



UNIVERSAL

MAGAZÍN



Sportovní hry 2023

Universal & IAD Triathlon team cup

ROČNÍK 2023 | ČÍSLO 2

OBSAH

- 03** Editoriál Rostislav Bednárek
- 04** "The best of U" výroční konference UMD
- 06** UMD představuje
- 07** Jsme jedničkou na Instagramu
- 08** Karibik 2024

UNIVERSAL

ČEŠI OBJEVUJÍ UNIVERSAL...



Ano, v roce 2022 se v českém UMD Network šláplо do pedálů. Pojem „*nová éra*“ prezentovaný na poradě manažerů nezůstal jen prázdným heslem a vyrazilо se vpřed na všech úrovních. Stavebním kamenem růstu se stalo **personální obsazení**, do čela obchodu se nově postavili ambiciózní Andrea Mališová s Břetislavem Valou, centrálu si vzala na starost vždy ochotná a usměvavá Lenka Pyskatá, podporu obchodu a zaškolování nováčků má pod palcem zkušený Martin Kristl, do klíčových manažerských pozic nastoupili noví kolegové, kteří startují nábor a obchodní produkci. Velkou podporu nám poskytuje oddělení marketingu, které na sociálních sítích výrazně propaguje logo a myšlenky Universalu a zároveň spustilo generování leadů na podporu náboru a obchodu. To vše za výrazné podpory a osobní angažovanosti všech členů představenstva dává dohromady elixír, který nemůže přinést nic jiného než úspěch.

A první měsíce roku 2023 to jen potvrzují, Universal obchodně i personálně roste a pozitivní dopady vidíme u našich obchodníků, klientů, obchodních partnerů i konkurence, byť to každý vnímá z jiného úhlu pohledu.

V první řadě to jsou naši obchodníci, kteří s hrdostí sledují obchodní progres firmy. Technologický rozvoj a vylepšování obchodních procesů jim pomáhají na každé schůzce. Noví kolegové jim přinášejí možnost obchodních konzultací a vzájemného obohacení sdílením vlastní best practice.

Klienti si už zvykli na to, že od našich poradců mohou očekávat profesionální a odbornou finanční službu šitou na míru jejich potřebám. Obchodní proces probíhá za podpory moderních technologických nástrojů a plně bezpapírově. Jsme tak pro klienty více srozumitelní a šetříme jejich čas, což nám v důsledku přináší další doporučení a nové obchodní příležitosti.

To vše bedlivě sledují a vyhodnocují naši obchodní partneři, u nich se jedná o jednoduchou rovnici – se zvýšenou produkcí roste jejich zájem a podpora. A to nám dělá radost, pocítujeme to v obchodním vyjednávání o individuálních podmínkách pro naše klienty i podpoře našich teambuildingových setkání.

Možná se někdo podivil, že jsem zmínil i konkurenci, ale i ta je součástí našeho rozvoje. Universal už je konkurencí vnímán jako firma s jasným směrem, ambicí a identitou. A mnozí poradci u nás nacházejí hodnoty, které jim jinde třeba chyběly.

Češi na všech úrovních prostě objevují Universal a jeho úspěch a růst. Poděkování patří každému z rodiny UMD, který přikládá ruku k dílu, ať už v oblasti obchodu, náboru, podpory nebo strategického vedení.



**Rostislav
Bednárek**

agenturní ředitel
a člen dozorčí rady



THE BEST OF U



VÝROČNÍ KONFERENCE UMD

Poslední rok uběhl opravdu rychle. V Universalu se událo množství pozitivních změn, které mají za následek, že rosteme a jsme stále úspěšnější. A právě o těch nejúspěšnějších z našich kolegů byla výroční konference s podtitulem The Best of U.

Tentokrát jsme 30. března v rekordním počtu účastníků zavítali do krásného hotelu Maximus u Brněnské přehrady. Hotel široko daleko známý vysokou úrovní služeb, fantastickým wellness, krásnými konferenčními prostory a skvělou gastronomií, byl nepochybně hodný organizace našeho TOP eventů.

Výroční konference byla rozdělena opět do dvou částí – začali jsme pracovní, končili galavečerem.

Pracovní část plná atraktivních novinek

Začali jsme odpoledne a pracovní část probíhala v ověřeném formátu bloků 45:15 (45 minut práce, 15 přestávka). V úvodním bloku přivítal moderátor Petr Zakopal všechny přítomné hosty včetně početného zastoupení našich obchodních partnerů – dámy a pány z ČPP, ČSOB, UNIQA, NN, INVESTIKA, GPS, Metlife, KB Pojišťovna, Conseq a Direct, kterým patří velký dík za spolupráci a podporu této výjimečné akce.

Po představení hostitelů a hostů si slovo vzal Marcel Zeleňák – generální ředitel společnosti UMD Network, aby oficiálně otevřel konferenci. Samozřejmě v jeho úvodní řeči nechyběl ani nějaký ten vtip, který jakoby předznamenával, v jakém duchu se bude nést celá konference. Že to bude především o výborné atmosféře a zábavě, což se nakonec naplnilo na 100 %.

První blok uzavřel Miroslav Majcin, člen představenstva pro obchod, který ve své prezentaci #JedemeBomby odprezentoval výsledky za rok 2022 i obchodní plány pro rok 2023.

Po výborných ohlasech na slovenské konferenci jsme do programu zařadili i zábavný kvíz s trefným názvem Mozková Zumba. Tu společně s moderátorem odmoderoval její tvůrce – marketingový ředitel společnosti Stanislav Štefanik. Během pracovní části účastníci konference prostřednictvím svých mobilních telefonů odpověděli celkem na 20 otázek z různých oblastí, přičemž hráli o skutečně atraktivní ceny. Tou hlavní byl víkendový pobyt v Alpách, ve wellness hotelu dle vlastního výběru. Jak však později přiznali vítězové kvízu, mnohdy to nebylo o znalostech, ale o správném tipu. Vždyť posuďte sami. Kolik lidí může znát odpovědi například na otázky: Kolik trvá orgasmus u prasat? či Jak často během dne kopuluje pár lvů během doby páření?

Poletíme ke hvězdám

Ve druhém bloku s názvem Poletíme ke hvězdám se na pódiu postupně vystřídali Marcel Zeleňák, ředitel projektových manažerů Michal Sokol, Miroslav Majcin a Stanislav Štefaník, aby ve svých videoprezentacích představili novinky, které budou realizovány ještě letos. Marcel mluvil o tom, jak se svět mění a proč je třeba umět se mu přizpůsobit, Michal představil firemní ekosystém, Miroslav revoluční změnu naší TOP aplikace inŠanon na UFO a Stanislav zcela nový název pro naši investiční kalkulačku, která dostala jméno LUNA.

Užitečná i zábavná talkshow s partnery

V posledním bloku pracovní části se představili partneři v nevšední talkshow. Moderátor společně s naším garantem Martinem Kristlem kladli hostům otázky, někdy až „na tělo,“ díky kterým jsme se dozvěděli něco z jejich firemní kuchyně, osobního života a zároveň se úžasně bavili. Ve výborné náladě jsme tak ukončili pracovní část a těšili se na noblesní galavečer.

Galavečer na jedničku

Dámy v nádherných róbách, pánové v elegantních oblecích či smokingu a slavnostně vyzdobený sál. To vše spolu ladilo na výbornou a předznamenávalo další nezapomenutelný večer. Ten otevřel Martin Lancz, předseda dozorčí rady a jeden z hlavních akcionářů. Po jeho proslovu na pódium přišli Miroslav Majcin, Andrea Mališová – obchodní ředitelka interní sítě a Břetislav Vala – obchodní ředitel UBP, aby vyhlásili vítěze jednotlivých kategorií a předali jim hodnotná ocenění. Poprvé byli v jednotlivých kategoriích vyhlášeni ti nejúspěšnější obchodníci za interní síť i za celou společnost UMD Network. Obchodníkem roku interní sítě i společnosti se stal Petr Pobuta, který tak obhájil loňské vítězství.

Po vyhlášení obchodnických kategorií následovalo prohlášení nejúspěšnějšího regionálního ředitele, kterým se stal podobně jako loni, Dalibor Bonček a agenturního ředitele, kterým je po roce opět Rostislav Bednárek. Ceny jim předával Marcel Ze-

leňák společně s místopředsedou představenstva Pavlem Smetanou.

Předposlední kategorii – Skokan roku, ocenil opět Miroslav Majcin, tentokrát společně s členem představenstva Františkem Švecem. Cena putovala do rukou Radka Wiltšche za společnost MaxBrokers. Když na pódiu vystřídal Františka Švece Marcel Zeleňák, všem v sále bylo jasné, že se blíží vy-



hlášení poslední kategorie, kterou byl TOP Partner UBP. Asi nikoho nepřekvapilo, že se jím stala opět společnost H-One Finance. Ocenění si převzali ti nejpovolanější – Vladimír Kos a Jaroslav Čapka.

Před startem nevázané zábavy v podání energické kapely FoPa a později DJ Zakopala jsme si ještě pochutnali na výborné večeři a kvalitních nápojích.

Můžeme konstatovat, že Výroční konference The Best of U se jednoznačně vydařila a už teď se těšíme na tu příští.



Stanislav Štefaník

ředitel marketingu

UMD PŘEDSTAVUJE

Markéta Marková

Asistentka



Po vystudování herectví na Pražské konzervatoři jsem si odletěla rozšířit obzory na Srí Lanku. Půl roku jsem tam pracovala jako manažerka resortu a dalších pár měsíců cestovala a poznávala tamější kulturu. A hlavně jídlo!

Kvůli covidu jsem se bohužel musela vrátit do Česka a najít si zázemí zde. Putovala jsem zpět do Prahy i přesto, že mám celou rodinu na severu Čech, abych našla to, co mě bude opravdu bavit. Od gastronomie, přes pečovatelsví až po backoffice. Jsem pečlivá a ráda mám ve věcech pořádek, ta-

kže jsem se našla v administrativě a ta mě následně dostala do UMD.

Volné chvíle trávím hlavně v přírodě se svým psem nebo v posilovně či při běhu. Ráda čtu a poslouchám podcasty s kriminální tematikou. Mezi mé nejoblíbenější spisovatele patří například Paolo Coelho nebo Natálie Kocábová. Velmi si užívám i jídlo, a proto mezi mé velké hobby patří nejen vaření a návštěvy různých restaurací (ráda zkusím cizí kuchyně), ale hlavně pečení, které je mou velkou vášní.

luna
investiční kalkulačka

lunaapp.cz

JSME JEDNIČKOU NA INSTAGRAMU V ČR I SR. JDEME DÁLE!

Na začátku roku jsem na slovenském i českém kickoff-u mimo jiné prezentoval jeden z marketingových cílů pro rok 2023. Stát se jedničkou na sociálních sítích. Samozřejmě není reálné mít nejvíc fanoušků či followerů na všech možných sítích (kdo vlastně ví, kolik jich je...?).

Naše cesta je jasná. Postupně zvyšovat náš mediální vliv a zajistit, aby značku Universal vidělo a poznávalo stále více lidí. Jednoduše **#musí_nás_být_vidět**. A to nejen na Facebooku, Linkednu či Instagramu. Aktivně jsme začali připravovat obsah pro TikTok, Pinterest i YouTube.

Jsme jedničkou na Instagramu. Na Slovensku i v Čechách

Za necelých 5 měsíců se nám podařilo vyletět přímo raketovou rychlostí na první místo na jedné z TOP sociálních sítí. Universal je ze všech konkurentů zcela TOP na Instagramu. A aktuálně s obrovským náskokem. Na Slovensku máme již 9 000 a v Čechách 6 000 followerů. Na začátku roku to bylo jen přibližně 500 na Slovensku a 200 v České republice. Jak jsme to dokázali?

Nejdůležitější je obsah a hned potom cílová skupina, které ho nabízíte. Hledali jsme témata, která budou zajímat instagramovou publiku a následně jsme je aktivně komunikovali. Výsledek se dostavil ještě rychleji, než jsme předpokládali...

Tik Tok a Pinterest: budování si jména rychleji než ostatní

Je třeba objektivně napsat, že stát se jedničkou na Pinterestu a TikToku nebylo příliš náročné. Jednoduše proto, že jen málokdo z konkurence je aktuálně aktivní na těchto dvou sítích. To se však jistě již brzy změní a tak je mimořádně důležité budovat si jméno, a komunitu tak, abychom rostli rychleji, než ostatní. Na TikToku se nám to začíná dařit. Opět je to tím, že aktivně pracujeme a dodáváme obsah. Algoritmy sociálních sítí jsou doslova hlavolam. Když ho pochopíte, je to snazší.

LinkedIn

To, co cítíme jako největší výzvu, je LinkedIn – sociální síť, která je pro Universal mimořádně užitečná. Především kvůli náboru. Zatím nerosteme tak rychle, jak bychom si přáli. O to víc se snažíme najít způsob, jak to změnit.

V tomto případě je důležité zapojit i všechny naše kolegy. Máme odzkoušeno, že přibližně 10 – 13 % z našich soukromých LinkedIn kontaktů začne sledovat stránku Universal, když je na ni pozveme. Tak proč to neudělat? Obsah, který na stránku dodáváme, je pro uživatele atraktivní a zejména užitečný.



Stanislav Štefanik

ředitel
marketingu



KARIBIK 2024:

VY JSTE ROZHODLI A VÝSLEDEK
POTĚŠIL I NÁS

Do ankety na výběr zájezdu s Universallem 2024 jsme dali několik exotických destinací ze Severní, Jižní i Střední Ameriky, Afriky, blízké i daleké Asie. Ve dvoukolovém hlasování se rozhodlo zcela jednoznačně o tom, že v roce 2024 pojedeme na loď do Karibiku.

Po nucené přestávce způsobené pandemií jsme se v dubnu mohli konečně opět vrátit k našim tradičním Universal zájezdům. Téměř 30 z nás navštívilo fantastický Vietnam. Za rok se vydáme na západ. Cílem bude Miami a plavba výletní lodí po Karibiku. Jsme přesvědčeni, že to bude opět neskutečná paráda se spoustou neopakovatelných zážitků. Jak se říká #snažit_se_vyplatí.

Ve výběru Senegal, Jihoafrická republika, Thajsko či Brazílie

Na výběru destinace pro příští putování jsme si dali skutečně záležet. Rozhodli jsme se, že nabídneme v prvním kole hlasování celkem 7 destinací, resp. skupin destinací. V anketě tak byly na výběr:

- Miami + plavba po Karibiku
- Afrika – Senegal, Keňa nebo Zanzibar
- Afrika – Jihoafrická republika
- Ázia – Malajsie nebo Thajsko
- Ázia – Spojené arabské emiráty
- Brazílie
- Střední Amerika – Mexiko, Kuba, Dominikánská republika

V Československém hlasování se na prvních třech místech umístilo Miami s plavbou, Afri-

ka se Senegalem, Keňou nebo Zanzibarem a Střední Amerika. Právě tyto tři postoupily do druhého kola.

O vítězi rozhodlo druhé kolo

Ve druhém kole jsme již jednotlivé země rozdělili a tak si kolegové mohli vybrat z následujících:

- Miami + plavba po Karibiku
- Senegal
- Keňa
- Zanzibar
- Mexiko
- Kuba
- Dominikánská republika

Zcela jednoznačně vyhrálo zmiňované Miami s okružní plavbou po Karibských ostrovech před Dominikánskou republikou a Zanzibarem.

Jsme přesvědčeni, že příští Universal zájezd za Atlantik bude skvělý. Zúčastnit se může každý kolega z Universalu společně se svou rodinou. A samozřejmě, platit bude možné i kredity.

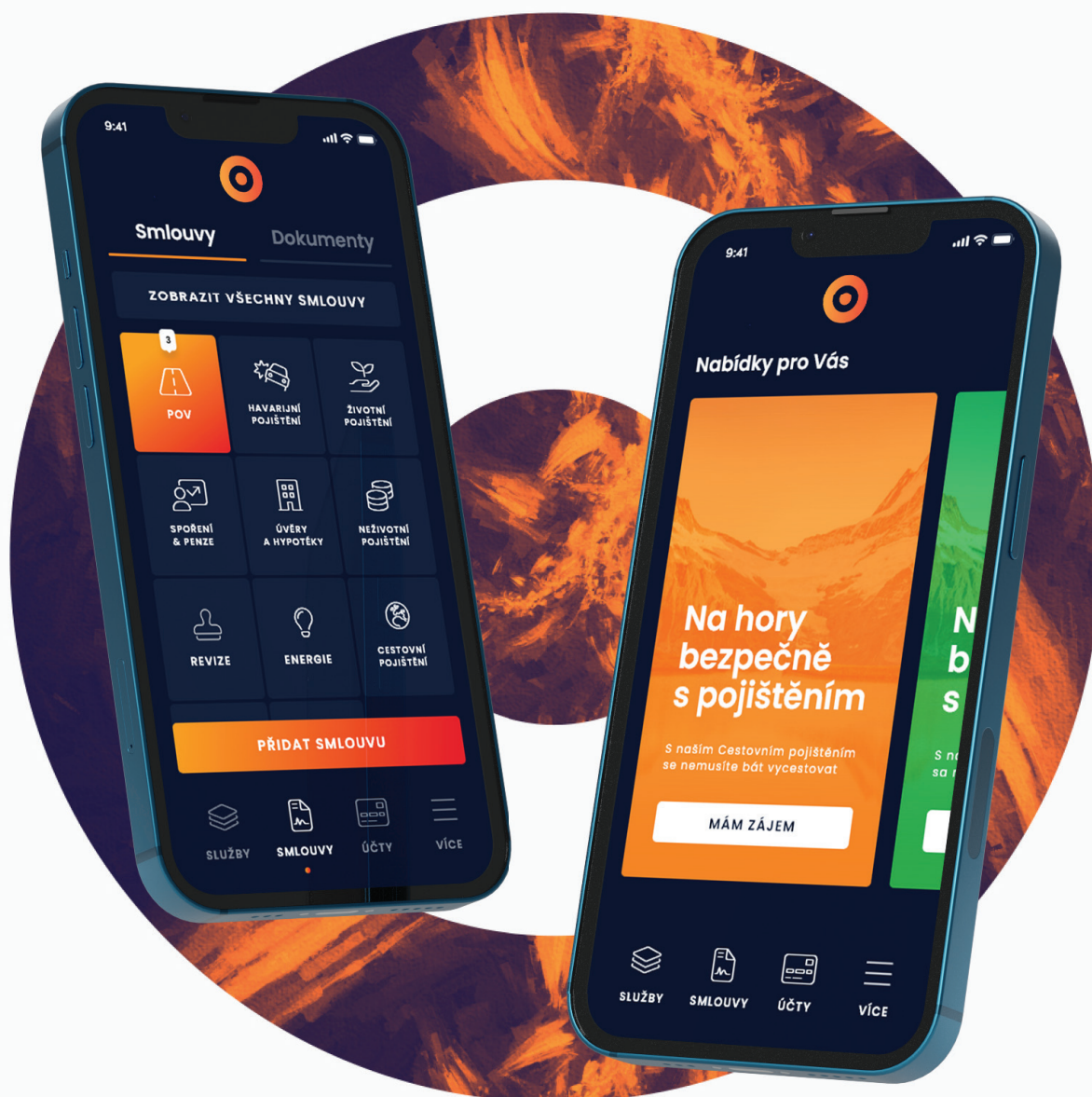
Pokud si toto dobrodružství nechceš nechat ujít, máš ještě dost času na to, abys získal dostatečný počet kreditů. Očekáváme, že cena zájezdu bude na úrovni kolem 5-6 kreditů.



**Stanislav
Štefanik**

ředitel
marketingu

UNIVERZÁLNÍ FINANČNÍ ORGANIZÉR



UFO

JIŽ BRZY

