

## 5. fejezet

# Az ismeretlen ismerős

Kedves Olvasónk!

Ha Ön már megfordult fővárosunk, vagy egy-egy jelentősebb településünk többé-kevésbé tisztességes szórakozóhelyén, vagy éppen hosszabban ácsorgott egy buszmegállóban, vasúti pályaudvaron, nyilvánvaló, hogy Önt is szólították meg ügynökök ilyen-olyan árut kínálva.

Megpróbáltak kozmetikumot, mosószert, vízszűrőt, vagy éppen fogyasztótablettát a nyakába varrni.

S ha Ön még egy kicsit peches is volt, akkor még a buszmegállóig sem kellett elsétálnia ahhoz, hogy a jobbnál-jobb ajánlatokat meghallja. Becsöngettek az ügynökök Önhöz, vagy felhívták Önt telefonon.

Az árusnak, aki Önre mondjuk valami új szappant akar rátukmálni, annál nagyobb az esélye, minél inkább képes úgy tenni, mintha Önt ismerné.

Ha Önt ez az eladó még soha sem látta, akkor is igyekszik majd valami közös ismerősre hivatkozni, ami Önben bizalmat kelt. Hogy egy ügynök, „tanácsadó” mit árul, műanyag fakanalat, vagy életbiztosítást, az égvilágon semmi különbség nincs. Legföljebb annyi, hogy ez utóbbi lényegesen jobban, komolyabban hangzik.

Ám a két dolgot mégsem lehet összehasonlítani!

Amíg a műanyag fakanalat, ami 100–200 forintba került, miután az első rántotta megkavarása közben félig elolvadt, bosszús sóhajtással ám, de ki lehet dobni és elfelejteni, addig egy életbiztosítást 15–20 évig kell fizetni!

Havi nettó keresetünknek sokszor több mint 10 % -ba kerül, és fogalmunk sincs, általában az ügynököknek se, hogy a végén mit kapunk vissza.

Bár a kötvényt hasonlóan a műanyag fakanálhoz bedobhatjuk a személtbe, de azért fizetni továbbra is kell.

Egész egyszerűen azért, hónapról hónapra, évről évre, mert mindenki szalad a pénze után, nem akarja veszni hagyni a befektetéseit.

A dolognak persze van egy pszichológiai oldala is.

Sokan vélik úgy, akkor, ha egy holland, vagy egy német tulajdonban lévő cégnél életbiztosítást kötnek, akkor ezáltal, ha nem is azonnal, de 15–20 év múlva elérhetik a holland vagy a német életszínvonalat.

Valahogy úgy, mint Dosztojevszkij híres könyvének, a „Játékos”-nak a főhőse, aki képtelen elhinni, hogy soha sem fogja elérni a nagy nyeresémet, még akkor sem, ha a ruletten mindig 0-ra tesz.

Az ügynök a szerződés megkötésekor azt ígéri az ügyfélnek, hogy a befizetett pénze soha sem vesz el, ami egészen egyszerűen hazugság.

Hogyan is történik ez a valóságban?

Úgy, hogy a szerződés megkötésekor azt lódítja az ügynök: „barátom, gond egy szál se, ha négy-öt év múlva úgy gondolod, hogy nem tudod tovább fizetni a biztosítást, akkor se történik semmi, maximum kiveszed a pénzedet”.

S a szegény tudatlan ügyfél ezt még el is hiszi, hiszen senki sem köti az orrára, hogy ez egy szemenszedett hazugság.

Ugyanis, s maradjunk a fenti példánál, ha valaki 4–5 évvel a kötés után megpróbálja „kivenni” a befizetett pénzt, akkor bizony kellemetlen meglepetés fogja érni.

Még az is valószínűtlen ugyanis, hogy nominálértékben visszakapja a befektetését, mert az első két év szinte teljes befizetése a kötési jutalékra ment el.

S közben a magyar forint is persze egyre stabilabb lett, jó esetben vagy 60–70%-ot veszített az értékéből.

Sőt, hogy még szebb legyen a menyasszony, ügyfelünknek még meg is kell adóznia sokszorosan leamputált pénzceszkéjét.

Bár csekélyszámban, de akadnak olyan munkatársak, ügynökök, akiknek a fent idézett svihákságok nem tetszenek. Szóvá teszik, miért is ne tennék, a „továbbképző” összejëvetelen nemtetszésüket.

A kritikai észrevételeket, megjegyzéseket, bírálatokat, sajnos nemcsak a magasabb szinten lévő munkatársak nyomják el kíméletlenül (nem csinálunk a saját fészünkbe), hanem maga az ügynöki közösség is.

Azzal a jelszóval: „ugyan már, nem mindegy neked, a te pénzed úgyis megvan”, nyomják el a morális aggályokat.

Egy idő után még azok a minimális erkölcsi tartással rendelkező ügynökök is feladják aggályoskodásaikat, akiknek korábban lelkiismeret-furdalásuk volt.

Nem akarnak kilógni a sorból, nem akarnak megbélyegzettnek látszani, alkalmazkodnak a csordaszellemhez, mert különben őket torkolnák le állandóan.

Félnek a kioktatástól, a „főügynök-gurutól”.

Ők lennének a feketék a soktucatnyi fehér között?

Így aztán egyszerűbb hallgatni.

A kritizáló munkatárs igen hamar megkaphatja, hogy kötekedésével zavarja a kollektívát, s azt is, hogy a biztosítók alapfilozófiájával tökéletesen ellentétesen, negatívan gondolkodik, vagyis ő a hibás, az ő hozzáállása a helytelen, s nem a külső körülményekben kell keresni a hibát.

Ha egy munkatárs a munkamódszerben valamit erkölcsileg elítél, akkor rádörrennek, hogy változtasson az agyműködésén, gondolkodjon pozitívan!

Ezzel a magatartással a biztosítók azt kívánják elérni, hogy a dolgozók mindent vakon elhiggyenek, amit nekik felülről mondanak.

A problémákat tehát nem megoldani akarják, hanem nemes egyszerűséggel semmissé tenni. Ilyen közegben egy idő után már nem látszik a különbség a valóság és az irrealitás között, elmosódnak a határok.

„Nem a ház ég, hanem a megfigyelő szeme nem működik megfelelően, hiszen lángokat lát.”

A legtöbb ügynök – bármilyen meglepő is legyen ez – tényleg meggyőződésből ad el, sziklaszilárdan hisz abban, amit csinál. Többségük képes elhitetni magával még azt is, hogy amit tesz, azt nemcsak a maga, hanem az embertársai érdekében is teszi.

Nézzük meg azt a különleges esetet, hogy az ügynököt az ügyfele tíz-tizenöt esztendővel a szerződés megkötése után, az életbiztosítás kifizetésének a napján, fülön csípi azzal, „édes öregem annak idején nem egészen erről volt szó”.

Mivel az ügynök – gyakorlatilag – az egyetlen személy, akivel a biztosított kapcsolatban volt, aki őt tájékoztatta, mit is tehetne mást, szétárja a karját, és azt mondja, nekem is ugyanilyen életbiztosításom volt, én nem tehetek az egészeztől.

Igazi felelős, olyan személy, akin valamit is számon lehetne kérni, a biztosítóknál egyszerűen nem létezik.

Mindegy, hogy a kedves Olvasó melyik biztosítónak az ügynökével tárgyal, minden munkatárs el tudja hitetni a saját cégéről, hogy az a legjobb.

A képviselő érvelhet például azzal, hogy az ő általa képviselt biztosítónak egy adott évben milyen sok új szerződést sikerült kötnie, de esetleg még azzal is, hogy az új ügyfelek között náluk akad a legtöbb ötven éven fölül traktoros.

Pusztán ízlés kérdése az, hogy melyik cég és milyen alapon az első, a legjobb.

A jobb érthetőség kedvéért vegyünk egy áttekinthetőbb példát nemzeti labdarúgó-bajnokságunkról!

(Lehetjük ezt annál inkább, mert labdarúgásunk és biztosítási életünk színvonala igen közel áll egymáshoz.)

Nyugodtan állíthatjuk például, hogy a Vasas a legjelesebb focicsapat, mert esetleg pont ott kergetik a legöregebb játékosok a labdát, vagy mondjuk azért, mert a Fáy utcai stadion előtt lehet a legjobb lángost kapni.

Mondhatjuk persze azt is, hogy a Fradi vezeti a mezőnyt, mert tegyük fel, ebben az egyesületben a legnagyobb a focisták össz súlya.

Tehetjük azonban a Dunaferr-t is az élre pusztán

azért, mert ott a legnagyobb a labdarúgók között a házassémberek száma.

Hasonlóan lényeges, tartalmas és informatív érveket hangoztatnak a biztosítási ügynökök is.

Ráadásul úgy, hogy lenyűgözőbbnek hangozzanak. Tele vannak tömve az átlagember számára megfeyjthetetlen szakzsargonnal, nagyképű és érthetetlen szövegekkel, nehogy a kedves ügyfél valamit is felfogjon az egészből.

Mondhatnánk, ugyanúgy, mint a labdarúgásban, a biztosítóknál is csak egyetlen értelmes szempont létezhets; a fociban az, hogy a szezon végén melyik egyesület lesz a bajnok, ki esik ki, s ki játszhat a nemzetközi kupákban, a biztosítóknál pedig egy olyan tabella, mely megmutatja, hogy a befizetett pénzért a futamidő lejártakor mely cégek fizetnek a legtöbbet vissza?

Sajnos azonban ez sem olyan egyszerű, ugyanis, ha 1999-ben az MTK lett a bajnok, az még nem jelent automatikusan azt, hogy tizenöt-húsz éven keresztül folyamatosan bajnok lesz.

Ugyanígy nem jelent semmit az sem, ha egy biztosító ma éllovasnak tűnik. Senki se tud ugyanis másfél-két évtizedre előre tippelni; se az MTK-ra, mely időközben elméletileg akár többször is kieshet, s lecsúszhat a harmadik osztályba, úgy a biztosítóra sem, melynek anyagi viszonyai tizenöt év elteltével gyökeresen megváltozhatnak.

A biztosító is „kieshet” ugyanis az első ligából, s visszaesúszhat megyei csapattá. Viszont, amíg egy totószelvény olcsóbb, mint egy doboz cigaretta, addig, ha rosszul tippeltünk egy biztosítóra, akkor az egy kisebb vagyonba is kerülhet.

A biztosítók belső világa gyönyörű szép mesevilág, legalábbis annak, aki nem látott még mást, mint a magyar közhivatalok jellegzetes rendőrszürkékjét, vasúti sárgáját. Minden iroda egy-egy parányi Walt Disney park kicsiben. A dolgozók folyton mosolyognak, jókedvűek, csillogó optimista szemmel bámulnak egymásra és a jövőbe.

Ebben a világban nem léteznek gondok, problémák, ebben a világban mindenki egészséges, sikeres és duzzad a jóléttől.

Valahogy úgy, mint ahogy Donald kacsa se öregszik soha, nincs isiásza, s természetesen azt is túléli, ha végigmegy rajta olykor-olykor egy úthenger. Amerikai fogpasztareklám figurákká válnak, tehát az ügynökök, a fogpasztareklámok ostoba és felületes módján.

Érdemes lenne néha-néha egy-egy biztosítási irodában egy videokamerát elhelyezni és megnézni a „lelkes” dolgozókat, akik örültek, hogy reggel végre kiszabadulhattak az ágyból, a mínusz 10 fokban szélesre tárhatták az ablakot, felhúzták a zászlót és felöltötték magukra az örök vigyort.

Ebben a világban akkor is vigyorogni kell, ha az ügynök kutyája kimúlt, gyermeke beteg, felesége otthagya. Boldogoknak kell lenniük, hiszen természetesen sikeresek, a lehető legjobb cégnél dolgozhatnak, és még akkor is boldogok, ha fogalmuk sincs, hogy a legközelebbi rezsit miből fogják kifizetni.

A legnagyobb gond talán csak az lehet, ha valaki nem megfelelő színű nyakkendőt kötött.

Nézzük meg talán, hogy milyen pszichológiai



trükköket, fogásokat alkalmaznak a biztosítók és természetesen a régi ügynökök is, az alacsonyabb rangú ügynökök csatasorba állításánál, illetve motíválásánál.

Ilyen például az önszuggesszió.

Egyrészt, „ha valamit sokszor elmondunk, akkor az úgy is van” gyakorlata, másrészt pedig a kifejezések helyes megválogatása. Az ügynök soha nem törekszik valamire, nem próbálkozik, s nincsenek soha kételyei.

Azt mondja: „igen”, „elérem”, „tudom”, „biztos vagyok benne”, nem pedig azt, hogy „talán”, „megpróbálok”, „esetleg”.

Ez a fajta kifejezésmód is hozzájárul a biztosítóba és a biztosítási eszmébe vetett töretlen hit további erősítésében.

Annyira erős ez a hit, hogy az ügynök gyakran képtelen a valóságot reálisan megítélni.

Teljesen mindegy, ha kiesünk a huszadik emelet-ről, hogy hiszünk-e a nehézségi erőben vagy sem, úgyszólván lezuhanunk.

Bár minden biztosító cég saját magát tartja a legjobbnak, a legkompetensebbnek, azért időről időre, normális esetben akár havonta is előfordul, hogy a tanfolyamokon szóba kerül a téma, a mi részlegünk-nél, valamilyen érthetetlen oknál fogva, alacsony a forgalom.

Nyilván azért, mert az itt tevékenykedő munkatársak nem eléggé agilisek. Nem igazán hálásak a cégnek, holott kaptak egy nagyszerű esélyt, ingyen tanfolyamot, irodahasználati jogot, propagandaanyagokat stb.

Akkor tudják igazán a lojalitásukat bebizonyítani a cég felé, ha új munkatársakat toboroznak.

Ez lényegében mindenki erkölcsi kötelessége is, hiszen, ha valaki nem ezt tenné, akkor megfosztaná egy csodálatos lehetőségtől a barátait és ismerőseit, és nem lenne más, mint egy „egoista disznó”. Hozzon tehát új embereket, mert ez a legfontosabb mindenki számára.

A felettes, és a felettes felettese számára is, de erről persze nem esik szó, mert nekik példaképszerűük van, ők az élő példák arra, milyen kitűnően lehet a cégnél keresni.

Nem csak a sajtóságos egyedi szokások, különleges viselkedés- és magatartásminták teszik a biztosítót szektajellegűvé. A cégek a rendszeresen – „hetente” szervezett – tanfolyamaikon, továbbképzéseiken azt próbálják a munkatársaik fejébe verni, hogy azok különösképpen a társasággal együtt valamiféle egyedi, a társadalom felett álló, azon kívül létező kasztot alkotnak.

Teszik ezt egyrészt úgy, hogy a lakosság döntő többségét ilyen, vagy olyan módon ballácánnak titulálják, s másrészt úgy, hogy a saját vállalkozást és azok embereit valami szokatlanul különlegesnek állítják be.

Ezáltal, s azáltal, hogy a pusztá pénzszerezést az ügyfelekkel való törődés, gondoskodás elébe helyezik, egy osztálytársadalmi konszenzust helyeznek hatályon kívül.

Mire is gondolunk?

Egy egészségesen működő társadalom alapja az, hogy a munkát egymás számára végezzük, s ezért egyénileg is felelősséget vállalunk.

Ahogy a villamosvezető felelős az utasai biztonságáért, a kőműves az általa felhúzott fal szilárdságáért, az orvos, az ápolónő a páciens életéért és egészségéért, a postás a rábízott levelek tisztességes kézbesítéséért, és mondjuk egy újságíró azért, hogy az általa leírtak, többé-kevésbé az igazat tartalmazzák.

Egy tisztességesen működő közösségben érvényesül az „adok-kapok” üzletileg és morálisan is megalapozott elve. Minél jobb ebédeket főz a szakács, annál több vendégre számíthat az étterem, s annál nagyobb jövedelemre maga a szakács is. Minél jobban, megbízhatóbban dolgozik egy ügyvéd, annál több ügyfele lesz, s természetszerűleg egy idő után annál magasabb jövedelme.

Am jól jegyezzük meg, egy normálisan működő társadalomban a magas szintű teljesítményhez kapcsolódnak a magas szintű jövedelmek, s a teljesítmény időben mindig megelőzi a jövedelmet.

Ezzel az alapvető, a polgári társadalmakra jellemző szisztémával szakítanak gyökeresen a biztosítók, s jegyezzük meg itt, hogy nemesak ők, hanem jó néhány egyéb pénzintézet is, a befektetési tanácsadóktól kezdve a nagybankokig.

(Úgy látjuk, hogy az USA-ban a legkülönbözőbb pénzintézetek egészen másképp viselkednek az úgynevezett kispénzű átlagember-ügyfeleikkel.

„Odaát” az a banknak, biztosítónak, a befektetési tanácsadónak az elemi érdeke, hogy a kedves ügyfél minél gyorsabban meggazdagodjék, vagy, ha nem tudna megtollasodni, akkor is legalább tisztességes jólétet teremtsen magának.

Sajnos ilyesmi öreg kontinensünkön nem létezik.

A biztosítók és a pénzintézetek egyszerű kispénzű kuncsaftjaikat, vagyis ügyfeleik nagy részét semmi másnak, mint kétlábon járó pénztárcának tekintik.)

A társadalmon-kívüliségnek ez a torz ideológiája különösen elgondolkodtató és lehangoló egy olyan országban, mint például hazánk. Meggyőződésünk az, hogy Magyarország a kommunista önkényuralom négy évtizedét azért tudta viszonylag szerencsésebben átvészelni, mert honfitársaink többsége épp a már fentebb említett munkamorál és társadalmi felelősségvállalás következtében gyakorta a hatalom ellenére is tisztességesen végezte mindennapi munkáját. Hiszen nem a Rákosi, vagy éppen séggel a Kádár-rendszer nagyszerűségének köszönhető, hogy Magyarországon szép házak épültek, hogy a betegek többsége mégis csak meggyógyult, s hogy az iskolába járó diákok tisztességes képzést kaptak, hanem a becsületes építészeknek, kőműveseknek, orvosoknak, ápolóknak és tanároknak.

Hazánk azért áll jelenleg jobban, mint a volt szovjet-blokk egy-két országa, mint például Moldávia vagy Oroszország, mert nálunk történelmi, gazdasági, kultúrtörténeti okoknál fogva a mindennapi társadalmi szolidaritás és a munkaerőköles egy bizonyos szinten fennmaradhatott.

Ezért látjuk veszélyesnek a mi szokásainktól idegen és brutális ideológia megjelenését, ezért tartjuk veszélyesnek a biztosítók szektajellegét.

A biztosítók fenn hangoztatják és roppant büszkék arra, hogy milyen egyedülállóan tökéletes és egyszerű az oktatási és képzési rendszerük.

Nemcsak azt hajtogatják, hogy náluk a dolgozók gyakran ingyenes, széleskörű és folyamatos képzésben vesznek részt, hanem füresa módon még azt is, hogy a kezdő ügynök már az első néhány órás bemutatkozó szeminárium után a legnagyobb lelki nyugalommal dolgozhat, árulhat biztosításokat, adhat „komoly”, több millió forint sorsát befolyásoló szakmai tanácsokat az ügyfeleknek.

Olyan ez, s ebben is igazán exkluzívak a biztosítók, mintha egy elsőéves orvostanhallgató szívműtétet végezhetne, hiszen tudja, hogy hogy néz ki egy kés, s nagyjából azt is, hogy hol van a szív. Bár természetesen a friss, kezdő ügynökök is kaphatnának mély, átfogó ismereteket, s elképzeltető lenne az is, hogy ezeket a zöldfülűeket csak később, „tanulmányaik” befejeztével dobnák be a mélyvízbe, vagy ahogy szakmai berkekben mondják, eresztenék rá őket az ügyfelekre.

Ami ekkor megszűnne a piramis jellegű hálózat létjogosultsága, nem lenne még elvi jogalapja se a magasabb fokozatot elérő munkatársaknak arra, hogy az alacsonyabb szinteken lévők kötésein maguk is keressenek.

Jelenleg a kezdőknek, az újaknak hálásnak kell lenniük azért, hogy a magasabb szinten lévő kollégáik rendszeresen oktatják őket, rajtuk tartják a szemüket, s figyelemmel kísérik munkájukat.

Ez a „hála” elérheti akár a felét is annak az összegnek, amit a kezdő ügynök egy-egy biztosítás eladása után, mint úgynevezett kötési illetéket felvehetne.

Talán nem felesleges hozzátennünk azt, ha min-

den ügynöknek államilag elismert szakvizsgát kellene tennie biztosítási ismeretből, az sem jelenthetné azt, hogy az ügyfelek korrekt, valóban az ő érdekeiket szolgáló felvilágosítást, tanácsokat kapnának.

A helyzet persze egészen nyomasztó, hiszen az ügynökök egy jelentős része pusztán minimális ismeretekkel rendelkezik.

Ugyanúgy, mint szerte Európában, hazánkban is a legtöbb biztosító hetente tart a legkülönbözőbb néven nevezett továbbképzőket, fejtagítókat a munkatársai számára.

Ézseknek az összejöveleteknek azonban korántsem az a célja, hogy a dolgozók szakmai felkészültségét, pénzügyi ismereteit növeljék, hanem elsősorban az, hogy az egész hét kudarcai, sikertelenségei, eladási nehézségei után, a lehangolt, lelombozott ügynökökbe új életet verjen, újra elhitesse velük azt, hogy igenis van értelme a hajszának és tapasztalomnak.

Különösen fontos ez egy olyan országban, mint a miénk, ahol a biztosítási, s ezen belül az életbiztosítási piac meglehetősen telített, s a lakossági vásárló erő is erősen korlátozott.

Magától értetődően azért is kell új életet lehelni a munkatársakba, mert a magasabb szinten lévőek jövedelme az ő aktivitásuk függvénye, s persze a kifelé oly tetszetősnek tűnő magas életszínvonalról, státuszszimbólumokról senki sem akar szívesen lemondani.

Az ilyen „akaratnövelő” együttlétek gyakorta a 60-as évek őrsi gyűléseinek hangulatát idézik. A

résztvevők nemcsak a csapat- és őrsvezetőt hallgatják lelkesen, hanem még együtt énekelnek is, csillogó szemmel, áthatottan.

„A biztosító által szervezett továbbképzésekre gyertek ti is ünneplő ruhában, nyakkendőben!”

Persze ugyanúgy, mint annak idején az őrsgyűléseken a szervezők, itt is építenek az emberi hiúságra és irigységre. Ahogy 30 évvel ezelőtt azt bámultuk meg, aki elegendő papírt meg vasat gyűjtött, a példakép itt az, aki rengeteget keres.

Csakhogyan amíg a 60-as években egy szorgalmas kisdíák, ha estig járta az utcákat, talán elég papírt és vasat tudott összeszedni, addig a mai kor ügynökének szorgalma és keresete között távolról sem ilyen egyenes az összefüggés.

Mint minden munkahelyi közösségben, így a biztosítóknál is vannak, miért is ne lennének, olyan munkatársak, akik szeretnének mindent pontosan tudni, mindent megérteni.

Sokféle ilyen ember akad a szörszálhasogatótól a mániákusig, a kíváncsitól a lelkiismeretesig, meg persze a sok tízezer ügynök között akad néhány kényszerneorótikus is. Tulajdonképpen mindegy is, hogy milyen okból kívánja egy-egy munkatárs az életbiztosítási kötvényeket, nyomtatványokat az utolsó sorig szó szerint megérteni.

Mindig akad egy-egy „Okosjózsi”, aki mindenféle „kellemetlen” és „kötekedő” kérdéssel zavarja meg a tanfolyam jól olajozott rendjét.

Az ilyeneket, akik túl sokat akarnak tudni, hamar lehurrogják ügynöktársaik: „édes öcsém, mit akarsz?”

Professzor szeretnél lenni, vagy inkább pénzt akarsz keresni?”

Láttuk már, hogy a biztosító munkatársainak a felkészültsége, iskolázottsága finoman fogalmazva is különböző. Természetesen nem várható el egy újsütetű ügynöktől, hogy önálló marketingismeretekkel, eladáspszichológiai rutinnal rendelkezzen.

A biztosító társaságok épp ezért betanítanak, bebilláztatnak nekik egy szöveget, egy sémát, amit kívülről kell fűjniük.

Ebben a gyakorlatban minden esetleges kételkedő kérdésre megvan a megfelelő válasz, minden szituációra megtalálhatók az előírt mondatok.

Az ügynöknek semmi más dolga nincs, mint hogy gépiesen elszajkózza a megtanultakat. A szöveg egy idő után a vérévé válik, ha álmából felébrednek, akkor is fűjja, valahogy úgy, mint a magyar futball-drukkerek, akik még közel fél évszázaddal a legendás mérkőzés után is fűjják annak az Aranycsapatnak az összeállítását, amelyik 1953-ban 6:3-ra győzött Londonban Anglia ellen.

A szemináriumok, továbbképzések, jutalomutak erősítik az együvé tartozás érzését. A biztosítóknak igen-igen fontos az, hogy a munkatársaik a lehető legtöbbet legyenek együtt.

Az állandó, folyamatos együttlét megerősíti azt a hamis tudatot, hogy a biztosítók közül a saját cég a legjobb. Ez a téves feltételezés az egyik legfontosabb pillére a motivációnak. Csakis így hitethető el az ügynökkel, hogy ő a saját szerencséjének a kovácsa. Az ő biztosítójánál ugyanis minden



Lehetőség adott ahhoz, hogy belőle milliomos, sokszoros milliomos váljék.

Az együttlét alkalmas továbbá három alapvető érzés erősítésére, melyek nélkül nem működne a honi biztosítási szakma. E három érzés pedig: a kudartól való félelem, irigység a sikeresebbekre és az elismerésre való törekvés.

A biztosító cégek jó pedagógiai érzékkel megáldva soha sem felejtik el, hogy dolgozóiknak megmutassák a jó példát, a legsikeresebbeket. Néha-néha, de tényleg csak néha a valóban jólétben dúskáló ügynökökből, kiket még a legjobb cégeknél is egy kezünkön meg tudunk számolni.

Sokkal gyakrabban fordul elő azonban, hogy a kezdő, vagy éppen tapasztalatlan munkatársaknak egy távolról sem sikeres ügynököt mutatnak be követendő példaként.

És esetleg olyant, akinek egyszer az életben hihetetlen mázlija volt, és összehozott egy remek üzletet.

Ezzel a biztosítók egy csapatra két legyet is ütnek.

Lényegében nem tesznek mást, mint a nem túl sikeres ügynököt hazugságra kényszerítik azzal, hogy egy nagy csapat ember előtt megjátssza a menőt; s ezzel nyilvánvalóan arra serkentik, hogy legalábbis megközelítse az általa fennen hangoztatott ideálokat.

A másik cél pedig talán még „szebb”, hiszen a hallgatók is fellelkesülhetnek a különben oly gyakran kétbalkezesnek tűnő figura láttán, hiszen mondhatják maguknak: ha ez a tőkfej is ilyen ragyo-

gó üzletet tudott kötni, akkor én, aki nyilvánvalóan sokkal értelmesebb vagyok, még nagyobbakat tudok majd „kaszálni”.

Megkapta hát mindenki, ami kívánatos, a közepes képességű ügynök a maximális elismerést, a kezdők pedig elegendő inspirációt. És ez tulajdonképpen nem más, mint amit e szerzőpáros egyike a hatvanas évek közepén a zuglói úttörőházban az örsvezetőképzőn tanult ...

Úgy, ahogy Goethe mondta „viselkedj úgy embertársaiddal, mintha olyanok lennének, amilyenek szeretnének lenni”.

Tagadhatatlan, hogy a szemináriumok előadói egészen kitűnő retorikai képességekkel rendelkeznek.

Az ilyen típusú emberekből alakulnak ki más körülmények között a diktátorok, házasságszédelgők és szektavezetők. Megpróbálnak nagyobbak és sikeresebbnek látszani, ami gyakran komplexusok, féltelmek legyőzését, elfojtását szolgálja.

Nemcsak az ügynök viselkedésében nyilvánul meg a könyvünkben többször említett szektajelleg, hanem az egymás közötti kapcsolatukban is.

A beosztott ügynök követi, példaképének tekinti a magasabb rangút, sőt függőségbe is kerülhet tőle. Ez még akkor is így van, ha a biztosítók azt állítják, hogy az ügynöki munka a függetlenség megvalósulása.

A szemináriumokon gyakran beszélnek a gazdagságról, pedig előfordulhat, hogy a jelenlévők többségének az éhenhalás rémével kell szembenéznie.

Amikor a biztosítók egyre újabb és újabb, egyre

több és több ügynököt toboroznak, gyakran hozakodnak elő egy kitűnő érvel.

Azt mondják, azt ígérik, hogy „ember, most aztán egészen új fejezet kezdődik az életedben, akkor, ha beállsz közénk.”

Ez a csali annál is hatásosabb, mert hiszen az átlag magyar bizony ritkán kezdhet el új életet, ritkán nyithat tiszta lapokkal; s ha mégis, akkor ennek bizony, az esetek nagy részében borzasztóan kellemtelen hatása van.

Az új élet, az új fejezet gyakorta nem jelent mást, mint azt, hogy házastársunk kivág minket egy szál bőrönddel az utcára, s ekkor, tényleg véget ér egy fejezet, s kezdődik valami egészen új, tartásdíjfizetéssel, albérlettel...

A Kedves Olvasó nyilvánvalóan ellentmondást láthat állításaink között. Azt mondtuk ugyanis, megeshet, hogy a hétvégi szemináriumokat rendező szállodák bejárata előtt vadonatúj, gyönyörű szép autók parkolnak, ám a kocsik tulajdonosai, akik nagyon sokszor pusztán a járműveknek csak a használói, odahaza már nem tudnak villanyszámlát se fizetni.

A villanyszámla talán nem is olyan fontos, de az ügynök egyik legfontosabb feladata az, hogy a jólét, a luxus, a gazdagság minden látható jelével dicsekedjen. Az autó még csak egy kézzelfogható valami, hiszen, hogy van-e vagy nincs, az roppant egyszerűen ellenőrizhető.

Az ügynökök szóbeli blöffjeinek azonban senki sem tud utána járni. Így aztán nyugodtan mesélhetik, hogy éppen hányadik házukat vették, egyet a francia Riviérán, a másikat mondjuk Floridában,

meg azzal, hogy most szereztek maguknak egy prima kastélyt Baden-Badenben parkkal és östölgyekkel.

Miért nem keresnek az ügynökök eleget, ha valójában elképesztően magasak a kötési jutalékok?

Egy átlagosnak tekinthető életbiztosítás megkötésénél egy magasabb kategóriájú ügynök akár 100 ezer forint körül is kereshet, még sines elég pénze.

Ennek egyrészt az az oka, hogy a már régesrég üresre söpört magyar piacon a naív befektetők száma minimálisra esökkent, s egyre nehezebb új ügyfeleket találni.

Másrészt az, hogy rengetegen mondják le az életbiztosításokat „idő előtt”, s ekkor az ügynököknek a kötési jutalékot vissza kell adniuk.

Azért olyan magasak tehát a kötési jutalékok, mert különben a biztosítók nem találnának munkatársakat.

S megemlíthetünk itt még egy apróságot is. Sok ügynök úgy üzletel, hogy: „kedves barátom, tisztelt uram, én nem a pénz kedvéért akarok veled üzletet kötni, hanem azért, mert így nyerhetek egy nyaralást, vagy esetleg magasabb ügynöki szintre jutok. Itt van ez a 30 ezer forint, amit én jutalékként kapnék, odaadom neked, így három hónapra a díjfizetésre sem lesz gondod.”

Az ügynök könnyen nagyvonalúskodik, hiszen ő sikeres szerződés esetén ennél jóval többet kap, de nagy divat lett a jutalékok egy részének a leadása, mert így valamivel egyszerűbb újabb ügyfeleket találni.

Bár hazánk az OECD, vagyis a Földünk legfej-

lettebb országait tömörítő szervezetnek a tagja, azért azt nem szabad elfelejtenünk, hogy Magyarország egy főre jutó bruttó nemzeti jövedelme (GDP) egyhetede, maximum egyhatoda a gazdagabb nyugat-európai országok nemzeti jövedelmének.

Nehéz tehát jószívvel elvárni azt, hogy egy olyan rendszer, ami kontinensünk nyugati felén sem működik kielégítően és zökkenőmentesen, az idehaza csodákat eredményezzen.

Könyvünkben többször felhívjuk a figyelmet arra, hogy Magyarország a német jellegű biztosítási szisztémát vette át, s hogy az itthon működő körülbelül kéttucatnyi biztosító cég zömmel német érdekeltségű.

Mint ahogy említettük, sokkal szerencsésebb lett volna országunk számára, ha mi az amerikai, az európainál lényegesen barátabb és emberibb, segítőkészebb biztosítási rendszert vettük volna át. Természetesen nem kívánjuk az amerikai rendszert sem idealizálni, hiszen tudjuk, hogy az USA nagy cégei azért olyan ügyfélszeretőek, mert ott egy széles alapon szervezett társadalombiztosítási szisztéma nem létezik.

A biztosítók a reklámjaikban azt hangoztatják és hajtogatják, hogy ők az ügyfeleikről állandóan és folyamatosan gondoskodni kívánnak. A biztosító barát a bajban, halljuk lépten nyomon. Gondjainkkal, váratlan problémáinkkal bármikor fordulhatunk hozzá.

Az igazság azonban az, hogy az ügyfél csak addig érdekes a biztosító és az ügynökök számára, amíg meg nem vesz egy új biztosítást, illetve ameddig az

ügynök részére nem válik „sztornómentessé”, azaz egy esetleges visszalépés, a szerződés lemondása nem fenyegeti az üzletet megkötő jutalékát.

A biztosító valódi célja, hogy állandóan újabb és újabb szerződéseket kössön.

A régi ügyfelekkel csak akkor kezdenek el törődni, ha azok már legalábbis éktelen haragra gerjedtek, s roppant dühösek a biztosítóra. Ha fel akarunk mondani egy-egy zsiros szerződést, ha nem fizetnek tovább.

Az ügynök is addig járkal a vevőihez, amíg le nem telt ez a már sokszor emlegetett megmaradási idő. Addig a puszipajtása az ügyfél, meglátogatja, mert éppen „arra járt”.

Nem egy ügynök szégyellne kimenni az utcára jó néhány ügyféllel, egész egyszerűen azért, mert nem egy biztosítóval, még a legtudatlanabb ügynökök sem mutatkoznának szívesen. Az ügynök ennek ellenére kénytelen elhiteni „partnerével”, hogy milyen remek barátok, egészen addig, amíg a jutaléka biztossá nem válik.

Erre mondják magukban azt, ha fel akarsz emelkedni, akkor előbb le kell süllyedned.

A piac megpuhításának, vagyis a vásárlói igények felkeltésének klasszikus módja a reklám.

Reklámhordozók lehetnek az újságok, az elektronikus médiák, és magától értetődően ugyanilyen reklámhordozók a cégek képviselői, az ügynökök is.

A biztosítási ügynök – reklámhordozói volta miatt – feladata más, mint egy egyszerű eladóé.

Bár az ügynök is elad valamit, de sohasem látjuk benne a Kádár-korszak unatkozó hentesét,

aki koszos kézzel turkál a töpörtyűben, hanem mindig reklámokról jól ismert örökifjú figurát, kinck tökéletes boldogságához már csak egy tubus fogpaszta hiányzik.

Az ügynökök gyakorta hangzatos címetek nyomtatnak a névkártyájukra: lehetnek például képviselők, reprezentánsok, tanácsadók, vagy akár főtanácsadók is.

Valahogy úgy, ahogy az utiban sem csak kontrát, vagy rekontrát mondogatunk, némelyek eljutnak a szub- és a molkontráig is, sőt az idősebbek olykor-olykor még egy fedáksárit is megengednek maguknak, ami a játék lényegén mit sem, csak a fizetendő összeg nagyságán változtat.

Ügyünkünk is nyugodt lélekkel viselhet akármilyen titulust, célja mindig ugyanaz marad, el akar nekünk adni egy biztosítást. Ha egy életbiztosítást akar ránk sózni, akkor a feladata a személyes beszélgetés során kettős.

Először is félelmet kell bennünk ébresztenie, bármelyik pillanatban meghalhatunk, ami persze nagy igazság.

Am, ha emberünk ügyes, elvégzett egy gyors-  
paló tanfolyamot, akkor nem magyarázkodik, nem locsog-fecseg feleslegesen, hanem pusztán csak kérdez, aggódó, töprengő, együtt érző tekintettel.

Különösen akkor fontos a kérdezés, ha a másik fél ellenállást mutat, addig kérdezgetni, amíg el nem bizonytalanodik, s ha már eléggé bizonytalan, lehet tájékoztatni, kioktatni, felvilágosítani, lehet neki tanácsot adni.

Az úgynevezett nyitott kérdések rendszere úgy

épül fel, hogy az ügyfél saját maga döbbsen rá, közel már a vég, érezze a sír lehetétét.

A nyitott kérdés olyan, melyre nem lehet egyszereűen igennel, vagy nemmel válaszolni, hanem elgondolkodásra kényszerít.

- Szép-szép az élet, ám rövid. És mi lesz, ha ...?

- És a hullajelölt tényleg rádöbbsen az élet mulandó voltára.

Egy ilyen indítást további rávezető kérdések vezetik, szigorúan megállapított sorrendben.

Az ügynök legnyomásabb érve a megtakarítási, illetve befektetési lehetőség.

A befektetés szót hazánkban még mindig valamiféle diésfny vonja körül. A befektető aktív részese lehet korunk győztes társadalmi formájának, a kapitalizmusnak.

Arról, hogy egy befektetés akár sikertelen is lehet, természetesen nem beszél senki.

A megtakarítást, melyet állandósult homéroszi jelzők, mint például stabil, hosszú távú, értéknöveű sűb. kísérnek, a biztosítási cég képviselője a legváltozatosabb módon tudja leírni, ennek látszólagos előnyeit ecsetelni.

A képviselő nem üres kézzel érkezik hozzánk. A diplomataatáskájában lapuló katalógusok táblázatokot, diagramokat is tartalmaznak, gyerekszobára emlékeztető módon kifestve úgy, hogy a legegyszerűbb ember is megértse.

Itt van, bök rá az ügynök egy lehetőleg jellegtelen egérszürkére pingált hasábra, ennyi pénzt kell Önnek befizetnie, és nézze meg, mutat egy lehetőleg piros, lényegesen magasabb oszlopra, ennyit fog majd visszakapni.



A hatalmas erekción emlékeztető növekedés feltehetően akkor is meggyőzi szexuális nyomorban szenvedő polgártársaink egy részét, ha tudják, hogy az csak húsz év múlva következhet be.

A jól képzett ügynök nyereségről, mégpedig zsíros nyereségről fog nekünk beszélni.

S, ha netán hallottunk, olvastunk valamit a biztosítóról, már meg is jelenik a nyereség szó tárgyasított formája, menő autók, csillogó nyaralók, s nap-sütötte tengerpart képében.

Sajnos a magyar nyereség kifejezés a nyerni szóból származik, pedig a kettőnek semmi köze sincs egymáshoz. Az utolsó marxista könyveinket túl hamar dobtuk ki, ugyanis Marxnak azért vannak szobrai nyugaton, mert az anyagmegmaradás törvényét lefordította a közgazdaságtan nyelvére, s bebizonyította, hogy a nyereség nem születik, keletkezik a semmiből, hanem azt valaki megtermeli.

Magyarán a biztosítók nyeresége egész egyszerűen a mi nehezen megkeresett forintjainkból „keletkezik”.

A legszebb üzlet a világon a biztosítás, s ha ezt mondja, akkor bizony igaza van, hiszen a legszebb üzlet tényleg az, amikor a mások pénzével gazdálkodunk kockázat nélkül.