KONTINUIRANO USAVRŠAVANJE OVLAŠĆENIH POSREDNIKA I OVLAŠĆENIH ZASTUPNIKA U OSIGURANJU

PRODAJA ŽIVOTNOG OSIGURANJA ŠTEDNOG KARAKTERA – MODELI, IZAZOVI I MOTIVI KLIJENATA

(5 časova obuke)
ONLINE OBUKA

Obuka dostupna:
Od 24.11 - 01.12.2026.

PREDAVAČ:
Branislav Babuškov



U skladu sa proceduralnim pravilom NBS, ukoliko ste obuku na ovu temu već slušali, ne možete je slušati ponovo, jer Vam se obuka neće uvažiti.

TEME OBUKE:

1. UVOD – ŽIVOTNO OSIGURANJE KAO PROIZVOD SA ŠTEDNOM KOMPONENTOM

1.1. Suština životnog osiguranja štednog karaktera kao proizvoda koji kombinuje zaštitu i investiciju.
1.2. Značaj za pojedince i porodice kao dugoročni oblik finansijskog planiranja.
1.3. Trendovi prodaje u Srbiji i Evropi.

2. TRADICIONALNI I SAVREMENI KANALI PRODAJE ŽIVOTNOG OSIGURANJA

2.1. Direktna prodaja preko savetnika i agenata
2.2. Bankoosiguranje kao ključni kanal prodaje štednih polisa
2.3. Digitalni kanali – onlajn i mobilna prodaja
2.4. Kombinovani modeli prodaje (lični kontakt + digitalni pristup)

3. PRODAJNI PROCES - KORACI OD KONTAKTA DO ZAKLJUČENJA POLISE

3.1. Identifikacija potreba klijenta
3.2. Predstavljanje proizvoda i koristi
3.3. Objašnjenje štedne i riziko komponente
3.4. Završetak prodaje i postprodajna komunikacija

4. ULOGA PRODAJNOG SAVETNIKA U PROCESU PRODAJE

4.1. Stručnost i poznavanje proizvoda
4.2. Komunikacione i psihološke veštine
4.3. Etički aspekt prodaje – poverenje i transparentnost
4.4. Izgradnja dugoročnog odnosa sa klijentom

Obuka je namenjena: kandidatima koji žele da obnove licencu za ovlašćenog posrednika i/ili zastupnika u osiguranju, u skladu sa Odlukom o izmenama i dopunama Odluke o sticanju zvanja i usavršavanju ovlašćenih posrednika i ovlašćenih zastupnika u osiguranju („Službeni glasnik RS”, br. 11/2017).

Kotizacija:
4.500,00 RSD + PDV

Važno: Prilikom popunjavanja prijave za svakog polaznika neophodno je upisati njegovu mejl adresu, jer se na osnovu iste kreira korisničko ime za pristup obuci.

Informacije o načinu pristupanja na obuku, dobićete putem mejla **23.11.2026. godine, do kraja dana.**

Polaznici dobijaju: sertifikat PKS o odslušanoj obuci.

5. MOTIVI KLIJENATA ZA KUPOVINU ŠTEDNOG OSIGURANJA

5.1. Finansijska sigurnost porodice
5.2. Dugoročna štednja i planiranje penzije
5.3. Psihološki faktori – osećaj sigurnosti i stabilnosti
5.4. Poreske i finansijske pogodnosti

6. IZAZOVI U PRODAJI ŠTEDNIH POLISA

6.1. Nedovoljna finansijska pismenost klijenata
6.2. Kompleksnost proizvoda i nerazumevanje koristi
6.3. Konkurencija bankarskih i investicionih proizvoda
6.4. Nepoverenje prema dugoročnim obavezama

7. PSIHOLOGIJA PRODAJE I ODNOS SA KLIJENTIMA

7.1. Empatija i slušanje potreba klijenta
7.2. Izgradnja poverenja kroz konsultativni pristup
7.3. Upravljanje prigovorima i dilemama
7.4. Vizuelizacija budućih dobitaka kao prodajna tehnika

8. REGULATIVA I ODGOVORNOST U PRODAJI ŽIVOTNOG OSIGURANJA

8.1. Zakon o osiguranju i nadzor Narodne banke Srbije
8.2. Obaveza informisanja i zaštita klijenata
8.3. Etički standardi u prodaji finansijskih proizvoda

9. DIGITALIZACIJA U PRODAJI ŠTEDNIH POLISA

9.1. Onlajn platforme i elektronsko potpisivanje ugovora
9.2. Automatizacija prodajnog procesa
9.3. Uloga veštačke inteligencije i analiza podataka

10. PREDLOZI ZA UNAPREĐENJE PRODAJE ŽIVOTNOG OSIGURANJA ŠTEDNOG KARAKTERA

10.1. Jačanje edukacije prodajnog kadra
10.2. Uvođenje jednostavnijih, transparentnih proizvoda
10.3. Razvoj partnerstva između osiguravača i finansijskih institucija
10.4. Kampanje za povećanje finansijske pismenosti stanovništva

11. ZAKLJUČAK

11.1. Prodaja životnog osiguranja štednog karaktera zahteva kombinaciju znanja, poverenja i empatije
11.2. Savremeni klijent traži jasnu vrednost i transparentnost
11.3. Budućnost prodaje leži u digitalno podržanom, ali ljudski orijentisanom pristupu.