Oslovila ma predovšetkým ich otvorenosť, ľudskosť a prirodzenosť, ktorá z nich sršala. Ako veľké plus som od začiatku vnímal i šírku portfólia Universalu a rovnako tak aj aplikáciu. **iSanón** je fantastická vec a už teraz sa teším na jeho ďalší rozvoj. S ním môžeme robiť online, šetriť lesy a hlavne čas nám i klientom.

Ja svoj voľný čas venujem predovšetkým rodine. Je pre mňa úplne najviac. Mám krásnu manželku, ktorá sa mimochodom v krátkom čase tiež stane universaláčkou, a dve úžasné, veselé deti (1 a 3 roky). Milujem chvíle s nimi. Hlavu si rád vetrám aj na rybách, na bicykli, som veľký športový fanúšik. Rád čítam a inšpirujem sa príbehmi úspešných. A tak na záver dve z tvrdení, ktorými sa riadim: „*Najlepšou investíciou je poctivá práca s cieľom uspokojiť klienta.*“

„*Vybuduj ľudí a oni vybudujú firmu.*“



Marián Krist

Regionálny riaditeľ

Na finančnom trhu som začal podnikať v roku 2012. Vtedy som mal ešte rozbehnuté podnikanie v potravinárskom sektore a vôbec som netušil o čom je svet financií. Nejaký čas som sedel na dvoch stoličkách čo mi zaberalo veľa času ale efekt z toho bol minimálny.

Vtedy som sa rozhodol, že takto to ďalej nejde a rozpredal som časť svojich obchodov a časť som dal do prenájmu. Od vtedy sa naplno venujem len finančnému biznisu a navyše sa ku mne pridala aj moja manželka Olinka.

Do **Universalu** som však vstúpil až v auguste 2020 aj s našim tímom špecialistov. Za viac ako rok môjho pôsobenia sa nám podarilo dosiahnuť také výsledky, že sme sa stali regionálnym riaditeľstvom. Mojou špecializáciou je predovšetkým sektor životného poistenia, investícií a vzdelávanie v týchto oblastiach. Sloboda, pasívny príjem, cestovanie a skvelý kolektív sú veci pre ktoré mám rád tento biznis.



Alžbeta Wágnerová

Regionálna riaditeľka

Dovoľte, aby som sa Vám v krátkosti predstavila. Volám sa Alžbeta Wágnerová a v spoločnosti UNIVERSAL maklérsky dom som síce krátko, rok a pol, ale na finančnom trhu pôsobím 12 rokov. V mojej profesnej histórii som sa venovala hlavne bankovému trhu – hypotékam. Ako plynul čas a profesne som sa vyvíjala, zaznamenala som potrebu posunúť sa ďalej aj v iných oblastiach. Pri prieskume sa mi veľmi páčila filozofia a kariérny systém Universalu. Na základe tejto skutočnosti som prijala veľké rozhodnutie a výzvu pre zmenu, a so mnou 12 skvelých ľudí. Som šťastná, že sme za krátke obdobie podali krásny výkon. Na mojom povelaní sa mi najviac páči systém spoločného záujmu, keď je klient spokojný – je spokojný obchodník, keď je obchodník spokojný s výkonom je spokojná aj spoločnosť.

Z mojej praxe si dovoľím tvrdiť, že 95 % ľudí má nedostatočne nastavené svoje finančné portfólio, to znamená, že na trhu nás čaká veľa práce. Moja silná stránka či v súkromnom alebo pracovnom živote je jednoduchá zásada – férovosť a držať sa slova. Cítiť a počúvať svoj vnútorný hlas. Túto zásadu sa snažím prenášať aj na obchodníkov. Vo svojom súkromí sa venujem svojej rodine, tá je pre mňa základ. Milujem prírodu, turistiku, cestovanie, čítanie. Pôsobím v agentúre západ u **Milana Kociana**. Verím, že nás spoločnými silami čaká sľubná kariéra, profesionalita a vynikajúce medziľudské vzťahy.

Milí kolegovia, teším sa na zajtrajšok, včerajšok už bol a môj obľúbený citát, ktorý vyslovil Napoleon Hill je: „*Vaša veľká príležitosť možno leží práve tam, kde sa nachádzate.*“

TVORIŤ KVALITNÝ OBSAH JE ZÁKLADOM PR

Odkedy sme začali vyvíjať intenzívne PR aktivity, záujem o naše články a reakcie v slovenských médiách neustále rástol. Úprimne však musím povedať, že až taký rast som nečakal. Začínali sme v máji takmer na „zelenej lúke.“

Získať si dôveru redaktorov a vydavateľstiev nie je určite behom na krátke trate. Nám sa to však podarilo. Okrem iného skvelým prístupom našich garantov, za čo im patrí veľká vďaka. Za tých sedem mesiacov sme získali mediálny priestor v hodnote takmer **180 000 eur**. Vydali

sme 18 tlačových správ, ktoré sa dostali do viac ako stovky médií. Z toho približne polovicu tvoril 4.Q, ktorý len dokázal spomínaný rast. Chcem zároveň poďakovať všetkým vám za zdieľanie článkov, ktoré posiadam cez **UNIVERSAL NEWS - SK**. Spoločne dokážeme efektívne splniť jeden z našich marketingových cieľov: **#MusiNasBytVidiet**.

Stanislav Štefanik
Riaditeľ marketingu

NAJÚSPEŠNEJŠIA TLAČOVÁ SPRÁVA V ŠTVRTOM KVARTÁLI

AJ v štvrtom kvartáli sme mali množstvo zaujímavých tlačových správ. Vydali sme ich celkovo 7 a stiahlo si ich približne 40 médií. Tým najúspešnejším bol tentokrát článok od Pavla Michalca:

POISTKA NEMUSÍ POKRYŤ CELÚ ŠKODU PRI ZNIČENÍ NEHNUTEĽNOSTI

Podpoistenie bývania môže byť v súčasnosti pri raketovo rastúcich cenách nehnuteľností aj materiálov na rekonštrukciu veľkým problémom. Odborník radí, kedy je potrebné prehodnotiť poistku.

Kupovali ste si byt či dom pred piatimi rokmi, poistili, no odvtedy zostala výška poistného krytia rovnaká? Ako podotýka odborník, v prípade škody na nehnuteľnosti sa môže stať, že vám poistné škodu nezmierni, alebo nedostatočne. „Ceny nehnuteľností boli v období rokov 2009 až 2016 relatívne stabilné, potom začali mierne rásť, no pandemická súčasnosť ich ceny začala hnať raketovo hore,“ konštatuje aj odborný garant pre neživotné poistenie UNIVERSAL maklérsky dom Pavol Michalec. Ide o jednu z najväčších nezávislých maklérskejších spoločností na Slovensku. Ako upozorňuje odborník, tento nárast bude mať vplyv aj na rast cien poistenia bývania.

RASTIE NIELEN CENA NEHNUTEĽNOSTÍ

Dnes zaplatíte za jeden meter štvorcový bývania na Slovensku v priemere 2052 eur. Vyplyva to z dát Národnej banky Slovenska za 2. kvartál 2021. Pred rokom to bolo o 320 eur menej, v roku 2019 až o 500 eur menej

ako v súčasnosti. Ak ste napríklad kupovali byt pred piatimi rokmi a vtedy ste ho aj poistili na hodnotu, akú mal v tom čase, dnes stúpila jeho hodnota v priemere o 60 percent. Kým rovnaký trojizbový 80 metrov štvorcových byt v roku 2016 stál 124-tisíc eur, dnes je jeho hodnota vyššia o 40-tisíc eur. Ak vaša poistka zostala odvtedy nemenná, v prípade jeho poškodenia sa môže stať, že opravu alebo kúpu nového bytu z poistky nevykryjete. „Bežní ľudia si súvislosti medzi rastom hodnoty svojho majetku a výškou poistnej sumy na ich poistke neuvedomujú,“ konštatuje Pavol Michalec.

„Na starých poistných zmluvách má indexáciu, teda navyšovanie poistnej sumy o infláciu, dojednanú málokto,“ vysvetľuje Pavol Michalec. Podľa neho sa často stáva, že klienti finančných domov nedostali vysvetlenie, pred čím ich indexácia chráni. A ak aj áno, mnoho z nich podľa odborníka vidí len to, že každý rok musí zaplatiť viac za poistenie. „V súčasnosti, kedy ľudia zopárkrát pocítili vplyvy inflácie na svoje finančné istoty, napríklad poistenie s index

Ak ju klienti nemajú, poistní špecialisti im zvyknú volať s tým, že by bolo vhodné upraviť si poistku. Ľudia by to nemali brať ako zbytočné obťažovanie, práve naopak, ide o ich vlastnú ochranu. Indexácia však i tak nemusí pokryť celú hodnotu nehnuteľnosti práve v takom období, aké zažívame dnes. Teda raketový rast cien nehnuteľností, prípadne, keď sa hodnota nehnuteľnosti zvýši napr. vďaka rekonštrukcii.

KEDY UVAŽOVAŤ O ZMENE?

Aj preto odborník radí, kedy by ste mali uvažovať aj o prehodnotení výšky poistenia. „Keď sa rozdiel medzi skutočnou hodnotou nehnuteľnosti a poistnou sumou blíži k desiatim percentám, odporúčame prehod-

nocovať jej poistenie,“ hovorí špecialista UNIVERSAL maklérsky dom. Pri prekročení tejto hranice už totiž môže byť prípadná poistná udalosť riešená v režime podpoistenia, čo pre poškodeného vždy znamená menej peňazí od poisťovne, ako potrebuje na opravu alebo kúpu nového bytu či domu.

NA KOLKO NEHNUTEĽNOSŤ POISTIŤ?

Ideálne je mať podľa odborníka takú výšku poistenia, aby poisťovňa „na vlastné náklady opravila“ poškodenú časť nehnuteľnosti, prípadne pri totálnych škodách „postavila“ nový, taký istý dom, či „kúpila“ podobný byt, o aký klienti prišli.

Samozrejme, pri prudkom zdražovaní nehnuteľností treba rátať aj s rastom cien poistiek. „A to hlavne v prípade, že budú chcieť klienti krytie, ktoré ich bude skutočne chrániť, a nie iba poistenie pre poistenie, napríklad z dôvodu čerpania úveru,“ konštatuje **Pavol Michalec**. Toto si našťastie podľa neho už ľudia uvedomujú. Dokazuje to aj nárast v poistení bývania, ktoré zahŕňa nielen poistenie nehnuteľnosti, ale aj hnutelných vecí v domácnosti a zodpovednosti za škodu. Za posledných desať rokov narástla produkcia spoločnosti **UNIVERSAL maklérsky dom 5,25-násobne**. „Z toho je jasné, že záujem ľudí o poistenie svojho bývania rastie,“ uzatvára Pavol Michalec.



Pavol Michalec

Odborný garant pre neživotné poistenie

**Venujte nám 2 %
z Vašich daní**



nadácia
keď potrebujete pomôcť
UNIVERSAL maklérsky dom

www.kedpotrebujetepomoc.sk

Kalendár akcií a dovoleniek 2022 UNIVERSAL makléřský dom

10. - 11. MAREC
Konferencia



24. - 25. BŘEZEN
Konference

MAREC - APRÍL
Lyžovačka v
Dolomitech



BŘEZEN - DUBEN
Lyžovačka
v Dolomitech

APRÍL
Dovolenka
v Mexiku



DUBEN
Dovolená
v Mexiku

22. JÚN
Športové hry
UNIVERSAL &
IAD Triathlon Cup



22. ČERVEN
Športovní hry
UNIVERSAL &
IAD Triathlon Cup

28. - 29. JÚL
Polročná
porada



4. - 5. SRPEN
Půlroční porada

SEPTEMBER
Golf Cup



ZÁŘÍ
Golf Cup

OKTÓBER
Celofiremné
školenie



Kalendář akcií a dovoleniek 2022 UMD NETWORK

VY STE ROZHODLI

v roku 2023 pôjdeme do Vietnamu a (mali sme ísť) do Petrohradu!

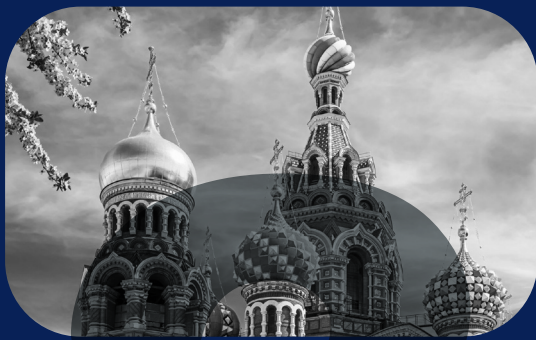
Vyzerá to tak, že sa svet po dvoch rokoch konečne opäť dostáva bežného života. Cestovanie bolo pandémiou výrazne obmedzené a tak sme, žiaľ, museli utlmiť aj naše spoločné UNIVERSAL dovolenky. Veríme však, že je tomu koniec a tak nám nič nebráni v peknej tradícii pokračovať.

Už o pár dní sa spoločne vydáme najskôr za snehom na 4 dni do Dolomitov a hneď za tým na 10 dní za slnkom vyhriatymi pieskovými plážami do mexického Cancunu. O čo však „hráme“ tento rok?

Medzi tipmi Brazília, JAR, Japonsko či Kostarika

Výber budúročných dovolení sme nechali na vás. Ďakujeme za každý jeden tip. V hanbe neostal žiaden svetadiel, jedine Antarktída ostala v hanbe. Na tú si nespomenul nikto :). V každom prípade, jednoznačne najviac z vás navrhovalo **Vietnam**, kam sme mali ísť už v roku 2021. A spoločne s tým ste si odsúhlasili aj poznávačku do **Petrohradu**. Žiaľ, v tom čase ešte nikto z nás netušil, čo sa stane a tak je v súčasnosti tento výlet skôr nepravdepodobný. Uvádzame ho preto s veľkým otáznikom.

Snaha sa skutočne oplatiť



Petrohrad, od roku 1924 – 1991 tiež **Leningrad**, je po **Moskve** druhým najvýznamnejším mestom Ruska. Je právom označovaný ako **Perla na Neve**. Do Petrohradu sa zaručene zamilujete. Moderné mesto rozkladajúce sa na štyridsiatich ostrovoch pri Fínskom zálive vás presvedčí, že by ste spravili obrovskú chybu, ak by ste nevyužili možnosť ho navštíviť. Počas tých pár dní, ktoré v Petrohrade strávite, zažijete neopakovateľnú historickú atmosféru cárskeho Ruska, dych vyrážajúcu večernú romantiku na pobreží, objavíte umelecké poklady aj veľkolepé architektonické diela.

Predpokladaná cena zájazdu: **3 kredity**



Cestovný ruch bol vo **Vietname** pred korunou na vzostupe a objavovať ho začalo aj stále viac Slovákov. Táto socialistická republika vznikla v roku 1976 spojením **Severného** a **Južného Vietnamu**. Krajina s viac než **80 mil. obyvateľmi** má čo ponúknuť skutočne každému. Nádherné pláže, vysoké pohorie, bohaté kultúrne aj historické pamiatky. Za zmienku určite stoja tiež minimálne dve mestá – hlavné **Hanoj** a najväčšie **Hočiminovo Mesto**, kedysi známe ako **Saigon**.

Predpokladaná cena zájazdu: **6 kredítov**



Stanislav Štefaník
Riaditeľ marketingu

NOVÁ ÉRA UNIVERSALU V MARKETINGU

„We always have time for you!”

KICKOFF 2022 odpálil novú éru **Universalu** v skutku famózne a každý z nás sa má na čo tešiť. Plno skvelých noviniek na rok 2022 som počas **100 - minútovej prezentácie** s mojimi zaujímavými hosťami predstavil aj ja ako riaditeľ marketingového oddelenia. Rád sa o ne aspoň heslovite podelím aj so všetkými vami, ktorí ste KICKOFF sledovať nemohli. Hlavné plánované aktivity pre rok 2022 vám načrtnem cez interné ciele, ktoré sme si stanovili v rámci marketingu.



01

Rebranding

Už v októbromom čísle som v skratke predstavil nové **logo Universalu**, s ktorým vykročíme do 3. desaťročia nášho pôsobenia na slovenskom trhu. Po dvadsiatich rokoch sme sa rozhodli k úplne novému logu, ktoré sa na tie minulé podobá len minimálne - príbuznou farebnosťou. Práve na **KICK OFF-e** sme logo predstavili komplexne spoločne s pánom Holešom, majiteľom agentúry **Allanswers**, ktorá je tvorcom nového loga. Som úprimne šťastný, že prítomní riaditelia si po prezentácii logo obľúbili, dokázali sa s ním a s jeho príbehom stotožniť a je teraz na nás, aby sme ho dostali von. Na verejnosť, medzi všetkých kolegov, medzi našich aktuálnych aj potenciálnych klientov či partnerov, na reklamné predmety, do našich/ vašich kancelárií, do médií. Jednoducho tak, aby každý, kto uvidí naše „U” - slniečko bude vedieť, komu patrí.

02

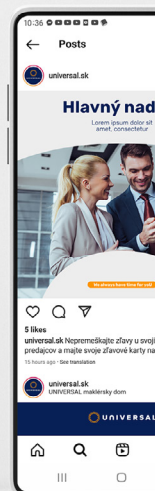
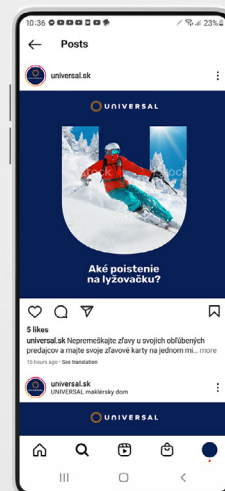


#MusiNasBytVidiet

Pokračujeme v aktívnom PR. Budeme vydávať ešte viac tlačových správ, pretože vidíme, že to má veľký potenciál a význam. Veríme, že vďaka kvalitným článkom dokážeme v roku 2022 získať mediálnu hodnotu vo výške minimálne 300 000 eur.

Plánujeme množstvo zaujímavých súťaží pre sprostredkovateľov aj širokú verejnosť. Užšie spolupracujeme s hokejovými klubmi, ktoré sponzorujeme a fanúšikovia hokeja budú môcť už počas tohtoročného playoff získať atraktívne ceny. Okrem reklamných predmetov či vstupeniek na zápasy napríklad aj požičanie Mercedesu na víkend.

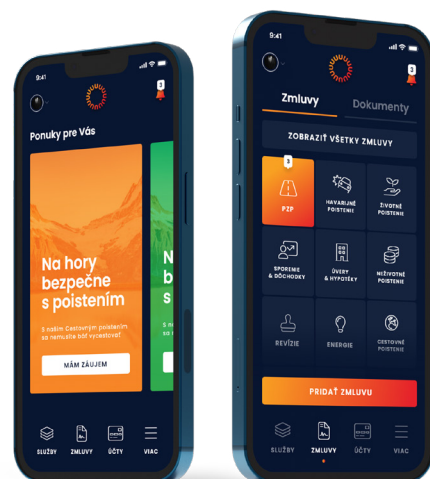
Plánujeme tiež vydávať vlastný podcast s témami a hosťami zaujímavými pre širokú verejnosť.



03

iŠanón, investičná kalkulačka a ďalšie nadčasové online nástroje

Netrepezlivo očakávame nový **iŠanón 3.0**. Práve ten sa stane v roku 2022 ako výnimočný nástroj pre sprostredkovateľov aj klientov nosnou reklamnou témou. Prezentácia **Universalu** ako lídra v technologických inováciách bude podporená ďalšími IT novinkami – **investičnou a hypotekárnou kalkulačkou** a podobne.



04

Nová webstránka

Spúšťame novú, modernú webstránku. Jej vzhľad nie je až tak dôležitý, ako systém, na ktorom je postavená. Práve ten nám umožní s ňou pracovať tak, aby sme sa dokázali posúvať v Googli na vyššie pozície. Mať webstránku bez možností efektívnych takzvaných SEO optimalizácií sa ani neoplatí. Na jej zmenu bol preto už najvyšší čas. Veríme, že sa s novým webom stotožníte aj vy :).

Zároveň stále platí ponuka pre agentúrnych a regionálnych riaditeľov na vytvorenie vlastnej webstránky podľa šablóny, ktorú máme. Takýto web spraví Universal úplne zadarmo.

05

Moderný výkonnostný marketing

Prvýkrát v histórii Universalu začíname robiť kontinuálny výkonnostný marketing. Jeho výhody pre spoločnosť aj každého jedného z nás/vás vysvetlili na KICKOFFe manželka Koptákovci z agentúry Harton Management, s ktorou sme od januára začali spolupracovať. Výsledkom budú moderné vizuály, merateľné výsledky kampaní, výrazne efektívnejšie nástroje na nábíranie a najmä – veľká podpora pre CIEĽ č. 2 – aby nás bolo vidieť.



Stanislav Štefanik
Riaditeľ marketingu