



MASARYKOVA UNIVERZITA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ FAKULTA

Podpora odborných praxí a stáží studentů ESF MU
u budoucích zaměstnavatelů

Firemní bankovníctví a jeho trh - distribuce a odměňování

Alois Eigner, Ing.



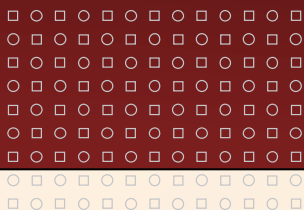
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Tento studijní materiál vznikl jako výstup z projektu č. CZ.1.07/2.2.00/15.0280

Funkce a význam bankovních poradců

Distribuční kanály banky = prodej produktů banky

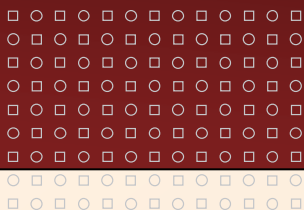
- pobočky banky , pobočková síť banky
- vlastní obchodní síť
- makléřské společnosti, finanční poradci
- franšízy
- internet



Pobočky a pobočková síť banky

- prodej produktů banky
- pokrytí regionu
- organizace poboček a činností
- kompetence obchodníků a manažerů
- marketing
- informační systémy
- bezpečnost





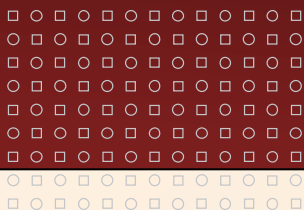
Klient banky

- typ klienta (objem finančních prostředků, typ obchodu atd., právnická x fyzická osoba)
- stávající klienti (udržení)
- noví klienti (získání)
- bonita klienta
- komunikace s klienty



Zaměstnanci banky

- obchodní a komunikační dovednosti
- vzdělání
- výběrová řízení
- praxe
- odměňování
- zařazení
- speciální pozice a znalosti (IT apod.)



Vlastní obchodní síť banky

- obchodníci zpravidla nejsou zaměstnanci (práce tzn. na IČO), zpravidla smlouva o obchodní spolupráci
- forma exkluzivní spolupráce
- jedno až dvoustupňová struktura
- regionální uspořádání
- křížový prodej
- . kmen klientů



Makléřské a finanční společnosti

- firmy (resp. právnické osoby)
zprostředkovávající prodej bankovních a pojišťovacích produktů
- různá vnitřní organizační struktura (např. multilevel atd.)
- zpravidla prodej produktů více bank a pojišťoven

Hodnocení a ocenění obchodního personálu - zaměstnanci banky

Smluvní vztah :

- standardní zaměstnanecký poměr (zaměstnanecká nebo manažerská smlouva, při nástupu uzavírána na dobu určitou)

Odměňování :

- základní plat + bonifikace za dosažený výkon
- objemově zpravidla převládá prémiová složka mzdy (rozlišení front a back office)

Marketing banky



Hodnocení a ocenění obchodníků ve vlastních obchodních sítích

Smluvní vztah :

- smlouva o obchodním zastoupení , ŽL, registrace atd.

Odměňování :

- provizní řád
- bonifikace (objemové, pásmové atd.)
- vždy za zaplacený obchod
- vracení provizí
- ziskatelské x následné provize
- Q a roční bonifikace

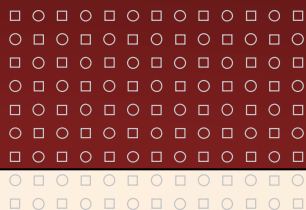
Marketing banky

Hodnocení a ocenění obchodníků v makléřských a finančních společnostech

- obchodní smlouva
- provizní řád a objemové bonifikace
- vlastní odměňování obchodníků makléřskou společností
- smluvní vztahy
- vedení a správa kmene klientů
- **marketing společnosti**

Franšíza

- franšízor x franšízant
- poskytnutí značky a know-how
- franšízová smlouva a její specifika
- franšízové poplatky - vstupní, marketingové, měsíční poplatky (minimální poplatek),
- franšízový manuál
- časové omezení
- sankce



Tento studijní materiál vznikl jako výstup z projektu č.
CZ.1.07/2.2.00/15.0280



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

