

## **KLIENTI A ICH MOTIVÁCIA V POISTNOM SEKTORE**

Ivan ŠIMKO

### **CLIENTS AND THEIR MOTIVATION OF IN THE INSURANCE SECTOR**



#### **ABSTRAKT**

Ľudské zdroje predstavujú najväčší a dlhodobý fungujúci kapitál podniku. Riadenie ľudských zdrojov patrí ku kľúčovým činnostiam, ktoré rozhodujú o existencii podniku a realizuje sa v určitom prostredí, ktoré zodpovedá možnostiam daného podniku. V súčasnosti sa popri klasickom modeli riadenia ľudských zdrojov čoraz viac uplatňujú nové verzie riadenia ľudských zdrojov. Jednou z ciest je aj vzdelávanie zamestnancov s následným koučingom k danému školeniu. Veľmi často sa táto skutočnosť pri riadení ľudských zdrojov uplatňuje pri rozvoji obchodníkov, predajcov a ľudí v prvom kontakte s klientom. Na jednej strane mnoho ľudí tvrdí, že ku kúpe ho motivuje len najnižšia cena... na druhej strane práve tí istí ľudia potom musia uznať, že doma nemajú len najlacnejšie veci, ktoré na trhu existujú. Cena je samozrejme dôležitá, no rovnako dôležité sú aj iné faktory.

Napriek tomu, že sa často hovorí o tom, že klient si nekupuje produkt, službu (poistenie), ale to, čo mu práve tento produkt alebo služba prinesie, v reálnej praxi často počujeme o parametroch produktov a málo sa počuje o úžitku, pridanej hodnote pre klienta.

Kedysi a i dnes sa podniky snažia o dosiahnutie určitej konkurenčnej výhody. Kým v minulosti to boli napr. nové technológie, nové výrobky a pod., dnes si podniky uvedomujú, že akákoľvek konkurenčná výhoda je výsledkom výnimočných inovačných a kreatívnych schopností a zručností zamestnancov podniku. Preto sa ľudské zdroje a ich riadenie stávajú osobitne dôležitým kapitálom podniku.

#### **KLÚČOVÉ SLOVÁ:**

*motivácia, poisťovňa, manažérstvo*

#### **ABSTRACT**

Human resources represent the largest and a long term working capital of an enterprise. Human resource management belongs to the key activities, that decide on the existence of the enterprise and it is implemented in a particular environment, that corresponds to the capabilities of the enterprise concerned. At present, in addition to the classic model of human resource management there are increasingly applied some new versions of human resource management. One way is the education of employees, with a consequent coaching on the training in question. Very often this fact of the human resources management is applied in the development of traders, dealers and the people in the first contact with the client. On the one hand, many people claim that only the lowest price is what motivates them to buy... on the other hand, just the same people then have to recognize that at home they do not have only the cheapest things that exist on the market. The price is of course important, but equally important are the other factors.



Despite the fact that we often talk about the fact that the client does not buy the product, service (insurance), but the what this product or service will bring to him, in real practice we often hear about the performance of the products and we less hear about the benefits, added value for the client.

Once upon a time and also today the enterprises try to achieve some competitive advantage. While in the past there were e.g. new technologies, new products, etc., today, some companies realize that any competitive advantage is the result of exceptional innovation and creative abilities and skills of the employees. Therefore, the human resources and their management become particularly important venture capital of the enterprise.

**KEY WORDS:**

*motivation, insurance company, management*

**ADRESA AUTORA**

**Ing. Ivan ŠIMKO, PhD.**

Spoločnosť pre životné prostredie Bratislava | Strix, n. f. Žilina