

KLIENT V NOUZI I.

Jaký postup zvolit, pokud nejsem spokojen se zprostředkovaným produktem? Jak poznám, že mě poradce zmanipuloval a poškodil? Na koho se se stížností obrátit?

I v této poměrně osvětlené době, kdy dochází k postupné kultivaci na trhu finančních produktů a zejména finančního zprostředkování či poradenství, se bohužel najdou takoví „poradci,“ které spíše než nastavení klientových finančních poměrů zajímá výše provize. A protože připraveným štěstí přeje, pojďme se podívat, jakým způsobem se dá před nekalými praktikami některých „poradců“ bránit a jak se dají napravit případná zaváhání a s nimi související zejména finanční škody.

Co tedy dělat, pokud cítím subjektivní nespokojenost se zprostředkovaným finančním produktem? Aby se předešlo budoucím pochybnostem, je třeba se konkrétního poradce ptát na veškeré relevantní otázky pokud možno v době před uzavřením jakékoli zprostředkované smlouvy. Tedy nespokojit se s tvrzeními typu „to je složité, to byste nepochopil/a“ nebo „nebudu vás zbytečně zatěžovat detaily - prostě to tady podepište...“.

Platí zde možná o něco více než v jiných oblastech, že předem dobře informovaný zájemce se stane později spokojeným klientem. Jestliže však již dojde k situaci, kdy člověk získá pocit, že zprostředkovaný produkt není pro něj tím nejvhodnějším, je třeba se důsledně ptát:

- a) Z čeho tento pocit pramení? Jsou původcem nebo iniciátorem tohoto pocitu známí, kamarádi, konkurence, TV, internet či jiné sdělovací prostředky? Nebo tento pocit pramení z klientovy vnitřní intuice?
- b) Zda má klient představu o „lepší“ alternativě takového produktu (ať už se jedná o likviditu, výnos, investiční riziko apod.). Kde se k těmto informacím dostal, kdo a za jakých okolností mu je poskytl?
- c) Jaké nevýhody klient spatřuje, proč se mu produkt nezdá nejvhodnější? Výpovědní doba? Měsíční platby? Odbytné či odstupné? Nejistota plnění? Míra rizika? Zná klient osobně nějaký lepší nebo srovnatelný produkt? Jaký?

Často v této souvislosti nastávají situace, kdy klient je, pod záminkou konkurenčního boje, brán poradcem jako rukojmí. Nejednou byly v praxi zaznamenány případy, kdy poradce poté, co změnil svého „chlebováře“, kontaktuje své klienty a nabízí jim změny v nastavení jejich finančního plánu. Často je tato aktivita poradce motivována opět pouze vidinou snadného výdělku, nicméně zájmy klienta jsou v takových případech pošlapávány nebyvalou měrou. Klasické „přepojistkování“ bývalých klientů je činností navýsost neetickou a jediným jejím výsledkem (kromě spokojenosti takového poradce) je často způsobení nevratné škody na klientově majetku. Pokud totiž klient v průběhu několika málo let z „donucení“ poradce změnil několikrát například poskytovatele životního pojištění, mohou mu vznikat škody v řádech až desetitisíců korun. Proto je třeba jakékoli obdobné aktivity fluktuujících poradců považovat ve většině případů primárně za nebezpečné pro „finanční zdraví“ klienta jakožto spotřebitele.

Pokud už taková nepříjemná situace nastane a klient není z jakéhokoli důvodu spokojen s nastavením svého finančního portfolia, lze mu doporučit obrátit se s žádostí o vysvětlení a případnou nápravu domnělého závadného stavu postupně:

- a) Na samotného poradce a požadovat nejlépe osobní setkání, kdy by v rámci vzájemného porozumění měl nespokojený klient předem poskytnout podklady pro svou argumentaci, aby poradce věděl, v čem je problém a dokázal pro klienta připravit relevantní alternativu.
- b) Pokud se kontakt s poradcem nezdaří, nebo pokud poradce není schopen či ochoten záležitost řešit, obrátit se na mateřskou společnost poradce. Ta by měla řádným způsobem dle svých interních postupů zajistit prověření veškerých tvrzených skutečností a klienta o výsledku písemně informovat (a případně odškodnit, pokud uzná pochybení svého poradce).
- c) Pokud záležitost není uspokojivě řešena a vyřešena, kontaktovat písemně profesní organizaci sdružující společnosti zabývající se zprostředkováním finančních produktů na

lokálním trhu, jmenujme zejména USF a AFIZ, které svým záběrem pokrývají majoritní část poradenského spektra. Ve stížnosti by měly být uvedeny tyto skutečnosti:

- Čeho a koho se podání stížnosti týká? Zejména tedy označení poradce a jeho mateřské společnosti, specifikace typu finančního produktu a jeho základních parametrů a označení finanční instituce, u níž je produkt sjednán.
 - V čem je spatřováno „provinění“ konkrétního poradce nebo společnosti?
 - Jaké kroky klient v minulosti v tomto případě podnikl?
 - Čeho se klient svým podáním stížnosti domáhá?
- d) V každém případě se lze se stížností obrátit na Sdružení obrany spotřebitelů.
- e) V nejzazším případě je možno s podnětem kontaktovat dozorový orgán státní správy – ČNB.

Obvyklá praxe trhu je taková, že pokud je žádosti vyhověno, resp. pokud je reklamáce kladně vyřízena, je klient o výsledku šetření nebo přijatých opatřeních písemně uvědomen. I pokud se jedná o osobní jednání, je jistě užitečné požadovat vyhotovení zápisu z takového ústního jednání. Teprve když kterákoli z uvedených osob nebo institucí v rozumné lhůtě na podnět nereaguje, je namístě postoupit k „nadřízené“ instanci a až následně se obracet např. na orgány státní správy.

Jak však poznám, kdy mne poradce zmanipuloval a poškodil?

Než klient zjistí, že je s jeho finančním portfoliem cokoli v nepořádku, uběhnou často měsíce až roky. Obezřetný přístup k uzavírání jakékoli smlouvy by měl být vždy obecnou prioritou při kontraktaci a zejména potom v oblasti, kdy jsou plněním často značné finanční částky. Z praxe jsou známy četné kauzy, kdy si klient po třech měsících od sjednání např. pojistné smlouvy svou potřebu být pojištěn „rozmyslel,“ přičemž se neseznámil s pojistnými podmínkami a je velmi rozčarován ze skutečnosti, že smlouvu lze vypovědět až ke konci pojistného období (za něž může být samozřejmě ze strany pojišťovny oprávněně nárokováno dlužné pojistné).

Každopádně podezřelým je takový poradce, který se o klienta nezajímá - neptá se, neprovede audit současného stavu klientova portfolia finančních produktů, nezajímá jej, co klient se svými financemi zamýšlí ani jaké jsou jeho předchozí zkušenosti na finančním trhu. Takový poradce je zpravidla pouze klasickým podomním „prodejcem“ finančních produktů a od takových raději dále. Bohužel, myšlenka placeného privátního poradenství je dnes u nás stále poměrně ve stavu, jenž by se dal nazvat „v plenkách,“ i když první vlaštovky již vylétly a bude záležet na mnoha okolnostech, do jaké míry se jim podaří etablovat v podmínkách českého retailu.

Setkám-li se tedy s poradcem, jehož přístup nesevřelý o jakési úrovni profesionality, a takový poradce nabízí všem „šablonovitě“ stejný produkt bez ohledu na potřeby, přání nebo dokonce finanční možnosti klienta, je lépe se zavčas s takovým „poradcem“ rozloučit. Mezi maximy etického minima potom můžeme bez obav zařadit i schopnost a ochotu poradce poskytnout klientovi čas na prostudování podmínek budoucích smluv, ochotu reagovat věcně na argumenty klienta a spolu s tím i náležitou dávku emoční a sociální inteligence.

Mgr. Jakub Mikulec
Unie společností finančního zprostředkování a poradenství (USF ČR)