

# Twoje potrzeby, nasza misja. Jak współpraca skoncentrowana na kliencie tworzy realną wartość

**W czasach dynamicznych zmian i rosnących oczekiwań kluczowym wyzwaniem dla każdej organizacji jest stworzenie kultury, która realnie stawia klienta w centrum uwagi.**



**WOJCIECH BEDNAREK**  
wiceprezes Polskiej Kancelarii  
Brokerskiej

Jak powiedział Jeff Bezos, założyciel Amazona, „Obsługa klienta nie powinna być działem. Powinna być całą firmą”. To nie tylko modny trend, ale konieczność, jeśli firma chce budować trwałe relacje i odnosić sukcesy na konkurencyjnym rynku. Im większa organizacja, tym więcej zespołów, które nie mają bezpośredniej relacji z klientem, a jednak ich działania powinny być podyktowane misją organizacji i oddawać jej kulturę na rzecz i w interesie klientów.

## Misja zorientowana na klienta. „Zawsze po Twojej stronie”

Droga zaczyna się od misji, która jest elementem kultury pracy w każdym dziale. – Klient musi być fundamentem każdej decyzji i strategii biznesowej. W PKB wierzymy, że misja „Zawsze po Twojej stronie” nie jest tylko sloganem – to zasada, która determinuje nasze działania. Inspirację czerpiemy od liderów, którzy każdego dnia udowadniają, że koncentracja na kliencie to nie wybór, lecz konieczność. Wypracowanie wartości, takich jak transparentność, empatia czy dostarczanie realnej wartości, buduje lojalność i zaufanie klientów – mówi Kamil Izdebski, dyrektor regionu centralnego w Polskiej Kancelarii Brokerskiej. Co to oznacza w praktyce? – Tutaj nie ma gotowej recepty. Stale stawiamy sobie pytania i poszukujemy odpowiedzi, jak dopasować rozwiązania do indywidualnych potrzeb klienta, jak efektywnie prowadzić skuteczne badanie satysfakcji i jak szybko wprowadzać usprawnienia – podkreśla Ewelina Kozłowska z Polskiej Kancelarii Brokerskiej. W efekcie takiego podejścia osiągnięte są cele nie tylko pozwalające

odpowiadać na potrzeby, ale także je przewidywać, oferując więcej, niż klient oczekuje.

## Empatyczne przywództwo

Nurkowanie jaskiniowe należy z pewnością do ekstremalnych wyzwań. Wymaga nie tylko starannego planowania, ale przede wszystkim niezłomnego opanowania. – Gdy znajdujesz się w ciemnej jaskini zatopionej pod wodą i płyniesz korytarzem, musisz polegać na liderze ekspedycji, zespole i planie. Promienie słońca w oddali często nikną, a całym nowym, podwodnym światem zapiera dech swoimi tajemnicami i krajobrazem zatopionym w ciszy. Tylko jeden błąd dzieli cię od tragedii, dlatego tak ważny jest lider, czyli człowiek – empatyczny przywódca, któremu powierzasz swoje życie – wyjaśnia Paweł Janczak, wizjoner od lat wspierający liderów w Grupie PKB. Empatyczne przywództwo to przykład płynący z góry – menedżerowie, którzy angażują się w procesy obsługi klienta, pokazują zespołom, że każdy element kontaktu z klientem ma znaczenie. Taki model inspirowa do tworzenia relacji opartych na autentycznym zaangażowaniu i skuteczności działania. Nie ma kultury organizacyjnej skoncentrowanej na kliencie bez zaangażowanego przywództwa, to klucz do budowania długotrwałych relacji. Wierzymy, że dobry lider to ktoś, kto słucha i inspirowa swój zespół do działania w duchu proklienckim. Dlatego tak kluczowa jest inwestycja w rozwój kompetencji miękkich pracowników, takich jak aktywne słuchanie czy za-

ządzanie relacjami – to również ważne, o ile nie ważniejsze niż wiedza merytoryczna. Regularne warsztaty i rozmaite szkolenia pomagają zespołom dostrzegać nowe perspektywy i z otwartością reagować na potrzeby klientów.

## Technologie wspierające relacje

Współczesny klient oczekuje czegoś więcej niż standardowej obsługi – chce partnerstwa, personalizacji i wsparcia opartego na nowoczesnych technologiach. W erze cyfryzacji, gdzie czas jest najcenniejszym zasobem, technologia jest kluczowym narzędziem wspierającym obsługę klienta. W PKB korzystamy z zaawansowanych systemów CRM, które pozwalają na personalizację każdego kontaktu, szybsze rozwiązywanie spraw i budowanie długofalowych relacji. W obszarze analizy danych wspiera nas AI, pełniąc funkcję Asystenta Procesu Biznesowego **FlowSense**. Dzięki niemu proces wdrożenia, analizy potrzeb oraz harmonogram działań są w pełni zoptymalizowane, szybkie i precyzyjne. Z kolei najnowsza aplikacja **Moje PKB** to intuicyjne narzędzie pozwalające klientom na pełny wgląd w posiadane polisy. Aplikacja umożliwia zgłaszanie szkód, monitorowanie ich statusu oraz dostęp do raportów w czasie rzeczywistym, co znacząco przyspiesza komunikację i ogranicza formalności. Skupiamy się na integrowaniu innowacyjnych technologii, w tym AI, aby zwiększać efektywność działania i skrócić czas reakcji. Po co to wszystko? Nad-

rzędnym celem jest, by klient czuł, że ma pełną kontrolę nad swoimi sprawami, a my jesteśmy zawsze o krok przed jego oczekiwaniami.

## Transparentność w komunikacji

W relacjach z klientami stawiamy na otwartość i szczerść, zwłaszcza w trudnych sytuacjach, które są naturalną częścią procesu ubezpieczeniowego, zwłaszcza w obszarze likwidacji szkód. Transparentna komunikacja to nie tylko wyraz profesjonalizmu, ale także budowanie zaufania, które jest fundamentem długotrwałej współpracy. Podczas powodzi uruchomiliśmy Sztab Kryzysowy i dodatkowe kanały komunikacji z klientami. Wszystko po to, aby być z nimi w tych najtrudniejszych momentach i służyć pomocą. Współczesny klient nie chce być traktowany jak jedna z wielu osób w tłumie – oczekuje indywidualnego podejścia, które uwzględnia jego potrzeby, styl życia i preferencje. Dlatego tak istotne jest tworzenie indywidualnych ścieżek doświadczeń klientów, dopasowując ofertę do ich konkretnych oczekiwań. Dzięki tak przyjętej strategii działania, każdy kontakt z firmą staje się wartościowy, a klient czuje się zrozumiany i zaopiekowany.

## Stałe monitorowanie efektywności

Wszyscy gramy do jednej bramki – ubezpieczyciel, broker i klient – dlatego misja klientocentryczna wymaga nie tylko wdrażania nowych rozwiązań, ale także ciągłej ana-

lizy ich efektywności. – Monitorowanie opinii i wyników pozwala na bieżąco identyfikować obszary do poprawy, co umożliwia szybkie reagowanie na potrzeby klientów. Efektem jest nie tylko lepsza obsługa, ale także zadowolenie klientów, które przekłada się na lojalność i długofalową współpracę. Współczesny rynek nieustannie się zmienia, dlatego stałe doskonalenie procesów i usług to klucz do sukcesu – mówi Szymon Zieliński, ekspert IT w Polskiej Kancelarii Brokerskiej.

Budowanie kultury proklienckiej to długofalowy proces, który wymaga zaangażowania całej organizacji – od liderów, przez menedżerów, aż po każdego pracownika. Z pewnością nie jest to łatwe, czasami wręcz karkołomne, ale wspólny wysiłek owocuje nie tylko satysfakcją klientów, ale także silną pozycją firmy na rynku. Kultura, w której klient znajduje się w centrum wszystkich działań, nie jest budowana z dnia na dzień, ale kształtowana przez codzienne decyzje, interakcje i troskę o najmniejsze detale. – Każda rozmowa z klientem to okazja, by poznać jego potrzeby i dostarczyć mu nieoczekiwaną wartość. Kultura, którą budujemy, to wspólna odpowiedzialność każdego członka zespołu. Tylko w ten sposób możemy osiągnąć najwyższy poziom satysfakcji i lojalności, co przekłada się na sukces całej organizacji – podkreśla Adrianna Strzelecka, dyrektor ds. ubezpieczeń majątkowych w Polskiej Kancelarii Brokerskiej.

„Zawsze po Twojej stronie” wykracza poza tradycyjną obsługę klienta – to tworzenie relacji, które są oparte na zaufaniu i wzajemnym szacunku. To pełne zaangażowanie każdego dnia, które sprawia, że każdy kontakt staje się czymś osobistym, opartym na prawdziwej trosce i zrozumieniu. Inwestujemy zatem w rozwój, w ludzi, w technologie, które umożliwiają nam działanie w sposób coraz bardziej efektywny i przyjazny dla wszystkich. Każdy dzień, każda rozmowa, każda decyzja to krok w stronę tworzenia relacji, które wykraczają poza biznes, bo w końcu to ludzie tworzą marki.

