

BEZ SAKA

Místo nažehleného saka triko, tetování i kroužek v nose. Štěpán Svoboda ukazuje, že finanční poradenství se dá dělat jinak. „S klienty se potkávám na motorce, na lezecké stěně nebo na tenise. Přirozenost zvyšuje důvěru, pak můžu lidem lépe pomoci,“ říká muž, který dnes se svým týmem zprostředkovává hypotéky v objemu půl miliardy korun ročně a spouští aplikaci pro správu financí.



Finanční poradenství má stále pověst oboru drahých obleků a lovců provizí, po kterých se slehne zem. Štěpán Svoboda tento mýtus boří hned při prvním podání ruky. Dva metry, kraťasy, oversize triko. Jako byste šli na schůzku s fitness trenérem.

„Se spoustou klientů se samozřejmě potkávám i ve fitku,“ směje se sympaticky osmatřicetiletý Svoboda. Jak funguje neformální styl na boření předsudků? Se značkou ŠO Finance během dekády pomohl klientům k hypotékám v objemu přes 2,3 miliardy korun, více než 16 milionům v investicích a spořeních. A stará o více než 700 klientů.

„Když jsem začínal, dělal jsem hypotéky v objemu pár milionů korun ročně. Teď jsme na zhruba půlmiliardě za rok,“ říká podnikatel, kterému zázemí tvoří skoro desetičlenný tým a i díky zapojení do broker poolu skupiny OK Klient má v portfoliu produkty od největších bank i pojišťoven na trhu.

V jiném brnění

Původně začínal jako produktový manažer ve skupině EMTC, než v roce 2014 přešel do Fincentra kde byl zhruba dva roky. Kor-

porátní prostředí ho sice hodně naučilo, cítil se v něm ale sešněrovaný. Na vlastní cestu se vydal ještě s nevlastním příjmením Ondříšek, než se před svatbou před pár lety vrátil k rodnému příjmení. Brand s původními iniciálami ŠO Finance zůstal.

Nechci budovat obrovský byznys s pyramidou poradců. Chci se tu s naší punkovou partou starat o klienty

„Pro klienty je to záruka kontinuity. Jako fanoušek Marvelu to přirovnávám k Iron Manovi. ŠO Finance je brnění v podobě ekosystému okolo mě a já jsem pořád ten Tony Stark,“ říká.

Svůj byznys staví na třech pilířích: autenticitě, transparentnosti a servisu. Že za prací chodí i s neskrývaným tetováním u některých klientů zprvu budí překvapení. Uleví se jim ale, když se projeví jeho empatie, s kterou složité finanční produkty překládá do běžné řeči. Baví se s lidmi o životě i o tom, jaké finanční produkty se pro danou situaci opravdu hodí.

„Otevřenost je klíčová. Žádný produkt není stoprocentní a vedle benefitů je třeba probrat i negativa. Jsou i situace, kdy lidem rozmlouvám životní pojištění, i když bych z něj mohl mít slušnou provizi,“ konstatuje.

Hlavně spokojeně

Kdysi si dokonce myslel, že nebude dobrý obchodník. Nešlo mu totiž „přes pusu“ nabízet lidem produkty, které nepotřebují.

„Lidé z oboru mi říkali, že kvůli mému přístupu musím obsloužit deset klientů místo tří a že následný servis nenese provize. Příměst a péče ale zvyšují důvěru. Klienti se vrací a doporučují mě,“ vysvětluje Svoboda.

Pro zlepšení servisu připravil s týmem aplikaci, která také pod názvem ŠO Finance dává na jedno místo všechny finanční produkty, které lidé využívají. Hlídá dokumenty, podmínky, splátky i termíny. Ukáže i bilanci příjmů a výdajů na měsíční bázi.

„Spustili jsme ji jako digitální šanon, který šetří klientům nejen čas, ale i nervy při správě jejich smluv. Těší mě první pozitivní ohlasy a zpětná vazba,“ zdůrazňuje.

Aplikace se objevuje i na jeho Instagramu. Tam zatím přes 14 tisíc lidí sleduje i to, jak s příměstí sobě vlastní rozbíjí různé mýty o financích i investicích.

„Pro mě je prostě důležité, aby mě práce bavila. Nechci budovat obrovský byznys s pyramidou poradců. Chci se tu s naší punkovou partou starat o klienty tak, aby dlouhodobě dostávali to, co jim opravdu sedne,“ podtrhuje Svoboda, a přidává k tomu i připravovanou sadu limitovaného merche s trendy oblečením, jejíž výtěžek půjde na podporu lidí s onkologickým onemocněním. ●