

Raport z badania ilościowego zrealizowanego w ramach Programu Analityczno-Badawczego Warszawskiego Instytutu Bankowości we współpracy merytorycznej z EFPA Polska.



DORADCA FINANSOWY PRZYSZŁOŚCI – ZMIANA PARADYGMATU CZEGO POTRZEBUJĄ MŁODZI DOROŚLI?

SYGN. PAB/WIB 26/2026

dr hab. Katarzyna Sekścińska
Research & Insight Studio

ISBN: 978-83-980190-9-5

Raport opracowany na zlecenie
Programu Analityczno-Badawczego
Fundacji Warszawski Instytut Bankowości

Warszawa, październik 2026



O Raporcie

Raport **Doradca finansowy przyszłości –zmiana paradygmatu. Czego potrzebują młodzi dorośli?** został zrealizowany w ramach Programu Analityczno-Badawczego Warszawskiego Instytutu Bankowości we współpracy merytorycznej z EFPA Polska.

Autorzy

Raport przygotowany przez zespół w składzie:

AUTORKA:



dr hab. Katarzyna Sekścińska
Research & Insight Studio

WSPÓŁPRACA MERYTORYCZNA:

Tomasz Pawlonka – ZBP, PAB WIB

Mariola Szymańska – EFPA Polska

Agnieszka Nierodka – ZBP, PAB WIB

Rafał Madej – PKO TFI / EFPA Polska



O Programie

Program Analityczno-Badawczy przy Fundacji Warszawski Instytut Bankowości powstał w 2019 r. jako odpowiedź na potrzeby sektora bankowego w zakresie wysokiej jakości analiz i badań z obszaru cyberbezpieczeństwa i nowych technologii, a także szeroko rozumianego otoczenia sektora bankowego, kształtującego warunki działania banków w Polsce. Prace analityczno-badawcze w ramach programu realizowane są pod kątem możliwości praktycznego wykorzystania wyników w celu rozwoju sektora bankowego, podnoszenia poziomu bezpieczeństwa usług oraz – w ostateczności – kreowania wartości dla klientów końcowych – użytkowników bankowości.

W ramach programu realizowane są analizy i badania w następujących obszarach:

-  Nowe technologie w sektorze bankowym, cyberbezpieczeństwo banków i systemy płatnicze
-  Ekonomiczna analiza rozwoju sektora bankowego, stabilności banków, otoczenia makroekonomicznego
-  Prawno-regulacyjne i legislacyjne uwarunkowania działalności sektora bankowego oraz wyzwania wynikające z orzecznictwa sądów krajowych i europejskich
-  ESG i sustainable finance
-  Prace analityczno-badawcze w zakresie poszczególnych obszarów funkcjonowania banków oraz w zakresie funkcjonowania wskaźników referencyjnych

Więcej na temat działalności programu na stronie www.pabwib.pl

Kontakt:

dr Tomasz Pawlonka
Dyrektor Programu
m: 505 917 778
e: tpawlonka@wib.org.pl

Warszawski Instytut Bankowości
00-380 Warszawa, ul. Kruczkowskiego 8
t: (22) 182 31 70
e: pab@wib.org.pl

Agnieszka Nierodka
m: 607 484 391
e: anierodka@wib.org.pl

dr Radosław Ciukaj
m: 784 680 685
e: radoslaw.ciukaj@zbp.pl

dr Agnieszka Wicha
m: 661 646 474
e: agnieszka.wicha@zbp.pl

Bartosz Przyborowski
m: 795 933 104
e: bartosz.przyborowski@zbp.pl





Słowo wstępne partnerów raportu

Współczesna bankowość przechodzi głębokie zmiany. Rozwój technologii, cyfryzacja usług finansowych i coraz szersze wykorzystanie sztucznej inteligencji zmieniają sposób, w jaki klienci zarządzają swoimi finansami, poszukują informacji i podejmują decyzje. W tym otoczeniu szczególnego znaczenia nabiera pytanie o przyszłość profesjonalnego doradztwa finansowego. Nie chodzi jednak wyłącznie o jego formę, lecz przede wszystkim o rolę, jaką powinno odgrywać w budowaniu bezpieczeństwa finansowego gospodarstw domowych oraz długoterminowych relacji między klientami a instytucjami finansowymi.

Warto w tym kontekście przypomnieć wcześniejsze badanie prof. Katarzyny Sekścińskiej, zrealizowane w ramach Programu Analityczno-Badawczego Warszawskiego Instytutu Bankowości, poświęcone postrzeganiu sztucznej inteligencji w finansach i bankowości przez polskich konsumentów. Jego wyniki pokazały, że pomimo postępującej cyfryzacji bezpośredni kontakt z człowiekiem pozostaje dla klientów niezwykle istotny. Aż 93% respondentów deklarowało gotowość oczekiwania na rozmowę z konsultantem, aby uniknąć kontaktu z botem¹. Wynik ten skłania do refleksji nad przyszłym modelem relacji między bankiem a klientem. Rozwój technologii może zwiększać dostępność usług, usprawniać procesy i obniżyć koszty obsługi, nie eliminuje jednak potrzeby bezpośredniego kontaktu, szczególnie w przypadku złożonych decyzji finansowych.

Z perspektywy sektora bankowego profesjonalne doradztwo jest czymś znacznie więcej niż elementem procesu sprzedaży. Stanowi ważny wymiar budowania długoterminowych relacji z klientami, opartych na wzajemnym zaufaniu, wysokich kompetencjach i odpowiedzialności. Decyzje dotyczące zaciągnięcia kredytu mieszkaniowego, gromadzenia oszczędności, inwestowania czy zabezpieczenia emerytalnego mogą determinować sytuację finansową gospodarstw domowych przez wiele kolejnych dekad. Profesjonalne wsparcie w ich podejmowaniu powinno zatem łączyć wiedzę ekspercką, zrozumienie indywidualnych potrzeb oraz wysokie standardy etyczne.

Odpowiedzialne doradztwo finansowe leży zarówno w interesie klienta, jak i instytucji finansowej. W perspektywie długoterminowej znaczenie mają bowiem nie tylko bieżące wyniki biznesowe, lecz także trwałość relacji z klientami, bezpieczeństwo prowadzonej działalności oraz jakość portfela kredytowego. Profesjonalne doradztwo, wspierając świadome podejmowanie decyzji finansowych, stanowi istotne uzupełnienie stosowanych przez banki mechanizmów zarządzania ryzykiem. Troska o interes klienta i dbałość o bezpieczeństwo instytucji finansowej nie muszą zatem pozostawać w sprzeczności. Przeciwnie – mogą wzajemnie się wzmacniać, tworząc podstawy stabilnego i odpowiedzialnego modelu biznesowego.

W tym kontekście szczególnego znaczenia nabierają zaufanie, przejrzystość oraz stabilność i przewidywalność otoczenia prawnego. Długoterminowy charakter wielu produktów finansowych wymaga bowiem odpowiednich standardów obsługi i komunikacji, a także jednoznacznych ram regulacyjnych, zapewniających ochronę uzasadnionych interesów wszystkich uczestników rynku. Wysokie standardy etyczne i profesjonalizm doradców pozostają fundamentem nowoczesnej bankowości, a ich dalszy rozwój powinien towarzyszyć postępującej cyfryzacji i rosnącej złożoności usług finansowych.

Szczególnego znaczenia nabiera to w odniesieniu do młodych dorosłych, którzy budują swoją niezależność ekonomiczną i podejmują pierwsze istotne decyzje dotyczące przyszłości finansowej. Ich wybory będą wpływały nie tylko na indywidualny poziom bezpieczeństwa i dobrostanu finansowego, ale w dłuższym okresie również na skalę oszczędności krajowych, rozwój rynku kapitałowego oraz możliwości finansowania inwestycji w polskiej gospodarce. W warunkach postępujących zmian demograficznych i rosnącego znaczenia indywidualnej odpowiedzialności za zabezpieczenie emerytalne profesjonalne doradztwo może odgrywać coraz ważniejszą rolę we wspieraniu świadomego zarządzania finansami osobistymi.

Oddając w Państwa ręce niniejszy raport, przygotowany przez prof. Katarzynę Sekścińską w ramach

¹ Sekścińska K., 2025, AI w finansach i bankowości oczami polskiego konsumenta, Sygn. PAB/WIB 7/2025, <https://pabwib.pl/produkt/ai-w-finansach-i-bankowosci-oczami-polskiego-konsumenta>



Programu Analityczno-Badawczego Warszawskiego Instytutu Bankowości we współpracy z EFPA Polska, wyrażam nadzieję, że stanie się on ważnym głosem w dyskusji o przyszłości profesjonalnego doradztwa finansowego. Stanowi on zarazem kontynuację naszych wcześniejszych prac badawczych nad zmieniającymi się relacjami konsumentów z instytucjami finansowymi. W PAB WIB konsekwentnie rozwijamy współpracę między środowiskiem naukowym a sektorem finansowym, traktując rzetelne badania empiryczne jako podstawę do lepszego rozumienia potrzeb klientów i wyzwań stojących przed instytucjami finansowymi.

Serdecznie dziękuję prof. Katarzynie Sekścińskiej za przygotowanie opracowania, a EFPA Polska za zaangażowanie i współpracę przy realizacji tego przedsięwzięcia. Mam nadzieję, że przedstawione w raporcie analizy będą inspiracją do dalszej dyskusji o standardach doradztwa, odpowiedzialności sektora finansowego i budowaniu trwałych relacji opartych na wzajemnym zaufaniu.

dr Tomasz Pawlonka
Dyrektor Zespołu Badań i Analiz ZBP
Dyrektor Programu Analityczno-Badawczego
Warszawskiego Instytutu Bankowości

Czego pragną klienci instytucji finansowych? – tak brzmi tytuł tegorocznego Kongresu EFPA Polska, Fundacji na rzecz Standardów Doradztwa Finansowego. EFPA Polska działa od 17 lat. Jesteśmy częścią europejskiej organizacji, która zrzesza ponad 100 000 certyfikowanych doradców finansowych.

W społeczności EFPA mamy dwóch bohaterów zbiorowych. Pierwszym są nasi klienci – osoby, dla których na co dzień pracujemy. Drugim są doradcy finansowi, którzy towarzyszą klientom w podejmowaniu ważnych decyzji finansowych. Naszą rolą w EFPA jest dobrze rozumieć potrzeby i oczekiwania klientów. A także pomagać doradcom budować i stale rozwijać kompetencje zawodowe, aby mogli profesjonalnie pełnić odpowiedzialną rolę zaufanego partnera w finansach osobistych swoich klientów.

Świat wokół nas szybko się zmienia. Rośnie złożoność rynków finansowych. Zmieniają się także zachowania, priorytety i oczekiwania klientów usług finansowych. Szczególną grupą w tej transformacji są młodzi dorośli. Pierwszym przykazaniem każdego członka EFPA Polska jest: słuchać, wiedzieć i rozumieć. Dlatego z ogromnymi nadziejami, ale także z pewną obawą przed tym, co zobaczymy, zaangażowaliśmy się w badanie, które miało odpowiedzieć na kilka ważnych pytań. Czy młodzi dorośli potrzebują doradcy finansowego? Czy chcą z nim współpracować? Jakiej roli od niego oczekują, gdy budują swoją bezpieczną i dostatnią przyszłość, wzmacniają kondycję finansową i dbają o swój finansowy dobrostan?

Szukaliśmy także odpowiedzi na pytania: czy nadal mierzymy się ze stereotypem doradcy-sprzedawcy? Co zachęca do korzystania z profesjonalnego doradztwa, a co stanowi barierę jego rozwoju? I wreszcie: gdzie jesteśmy w wyścigu człowieka z technologią w zarządzaniu finansami osobistymi klientów w Polsce?

Raport, który dziś Państwu przedstawiamy, pokazuje

po raz pierwszy tak wyczerpująco dwa obrazy. Pierwszy to realny obraz polskiego doradcy finansowego widzianego oczami klientów, którzy mają już doświadczenie współpracy z doradcami. Drugi to holistyczny profil idealnego doradcy naszkicowany przez młodych dorosłych.

Znajdziemy tu odpowiedź na fundamentalne pytanie: co stanowi kwintesencję jakości profesjonalnej usługi doradztwa finansowego w oczach młodych klientów?

Jedną z ważnych konkluzji badania jest to, że wyzwaniem dla rynku nie jest dziś standard pracy doradców finansowych. Wyzwaniem pozostaje upowszechnienie dostępu do jakościowej usługi doradczej. Równie ważne jest poszukiwanie rozwiązań, które wzmocnią niezależność doradców finansowych, działających w różnych rozwiązaniach regulacyjnych.

Raport jest niezwykle cennym kompendium wiedzy dla wszystkich, którzy mają wpływ na kształt profesjonalnego doradztwa finansowego w Polsce. Dla instytucji regulacyjnych i nadzorczych. Dla menedżerów banków i innych instytucji finansowych. Dla organizacji branżowych i środowiska akademickiego. I oczywiście – dla samych doradców finansowych.

Zachęcam Państwa do lektury raportu i – przede wszystkim – do wykorzystania jego wniosków w swojej codziennej działalności. Rozwijajmy wspólnie standard doradcy finansowego w kierunku architektów dobrych decyzji finansowych klientów.

Pani Profesor Katarzynie Sekścińskiej i Zespołowi PAB WIB składam wyrazy uznania i serdeczne podziękowania za wartościową współpracę. To niezmiennie inspirująca zawodowa przygoda i ogromna przyjemność.

Mariola Szymańska
Prezeska Zarządu
EFPA Polska

Spis treści

⬡	Słowo wstępne partnerów raportu	4
⬡	Cel badania	7
⬡	Metodologia badania	8
⬡	Streszczenie menadżerskie	9
I	Rozdział I. Prezentacja badania	14
	Charakterystyka badanej próby	15
	Różnice socjodemograficzne między osobami z doświadczeniem współpracy z doradcą a osobami bez takiego doświadczenia	16
	Czas poświęcany na dbanie o finanse – obecnie i deklarowana gotowość	17
	Cele finansowe osób z doświadczeniem współpracy z doradcą vs osób bez takiego doświadczenia	19
	Produkty finansowe osób z doświadczeniem współpracy z doradcą vs osób bez takiego doświadczenia	20
	Planowanie finansowe oczami osób z doświadczeniem współpracy z doradcą vs osób bez takiego doświadczenia	22
	Oczekiwania dotyczące zaangażowania doradcy w różnych obszarach funkcjonowania finansowego	23
	Skojarzenia z profesjonalnym doradcą finansowym oczami osób z doświadczeniem współpracy z doradcą vs osób bez takiego doświadczenia	37
	Postrzeganie profesjonalnego doradcy finansowego oczami osób z doświadczeniem współpracy z doradcą vs osób bez takiego doświadczenia	43
	Dotychczasowa współpraca z doradcą finansowym w badanej próbie	44
	Zadowolenie z usług doradcy finansowego	47
	Doradca finansowy na tle innych źródeł wiedzy i porad finansowych	52
	Oczekiwania wobec doradcy	53
	Preferowane zachowania doradcy finansowego	57
	Zachowania doradcy finansowego, które zniechęcają do współpracy	61
	Powody niekorzystania z usług doradcy finansowego	65
	Niezbędne zmiany by zacząć współpracować z doradcą finansowym	67
	Okoliczności skłaniające do skorzystania z doradztwa finansowego	70
	Preferowany model współpracy z doradcą	71
	Doradztwo online	72
	Doradztwo z wykorzystaniem AI	73
II	Rozdział II. Podsumowanie wyników	76
	Główne wyniki	77
	Główne wnioski	79



Cel badania

Młodzi dorośli funkcjonują obecnie w dynamicznym i coraz bardziej złożonym środowisku finansowym, w którym już na początku dorosłego życia podejmują decyzje dotyczące zatrudnienia, życia w rodzinie lub partnerstwie, oszczędzania, inwestowania, finansowania zakupu nieruchomości, zabezpieczenia emerytalnego czy ochrony majątku. Obserwujemy także dynamicznie rozwijającą się i coraz bardziej złożoną ofertę usług finansowych. Jednocześnie rozwój technologii oraz powszechny dostęp do informacji sprawiają, że tradycyjny model doradztwa finansowego ulega istotnym zmianom, a oczekiwania klientów wobec doradców wykraczają poza dobór produktów finansowych.

Dotychczasowe badania koncentrowały się głównie na poziomie korzystania z usług doradczych, jakości obsługi lub satysfakcji klientów. Znacznie rzadziej analizowano oczekiwania młodych dorosłych dotyczące roli profesjonalnego doradcy finansowego, preferowanego modelu współpracy oraz zakresu wsparcia, jakiego oczekują na różnych etapach budowania swojej sytuacji finansowej. Z jednej strony, starzejące się społeczeństwo i zagrożenia dla rynku pracy, z drugiej strony potrzeby rozwojowe gospodarki, w tym rynku kapitałowego, powodują, że sposób prowadzenia finansów osobistych młodych dorosłych mają fundamentalne znaczenie dla ich przyszłości, ale też przyszłości kraju. Stąd stają się sprawdzianem indywidualnej odpowiedzialności oraz sektorowej i publicznej współpracy w zakresie wsparcia tego procesu profesjonalną usługą doradczą.

Celem badania była identyfikacja poziomu świadomości, doświadczeń, potrzeb, oczekiwań oraz gotowości młodych dorosłych do korzystania z profesjonalnego

doradztwa finansowego. Badanie ma na celu określenie czynników wpływających na decyzję o podjęciu współpracy z doradcą, rozpoznanie barier ograniczających korzystanie z takich usług oraz zdefiniowanie preferowanego modelu współpracy odpowiadającego potrzebom młodego pokolenia.

Szczególnym celem badania było określenie, **jakiego modelu profesjonalnego doradztwa finansowego oczekują młodzi dorośli**, w tym zidentyfikowanie preferowanej roli doradcy, oczekiwanego poziomu jego proaktywności, zakresu monitorowania sytuacji finansowej klienta, sposobu komunikacji oraz charakteru długoterminowej relacji doradczej. Badanie ma odpowiedzieć na pytanie, **jak powinien wyglądać nowoczesny model współpracy z doradcą finansowym, aby adresował ich potrzeby i stanowił realne wsparcie w budowaniu dobrostanu finansowego młodych dorosłych na dziś i w przyszłości**, zmieniając powszechny stereotyp doradcy finansowego jako sprzedawcy produktów finansowych.

Wyniki badania pozwalają lepiej zrozumieć potrzeby, postawy i oczekiwania młodych dorosłych wobec profesjonalnego doradztwa finansowego oraz wskazać czynniki sprzyjające budowaniu trwałych relacji opartych na zaufaniu. Uzyskane rezultaty mogą stanowić cenne źródło wiedzy dla instytucji finansowych, publicznych, organizacji branżowych, środowiska naukowego oraz podmiotów odpowiedzialnych za rozwój edukacji finansowej i rynku profesjonalnych usług doradczych.



Metodologia badania

Badanie przeprowadzono techniką CAWI (Computer Assisted Web Interview) na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna, posiadającym aktualny certyfikat PKJPA, potwierdzający wysoką jakość świadczonych usług badawczych. Łączna liczebność panelu przekracza 300 tysięcy zarejestrowanych osób.

Dane były zbierane w terminie 10-20 września 2026 r. wśród zarejestrowanych uczestników panelu, którzy spełnili łącznie trzy kryteria: byli w wieku 21-40 lat, pracowali i spotkali się z pojęciem „profesjonalne doradztwo finansowe”.

W badaniu wzięło udział 1104 dorosłych Polaków w wieku 21-40 lat, tworząc próbę ogólnopolską zróżnicowaną ze względu na płeć i wiek, zróżnicowaną pod względem wykształcenia i miejsca zamieszkania. 50% badanych stanowiły osoby, które miały doświadczenie korzystania z usług profesjonalnego doradcy finansowego, zaś 50% stanowiły osoby, które nie miały takiego doświadczenia.



Streszczenie menadżerskie

Badanie przeprowadzone we wrześniu 2026 roku na próbie 1104 osób w wieku od 21 do 40 lat pozwoliło przyjrzeć się doświadczeniom, oczekiwaniom i postawom Polaków wobec profesjonalnego doradztwa finansowego oraz roli, jaką doradca może odgrywać w podejmowaniu decyzji finansowych. Celem badania było poznanie sposobu, w jaki klienci postrzegają doradców finansowych i współpracę z nimi, jakie czynniki budują zaufanie i satysfakcję z doradztwa oraz jakich standardów dotyczących m.in. komunikacji, przejrzystości, indywidualnego podejścia i dalszego wsparcia oczekują od doradcy. Badanie objęło również preferencje dotyczące rodzaju instytucji finansowej, wieku i sposobu działania doradcy, modelu kontaktu i komunikacji, a także postrzegania roli nowych technologii i sztucznej inteligencji w procesie doradczym. Wyniki badania pozwalają zidentyfikować najważniejsze czynniki wpływające na postrzeganą wartość profesjonalnego doradztwa oraz wskazać kierunki zmian istotne zarówno dla przyszłości zawodu doradcy finansowego, jak i dla instytucji finansowych kształtujących sposób obsługi i relacji z klientami.

Najważniejszy wniosek z badania można ująć jako **zmianę paradygmatu wartości doradcy finansowego**. Klient coraz mniej potrzebuje osoby, która jedynie zna produkty finansowe i potrafi wskazać konkretne rozwiązanie. Coraz bardziej potrzebuje natomiast partnera, który pomoże mu zrozumieć sytuację, uporządkować potrzeby i cele, ocenić dostępne możliwości, zobaczyć konsekwencje decyzji oraz bezpiecznie przejść przez proces wyboru. Wartość doradcy przesunęła się więc od samego „doboru produktu” w stronę **prowadzenia klienta przez decyzje finansowe**. Potwierdzają to czynniki, które w największym stopniu wpływają na satysfakcję ze współpracy. Wśród osób mających doświadczenie z doradcą finansowym najczęściej wskazywano kompetencje i zaufanie (35%), wygodny i profesjonalny kontakt (30%) oraz rozwiązania dopasowane do indywidualnej sytuacji (29%). Istotne znaczenie miały również jasne wyjaśnienia (26%), dobre rozpoznanie potrzeb i celów klienta (25%) oraz poczucie, że doradca działa w interesie klienta

(25%). Jednocześnie relatywnie mniejsze znaczenie miały same wyniki inwestycyjne czy brak presji na zakup. Oznacza to, że satysfakcja z doradztwa nie jest budowana wyłącznie przez efekt finansowy, lecz w dużej mierze przez **jakość całego procesu obsługi i relacji**.

Klient oczekuje przede wszystkim poczucia bezpieczeństwa, zrozumienia i kontroli nad własnymi decyzjami. Najważniejsze elementy współpracy to dopasowanie rozwiązań do własnej sytuacji i celów (36%) oraz bezpieczeństwo pieniędzy i podejmowanych decyzji finansowych (36%). Dalej wskazywano możliwość podejmowania lepszych decyzji finansowych (28%), lepsze rozumienie własnych finansów i większą samodzielność (28%) oraz większe oszczędności lub lepsze wykorzystanie posiadanych środków (27%). Dopiero za tymi elementami pojawiają się korzyści związane z oszczędnością czasu, wynikami inwestycyjnymi czy uzyskaniem niezależnej opinii. Jest to istotna zmiana perspektywy. Klient nie oczekuje wyłącznie „wyniku” w postaci konkretnego produktu czy stopy zwrotu. Oczekuje przede wszystkim lepszego i bardziej świadomego procesu decyzyjnego. Doradca ma pomóc klientowi być sprawczym, podejmować decyzje świadomie, a nie podejmować je za niego. Bardzo wyraźnie widać to w oczekiwaniach dotyczących komunikacji. Najczęściej wskazywano potrzebę cierpliwego odpowiadania na pytania i upewniania się, że klient rozumie przedstawiane informacje (52%), a także wyjaśniania złożonych zagadnień w prosty sposób (52%). 46% badanych oczekuje prostego i jasnego języka, 39% dostosowania sposobu rozmowy do poziomu wiedzy klienta, a 36% posługiwania się przykładami i liczbami. W praktyce oznacza to, że kompetencja doradcy musi być widoczna nie tylko w tym, co mówi, ale również w tym, jak potrafi to wyjaśnić. Klient nie chce być przy tym oceniany za brak wiedzy. 42% badanych oczekuje możliwości zadawania podstawowych pytań, a 42% braku presji i czasu na podjęcie decyzji. 48% uważa za szczególnie ważne, aby doradca najpierw poznał potrzeby i cele klienta, a dopiero później proponował konkretne rozwiązania. 41% oczekuje, że doradca będzie potrafił



powiedzieć, jeśli określone rozwiązanie nie jest odpowiednie dla klienta. To ważny sygnał dla rynku: zaufanie buduje nie tylko rekomendowanie rozwiązania, ale również gotowość do jego odradzenia.

Transparentność jest kolejnym filarem oczekiwanego modelu doradztwa. 41% badanych oczekuje otwartego przedstawiania zarówno korzyści, jak i ryzyka. 37% zwraca uwagę na jasne przedstawienie kosztów, opłat i wynagrodzenia doradcy, a 36% na otwarte mówienie o ograniczeniach i wadach rozwiązania. 35% oczekuje unikania nierealistycznych obietnic zysku i przedstawiania produktów jako pozbawionych ryzyka. Taki model komunikacji oznacza konieczność odejścia od języka sprzedażowego na rzecz języka decyzji, konsekwencji i odpowiedzialności. Równie ważna jest relacja po zakończeniu samego procesu sprzedażowego. 45% badanych oczekuje informowania o istotnych zmianach dotyczących inwestycji lub finansów, 44% pomocy w przypadku pytań i wątpliwości, a 40% dostępności doradcy wtedy, kiedy jest on potrzebny. 39% wskazuje na potrzebę długoterminowej relacji opartej na zaufaniu, a 34% oczekuje regularnego kontaktu również wtedy, gdy nie wiąże się on z żadną sprzedażą.

W efekcie wyłania się bardzo konkretny obraz **doradcy finansowego przyszłości**. Nie jest to przede wszystkim sprzedawca produktu, lecz **kompetentny partner klienta w podejmowaniu decyzji finansowych**. Jego przewaga nie polega wyłącznie na dostępie do produktów czy informacji, bo te zasoby są coraz łatwiej dostępne również cyfrowo. Przewaga polega na umiejętności połączenia wiedzy, doświadczenia, rozumienia sytuacji klienta, interpretowania informacji i przełożenia ich na decyzję odpowiadającą jego potrzebom.

Badanie pokazuje również, że znaczenie ma sam kontekst instytucjonalny, w którym działa doradca. 38% respondentów wskazuje niezależną firmę doradztwa finansowego jako preferowane miejsce korzystania z usług doradcy. 20% wskazuje bank, 12% ubezpieczyciela, a 9% firmę inwestycyjną lub brokerską. Jednocześnie 18% badanych nie ma sprecyzowanej preferencji. Szczególnie interesujące jest to, że wśród osób bez doświadczenia z doradcą aż 42% wskazuje niezależną firmę doradczą, podczas gdy 27% nie potrafi jeszcze określić preferencji. Może to wskazywać na znaczenie postrzeganej niezależności jako elementu budującego zaufanie już na etapie pierwszego kontaktu z usługą, co może stanowić siłę tych doradców, którym nie może jej dać silna marka, np. stojącego za nimi banku. Jednocześnie interpretując wyniki badania należy pamiętać, że opinie i preferencje respondentów stanowią odzwierciedlenie postrzeganej lub oczekiwanej niezależności doradcy, nie są

obiektywne i nie muszą dobrze opisywać rzeczywistej jakości i bezstronności doradztwa oferowanego przez poszczególne kategorie instytucji finansowych.

Istotnym elementem obrazu przyszłego doradztwa jest także oczekiwany profil samego doradcy. 53% respondentów preferuje doradcę w wieku 35-44 lata (zatem nieco starszego od siebie, bo próbę w ponad 90% stanowiły osoby do 34 roku życia), podczas gdy 16% wskazuje przedział 25-34 lata, a 11% wskazuje przedział 45-54 lata. Dla 17% wiek doradcy nie ma znaczenia. Wynik ten sugeruje, że klienci nie oczekują ani wyłącznie bardzo młodego, „cyfrowego” doradcy, ani wyłącznie bardzo doświadczonego eksperta. Preferowany jest raczej profil łączący doświadczenie, kompetencję i relacyjną bliskość.

Różnice pomiędzy osobami mającymi doświadczenie z doradcą a tymi, które dotychczas z niego nie korzystały, są szczególnie interesujące z punktu widzenia rozwoju rynku. Osoby bez doświadczenia częściej podkreślają bezpieczeństwo, przejrzystość, możliwość zadawania podstawowych pytań, brak presji oraz potrzebę spokojnego podejmowania decyzji. Osoby mające doświadczenie nieco częściej wskazują natomiast na wiedzę i doświadczenie doradcy, oszczędność czasu, aktywne słuchanie czy wyniki inwestycyjne. Można to interpretować jako ewolucję oczekiwań wraz z doświadczeniem: na początku klient przede wszystkim chce czuć się bezpiecznie i rozumieć, co się dzieje; wraz ze wzrostem doświadczenia większego znaczenia nabiera efektywność współpracy i eksperckość doradcy. Ma to bezpośrednie konsekwencje dla sposobu budowania relacji z klientem. *Proces doradczy powinien być projektowany inaczej dla osoby, która po raz pierwszy styka się z profesjonalnym doradztwem, a inaczej dla klienta bardziej doświadczonego. Początkujący klient potrzebuje przede wszystkim edukacji, przejrzystości i poczucia bezpieczeństwa. Klient bardziej doświadczony może oczekiwać większej wartości dodanej w postaci selekcji informacji, oszczędności czasu, interpretacji danych, aktywnego monitorowania sytuacji i bardziej partnerskiej dyskusji.*

W tym kontekście szczególnego znaczenia nabiera technologia. Cyfryzacja i rozwój sztucznej inteligencji nie muszą oznaczać zaniku roli doradcy. Z badania wynika raczej możliwość powstania modelu, w którym technologia przejmuje część zadań informacyjnych, analitycznych i operacyjnych, natomiast człowiek pozostaje odpowiedzialny za interpretację sytuacji klienta, rozmowę o jego celach i ograniczeniach oraz finalne przełożenie informacji na decyzję. Przyszłość doradztwa może więc opierać się nie na prostym wyborze „człowiek albo AI”, lecz na efektywnym połączeniu technologii i kompetencji człowieka.



Z punktu widzenia instytucji finansowych oznacza to konieczność przededefiniowania sposobu mierzenia jakości doradztwa. Same wskaźniki sprzedażowe coraz słabiej oddają pełną wartość relacji z klientem. Równie istotne powinny być: poziom zrozumienia przedstawianych porad przez klienta, dopasowanie rozwiązania do jego celów, transparentność komunikacji, jakość obsługi posprzedażowej, dostępność doradcy, trwałość relacji oraz zdolność do budowania długoterminowego zaufania. Najważniejszym wyzwaniem nie jest zatem samo „unowocześnienie” doradztwa, lecz przeprojektowanie jego wartości z perspektywy klienta. Technologia może przyspieszyć dostęp do informacji, uprościć analizę i automatyzować część procesów. Nie eliminuje jednak potrzeby rozmowy, interpretacji, odpowiedzialności i zaufania, szczególnie wtedy, gdy decyzje finansowe są złożone, długoterminowe lub obarczone ryzykiem.

W konsekwencji **doradca przyszłości powinien być postrzegany jako architekt decyzji finansowych klienta**: osoba, która pomaga mu zdefiniować cele, uporządkować potrzeby, zrozumieć możliwości i ograniczenia, porównać rozwiązania oraz świadomie podjąć decyzję. Instytucja, która chce rozwijać wysokiej jakości doradztwo, powinna natomiast budować cały ekosystem wspierający taki model – od rekrutacji i szkolenia doradców, przez narzędzia cyfrowe i AI, po systemy wynagradzania i mierniki jakości.

Wybrane wnioski:

- **Klient potrzebuje przewodnika po decyzji, a nie tylko dostawcy produktu.** Najsilniej wybrzmiewa oczekiwanie, aby doradca pomagał klientowi podejmować decyzje, a nie ograniczał swojej roli do prezentowania produktów. Klient chce wiedzieć nie tylko „co kupić”, ale przede wszystkim dlaczego dane rozwiązanie jest odpowiednie, jakie ma konsekwencje, jakie wiąże się z nim ryzyko i jakie są alternatywy.
- **Zaufanie powstaje z zachowania doradcy, nie z samego wizerunku.** Kompetencje są ważne, ale nie wystarczają. Zaufanie budują przede wszystkim przejrzystość, przedstawianie zarówno korzyści, jak i ryzyka, jasne koszty oraz gotowość do wskazania, że dane rozwiązanie może nie być właściwe.
- **Personalizacja jest podstawowym standardem, a nie dodatkową wartością.** Dopasowanie rozwiązania do sytuacji i celów klienta znajduje się wśród najczęściej wskazywanych oczekiwań. Doradztwo „dla wszystkich takie samo” będzie coraz mniej odpowiadało oczekiwaniom klientów.
- **Prostota komunikacji jest elementem profesjonalizmu.** Klient nie oczekuje uproszczenia wiedzy

eksperckiej kosztem jej jakości. Oczekuje natomiast, że doradca będzie potrafił przełożyć złożoną wiedzę na język zrozumiały dla konkretnej osoby.

- **Relacja nie kończy się wraz ze sprzedażą.** Oczekiwanie informowania o zmianach, pomocy w razie pytań i dostępności wskazuje, że doradztwo powinno być traktowane jako proces długoterminowy, a nie jednorazowa transakcja.
- **Doświadczenie klienta zmienia jego oczekiwania.** Osoby bez doświadczenia potrzebują przede wszystkim bezpieczeństwa, przejrzystości i edukacji. Osoby bardziej doświadczone oczekują większej efektywności, oszczędności czasu i eksperckiego wsparcia.
- **Niezależność jest istotnym elementem pozycjonowania doradztwa.** Najczęściej wskazywaną preferowaną formą instytucji jest niezależna firma doradcza. Dla rynku oznacza to znaczenie transparentnego wyjaśniania modelu działania, w powiązaniu z regulacjami, źródeł wynagrodzenia i zakresu niezależności doradztwa.
- **Technologia powinna wzmacniać doradcę.** AI i narzędzia cyfrowe mogą zwiększyć efektywność analizy i obsługi klienta, ale ich największa wartość może polegać na uwolnieniu czasu doradcy na te elementy pracy, które wymagają interpretacji, rozmowy i budowania relacji.

Meta – wnioski:

- **Rynek doradztwa przechodzi od „produktu” do „procesu decyzji”.** Wyniki sugerują, że przewaga konkurencyjna doradcy będzie coraz mniej zależna od samego dostępu do produktów. Informacja o produktach jest coraz łatwiej dostępna. Trudniejsze pozostaje jej właściwe zinterpretowanie i odniesienie do konkretnej sytuacji człowieka. Zatem przyszły model biznesowy doradztwa powinien koncentrować się na wartości procesu decyzyjnego, a nie wyłącznie na wartości produktu.
- **Największym aktywem doradcy staje się zaufanie.** W świecie nadmiaru informacji klient potrzebuje kogoś, komu może powierzyć proces selekcji i interpretacji informacji. Zatem reputacja, transparentność i konsekwencja w działaniu mogą mieć dla doradcy znaczenie porównywalne z wiedzą produktową.
- **Edukacja staje się częścią usługi doradczej.** Skoro klient oczekuje prostych wyjaśnień, możliwości zadawania podstawowych pytań i zrozumienia rekomendacji, edukacja nie jest dodatkiem do doradztwa. Staje się jego integralną częścią. Najlepszy doradca



nie musi być tym, który mówi najwięcej. Powinien być tym, który sprawia, że klient rozumie wystarczająco dużo, aby świadomie podjąć decyzję.

- **AI może zwiększyć wartość człowieka zamiast ją zastąpić.** Jeżeli technologia przejmie część pracy analitycznej i informacyjnej, doradca może poświęcić więcej czasu na diagnozę potrzeb, rozmowę, interpretację i relację. Strategicznym celem instytucji nie powinno być wyłącznie automatyzowanie doradztwa, lecz zaprojektowanie efektywnego podziału pracy między człowiekiem a technologią.
- **Przyszłość doradztwa będzie hybrydowa.** Klient będzie korzystał jednocześnie z kanałów cyfrowych i kontaktu z człowiekiem. Cyfrowe narzędzia mogą zapewniać szybkość i wygodę, natomiast człowiek daje kontekst, interpretację i poczucie bezpieczeństwa. Przewagę mogą uzyskać instytucje, które nie będą traktowały kanału cyfrowego i osobistego jako konkurencyjnych, lecz jako elementy jednego procesu obsługi.

Wybrane rekomendacje dla doradców finansowych:

- **Zacznąć od diagnozy, nie od produktu.** Pierwszym etapem rozmowy powinny być cele, sytuacja finansowa, potrzeby, ograniczenia i poziom wiedzy klienta.
- **Tłumaczyć, zamiast prezentować.** Każda rekomendacja powinna odpowiadać na trzy pytania: dlaczego to rozwiązanie, jakie daje korzyści i jakie ma ograniczenia/ryzyka.
- **Pokazywać alternatywy.** Przedstawianie więcej niż jednego wariantu wzmacnia poczucie kontroli i partnerskiego charakteru relacji.
- **Normalizować pytania podstawowe.** Klient nie powinien mieć poczucia, że brak wiedzy finansowej jest powodem do wstydu.
- **Budować relację także poza procesem sprzedaży.** Wartość doradcy powinna być widoczna również wtedy, gdy nie dochodzi do żadnej transakcji.
- **Rozwijać kompetencje komunikacyjne na równi z produktowymi.** Wiedza ekspercka bez umiejętności jej przekazania nie tworzy pełnej wartości dla klienta.
- **Wykorzystywać AI jako narzędzie pracy.** Automatyzować analizę, przygotowanie materiałów i część czynności operacyjnych, ale zachować człowieka w kluczowych momentach procesu decyzyjnego.

Wybrane rekomendacje dla instytucji finansowych:

- **Zmienić definicję jakości doradztwa.** Oprócz sprzedaży należy mierzyć satysfakcję, zrozumienie rekomendacji, dopasowanie rozwiązania, transparentność i trwałość relacji.
- **Doskonalić systemy motywacyjne,** uwzględniając obok wyników sprzedażowych również jakość obsługi, satysfakcję klientów, zarządzanie ryzykiem oraz długoterminową trwałość relacji z klientami.
- **Wprowadzić standard „wyjaśnij, zanim zaproponujesz rozwiązanie”.** Klient powinien mieć możliwość zrozumienia zarówno rekomendacji, jak i jej alternatyw, kosztów i ryzyk.
- **Budować hybrydowy model obsługi.** Technologia powinna zapewniać szybkość i wygodę, a doradca powinien przejmować te elementy procesu, w których kluczowe są interpretacja i relacja.
- **Rozwijać narzędzia wspierające personalizację.** Systemy CRM i AI powinny pomagać doradcy lepiej rozumieć klienta, jego cele i historię relacji.
- **Projektować różne ścieżki dla różnych poziomów doświadczenia klienta.** Inaczej powinien wyglądać pierwszy kontakt osoby bez doświadczenia, a inaczej obsługa klienta posiadającego wiedzę i doświadczenie inwestycyjne.

Wybrane rekomendacje dla organizacji branżowych, instytucji publicznych i edukatorów

- Otworzyć dialog na temat koncepcji niezależnego doradztwa finansowego w Polsce i statusu udzielanych rekomendacji dla klientów
- Wspierać rozwój standardów transparentnej komunikacji finansowej.
- Promować edukację finansową opartą na rozumieniu konsekwencji decyzji, a nie wyłącznie na znajomości produktów.
- Rozwijać standardy kompetencji doradców obejmujące zarówno wiedzę merytoryczną, jak i komunikację i współpracę z klientem.
- Wspierać odpowiedzialne wykorzystanie AI w doradztwie finansowym, z zachowaniem jasnej odpowiedzialności człowieka za rekomendację.
- Rozwijać rozwiązania zwiększające porównywalność kosztów, ryzyk i parametrów produktów.



Badanie pokazuje, że przyszłość profesjonalnego doradztwa finansowego nie musi być definiowana przez wybór między człowiekiem a technologią. Kluczowa zmiana dotyczy przede wszystkim roli doradcy.

Doradca przyszłości będzie coraz mniej potrzebny jako osoba dostarczająca informacje o produktach, a coraz bardziej jako osoba, która pomaga klientowi te informacje zrozumieć, uporządkować i przełożyć na decyzję. Jego wartość będzie wynikała z połączenia kompetencji, doświadczenia, niezależności, transparentności, umiejętności komunikacji i zdolności do budowania długoterminowego zaufania.

Dla instytucji finansowych oznacza to rosnące znaczenie kompleksowego podejścia do doradztwa, w którym oferowanie produktów finansowych łączy się ze wspieraniem klientów w podejmowaniu świadomych, długoterminowych decyzji.

W tym modelu technologia i sztuczna inteligencja nie muszą być konkurencją dla doradcy. Mogą stać się jego „drugą warstwą” wspierającą analizę, przetwarzanie informacji i przygotowanie rekomendacji, podczas gdy człowiek pozostanie odpowiedzialny za kontekst, rozmowę, interpretację i relację.

Ostatecznie więc doradcą finansowym przyszłości będzie nie ten, kto zna najwięcej produktów, lecz ten, kto **najlepiej potrafi przeprowadzić klienta przez proces podejmowania ważnych decyzji finansowych, w sposób zrozumiały, transparentny, dopasowany i dający klientowi poczucie bezpieczeństwa, sprawczości i kontroli.**

Życzę przyjemnej lektury,

dr hab. Katarzyna Sekścińska
Research & Insight Studio



Prezentacja badania





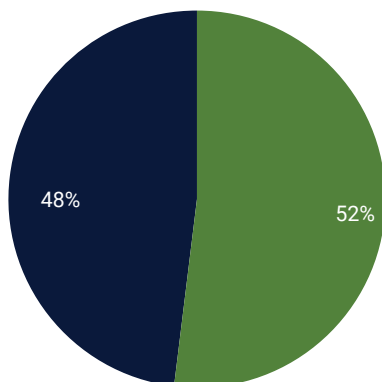
CHARAKTERYSTYKA BADANEJ PRÓBY

Socjodemograficzna charakterystyka badanej próby

W badaniu wzięło udział 1104 dorosłych, pracujących Polaków, w tym 577 kobiet i 527 mężczyzn,

w wieku od 21 do 40 lat (średnia wieku 31 lat). Większość badanych posiadała wyższe wykształcenie (67%), wykształcenie średnie zadeklarowało 28% osób, osoby o zasadniczym zawodowym wykształceniu stanowiły 4% próby, a o podstawowym wykształceniu stanowiły 1%.

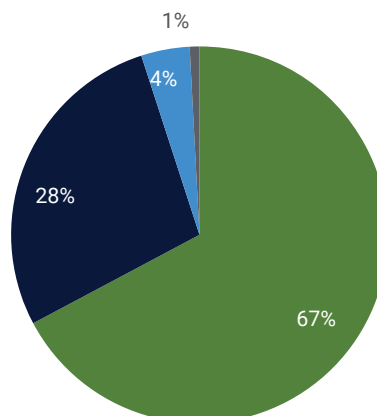
PŁEĆ RESPONDENTÓW



■ kobieta ■ mężczyzna

N = 1104

WYKSZTAŁCENIE



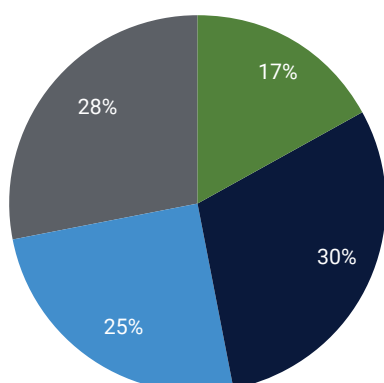
■ wyższe ■ średnie
■ zasadnicze zawodowe ■ podstawowe

N = 1104

Analizowana próba była zróżnicowana pod względem miejsca zamieszkania. 17% badanych stanowili mieszkańcy wsi, 30% mieszkańcy małych i średnich miast, 25% mieszkańcy dużych miast, 28% mieszkańcy wielkich miast.

Badana próba była zróżnicowana pod względem swojej sytuacji zawodowej. 85% uczestników pracowało „na etacie”, 15% prowadziło własną działalność gospodarczą, 9% pracowało dorywczo, 8% uczyło się/ studiowało, 2% zajmowało się domem. Warto podkreślić, że badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

WIELKOŚĆ MIEJSCA ZAMIESZKANIA



■ wieś
■ małe lub średnie miasto do 100 tys. mieszkańców
■ duże miasto od 100 tys. do 500 tys. mieszkańców
■ wielkie miasto powyżej 500 tys. mieszkańców

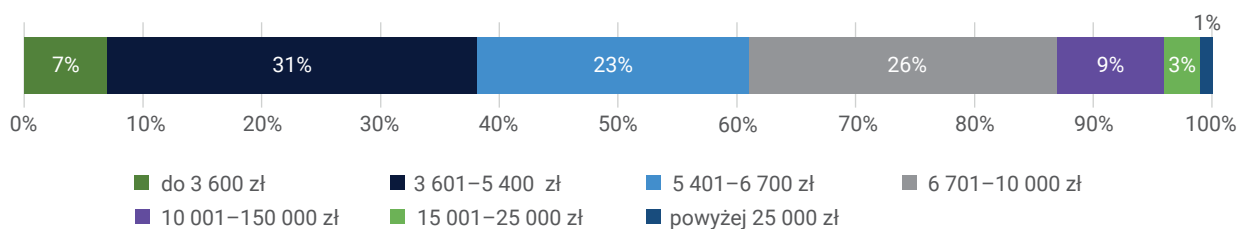
N = 1104

Sytuacja finansowa w badanej próbie

Obiektywna sytuacja finansowa w badanej próbie była zróżnicowana, przy czym mediana wyników mieściła się w przedziale między 5401 a 6700 zł netto, czyli do poziomu średniej krajowej aktualnej w momencie realizowania badania. 7% badanych wskazało dochód netto poniżej 3400 zł, czyli poniżej poziomu płacy minimalnej, 39% badanych zadeklarowało dochody powyżej średniej krajowej, w tym dochód powyżej 15 000 zł netto wskazało 4 % badanych.

Subiektywna ocena sytuacji finansowej również była zróżnicowana z medianą na poziomie oceny „dobrej”. 51% badanych oceniło swoją sytuację finansową pozytywnie, 41% neutralnie, a 7% negatywnie.

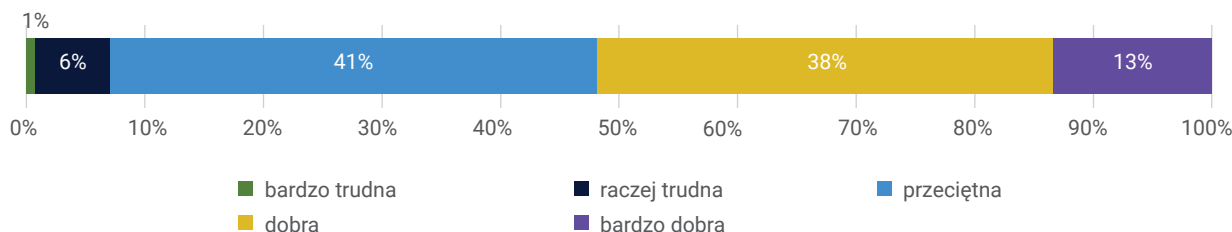
Korelacja między obiektywną a subiektywną oceną sytuacji finansowej wyniosła tylko $r = 0,42$, co jest interpretowane jako umiarkowana / średnia zależność.

**DOCHÓD NETTO**

N = 1104

Zatem subiektywna ocena sytuacji finansowej wykracza poza proste odzwierciedlenie dochodu, ujmując

również m.in. potrzeby, przekonania i aspiracje finansowe badanych.

SUBIEKTYWNA OCENA SWOJEJ SYTUACJI FINANSOWEJ

RÓŻNICE SOCJODEMOGRAFICZNE MIĘDZY OSOBAMI Z DOŚWIADCZENIEM WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ A OSOBAMI BEZ TAKIEGO DOŚWIADCZENIA

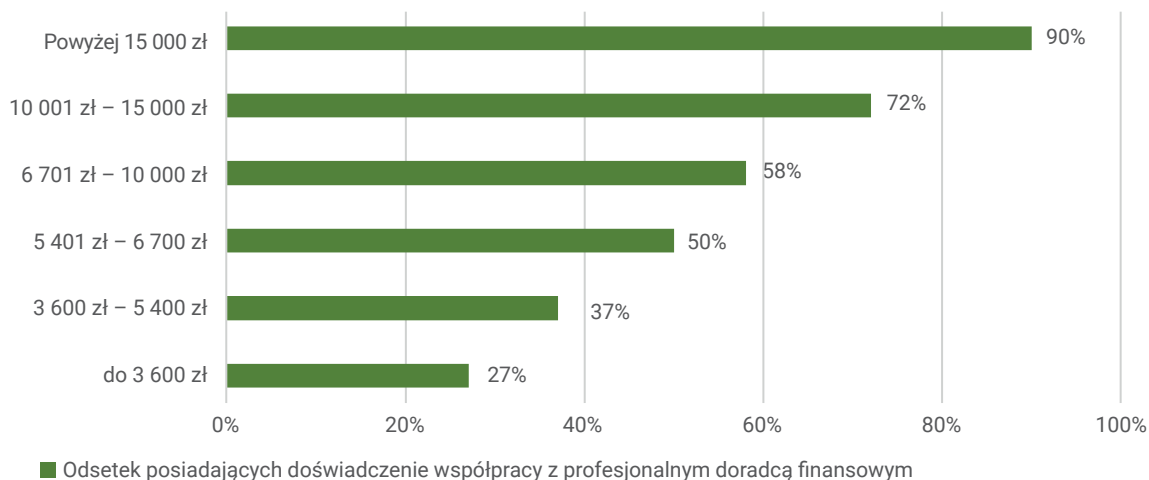
W analizowanej próbie 50% stanowiły osoby, które posiadają doświadczenie współpracy z profesjonalnym doradcą finansowym, a 50% osoby, które takich doświadczeń nie mają. Przy czym w grupie osób, które już współpracowały z doradcą 49% osób korzystało z tego rodzaju wsparcia w ciągu ostatnich 12 miesięcy, zaś 51% w ciągu 1-3 lat.

Doświadczenie współpracy z profesjonalnym doradcą finansowym deklaruje 65% mężczyzn i 37% kobiet. Częściej wskazują na nie również osoby prowadzące działalność gospodarczą (61%) niż pracujące na etacie (52%), a także osoby z wykształceniem średnim (55%) niż wyższym (47%). Wyraźna zależność widoczna jest także w odniesieniu do poziomu dochodów netto: odsetek osób mających doświadczenie współpracy z doradcą rośnie wraz z dochodem, od 27% wśród osób osiągających dochód na poziomie najniższej krajowej do 90% w grupie osób zarabiających powyżej 15 000 zł netto.

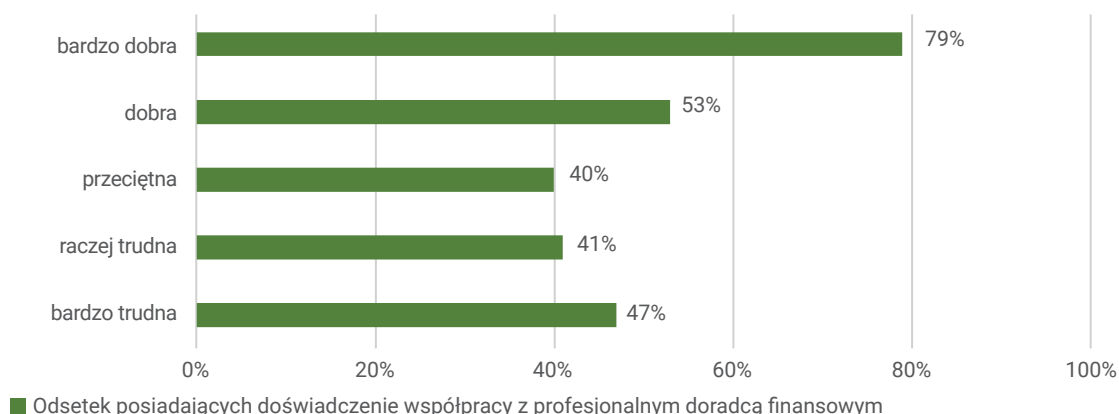
Interesujący, nieliniowy wzorec pojawia się natomiast w przypadku samooceny sytuacji finansowej. Doświadczenie współpracy z doradcą najczęściej deklarują osoby oceniające swoją sytuację jako

bardzo dobrą (79%), ale relatywnie wysoki odsetek występuje również wśród osób określających ją jako bardzo trudną (47%). W grupach oceniających swoją sytuację jako raczej trudną i przeciętną odsetek ten wynosi odpowiednio 41% i 40%, podczas gdy wśród osób oceniających ją jako dobrą sięga 53%.

Oznacza to, że korzystanie z usług profesjonalnego doradcy finansowego nie jest prostą funkcją pozytywnej oceny własnej sytuacji finansowej. Z doradcami mają doświadczenie zarówno osoby znajdujące się w bardzo dobrej sytuacji finansowej, jak i (choć w mniejszym stopniu) osoby mierzące się z poważniejszymi trudnościami. Może to wskazywać na różne funkcje, jakie pełni doradztwo finansowe w zależności od sytuacji klienta: w przypadku osób oceniających swoją sytuację jako bardzo trudną może być związane z potrzebą rozwiązania problemów lub uporządkowania finansów, natomiast wśród osób bardzo dobrze oceniających swoją sytuację może wiązać się z większymi możliwościami finansowymi, bardziej złożonymi decyzjami dotyczącymi zarządzania majątkiem czy planowania finansowego. Możliwe jest również, że część osób bardzo dobrze oceniających swoją obecną sytuację korzystała z doradztwa na wcześniejszym etapie swojej sytuacji finansowej. Na podstawie przedstawionych danych nie można jednak rozstrzygnąć, która z tych motywacji odpowiada za obserwowany wzorec.

**ODSETEK POSIADAJĄCYCH DOŚWIADCZENIE WSPÓŁPRACY Z PROFESJONALNYM
DORADCĄ FINANSOWYM W ZALEŻNOŚCI OD DOCHODU NETTO**

N = 1104

**ODSETEK POSIADAJĄCYCH DOŚWIADCZENIE WSPÓŁPRACY Z PROFESJONALNYM
DORADCĄ FINANSOWYM W ZALEŻNOŚCI OD SUBIEKTYWNEJ OCENY SWOJEJ SYTUACJI FINANSOWEJ**

N = 1104

**CZAS POŚWIĘCANY NA DBANIE
O FINANSE – OBECNIE I DEKLAROWANA
GOTOWOŚĆ**

Połowa badanych poświęca na dbanie o swoje finanse nie więcej niż 2 godziny miesięcznie. Największa grupa respondentów (32%) wskazuje 1–2 godziny, 22% poświęca na ten cel mniej niż godzinę, a 8% nie poświęca na dbanie o finanse żadnego czasu. Jednocześnie 20% badanych przeznacza na ten obszar 3–5 godzin miesięcznie, 5% 6–10 godzin, a kolejne 5% ponad 10 godzin. Łącznie 30% badanych poświęca obecnie na dbanie o swoje finanse co najmniej 3 godziny miesięcznie.

Deklarowana gotowość do zaangażowania jest większa. Połowa badanych byłaby skłonna poświęcać na dbanie o swoje finanse więcej niż 2 godziny miesięcznie, a najczęściej wskazywanym przedziałem jest

3–5 godzin (28%). Kolejne 12% deklaruje gotowość poświęcania 6–10 godzin, a 9% ponad 10 godzin. Łącznie 49% badanych byłoby gotowych przeznaczać na finanse co najmniej 3 godziny miesięcznie, podczas gdy obecnie robi to 30%. Tylko 3% nie chciałoby poświęcać na ten cel żadnego czasu. Pokazuje to wyraźną różnicę między obecnym poziomem zaangażowania a deklarowaną gotowością do większego zajmowania się własnymi finansami.

W przypadku osób z doświadczeniem współpracy z doradcą i osób bez takiego doświadczenia różnice są widoczne przede wszystkim w intensywności zaangażowania. W obu grupach połowa badanych poświęca obecnie nie więcej niż 2 godziny miesięcznie, jednak osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą znacznie częściej wskazują wyższe przedziały czasowe. W tej grupie 26% poświęca 3–5 godzin, 8% poświęca 6–10 godzin, a 9% – ponad



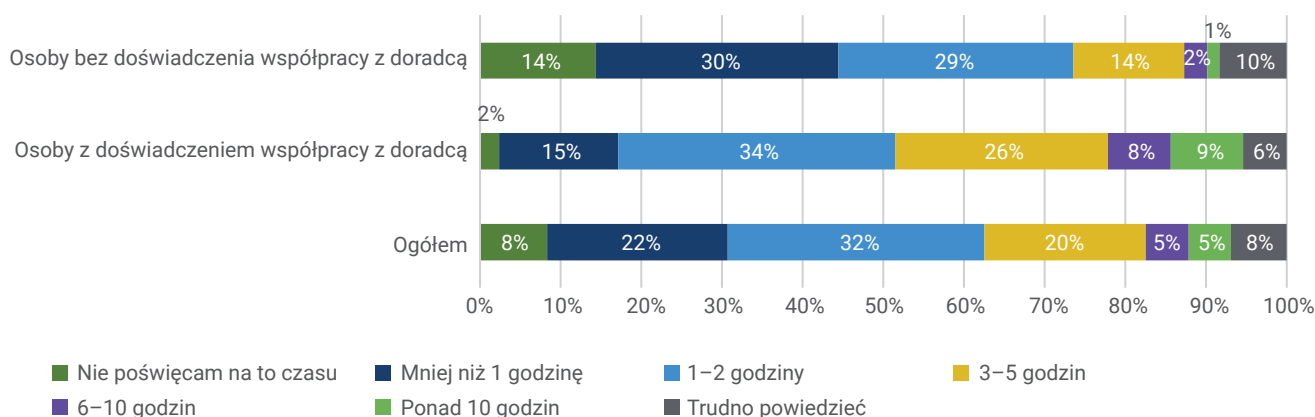
10 godzin miesięcznie. Wśród osób bez doświadczenia jest to odpowiednio 14%, 3% i 1%. Jednocześnie brak jakiegokolwiek zaangażowania deklaruje 2% osób z doświadczeniem doradczym, wobec 14% osób bez takiego doświadczenia.

Różnica jest jeszcze bardziej widoczna w deklarowanej gotowości do poświęcania czasu. Wśród osób z doświadczeniem współpracy z doradcą połowa byłaby skłonna przeznaczać więcej niż 2 godziny miesięcznie, podczas gdy wśród osób bez takiego doświadczenia większa część badanych pozostaje przy niższym poziomie deklarowanego

zaangażowania. Osoby z doświadczeniem częściej wskazują również gotowość do poświęcania 6-10 godzin (14% wobec 9%) oraz ponad 10 godzin miesięcznie (14% wobec 4%).

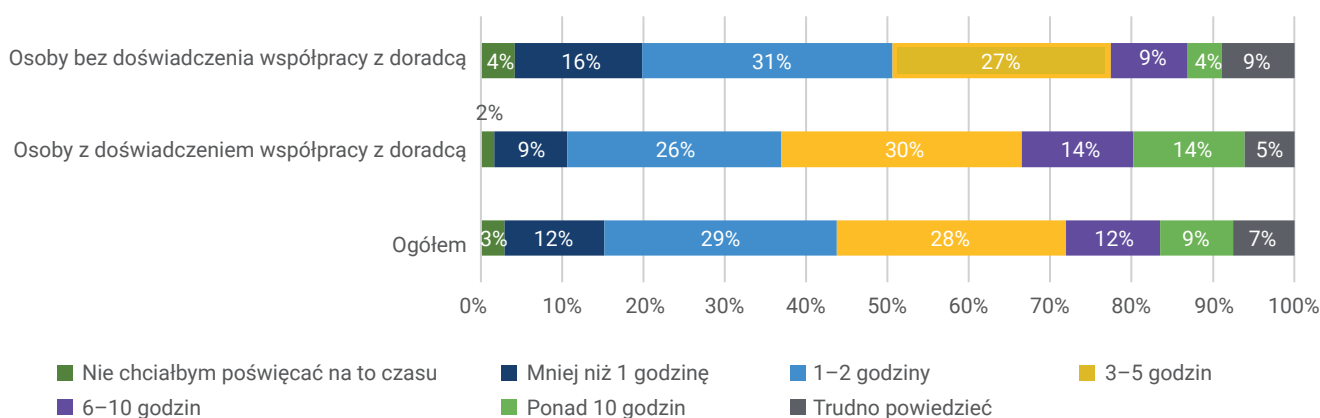
Dane pokazują zatem, że osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą są nie tylko bardziej aktywne w dbaniu o swoje finanse, ale także deklarują większą gotowość do poświęcania na ten cel czasu. Największa różnica między grupami dotyczy osób angażujących się najbardziej intensywnie, zarówno obecnie, jak i w deklarowanym modelu.

**ILE CZASU ŚREDNIO W MIESIĄCU POŚWIĘCZASZ NA DBANIE O SWOJE FINANSE
(NP. PROWADZENIE BUDŻETU DOMOWEGO, KONTROLA WYDATKÓW, BUDOWANIE PODUSZKI FINANSOWEJ,
FORMUŁOWANIE I REALIZACJA CELÓW FINANSOWYCH)?**



N = 1104

A ILE CZASU MIESIĘCZNIE BYŁABYŚ SKŁONNA / BYŁBYŚ SKŁONNY POŚWIĘCAĆ NA DBANIE O SWOJE FINANSE?



N = 1104

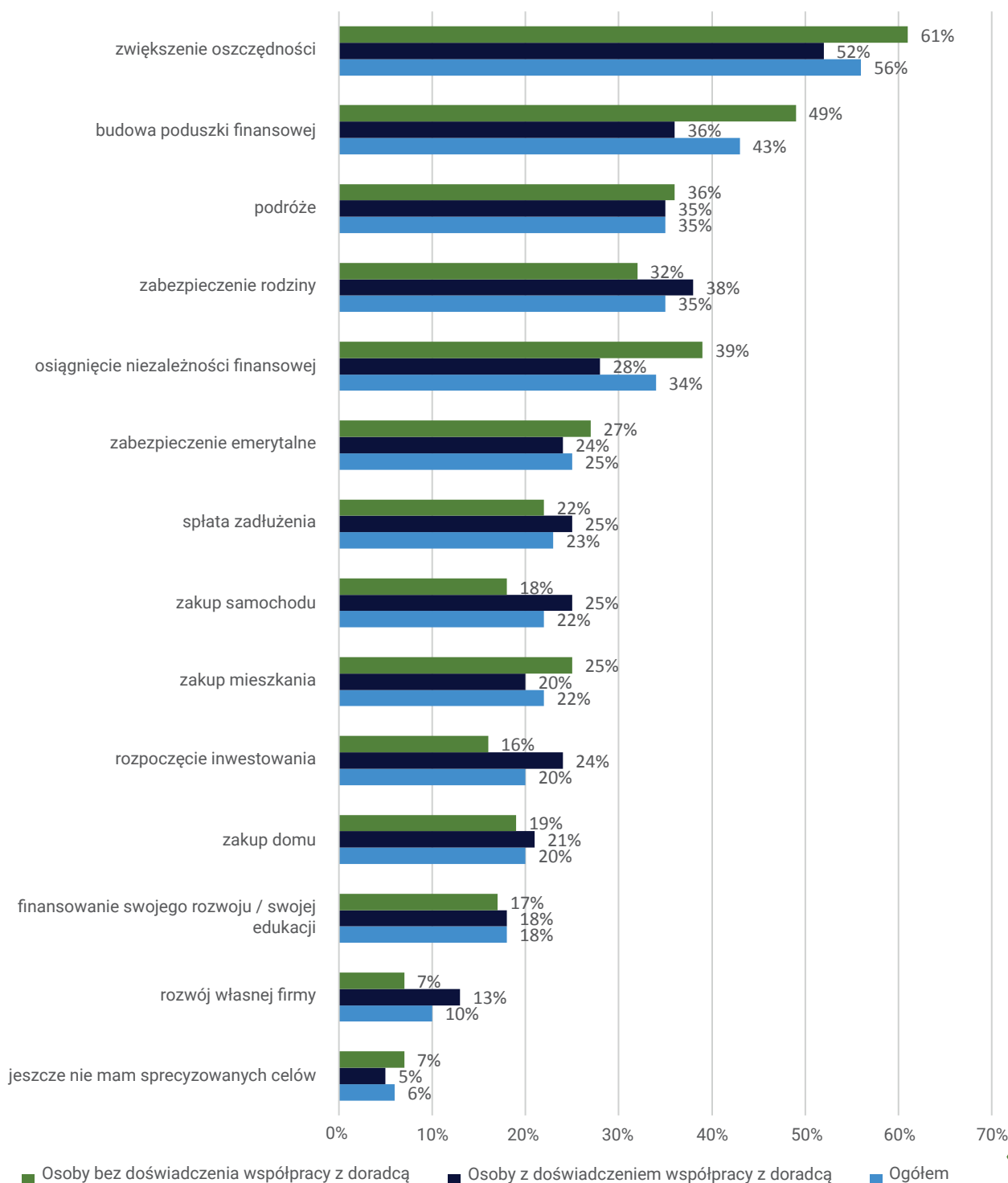


CELE FINANSOWE OSÓB Z DOŚWIADCZENIEM WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ VS OSÓB BEZ TAKIEGO DOŚWIADCZENIA

Najważniejszym celem finansowym badanych jest zwiększenie oszczędności (56%). W dalszej kolejności wskazywane są: budowa poduszki finansowej (43%), podróże (35%), zabezpieczenie rodziny (35%), osiągnięcie niezależności finansowej (34%),

oraz osiągnięcie niezależności finansowej (34%). Co czwarty badany wskazuje jako cel zabezpieczenie emerytalne (25%), spłatę zadłużenia (23%), zakup samochodu (22%), zakup mieszkania (22%) lub rozpoczęcie inwestowania (20%). Rzadziej wskazywane są cele związane z zakupem domu (20%), finansowaniem własnego rozwoju lub edukacji (18%) oraz rozwojem własnej firmy (10%). 6% badanych nie ma jeszcze sprecyzowanych celów finansowych.

**KTÓRE CELE FINANSOWE SĄ OBECNIE DLA CIEBIE NAJWAŻNIEJSZE?
WYBIERZ MAKSYMALNIE 5 ODPOWIEDZI**



N = 1104



Porównanie osób z doświadczeniem współpracy z doradcą z osobami bez takiego doświadczenia pokazuje kilka różnic. Osoby bez doświadczenia z doradcą częściej wskazują zwiększenie oszczędności (61% vs 52%) oraz budowę poduszki finansowej (49% vs 36%), a także osiągnięcie niezależności finansowej (39% vs 28%). Z kolei osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą częściej wskazują cele związane z rozwojem i większymi wydatkami, takie jak rozpoczęcie inwestowania (24% vs 16%), zakup samochodu (25% vs 18%) czy rozwój własnej firmy (13% vs 7%). Nieco częściej wskazują również zabezpieczenie rodziny (38% vs 32%).

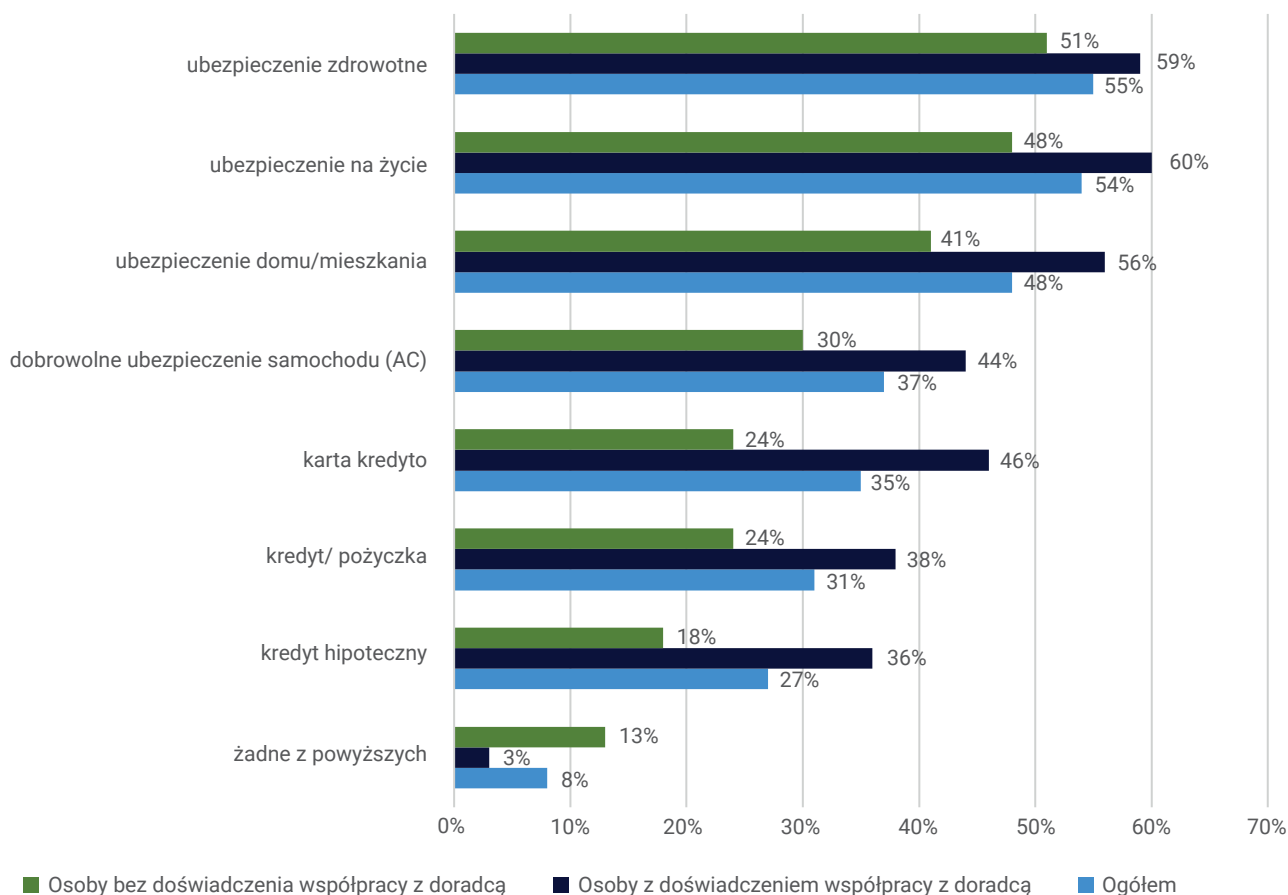
W pozostałych obszarach różnice są niewielkie: podobny odsetek osób z obu grup wskazuje m.in. finansowanie rozwoju lub edukacji (18% vs 17%), zakup domu (21% vs 19%) oraz podróże (35% vs 36%). Można więc zauważyć pewne przesunięcie akcentów: osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej koncentrują się na budowaniu finansowego zaplecza, podczas gdy osoby z takim doświadczeniem nieco częściej wskazują cele związane z inwestowaniem i rozwojem. To jednak opis współwystępowania tych cech, a nie zależności przyczynowej.

PRODUKTY FINANSOWE OSÓB Z DOŚWIADCZENIEM WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ VS OSÓB BEZ TAKIEGO DOŚWIADCZENIA

Kolejnym analizowanym obszarem jest zakres posiadanych produktów finansowych. W odniesieniu do ubezpieczeń oraz produktów związanych z finansowaniem i zobowiązaniami, porównanie osób z doświadczeniem współpracy z profesjonalnym doradcą finansowym z osobami bez takiego doświadczenia pokazuje wyraźne różnice w strukturze posiadanych produktów.

Najczęściej posiadanymi produktami ubezpieczeniowymi są ubezpieczenie zdrowotne, którego posiadanie deklaruje 55% badanych i ubezpieczenie na życie, wskazywane przez 54% próby. Niemal połowa badanych ma ubezpieczenie domu lub mieszkania (48%), natomiast 37% posiada dobrowolne ubezpieczenie samochodu (AC). We wszystkich tych przypadkach odsetki są wyższe wśród osób mających doświadczenie współpracy z doradcą. Największa różnica dotyczy ubezpieczenia domu lub mieszkania, które posiada 56% osób z doświadczeniem współpracy z doradcą wobec 41% osób bez takiego doświadczenia. W przypadku ubezpieczenia na życie jest to odpowiednio 60% i 48%, ubezpieczenia samochodu AC: 44% i 30%, a ubezpieczenia zdrowotnego: 59% i 51%.

KTÓRE Z PONIŻSZYCH PRODUKTÓW FINANSOWYCH POSIADASZ?





W odniesieniu do produktów kredytowych/ pożyczkowych: 35% badanych posiada kartę kredytową, 31% kredyt, pożyczkę lub kartę kredytową, a 27% kredyt hipoteczny. Także tutaj osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą częściej deklarują posiadanie poszczególnych produktów. Szczególnie duża różnica dotyczy kredytu hipotecznego, który posiada 36% osób z doświadczeniem współpracy z doradcą i 18% osób bez takiego doświadczenia. W przypadku karty kredytowej odsetki wynoszą odpowiednio 46% i 24%, a kredytu, pożyczki lub karty kredytowej odpowiednio 38% i 24%.

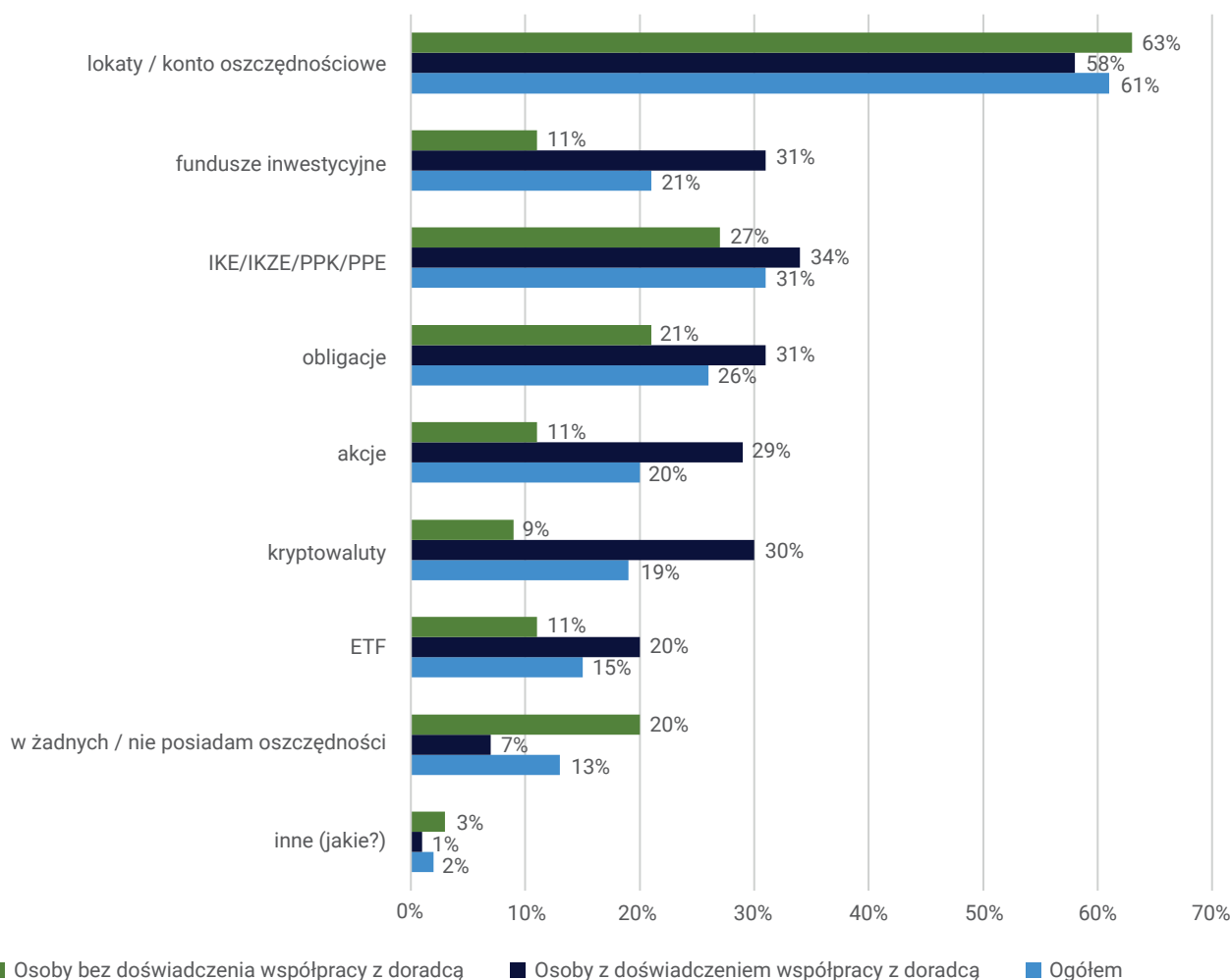
Warto również zwrócić uwagę, że brak któregośkolwiek z analizowanych produktów finansowych deklaruje 8% badanych ogółem, przy czym odsetek ten jest ponad czterokrotnie wyższy wśród osób bez doświadczenia współpracy z doradcą (13%) niż wśród osób, które takie doświadczenie mają (3%).

Całościowo dane pokazują więc, że osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą częściej posiadają zarówno produkty ubezpieczeniowe, jak i produkty

związane z zobowiązaniami finansowymi. Różnice między grupami są szczególnie widoczne w przypadku kredytu hipotecznego, karty kredytowej oraz ubezpieczenia domu lub mieszkania. Może to wskazywać na większe zaangażowanie tej grupy w korzystanie z różnorodnych produktów finansowych i bardziej rozbudowaną relację z rynkiem finansowym. Z drugiej strony, nie można na tej podstawie stwierdzić, że to współpraca z doradcą prowadzi do posiadania większej liczby produktów-możliwe jest również, że osoby korzystające z większej liczby produktów finansowych częściej sięgają po profesjonalne doradztwo.

W odniesieniu do produktów, w których badani obecnie oszczędzają lub inwestują swoje środki, najczęściej wskazywaną formą są lokaty lub konta oszczędnościowe, z których korzysta 61% badanych. Kolejne miejsca zajmują rozwiązania emerytalne jak: IKE, IKZE, PPK lub PPE oraz fundusze inwestycyjne (po 31%), a także obligacje (26%). Co piąty badany posiada akcje (20%), a 19% inwestuje w kryptowaluty. ETF-y wskazuje 15% badanych. Jednocześnie 13% osób deklaruje, że nie posiada oszczędności.

W JAKICH PRODUKTACH FINANSOWYCH OBECNIE OSZCZĘDZASZ / INWESTUJESZ ŚRODKI?



N = 1104

Porównanie osób z doświadczeniem współpracy z doradcą z osobami bez takiego doświadczenia pokazuje różnice przede wszystkim w przypadku inwestycyjnych form lokowania kapitału. Osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą częściej deklarują posiadanie akcji (29% vs 11%), kryptowalut (30% vs 9%), ETF (20% vs 11%) oraz obligacji (31% vs 21%). Częściej korzystają również z produktów emerytalnych i długoterminowego oszczędzania, takich jak: IKE, IKZE, PPK lub PPE, co wskazuje 34% osób z doświadczeniem współpracy z doradcą wobec 27% osób bez takiego doświadczenia.

Jednocześnie lokaty i konta oszczędnościowe są równie powszechne w obu grupach, wskazuje je 58% osób z doświadczeniem współpracy z doradcą i 63% osób bez takiego doświadczenia. **Szczególnie interesujący jest natomiast wynik dotyczący funduszy inwestycyjnych: deklaruje je 31% osób z doświadczeniem współpracy z doradcą oraz 11% osób bez takiego doświadczenia.** Wyrażna jest również różnica w deklarowanym braku oszczędności, co dotyczy 7% osób mających doświadczenie współpracy z doradcą i 20% osób bez takiego doświadczenia.

Ogólny obraz wskazuje więc, że osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą częściej korzystają z bardziej zróżnicowanych i inwestycyjnych form lokowania środków, szczególnie z akcji, kryptowalut, ETF i obligacji, lub patrząc z drugiej perspektywy, że osoby mające większą biegłość w świecie finansów, częściej korzystają ze wsparcia doradców. Jednocześnie podstawowa forma oszczędzania, jaką są lokaty i konta oszczędnościowe,

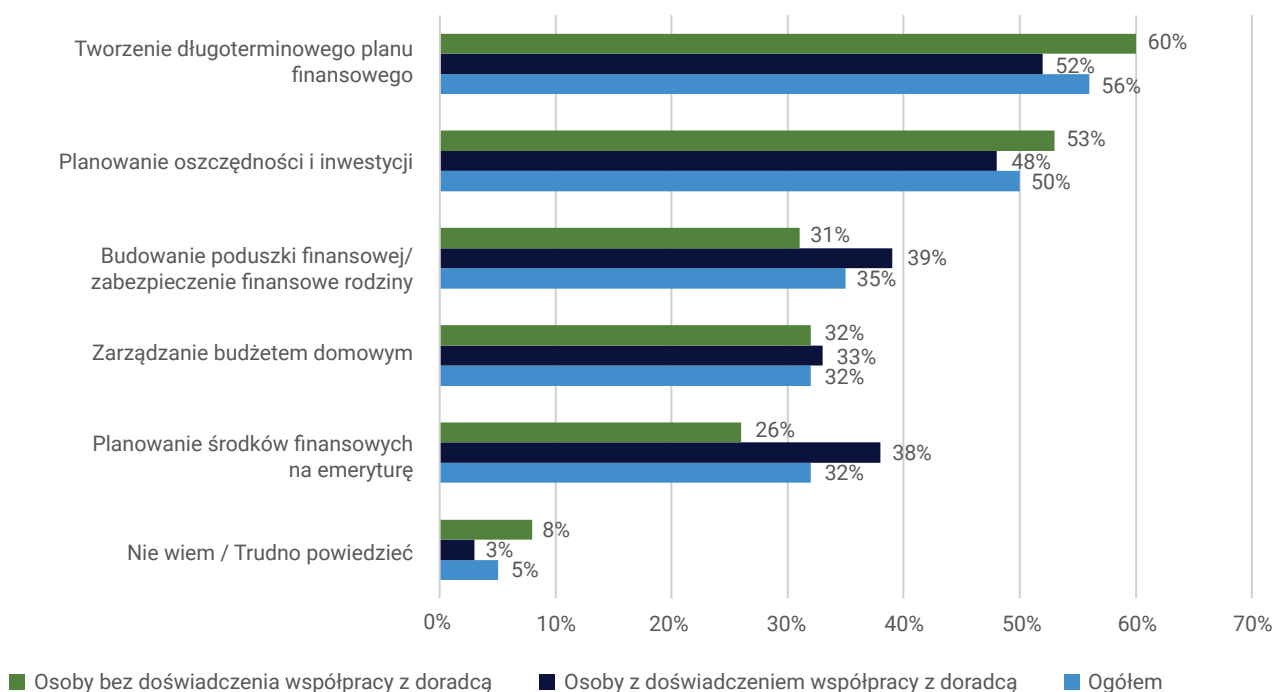
pozostaje w obu grupach równie popularna. Można to interpretować jako większe zróżnicowanie sposobów inwestowania w grupie osób mających doświadczenie współpracy z doradcą, przy czym przedstawione dane nie pozwalają stwierdzić, czy jest ono efektem korzystania z doradztwa, czy też osoby bardziej aktywne inwestycyjnie częściej decydują się na kontakt z doradcą.

PLANOWANIE FINANSOWE OCZAMI OSÓB Z DOŚWIADCZENIEM WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ VS OSÓB BEZ TAKIEGO DOŚWIADCZENIA

49% badanych spotkało się z usługą „planowania finansowego”. Znajomość tej usługi jest jednak wyraźnie zróżnicowana w zależności od wcześniejszego doświadczenia współpracy z doradcą. Deklaruje ją 71% osób, które miały takie doświadczenie, wobec 28% osób bez doświadczenia współpracy z doradcą.

Tak duża różnica wskazuje na silne powiązanie między kontaktem z doradcą a znajomością usługi planowania finansowego. Możliwe, że osoby współpracujące z doradcą częściej zetknęły się z tą usługą bezpośrednio w ramach kontaktu z rynkiem doradztwa. Jednocześnie wynik może również odzwierciedlać większe zainteresowanie tematyką finansową w tej grupie. Osoby bardziej aktywnie zarządzające swoimi finansami mogą częściej zarówno korzystać z doradztwa, jak i znać usługi związane z planowaniem finansowym. Na podstawie danych nie można określić kierunku tej zależności.

Z CZYM KOJARZY CI SIĘ USŁUGA PLANOWANIA FINANSOWEGO?





Najczęściej usługą planowania finansowego kojarzy się badany z tworzeniem długoterminowego planu finansowego (56%) oraz planowaniem oszczędności i inwestycji (50%). Rzadziej wskazywane są budowanie poduszki finansowej i zabezpieczenie finansowe rodziny (35%), zarządzanie budżetem domowym (32%) oraz planowanie środków finansowych na emeryturę (32%). 5% badanych nie potrafi jednoznacznie powiedzieć, z czym kojarzy im się ta usługa.

Porównanie obu grup pokazuje, że skojarzenia z planowaniem finansowym są dość podobne niezależnie od doświadczenia współpracy z doradcą. Wśród osób z takim doświadczeniem częściej wskazywane są planowanie środków na emeryturę (38% vs 26%) oraz budowanie poduszki finansowej i zabezpieczenie finansowe rodziny (39% vs 31%). Z kolei osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą nieco częściej kojarzą planowanie finansowe z tworzeniem długoterminowego planu finansowego (60% vs 52%) oraz planowaniem oszczędności i inwestycji (53% vs 48%). Zarządzanie budżetem domowym jest wskazywane równie często w obu grupach (po 32%).

Warto zwrócić uwagę, że różnice między grupami są znacznie mniejsze niż w przypadku samej znajomości usługi planowania finansowego. O ile wcześniejsze doświadczenie współpracy z doradcą wyraźnie wiąże się z częstszym zetknięciem się z tą usługą, o tyle nie prowadzi do zasadniczo odmiennego sposobu jej rozumienia. W obu grupach dominuje skojarzenie planowania finansowego z długoterminowym planowaniem oraz zarządzaniem oszczędnościami i inwestycjami.

OCZEKIWANIA DOTYCZĄCE ZAANGAŻOWANIA DORADCY W RÓŻNYCH OBSZARACH FUNKCJONOWANIA FINANSOWEGO

Badani oczekują od profesjonalnego doradcy finansowego przede wszystkim wsparcia w obszarach związanych z budowaniem i pomnażaniem majątku oraz bezpieczeństwem finansowym. Najczęściej wskazywane są: oszczędzanie i budowanie bezpieczeństwa finansowego (43%), inwestowanie i pomnażanie majątku (41%) oraz analiza sytuacji finansowej klienta (37%). Około jedna trzecia badanych oczekuje

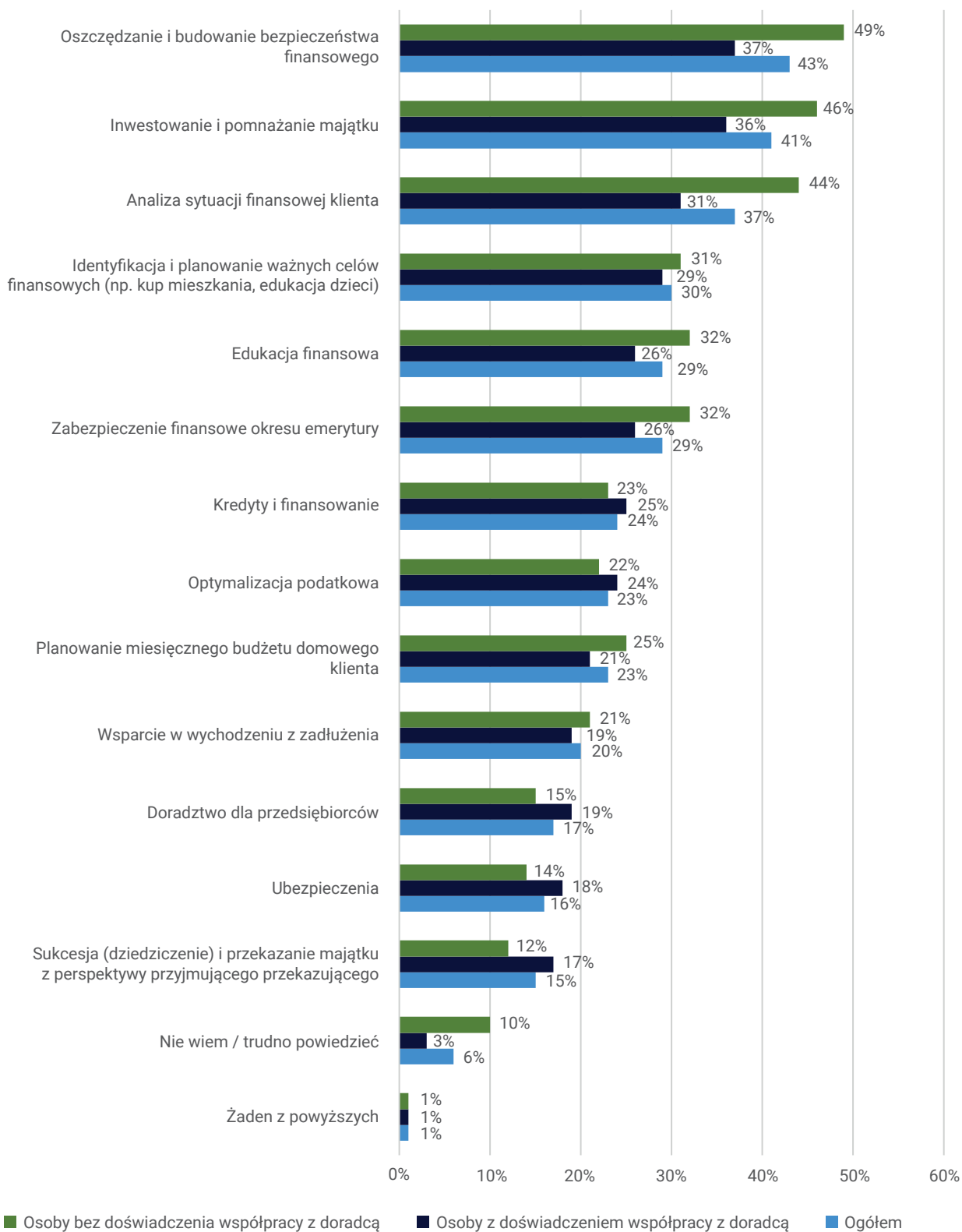
również wsparcia w identyfikacji i planowaniu ważnych celów finansowych (30%), edukacji finansowej (29%) oraz zabezpieczeniu finansowym okresu emerytury (29%).

Rzadziej wskazywane są obszary związane z konkretnymi produktami lub sytuacjami finansowymi: kredyty i finansowanie (24%), optymalizacja podatkowa (23%), planowanie miesięcznego budżetu domowego (23%) oraz wsparcie w wychodzeniu z zadłużenia (20%). Jeszcze mniej osób oczekuje od doradcy doradztwa dla przedsiębiorców (17%), ubezpieczeń (16%) czy wsparcia w sukcesji i przekazaniu majątku (15%). 6% badanych nie potrafi określić, jakimi obszarami powinien zajmować się profesjonalny doradca.

Porównanie osób z doświadczeniem współpracy z doradcą z osobami bez takiego doświadczenia, pokazuje, że osoby bez doświadczenia częściej oczekują wsparcia w oszczędzaniu i budowaniu bezpieczeństwa finansowego (49% vs 37%), inwestowaniu i pomnażaniu majątku (46% vs 36%) oraz analizie swojej sytuacji finansowej (44% vs 31%). Częściej wskazują również edukację finansową (32% vs 26%) i zabezpieczenie finansowe okresu emerytury (32% vs 26%).

Z kolei osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą nieco częściej wskazują konkretne, specjalistyczne obszary wsparcia, takie jak kredyty i finansowanie (25% vs 23%), optymalizacja podatkowa (24% vs 22%), doradztwo dla przedsiębiorców (19% vs 15%) czy ubezpieczenia (18% vs 14%). Różnice w tych obszarach są jednak niewielkie.

Zatem, osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej niż osoby mające takie doświadczenie oczekują od niego wsparcia w podstawowych i szeroko rozumianych obszarach zarządzania finansami-bezpieczeństwem, inwestowaniu, analizie sytuacji czy edukacji finansowej. W grupie mającej doświadczenie oczekiwania są nieco bardziej przesunięte w stronę konkretnych produktów i specjalistycznych obszarów doradztwa. Może to sugerować, że bezpośredni kontakt z doradcą wiąże się z bardziej konkretnym wyobrażeniem o zakresie jego roli, podczas gdy osoby bez takiego doświadczenia częściej postrzegają doradcę jako ogólnego przewodnika po finansach. Jest to jednak interpretacja wyników, a nie zależność przyczynowa.

KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH OBSZARÓW, TWOIM ZDANIEM, POWINIEN ZAJMOWAĆ SIĘ
TWÓJ OBECNY LUB PRZYSZŁY PROFESJONALNY DORADCA FINANSOWY?

■ Osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą

■ Osoby z doświadczeniem współpracy z doradcą

■ Ogółem



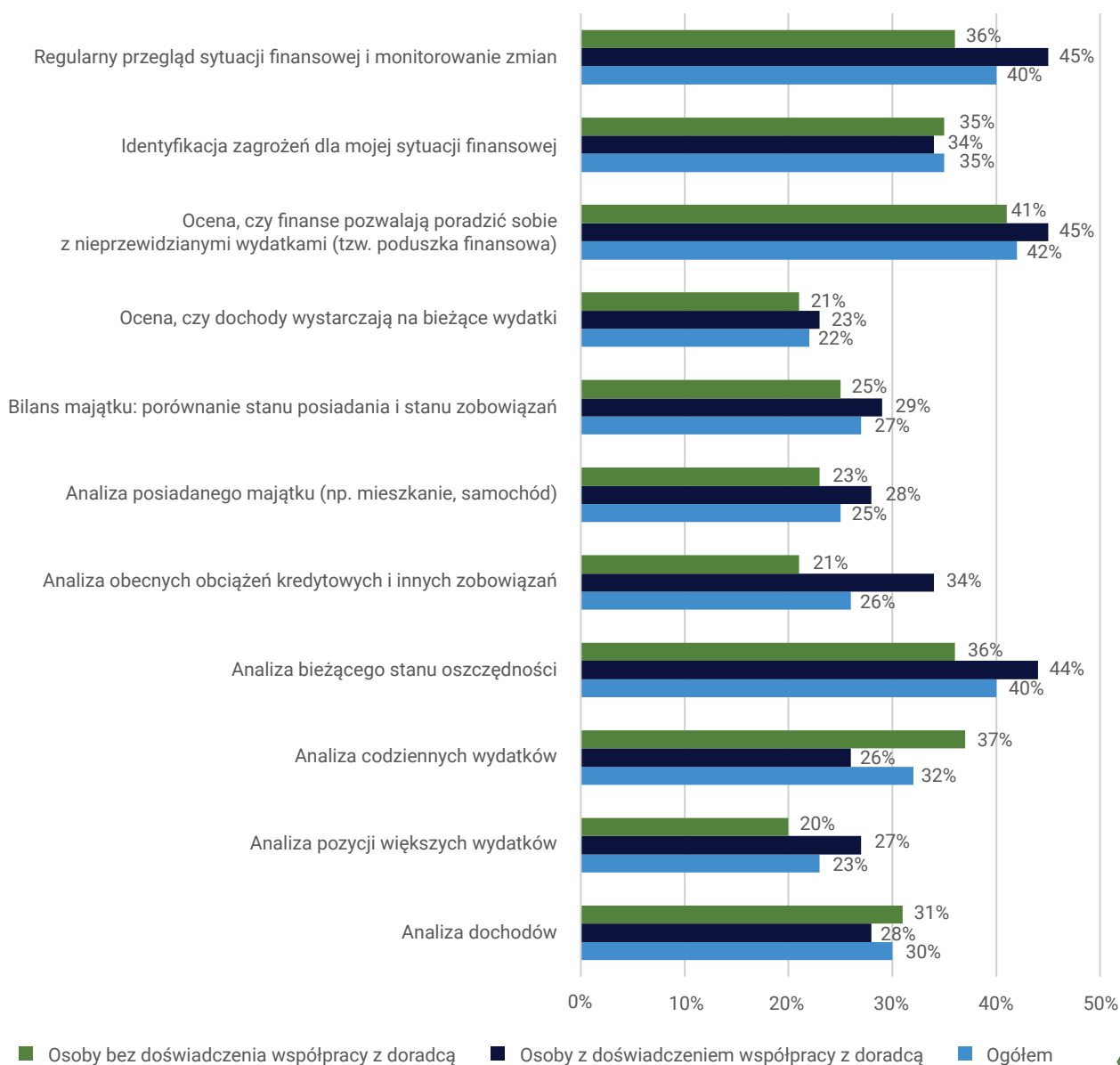
Oczekiwania wobec doradcy w obszarze analizy sytuacji finansowej klienta

Analizując oczekiwania wobec doradcy finansowego w zakresie oceny bieżącej sytuacji finansowej, badani najczęściej wskazują na kwestie związane z bezpieczeństwem finansowym i monitorowaniem swojej sytuacji. Najczęściej chcieliby, aby doradca ocenił, czy ich finanse pozwalają poradzić sobie z nieprzewidywanymi wydatkami, czyli zweryfikował poziom poduszki finansowej (42%). Po 40% badanych oczekuje analizy bieżącego stanu oszczędności oraz regularnego przeglądu sytuacji finansowej i monitorowania zachodzących zmian. 35% wskazuje na potrzebę identyfikacji zagrożeń dla swojej sytuacji finansowej, a 32% analizy codziennych

wydatków. Rzadziej oczekiwane są analiza dochodów (30%), analiza obecnych obciążeń kredytowych i innych zobowiązań (26%), bilans majątku, czyli porównanie stanu posiadania i zobowiązań (27%), analiza posiadanego majątku (25%), analiza większych wydatków (23%) oraz ocena, czy dochody wystarczają na bieżące wydatki (22%).

Porównanie obu grup pokazuje kilka wyraźniejszych różnic. Osoby z doświadczeniem współpracy z doradcą częściej oczekują analizy oszczędności (44% vs 36%), regularnego przeglądu sytuacji finansowej (45% vs 36%) oraz analizy obecnych obciążeń kredytowych i innych zobowiązań (34% vs 21%). Częściej wskazują również analizę większych wydatków (27% vs 20%) i posiadanego majątku (28% vs 23%).

KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW CHCIAŁ(A)BYŚ, BY ZAJĄŁ SIĘ DORADCA FINANSOWY, ANALIZUJĄC TWOJĄ SYTUACJĘ FINANSOWĄ?



N = 1104



Z kolei osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej chciałyby, aby doradca zajął się analizą codziennych wydatków (37% vs 26%) oraz (choć różnica jest niewielka) analizą dochodów (31% vs 28%). W pozostałych obszarach oczekiwania są zbliżone, m. in. w zakresie oceny możliwości poradzenia sobie z nieprzewidywanymi wydatkami (41% vs 45%) czy identyfikacji zagrożeń dla sytuacji finansowej (35% vs 34%).

Wyniki sugerują, że osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą nieco częściej oczekują od niego systematycznej i przekrojowej analizy finansów, obejmującej oszczędności, zobowiązania, majątek oraz monitorowanie zmian w czasie. Osoby bez takiego doświadczenia częściej wskazują natomiast na analizę codziennych wydatków. Może to wskazywać na różny poziom konkretyzacji oczekiwań wobec doradcy: w pierwszej grupie większy nacisk położony jest na całłościowy przegląd i monitorowanie sytuacji, w drugiej – na bieżące zarządzanie finansami gospodarstwa domowego.

Oczekiwania wobec doradcy w obszarze planowania budżetu domowego

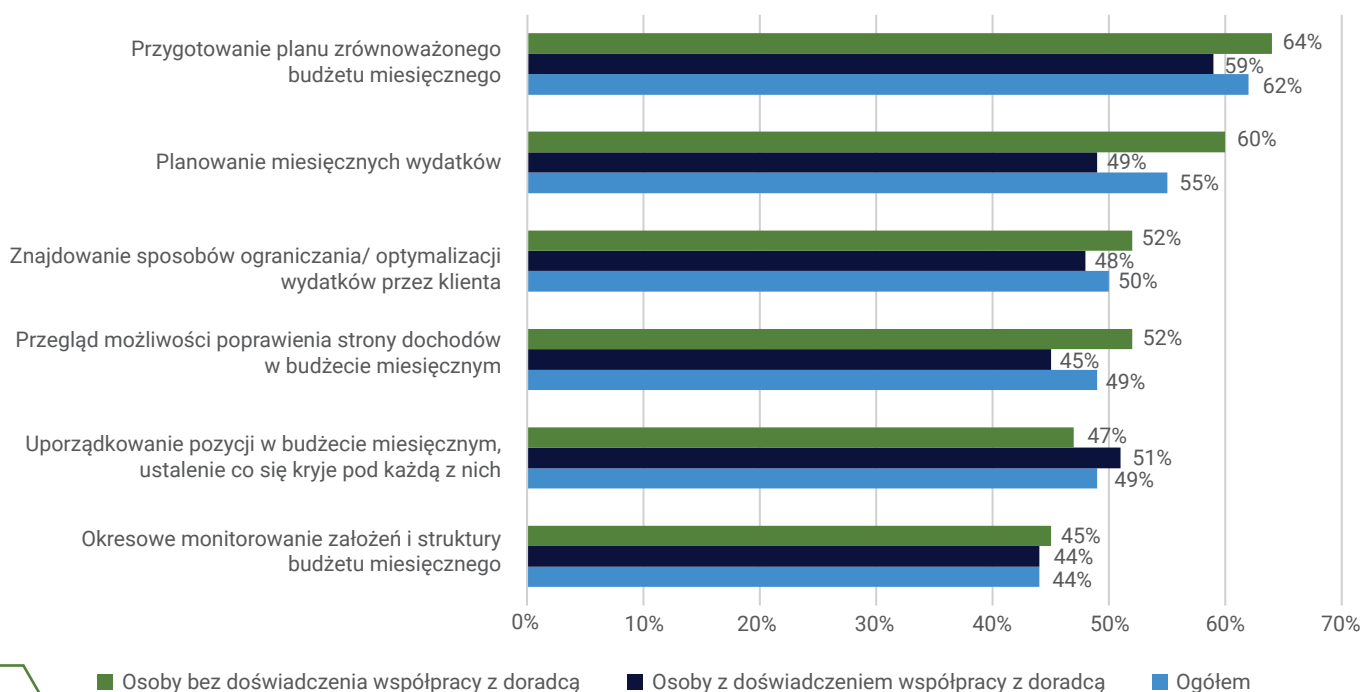
W obszarze planowania domowego budżetu badani przede wszystkim oczekują od doradcy pomocy w przygotowaniu zrównoważonego budżetu miesięcznego (62%). Kolejne miejsca zajmują planowanie miesięcznych wydatków (55%) oraz znajdowanie sposobów ograniczania lub optymalizacji wydatków (50%). Po 49% badanych wskazuje na

potrzebę uporządkowania pozycji w budżecie miesięcznym oraz przeglądu możliwości poprawienia strony dochodów. 44% oczekuje natomiast okresowego monitorowania założeń i struktury budżetu.

Oczekiwania osób z doświadczeniem współpracy z doradcą i osób bez takiego doświadczenia są w tym obszarze bardzo podobne. Największa różnica dotyczy planowania miesięcznych wydatków (60% vs 49%), które częściej wskazują osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą. Podobnie jest w przypadku przeglądu możliwości poprawienia strony dochodów (52% vs 45%) oraz znajdowania sposobów ograniczania lub optymalizacji wydatków (52% vs 48%). W pozostałych obszarach różnice są niewielkie. Przygotowanie zrównoważonego budżetu miesięcznego wskazuje 64% osób bez doświadczenia i 59% osób z doświadczeniem, natomiast uporządkowanie pozycji w budżecie odpowiednio 47% i 51%. Okresowe monitorowanie budżetu jest wskazywane niemal identycznie (45% vs 44%).

Wyniki pokazują więc dużą spójność oczekiwań obu grup. Osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą nieco częściej oczekują praktycznej pomocy w planowaniu wydatków, poprawie dochodów i optymalizacji kosztów, ale różnice (poza planowaniem miesięcznych wydatków) nie są duże. Niezależnie od wcześniejszego doświadczenia najważniejszym oczekiwaniem pozostaje pomoc w stworzeniu zrównoważonego budżetu miesięcznego.

KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW POWINIEN ZAJMOWAĆ SIĘ DORADCA FINANSOWY, POMAGAJĄC ZAPLANOWAĆ DOMOWY BUDŻET?





Oczekiwania wobec doradcy w obszarze oszczędzania

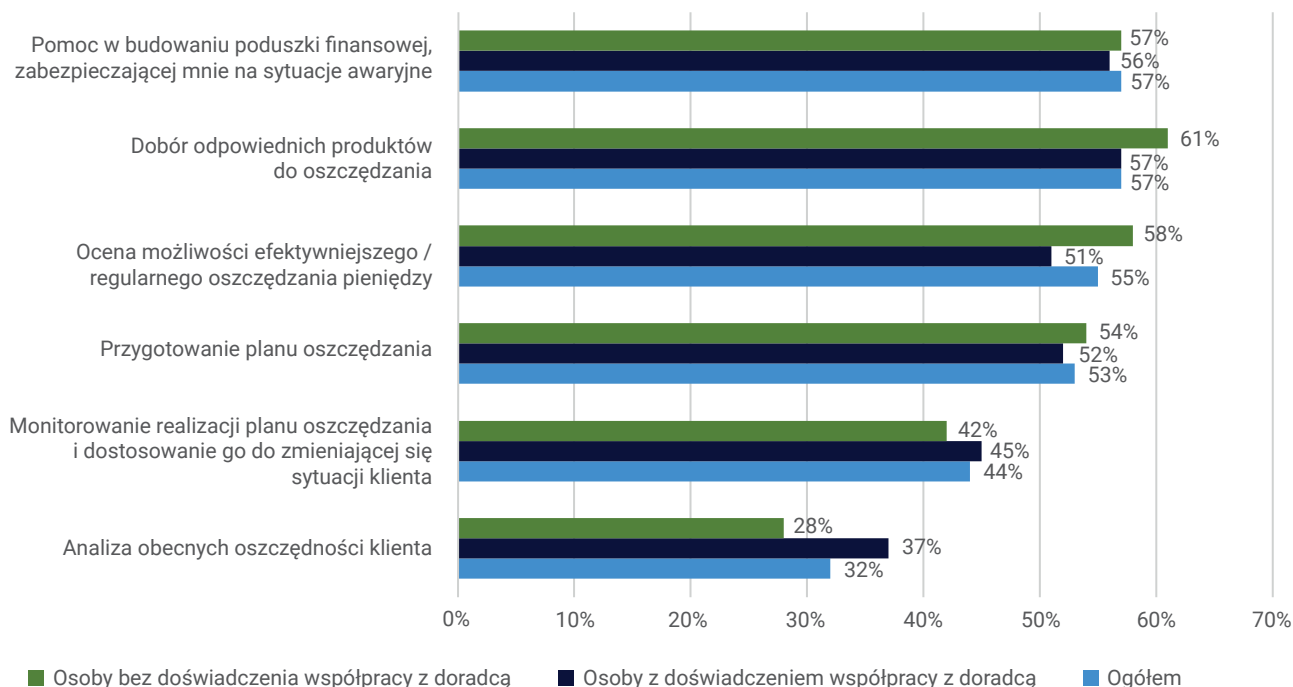
W kontekście oszczędzania badani najczęściej oczekują od doradcy finansowego wsparcia w budowaniu poduszki finansowej oraz doborze odpowiednich produktów do oszczędzania (po 57% wskazań). 55% badanych chciałoby, aby doradca pomógł ocenić możliwości bardziej efektywnego lub regularnego oszczędzania pieniędzy, a 53% aby przygotował plan oszczędzania. Nieco rzadziej wskazywane jest monitorowanie realizacji planu oszczędzania i dostosowywanie go do zmieniającej się sytuacji klienta (44%). Najrzadziej badani oczekują natomiast analizy obecnych oszczędności (32%).

Porównanie obu grup pokazuje, że oczekiwania osób z doświadczeniem współpracy z doradcą i osób bez takiego doświadczenia są bardzo zbliżone. Największe różnice dotyczą oceny możliwości efektywniejszego lub regularnego oszczędzania (58% vs 51%) oraz doboru odpowiednich produktów do oszczędzania (61% vs 57%). W obu przypadkach częściej

wskazują je osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą. Nieco częściej osoby te wskazują również na przygotowanie planu oszczędzania (54% vs 52%). Po stronie osób z doświadczeniem współpracy z doradcą wyróżnia się przede wszystkim analiza obecnych oszczędności (37% vs 28%), czyli różnica wynosząca 9 pkt proc. W przypadku pozostałych elementów różnice są niewielkie, np. monitorowanie realizacji planu oszczędzania wskazuje 45% osób z doświadczeniem i 42% osób bez takiego doświadczenia, a pomoc w budowaniu poduszki finansowej odpowiednio 56% i 57%.

Wyniki pokazują, że wcześniejsze doświadczenie współpracy z doradcą nie wiąże się z zasadniczo odmiennymi oczekiwaniami wobec wsparcia w oszczędzaniu. Jeśli pojawiają się różnice, dotyczą przede wszystkim akcentów: osoby bez doświadczenia częściej oczekują pomocy w zwiększaniu efektywności oszczędzania i wyborze produktów, natomiast osoby mające takie doświadczenie nieco częściej wskazują na analizę już posiadanych oszczędności. Różnice te są jednak umiarkowane.

KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW POWINIEN ZAJMOWAĆ SIĘ DORADCA FINANSOWY W KONTEKŚCIE TWOJEGO OSZCZĘDZANIA?



N = 1104



Oczekiwania wobec doradcy w obszarze inwestowania

W kontekście inwestowania badani najczęściej oczekują od doradcy finansowego doboru produktów inwestycyjnych (51%) oraz pomocy w doborze strategii inwestycyjnej (49%). 46% badanych wskazuje na potrzebę przygotowania indywidualnego portfela inwestycyjnego, a 43% praktycznej edukacji finansowej w zakresie inwestowania. Kolejne miejsca zajmują ocena poziomu akceptacji ryzyka (39%) i monitorowanie wyników inwestycji (38%). Po 36% badanych oczekuje wyjaśniania ryzyka związanego z inwestowaniem oraz analizy celów inwestycyjnych i ich dopasowania do potrzeb i możliwości. Najrzadziej wskazywana jest identyfikacja lub wsparcie w identyfikacji celów inwestycyjnych (23%).

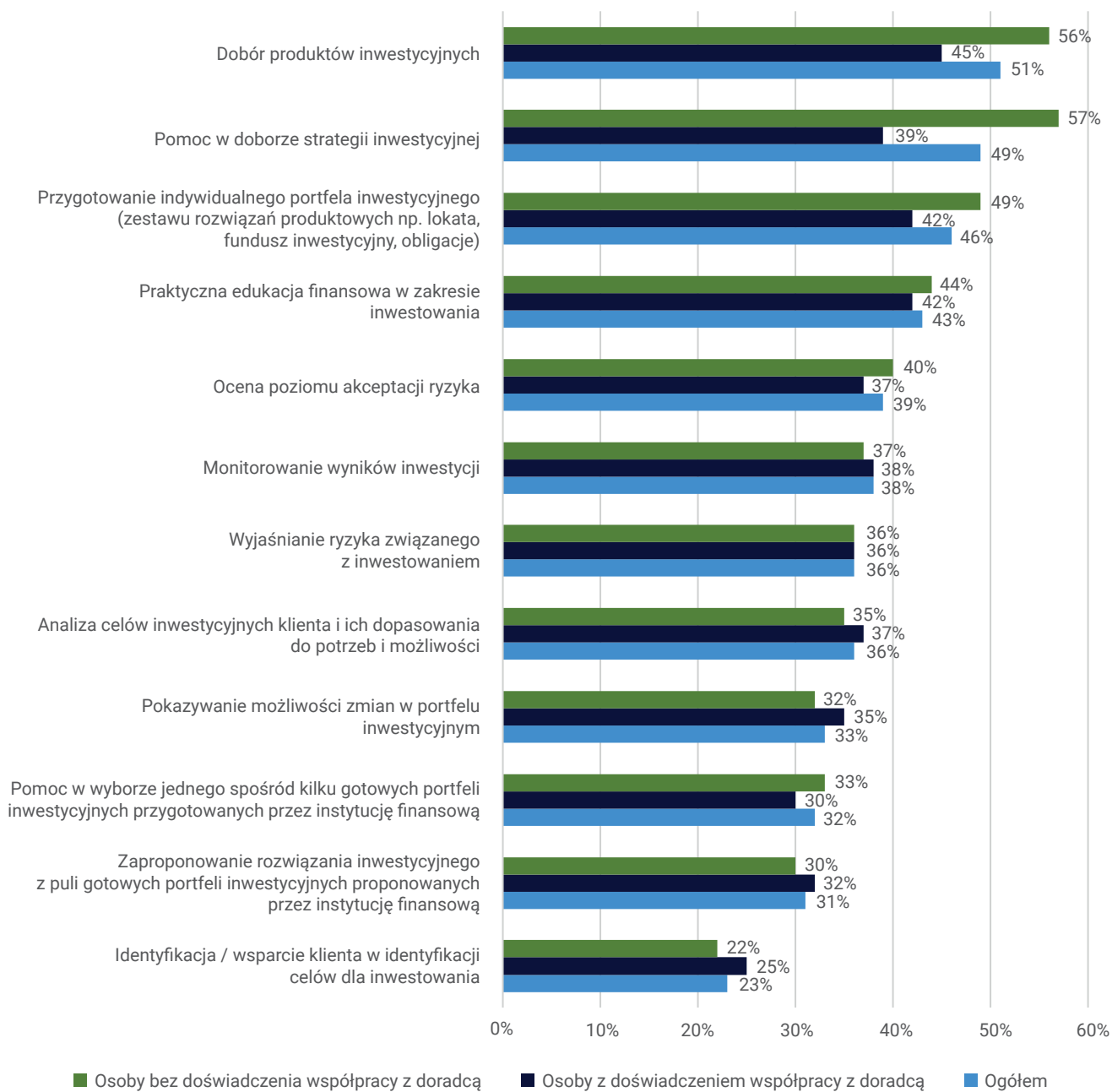
Porównanie obu grup pokazuje, że w większości obszarów różnice są niewielkie. Wyraźnie wyróżniają się jednak pomoc w doborze strategii inwestycyjnej (57% vs 39%) oraz dobór produktów inwestycyjnych (56% vs 45%). W obu przypadkach częściej wskazują je osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą. Osoby te częściej wskazują również na przygotowanie indywidualnego portfela inwestycyjnego (49% vs 42%).

W pozostałych obszarach oczekiwania obu grup są znacznie bardziej zbliżone. Różnica przy ocenie poziomu akceptacji ryzyka wynosi 3 pkt proc. (40% vs 37%), przy monitorowaniu wyników inwestycji 1 pkt proc. (37% vs 38%), a wyjaśnianie ryzyka związanego z inwestowaniem jest wskazywane równie często przez obie grupy (36%). Również analiza

celów inwestycyjnych różni się jedynie o 2 pkt proc. (35% vs 37%).

Warto zwrócić uwagę na 51 % wskazań dotyczących doboru produktów inwestycyjnych i 46% wskazań dotyczących przygotowania indywidualnego portfela inwestycyjnego. Takie oczekiwanie może wykraczać poza regulacyjnie rozumianą rolę doradcy finansowego. Jeżeli przygotowanie takiego portfela wiąże się z przekazaniem klientowi indywidualnej rekomendacji dotyczącej konkretnych instrumentów finansowych, uwzględniającej jego sytuację i dopasowaną do jego profilu, może stanowić usługę doradztwa inwestycyjnego, która zgodnie ze stanowiskiem KNF jest działalnością maklerską i wymaga odpowiednich zezwoleń i licencji. Oznacza to, że część badanych może oczekiwać od doradcy finansowego usługi, która w praktyce wymaga odpowiednich uprawnień i może być świadczona wyłącznie w ramach regulowanej działalności.

Najważniejszym wnioskiem jest więc z jednej strony znacznie większe oczekiwanie osób bez doświadczenia współpracy z doradcą na konkretną pomoc w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych – przede wszystkim w zakresie wyboru strategii i produktów, a z drugiej – widoczna potrzeba indywidualnego konstruowania portfela inwestycyjnego, która nie zawsze mieści się w zakresie usług świadczonych przez doradcę finansowego. Wyniki wskazują tym samym nie tylko na potrzebę wyraźnego rozróżnienia przez klientów roli doradcy finansowego i regulowanego doradcy inwestycyjnego, ale też upowszechnienia dostępu klientów do indywidualnego doradztwa inwestycyjnego, z poszanowaniem istniejących regulacji i zachowaniem bezpieczeństwa wszystkich stron.

**KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW POWINIEN ZAJMOWAĆ SIĘ DORADCA FINANSOWY
W KONTEKŚCIE TWOJEGO INWESTOWANIA?**

N = 1104



Oczekiwania wobec doradcy w obszarze kredytów i pożyczek

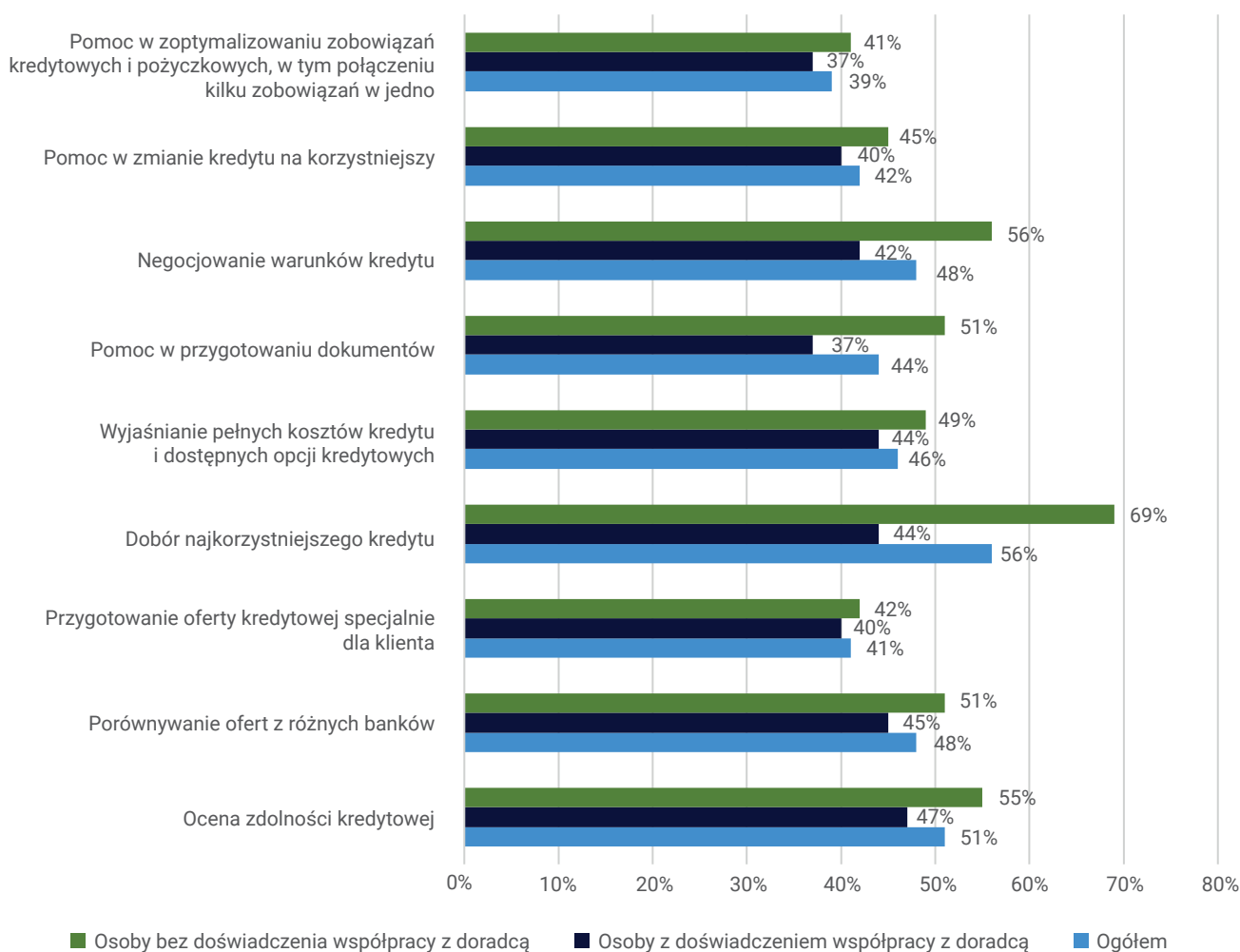
W zakresie kredytów i pożyczek badani najczęściej oczekują od doradcy finansowego doboru najkorzystniejszego kredytu (56%) oraz oceny zdolności kredytowej (51%). Po 48% wskazuje na porównywanie ofert z różnych banków i negocjowanie warunków kredytu, a 46% na wyjaśnianie pełnych kosztów kredytu i dostępnych opcji kredytowych. 44% badanych oczekuje pomocy w przygotowaniu dokumentów, 42% wsparcia w zmianie kredytu na korzystniejszy, a 41% przygotowania oferty kredytowej specjalnie dla klienta. Najrzadziej wskazywana jest pomoc w zoptymalizowaniu zobowiązań kredytowych i pożyczkowych, w tym połączeniu kilku zobowiązań w jedno (39%).

Porównanie obu grup pokazuje, że osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej wskazują na większość analizowanych form wsparcia. Największa różnica dotyczy doboru najkorzystniejszego kredytu (69% vs 44%). Osoby bez doświadczenia częściej oczekują również negocjowania warunków kredytu (56% vs

42%), pomocy w przygotowaniu dokumentów (51% vs 37%), oceny zdolności kredytowej (55% vs 47%) oraz porównywania ofert z różnych banków (51% vs 45%). W pozostałych obszarach różnice są niewielkie i dotyczą m.in. przygotowania oferty kredytowej specjalnie dla klienta (42% vs 40%), pomocy w zmianie kredytu na korzystniejszy (45% vs 40%) czy optymalizacji zobowiązań kredytowych i pożyczkowych (41% vs 37%).

Wyniki pokazują, że osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą wyraźnie częściej oczekują konkretnego, praktycznego wsparcia przy wyborze i uzyskaniu kredytu. Szczególnie widoczne jest to w przypadku wyboru najkorzystniejszego kredytu, gdzie różnica między grupami wynosi aż 25 pkt proc. Może to sugerować, że dla osób bez wcześniejszego doświadczenia doradca pełni przede wszystkim funkcję przewodnika po procesie kredytowym, który pomaga ocenić możliwości, porównać oferty, wybrać rozwiązanie i przejść przez formalności. Na podstawie danych nie można jednak określić, czy wcześniejsza współpraca z doradcą jest przyczyną niższych wskazań w tej grupie.

KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW POWINIEN ZAJMOWAĆ SIĘ DORADCA FINANSOWY W ZAKRESIE TWOICH KREDYTÓW I POŻYCZEK?





Oczekiwania wobec doradcy w obszarze ubezpieczeń

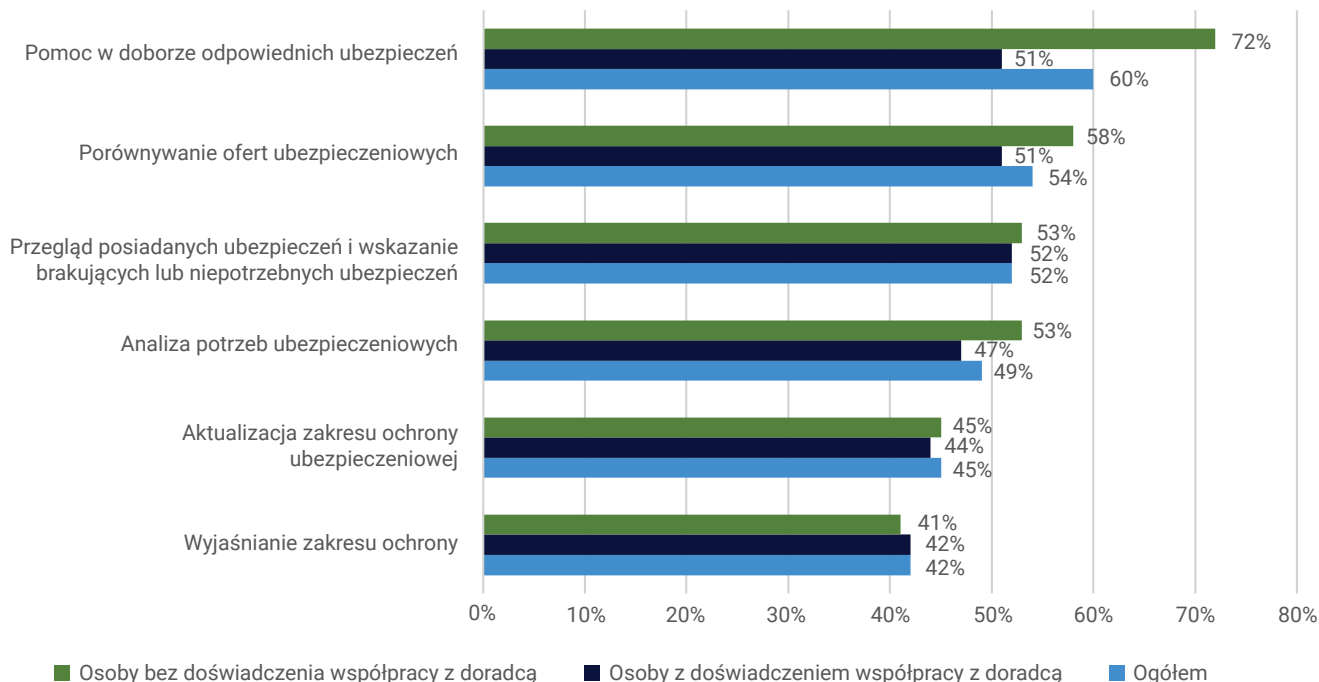
W zakresie ubezpieczeń badani najczęściej oczekują od doradcy finansowego pomocy w doborze odpowiednich ubezpieczeń (60%). Ponad połowa badanych wskazuje również na porównywanie ofert ubezpieczeniowych (54%) oraz przegląd posiadanych ubezpieczeń i wskazanie brakujących lub niepotrzebnych ubezpieczeń (52%). 49% oczekuje analizy potrzeb ubezpieczeniowych, 45% aktualizacji zakresu ochrony ubezpieczeniowej, a 42% wyjaśniania zakresu ochrony.

Porównanie obu grup pokazuje, że w większości analizowanych obszarów oczekiwania są bardzo podobne. Największa różnica dotyczy jednak pomocy w doborze odpowiednich ubezpieczeń, której oczekuje 72% osób bez doświadczenia współpracy z doradcą wobec 51% osób z takim doświadczeniem, co oznacza różnicę 21 pkt proc. Osoby bez doświadczenia częściej wskazują również na porównywanie

ofert ubezpieczeniowych (58% vs 51%) oraz analizę potrzeb ubezpieczeniowych (53% vs 47%). W pozostałych obszarach różnice są minimalne. Przegląd posiadanych ubezpieczeń i wskazanie brakujących lub niepotrzebnych produktów wskazuje 53% osób bez doświadczenia i 52% osób z doświadczeniem. W przypadku aktualizacji zakresu ochrony jest to odpowiednio 45% i 44%, a wyjaśniania zakresu ochrony 41% i 42%.

Najważniejszym wnioskiem jest więc wyraźnie większe oczekiwanie osób bez doświadczenia współpracy z doradcą na konkretną pomoc w wyborze ubezpieczenia. Różnica 21 pkt proc. przy doborze odpowiednich ubezpieczeń wyraźnie wyróżnia się na tle pozostałych wyników. Jednocześnie w zakresie bardziej „obsługowych” elementów współpracy, takich jak aktualizacja ochrony, przegląd posiadanych ubezpieczeń czy wyjaśnianie ich zakresu, oczekiwania obu grup są niemal identyczne. Wynik ten pokazuje różnicę w deklarowanych oczekiwaniach, ale na podstawie danych nie można określić, z czego ona wynika.

KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW CHCIAŁ(A)BYŚ, BY ZAJĄŁ SIĘ DORADCA FINANSOWY W ZAKRESIE TWOICH UBEZPIECZEŃ?



N = 1104



Oczekiwania wobec doradcy w obszarze finansowego zabezpieczenia na czas późnej dorosłości

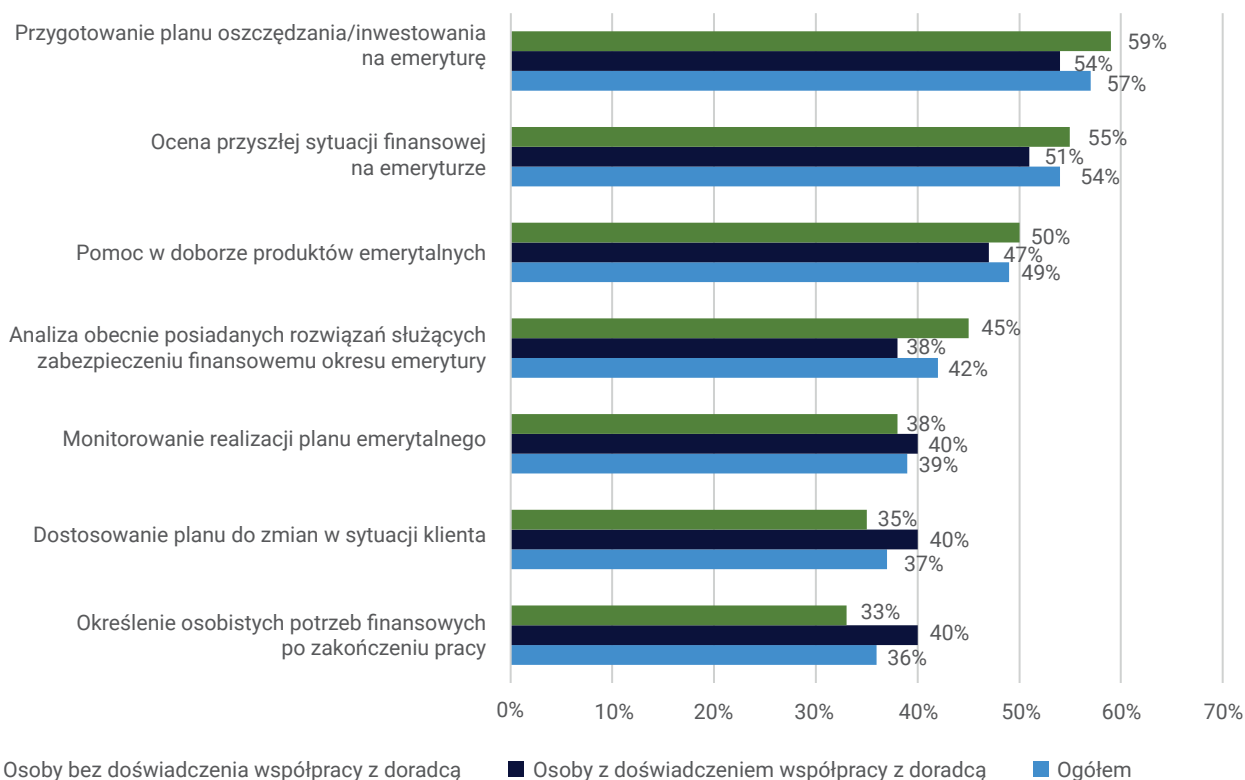
W zakresie finansowego zabezpieczenia na czas późnej dorosłości badani najczęściej oczekują od doradcy przygotowania planu oszczędzania i inwestowania na emeryturę (57%) oraz oceny przyszłej sytuacji finansowej na emeryturze (54%). Niemal połowa badanych wskazuje na pomoc w doborze produktów emerytalnych (49%), a 42% na analizę obecnie posiadanych rozwiązań służących zabezpieczeniu finansowemu okresu emerytury. Rzadziej oczekiwane są monitorowanie realizacji planu emerytalnego (39%), dostosowanie planu do zmian w sytuacji klienta (37%) oraz określenie osobistych potrzeb finansowych po zakończeniu pracy (36%).

Porównanie obu grup pokazuje, że oczekiwania są w większości zbliżone, choć pojawia się kilka różnic. Osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej wskazują na analizę obecnie posiadanych rozwiązań służących zabezpieczeniu emerytury (45% vs 38%). Nieco częściej oczekują również przygotowania

planu oszczędzania i inwestowania na emeryturę (59% vs 54%), oceny przyszłej sytuacji finansowej (55% vs 51%) oraz pomocy w doborze produktów emerytalnych (50% vs 47%), jednak w tych przypadkach różnice są niewielkie. Z kolei osoby z doświadczeniem współpracy z doradcą częściej wskazują na określenie osobistych potrzeb finansowych po zakończeniu pracy (40% vs 33%). Nieco częściej oczekują również dostosowania planu do zmian w sytuacji klienta (40% vs 35%) oraz monitorowania realizacji planu emerytalnego (40% vs 38%).

Najbardziej wyraźna różnica między grupami dotyczy więc analizy już posiadanych rozwiązań emerytalnych, częściej wskazywanej przez osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą. Poza tym różnice są niewielkie i nie wskazują na zasadniczo odmienne oczekiwania obu grup. Warto natomiast zwrócić uwagę, że osoby z doświadczeniem nieco częściej wskazują na określenie indywidualnych potrzeb oraz dostosowywanie planu do zmian w sytuacji klienta, co może sugerować większe oczekiwanie wobec doradcy w zakresie bieżącego, bardziej indywidualnego prowadzenia planu emerytalnego.

KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW CHCIAŁ(A)BYŚ, BY ZAJĄŁ SIĘ DORADCA FINANSOWY W ZAKRESIE FINANSOWEGO ZABEZPIECZANIA NA CZAS PÓŹNEJ DOROSŁOŚCI?



N = 1104



Oczekiwania wobec doradcy w obszarze podatków

W zakresie podatków badani najczęściej oczekują od doradcy finansowego wskazywania rozwiązań korzystnych podatkowo (66%), pomocy w optymalizacji podatkowej w zakresie inwestowania (65%) oraz informowania o ulgach podatkowych (61%). 45% badanych wskazuje na potrzebę wyjaśniania skutków podatkowych decyzji finansowych, a 41% – kierowania do doradcy podatkowego w miarę potrzeb.

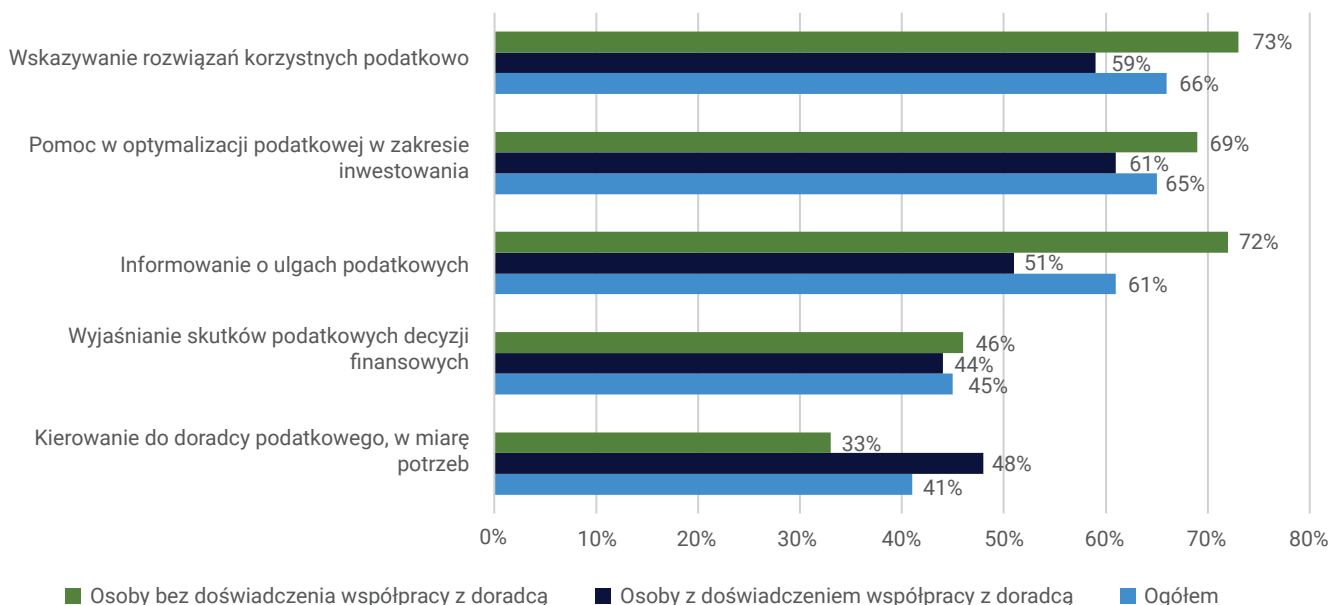
Porównanie obu grup pokazuje, że osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej oczekują wsparcia w większości analizowanych obszarów. Największa różnica dotyczy informowania o ulgach podatkowych (72% vs 51%) – jest to różnica 21 pkt proc. Osoby bez doświadczenia częściej wskazują również na wskazywanie rozwiązań korzystnych podatkowo (73% vs 59%) oraz pomoc

w optymalizacji podatkowej w zakresie inwestowania (69% vs 61%).

Z kolei osoby z doświadczeniem współpracy z doradcą częściej wskazują na kierowanie do doradcy podatkowego w miarę potrzeb (48% vs 33%). W przypadku wyjaśniania skutków podatkowych decyzji finansowych różnica między grupami jest niewielka – wskazuje na nie 46% osób bez doświadczenia i 44% osób z doświadczeniem.

Najważniejszą różnicą między grupami jest więc większe oczekiwanie osób bez doświadczenia współpracy z doradcą na bezpośrednią pomoc w obszarze podatków, szczególnie w zakresie ulg oraz wskazywania korzystnych podatkowo rozwiązań. Osoby z doświadczeniem częściej natomiast wskazują na potrzebę kierowania do doradcy podatkowego, co może wskazywać na bardziej wyraźne rozróżnienie między rolą doradcy finansowego a specjalisty podatkowego.

KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW CHCIAŁ(A)BYŚ, BY ZAJĄŁ SIĘ DORADCA FINANSOWY W ZAKRESIE TWOICH PODATKÓW?



N = 1104

Oczekiwania wobec doradcy w obszarze sukcesji i przekazania majątku

W zakresie planowania sukcesji i przekazania majątku badani najczęściej oczekują od doradcy finansowego wyjaśniania skutków finansowych i podatkowych przekazania lub otrzymania majątku (47%), współpracy z notariuszem, prawnikiem lub doradcą podatkowym (46%) oraz edukacji w zakresie procesu

planowania sukcesji (43%). 42% badanych wskazuje na potrzebę planowania zabezpieczenia finansowego rodziny, a 41% na potrzebę edukacji w zakresie procesu przyjmowania odziedziczonego majątku. Nieco rzadziej wskazywane są: wskazanie sposobów przekazania majątku kolejnemu pokoleniu (40%), dostosowanie planu sukcesji do zmian w sytuacji rodzinnej lub majątkowej (38%) oraz przygotowanie wstępnego planu przekazania majątku we współpracy



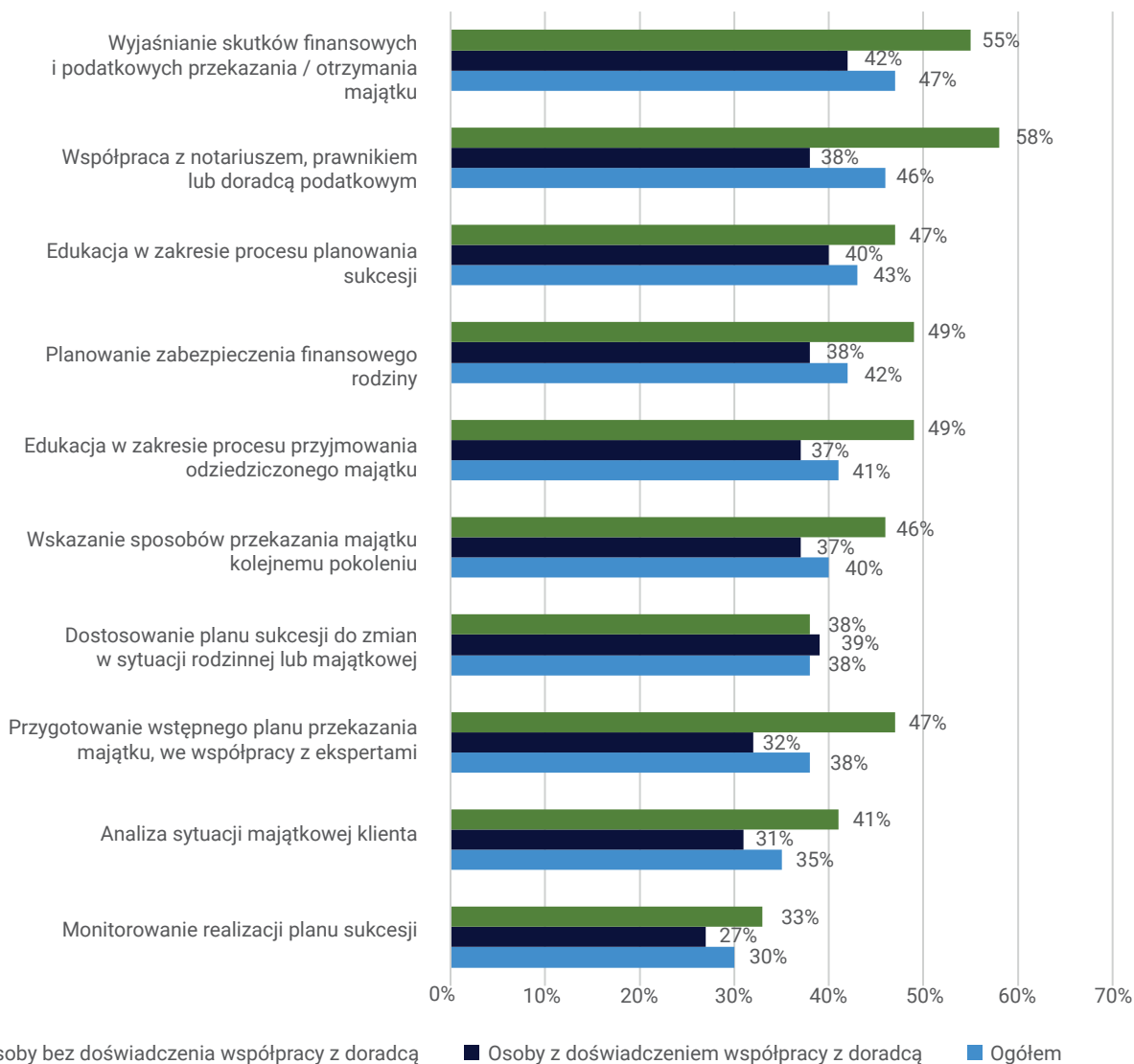
z ekspertami (38%). Najrzadziej badani oczekują analizy sytuacji majątkowej klienta (35%) oraz monitorowania realizacji planu sukcesji (30%).

Porównanie obu grup pokazuje, że osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej oczekują wsparcia w większości analizowanych obszarów. Największa różnica dotyczy współpracy z notariuszem, prawnikiem lub doradcą podatkowym (58% vs 38%). Wyraźniejsza różnica widoczna jest również w przypadku wyjaśniania skutków finansowych i podatkowych przekazania lub otrzymania majątku (55% vs 42%). Osoby bez doświadczenia częściej wskazują także na planowanie zabezpieczenia finansowego rodziny (49% vs 38%) oraz edukację w zakresie procesu przyjmowania odziedziczonego majątku (49% vs 37%). W pozostałych obszarach różnice są mniejsze.

Jednocześnie w części analizowanych kwestii oczekiwania obu grup są zbliżone. Dotyczy to przede wszystkim dostosowania planu sukcesji do zmian w sytuacji rodzinnej lub majątkowej (38% vs 39%), a także (choć z nieco większą różnicą) edukacji dotyczącej procesu planowania sukcesji, wskazania sposobów przekazania majątku kolejnemu pokoleniu czy monitorowania realizacji planu.

Najważniejszym wnioskiem jest więc większe oczekiwanie osób bez doświadczenia współpracy z doradcą na kompleksowe wsparcie w procesie sukcesji, szczególnie w zakresie współpracy z innymi specjalistami oraz wyjaśniania finansowych i podatkowych konsekwencji przekazania majątku. Jednocześnie nie we wszystkich obszarach występują istotne różnice – w części kwestii oczekiwania obu grup pozostają zbliżone.

**KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW CHCIAŁ(A)BYŚ, BY ZAJĄŁ SIĘ DORADCA FINANSOWY
W ZAKRESIE PLANOWANIA SUKESJI I PRZEKAZANIA MAJĄTKU?**



N = 1104

■ Osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą

■ Osoby z doświadczeniem współpracy z doradcą

■ Ogółem



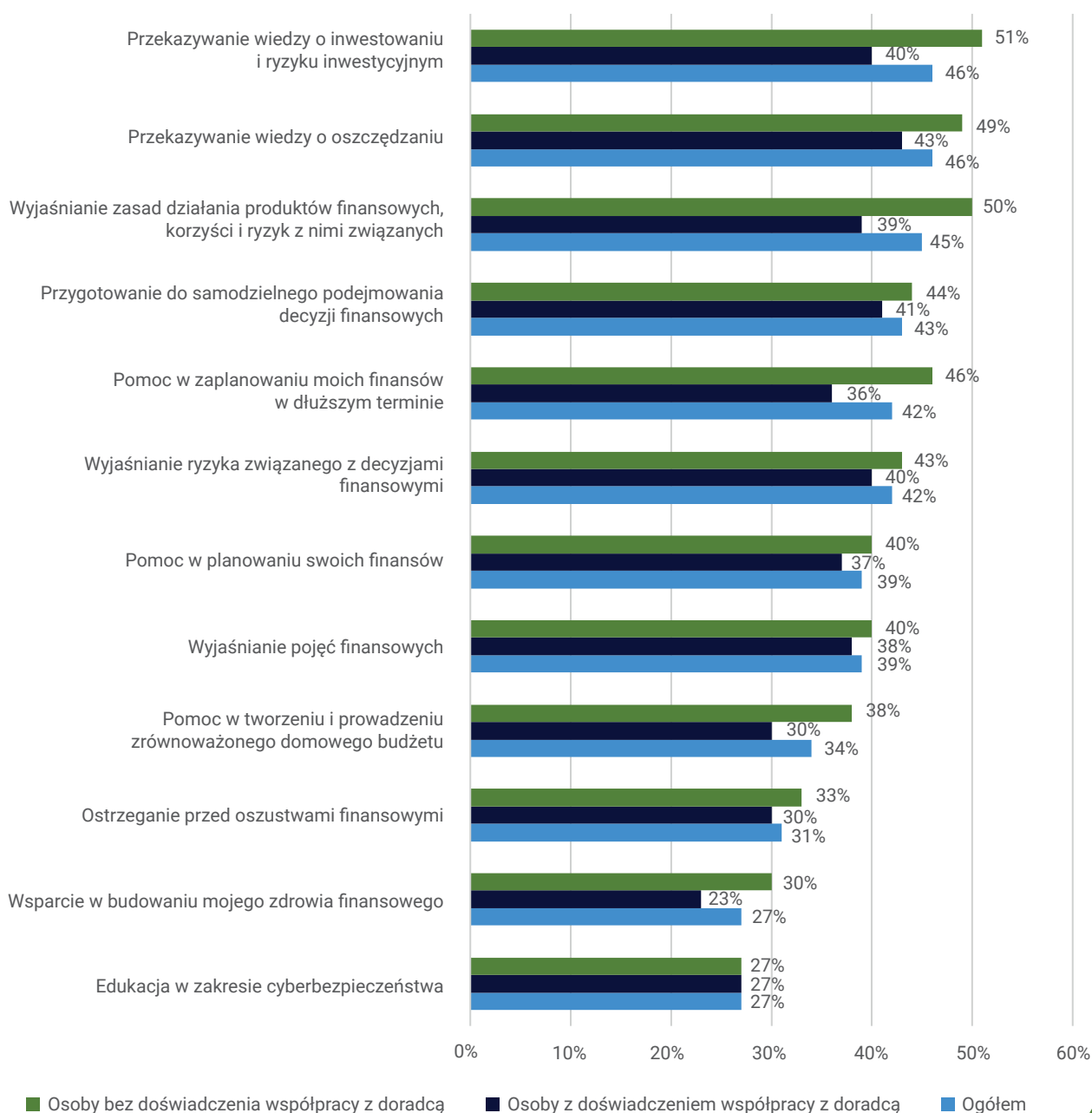
Oczekiwania wobec doradcy w obszarze edukacji finansowej

W zakresie edukacji finansowej badani najczęściej oczekują od doradcy finansowego przekazywania wiedzy o oszczędzaniu (46%), przekazywania wiedzy o inwestowaniu i ryzyku inwestycyjnym (46%) oraz wyjaśniania zasad działania produktów finansowych, ich korzyści i ryzyk (45%). 43% wskazuje na przygotowanie do samodzielnego podejmowania decyzji finansowych, a 42% na wyjaśnianie ryzyka związanego z decyzjami finansowymi oraz pomoc w zaplanowaniu finansów w dłuższym terminie.

Rzadziej wskazywane są wyjaśnianie pojęć finansowych i pomoc w planowaniu własnych finansów (po 39%), pomoc w tworzeniu i prowadzeniu zrównoważonego domowego budżetu (34%) oraz ostrzeganie przed oszustwami finansowymi (31%). Najmniej wskazań uzyskała edukacja w zakresie cyberbezpieczeństwa i wsparcie w budowaniu zdrowia finansowego (po 27%).

Między grupami widoczna jest tendencja, w której osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej oczekują wsparcia edukacyjnego. Największe różnice dotyczą wyjaśniania zasad

KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW CHCIAŁ(A)BYŚ, BY ZAJĄŁ SIĘ DORADCA FINANSOWY W ZAKRESIE EDUKACJI FINANSOWEJ?



N = 1104

działania produktów finansowych, ich korzyści i ryzyk (50% vs 39%), wiedzy o inwestowaniu i ryzyku inwestycyjnym (51% vs 40%) oraz pomocy w zaplanowaniu finansów w dłuższym terminie (46% vs 36%). Mniejsze różnice pojawiają się m.in. przy wiedzy o oszczędzaniu (49% vs 43%) i prowadzeniu domowego budżetu (38% vs 30%). W pozostałych obszarach oczekiwania są zbliżone, a różnice nie przekraczają kilku punktów procentowych. Szczególnie wyrównane są wskazania dotyczące cyberbezpieczeństwa (27% w obu grupach), wyjaśniania pojęć finansowych (40% vs 38%) oraz przygotowania do samodzielnego podejmowania decyzji finansowych (44% vs 41%).

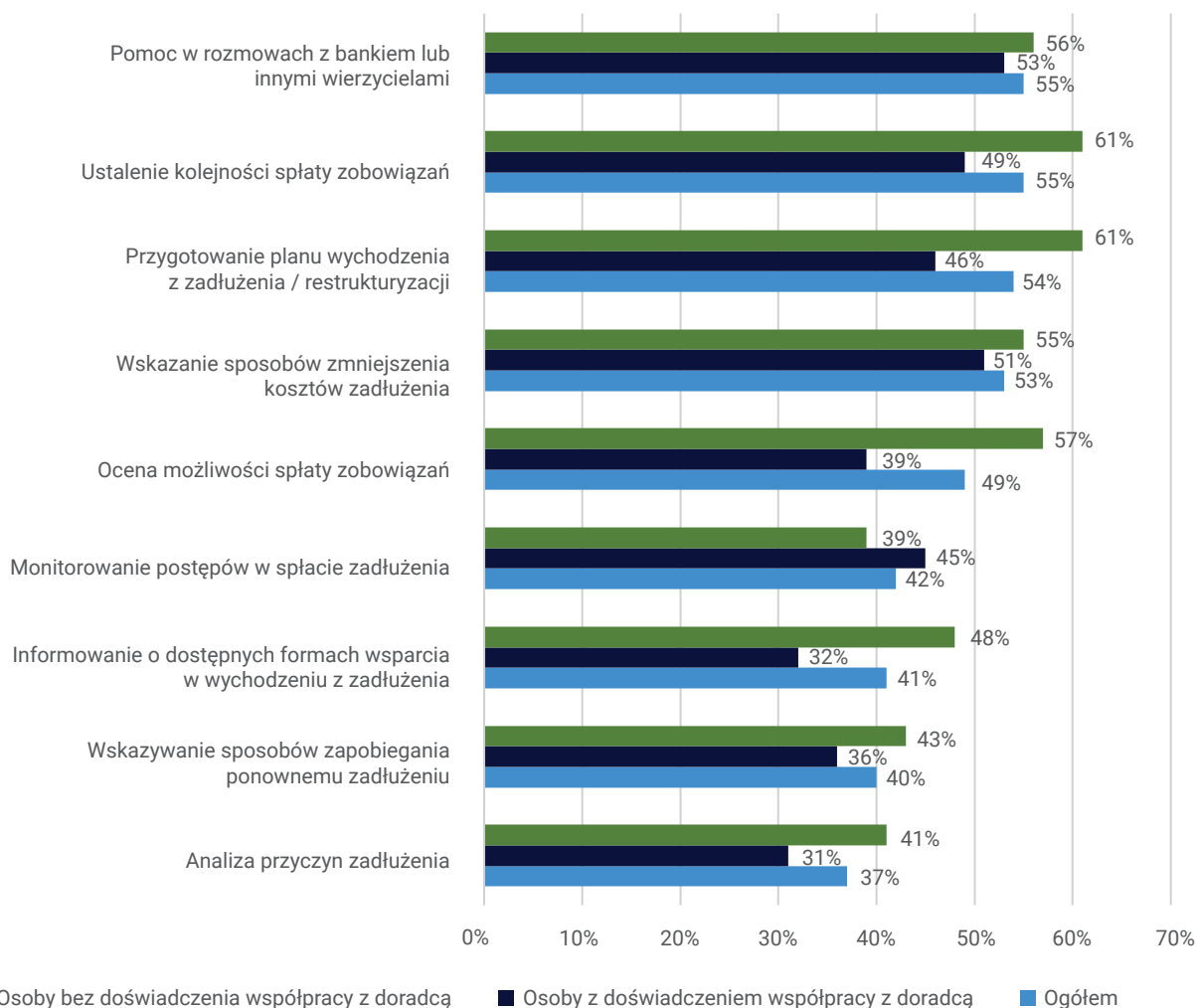
Wyniki sugerują zatem, że osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą w większym stopniu postrzegają edukację finansową jako praktyczne wsparcie w rozumieniu produktów, inwestowaniu i planowaniu własnych finansów. W bardziej ogólnych obszarach różnice między grupami pozostają niewielkie.

Oczekiwania wobec doradcy w obszarze wychodzenia z zadłużenia

W zakresie wsparcia w wychodzeniu z zadłużenia badani najczęściej oczekują od doradcy finansowego przygotowania planu wychodzenia z zadłużenia lub restrukturyzacji (54%), ustalenia kolejności spłaty zobowiązań (55%) oraz pomocy w rozmowach z bankiem lub innymi wierzycielami (55%). 53% wskazuje na wskazanie sposobów zmniejszenia kosztów zadłużenia, a 49% na ocenę możliwości spłaty zobowiązań. Rzadziej oczekiwane są monitorowanie postępów w spłacie zadłużenia (42%), informowanie o dostępnych formach wsparcia (41%), wskazywanie sposobów zapobiegania ponownemu zadłużeniu (40%) oraz analiza przyczyn zadłużenia (37%).

Porównanie grup pokazuje, że osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej oczekują wsparcia na etapie diagnozy sytuacji i planowania sposobu wyjścia z zadłużenia. Największe różnice dotyczą oceny możliwości spłaty zobowiązań (57% vs 39%),

KTÓRYMI Z PONIŻSZYCH SPRAW POWINIEN ZAJMOWAĆ SIĘ DORADCA FINANSOWY, WSPIERAJĄC CIĘ W WYCHODZENIU Z ZADŁUŻENIA, GDYBY TAKA SYTUACJA CIĘ DOTYCZYŁA?





przygotowania planu wychodzenia z zadłużenia lub restrukturyzacji (61% vs 46%) oraz ustalenia kolejności spłaty zobowiązań (61% vs 49%). Wyraźniejsza różnica występuje również przy informowaniu o dostępnych formach wsparcia (48% vs 32%) i analizie przyczyn zadłużenia (41% vs 31%). W pozostałych obszarach różnice między grupami są niewielkie. Dotyczy to przede wszystkim pomocy w rozmowach z bankiem lub innymi wierzycielami (56% vs 53%) oraz wskazywania sposobów zmniejszenia kosztów zadłużenia (55% vs 51%). Jedynym obszarem, w którym nieco częściej wskazują osoby z doświadczeniem współpracy z doradcą, jest monitorowanie postępów w spłacie zadłużenia (45% vs 39%).

Ogólnie osoby bez doświadczenia częściej oczekują wsparcia w uporządkowaniu i zaplanowaniu procesu wychodzenia z zadłużenia, podczas gdy w pozostałych obszarach różnice są mniejsze.

Oczekiwania wobec doradcy – podsumowanie

Analiza oczekiwań wobec doradcy finansowego we wszystkich badanych obszarach pokazuje, że jego rola jest postrzegana przede wszystkim jako wsparcie w podejmowaniu konkretnych decyzji finansowych, porządkowaniu sytuacji finansowej oraz planowaniu przyszłości. Badani oczekują pomocy zarówno w bieżących kwestiach, takich jak budżet domowy, oszczędzanie, kredyty, ubezpieczenia czy zadłużenie; jak i w obszarach długoterminowych, obejmujących inwestowanie, emeryturę i sukcesję. Istotnym elementem oczekiwań jest również edukacja finansowa, szczególnie dotycząca produktów finansowych, oszczędzania i inwestowania. Jednocześnie w wielu obszarach, zwłaszcza dotyczących podstawowego zarządzania finansami i bieżącej obsługi, oczekiwania obu grup pozostają zbliżone.

Najbardziej widoczna różnica między grupami polega na tym, że osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej oczekują bezpośredniego, praktycznego wsparcia w podejmowaniu decyzji. Dotyczy to szczególnie wyboru kredytu i ubezpieczenia, planowania wyjścia z zadłużenia, edukacji dotyczącej produktów i inwestowania, a także wybranych elementów planowania podatkowego i sukcesyjnego. Z kolei osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą nieco częściej wskazują na analizę własnej sytuacji oraz monitorowanie i dostosowywanie planów, choć różnice w tych obszarach są na ogół mniejsze. Może to wskazywać na odmienne postrzeganie roli doradcy: osoby bez doświadczenia częściej oczekują od niego pomocy w konkretnym wyborze i działaniu, natomiast osoby z doświadczeniem w niektórych obszarach dostrzegają również wartość bardziej ciągłego, indywidualnego wsparcia.

SKOJARZENIA Z PROFESJONALNYM DORADCĄ FINANSOWYM OCZAMI OSÓB Z DOŚWIADCZENIEM WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ VS OSÓB BEZ TAKIEGO DOŚWIADCZENIA

Skojarzenia osób bez doświadczeń współpracy z doradcą

Uczestnicy badania, którzy dotychczas nie współpracowali z doradcami, zostali poproszeni o wskazanie pierwszych maksymalnie pięciu skojarzeń, które przychodzą im do głowy, gdy myślą o doradcach finansowych. Łącznie udzielili oni 1641 odpowiedzi, które zostały dalej pokategoryzowane na 16 obszarów.

Najczęściej wskazywane były odpowiedzi odnoszące się do wiedzy, kompetencji i profesjonalizmu (261 wskazań), na drugim miejscu plasowały się skojarzenia z pomocą, doradztwem i podejściem do klienta (165 wskazań), na trzecim cechy osobowości, inteligencja i zaradność (132 wskazania), na czwartym odpowiedzi odnoszące się do zaufania, uczciwości i wiarygodności (127 wskazań), na piątym zaś skojarzenia z pieniędzmi, ekonomią, rynkiem i prawem (119 wskazań).

Poniżej przedstawiona została pełna lista kategorii i przykłady odpowiedzi, wraz ze wskazaniem w nawiasie liczby osób, które wpisały daną odpowiedź, jeśli przekraczała ona 10 wskazań. Należy zaznaczyć, że połączono tożsame odpowiedzi, w których pojawiały się oczywiste literówki lub odpowiedzi synonimiczne.

1. Wiedza, kompetencje i profesjonalizm (łącznie 261 wskazań)
 - profesjonalny / profesjonalne (29)
 - wiedza (27)
 - profesjonalizm (24)
 - wykształcony / wyedukowany/ wykwalifikowany (23)
 - doświadczony / doświadczony/ doświadczenie (20)
 - kompetentny (14)
 - ekspert
 - specjalista
 - czytany
 - obeznany
 - fachowcy
 - profesjonalista
 - znajomość rynku
 - „znający się na rzeczy”
 - pozostałe pojedyncze: m.in. ekspertyza, licencje i certyfikaty, znajomość przepisów, znajomość reguł finansów.



2. Pomoc, doradztwo i podejście do klienta (łącznie 165 wskazań)
 - pomoc / pomocny (54)
 - doradztwo / doradzanie (15)
 - cierpliwy (9)
 - wsparcie (7)
 - komunikatywny (6)
 - empatia (5)
 - zaangażowany (4)
 - elokwencja (3)
 - wyrozumiały (3)
 - rozmowny (2)
 - działa na korzyść klienta (2)
 - elokwentny (2)
 - komunikatywność (2)
 - pozostałe: indywidualne podejście, konsultacja, porada, troska, słuchanie potrzeb, dopasowanie do potrzeb, pomoc w konkretnych sprawach, wsparcie klienta itd.
3. Cechy osobowości, inteligencja i zaradność (łącznie 132 wskazania)
 - inteligentny (32)
 - mądry (21)
 - zaradny (13)
 - sprytny (11)
 - rozsądny (10)
 - ambitny
 - bystry
 - pewny siebie
 - kreatywny
 - przedsiębiorczy
 - błyskotliwy
 - obrotny
 - rozsądek
 - stanowczy
 - przedsiębiorczość (2)
 - pozostałe: przebojowy, nowoczesny, myślący w przód, kreatywność itd.
4. Zaufanie, uczciwość i wiarygodność (łącznie 127 wskazań)
 - godny zaufania / wiarygodny (37 / 11)
 - rzetelny (38)
 - uczciwy (26)
 - szczery
 - prawdomówność
 - pozostałe: niezależny, transparentny, moralny, obiektywizm i niezależność, mało rzetelni itd.
5. Finanse, ekonomia, rynek i prawo (łącznie 119 wskazań)
 - finanse (23)
 - pieniądze (17)
 - podatki
 - ekonomia
 - ekonomista
 - prawo
 - wiedza o finansach
 - finansista
 - ubezpieczenia
 - zabezpieczenie finansowe
 - pozostałe: doradca podatkowy, doradca finansowy, makler, analiza finansowa, edukacja finansowa, znajomość prawa, znajomość przepisów itd.
6. Analityczność, dokładność i rzeczowość (łącznie 103 wskazania)
 - analityk / analityczne myślenie / analityczny umysł/ analityczny (24)
 - dokładny/ skrupulatny (27)
 - konkretny / rzeczowy (26)
 - wnikliwy
 - spostrzegawczy
 - uważny
 - pozostałe: dociekliwy, precyzyjny, kalkulacja, kalkulacja ryzyka, liczby, matematyka, dobry analityk itd.
7. Planowanie, oszczędzanie i budżet (łącznie 93 wskazania)
 - oszczędzanie / oszczędności (31)
 - planowanie
 - budżet
 - emerytura
 - wydatki
 - plan finansowy
 - zarządzanie
 - poduszka finansowa
 - pozostałe: plan emerytalny, plan działania, planowanie długoterminowe, plan spłaty zobowiązań, budżet domowy, odkładanie, strategia oszczędzania, organizacja finansów, zarządzanie budżetem itd.
8. Inwestowanie i pomnażanie kapitału (łącznie 86 wskazań)
 - inwestycje / inwestowanie (32)
 - giełda
 - akcje
 - obligacje
 - kryptowaluty
 - ETF
 - zarobek
 - zysk
 - pozostałe: inwestor, lokaty, kapitał, majątek, portfele inwestycyjne, pomnażanie kapitału, pomnażanie majątku, pomnażanie środków, spekulacja, pomoc przy inwestycjach itd.
9. Bankowość i kredyty (łącznie 72 wskazania)
 - kredyt (22)



- bank (19)
 - bankowiec (2)
 - pozostałe: kredyt hipoteczny, hipoteka, pożyczki, refinansowanie, doradca kredytowy, doradca bankowy, osoba z banku, PKO, ING, Expander, Lendi, pośrednik, pomoc w uzyskaniu kredytu itd.
10. Bezpieczeństwo, odpowiedzialność i ostrożność (łącznie 47 wskazań)
- bezpieczeństwo (15)
 - ryzyko
 - spokój
 - zabezpieczenie
 - rozważny
 - przyszłość
 - spokój
 - pozostałe: ostrożność, stabilizacja, spokojna głowa, spokój umysłu, zapobiegawczy, zabezpieczenie środków, pewna przyszłość itd.
11. Negatywne skojarzenia, brak zaufania i sprzedaż (łącznie 46 wskazań)
- oszust /oszustwo
 - naciągacze / naciąganie
 - cwany
 - przebiegły
 - nieszczerzy
 - po 1: chciwy, interesowny, kombinator, manipulator, kłamie, nagabywanie, nachalni, scam, spam, pijawka, stronniczy, niemoralny, „niejasne zasady/szemrane”, „nastawiony na swój zysk”, „nastawiony na zysk”, „liczy na swój zysk”, „zarabia na innych” itd.
12. Brak konkretnego skojarzenia (łącznie 35 wskazań)
- „nie wiem” / „brak” / „brak skojarzenia” / „trudno powiedzieć” / „ciężko powiedzieć” / „nie mam” / „nie pamiętam”
13. Wizerunek i stereotyp osoby (łącznie 31 wskazań)
- poważny
 - garnitur
 - miły
 - kulturalny
 - sympatyczny
 - elegancki
 - krawat
 - po 1: biały kołnierzyk, pan w garniturze, w starszym wieku, teczka, laptop, męski, grzeczny, fajny, „w miastach” itd.
14. Koszt, opłata i dostępność (łącznie 22 wskazania)
- prowizja

- drogi / drogie /duże koszty /koszty /kosztowni / „kosztują masę pieniędzy”,
 - „zdzierstwo”
 - opłata, opłaty, „opłata za powszechnie znaną wiedzę”,
 - „nie stać mnie na niego”, „niedostępny dla mnie”, „dla bogatych osób”, „dla klienta premium”,
15. Ogólna ocena / jakość (łącznie 15 wskazań)
- dobry (10)
 - skuteczny /efektywny
 - fajnie
 - jakość
 - nieskuteczność
 - dobrotliwy
16. Rola zawodowa / stereotyp zawodu (łącznie 11 wskazań)
- agent
 - biznes
 - biznesman
 - menadżer
 - mentor
 - nauczyciel
 - prawnik
 - Instagram
 - „HR-owe gadanie bzdur”

Skojarzenia osób z doświadczeniami współpracy z doradcą

Uczestnicy badania, którzy mają już doświadczenia współpracy z doradcami, zostali poproszeni o wskazanie pierwszych maksymalnie pięciu skojarzeń, które przychodzą im do głowy, gdy myślą o swoim doradcy finansowym. Łącznie udzielili oni 1705 odpowiedzi, które zostały dalej pokategoryzowane na 11 obszarów.

Najczęściej wskazywane były odpowiedzi odnoszące się do wiedzy, kompetencji i profesjonalizmu (300 wskazań), na drugim miejscu plasowały się skojarzenia z pomocą, doradztwem i podejściem do klienta (240 wskazań), na trzecim odpowiedzi odnoszące się do zaufania, uczciwości i wiarygodności (220 wskazań), na czwartym odpowiedzi odnoszące się do cech osobowości, inteligencji i zaradności (198 wskazań), na piątym zaś skojarzenia finansami, inwestowaniem i oszczędzaniem (186 wskazań).

Poniżej przedstawiona została pełna lista kategorii i przykłady odpowiedzi, wraz ze wskazaniem w nawiasie liczby osób, które wpisały daną odpowiedź. Przy czym należy zaznaczyć, że połączono tożsame odpowiedzi, w których pojawiały się oczywiste literówki lub odpowiedzi synonimiczne.



1. Wiedza / kompetencje / profesjonalizm
(łącznie **300 wskazań**)
 - Profesjonalny / profesjonalizm / profesjonalista (**62**)
 - Kompetentny / kompetencje / kompetencja (**42**)
 - Ekspert / specjalista / fachowy / fachowiec / fachowość / Zna się / znający temat / znający swój fach (**42**)
 - Wiedza / duża wiedza / szeroki zakres wiedzy (**41**)
 - Doświadczony / doświadczenie (**33**)
 - Wykształcony / wykwalifikowany / wyedukowany / edukacja / studia (**32**)
 - Merytoryczny / merytoryczna wiedza
 - Obeznany / zorientowany
 - Dobrze poinformowany / doinformowany
 - Oczytany
2. Pomoc / doradztwo / podejście do klienta
(łącznie **240 wskazań**)
 - Pomocny / pomoc (51)
 - Doradztwo / doradztwo (18)
 - Empatyczny / empatia (15)
 - Zaangażowany / zaangażowanie (13)
 - Miły (13)
 - Cierpliwy
 - Wsparcie / wspierający
 - Komunikatywny / komunikacja / komunikatywność
 - Słuchający
 - Przyjazny / przyjacielski
 - Dostępny / dostępność
 - Wyrozumiały
 - Uprzejmy
 - Kontaktowy
 - Tłumaczy trudne rzeczy prostymi słowami
 - Rozumie potrzeby klienta
 - „super podejście do klienta”
 - „prawa ręka moich finansów”
 - „złota rączka moich finansów”
3. Zaufanie / uczciwość / wiarygodność
(łącznie **220 wskazań**)
 - Zaufanie / zaufany / godny zaufania (41)
 - Rzetelny / rzetelność (**33**)
 - Uczciwy / uczciwość (25)
 - Szczery / szczerość (22)
 - Wiarygodny / wiarygodność
 - Prawdomówny / prawdomówność
 - Lojalny / lojalność
 - Transparentny / transparentność
 - Bezstronny / bezstronność
 - Obiektywny / obiektywizm
 - Niezależny / niezależność
 - Dyskretny / dyskrecja
 - Sprawiedliwy
 - Etyczny / postawa etyczna
 - Dotrzymujący słowa
4. Osobowość / inteligencja / zaradność
(łącznie **198 wskazań**)
 - Inteligentny / inteligencja (**17**)
 - Mądry / mądrość (**16**)
 - Zaradny / zaradność
 - Sprytny / spryciarz
 - Bystry
 - Kreatywny / kreatywność
 - Pomysłowy
 - Ambitny
 - Przedsiębiorczy
 - Błyskotliwy
 - Charyzmatyczny
 - Asertywny / asertywność
 - Pewny siebie
 - Stanowczy
 - Rozsądny / rozsądek
 - Rozważny / roztropny
 - Odważny
 - Ogarnięty
 - Opanowany
 - Pracowity
 - Elastyczny
 - Otwarty
 - Proaktywny
 - Konsekwentny
 - Zrównoważony
5. Finanse / inwestowanie / oszczędzanie
(łącznie **186 wskazań**)
 - Pieniądze (**18**)
 - Finanse (**14**)
 - Inwestycje / inwestowanie
 - Zysk / zyski
 - Kasa
 - Akcje
 - Giełda
 - Obligacje
 - Lokata / lokaty
 - Fundusze inwestycyjne
 - Portfel
 - Oszczędność / oszczędności / oszczędzanie
 - Planowanie
 - Budżet
 - Emerytura
 - Podatki
 - Majątek
 - Zarabianie / zarobek
 - Dochód
 - Płynność
 - Kredyt / kredyty
 - Pożyczka
 - Hipoteka
 - Ubezpieczenia
 - Refinansowanie



6. Analityczność / dokładność / rzeczowość
(łącznie **105 wskazań**)
 - Dokładny / dokładność (17)
 - Konkretny (16)
 - Skrupulatny / skrupulatność
 - Analityczny / analiza
 - Rzeczowy
 - Precyzyjny / precyzja
 - Sumienny / sumienność
 - Logicznie myślący
 - Myślenie analityczne
 - Szczegółowy
 - Uważny / uważność
 - Spostrzegawczy
 - Dociekliwy
 - Kalkulacyjny
 - Szybko analizuje, liczy
 - Umie liczyć
7. Skuteczność / efekty / jakość
(łącznie **105 wskazań**)
 - Jakość (14)
 - Dobry / dobre / dobrze (13)
 - Skuteczny / skuteczność
 - Efekt
 - Rezultat
 - Sukces
 - Zadowolenie
 - „najlepsza jakość”
 - „najlepszy” / „the best”
 - „super”
 - Efektywny
 - Trafność
 - „fajne, bardzo ekonomiczne, dobre”
8. Rola / instytucja / marka / zawód
(łącznie **56 wskazań**)
 - Bank / banki
 - Bankier / bankowiec
 - ING
 - PZU
 - PKO
 - Expander
 - Credit Agricole
 - Getin
 - Rankomat
 - Provident
 - Doradca bankowy
 - Doradca kredytowy
 - Pośrednik kredytowy
 - Finansista
 - Prawnik
 - Księgowość
 - Handlowiec
 - Sprzedawca
 - Biznesmen / biznes
9. Bezpieczeństwo / spokój / stabilność
(łącznie **49 wskazań**)
 - Bezpieczeństwo / bezpieczny / bezpieczeństwo finansowe (24)
 - Zabezpieczenie
 - Spokój / spokojny
 - Stabilność
 - Pewność
 - Pewny
 - Ochrona
 - Przyszłość
 - „bezpieczna przyszłość”
 - „ściągający ze mnie choć trochę stresu”
10. Negatywne / sprzedażowe skojarzenia
(łącznie **24 wskazania**)
 - Naciągacz
 - Naciąganie
 - Oszustwo / Kanciarz
 - Partacz
 - Wyzyskiwacz
 - Natręt
 - Cwaniak
 - Interesowny
 - Sprzedawca
 - „wciskają ubezpieczenia na życie”
 - „nie chce z nim rozmawiać”
 - „bezużyteczny”
 - „bezsens”
11. Koszt / cena / prowizja
(łącznie **13 wskazań**)
 - Cena
 - Koszt
 - Drogi
 - Tani
 - Prowizja
 - Marża
 - Płatność
 - Zapłata
 - „jestem wdzięczny, że pomaga-lecz mnie to kosztuje”
12. Pojedyncze / trudne do jednoznacznego zaklasyfikowania (łącznie **210 wskazań**)
 - Nie wiem (14)
 - Czas
 - Szczęście
 - Radość
 - Humor
 - Rozwój
 - Praca
 - Telefon
 - Marzenia
 - Wolność
 - „jedyne w mieście”



- „mój faworyt na rynku”
- „kierowca”
- „mój teść”
- Pojedyncze nazwy własne lub niejasne wpisy

Zarówno osoby posiadające doświadczenie współpracy z doradcami finansowymi, jak ci, którzy takich doświadczeń nie mają, oceniają ich bardzo podobnie na poziomie podstawowych skojarzeń. Co istotne, w obu grupach top najczęściej wskazywanych skojarzeń jest w dużej mierze taki sam. Zarówno osoby, które nigdy nie korzystały z usług doradcy, jak i osoby mające takie doświadczenie, w pierwszej kolejności kojarzą doradcę z profesjonalizmem, wiedzą, kompetencjami, doświadczeniem, rzetelnością, uczciwością i zaufaniem. Oznacza to, że niezależnie od wcześniejszego kontaktu z doradcą jego podstawowy wizerunek jest dość spójny: jest to osoba, która powinna znać się na finansach, być kompetentna i godna zaufania.

W obu grupach bardzo wysoko pojawiają się również skojarzenia związane z pomocą i doradztwem. Osoby, które nie korzystały z doradców, wskazują przede wszystkim na pomoc, wsparcie i doradzanie, natomiast wśród klientów te same skojarzenia również znajdują się bardzo wysoko. Podobnie jest z cechami takimi jak inteligencja, rozsądek, zaradność czy analityczne myślenie, również tutaj widać dużą zbieżność obu grup. Można więc powiedzieć, że niezależnie od doświadczenia ludzie mają dość podobne wyobrażenie o tym, jakimi cechami powinien charakteryzować się dobry doradca finansowy.

Różnica zaczyna być bardziej widoczna w sposobie opisywania doradcy. Wśród osób, które nie korzystały z jego usług, obraz jest bardziej oparty na ogólnym wyobrażeniu o zawodzie. Pojawiają się więc takie określenia jak profesjonalny, kompetentny, inteligentny, rzetelny czy doświadczony, a także skojarzenia z finansami, bankiem, kredytem, inwestycjami czy pieniędzmi. Jest to więc przede wszystkim obraz eksperta, osoby posiadającej wiedzę i kompetencje potrzebne do zajmowania się finansami.

Natomiast osoby, które korzystały z usług doradców, poza tym samym podstawowym zestawem cech znacznie częściej opisują również samą relację z doradcą i sposób jego działania. Pojawiają się takie elementy jak pomocność, zaangażowanie, empatia, cierpliwość, komunikatywność, umiejętność słuchania, dobre tłumaczenie czy indywidualne podejście do klienta. Oznacza to, że doświadczenie z doradcą

nie zmienia zasadniczo jego podstawowego wizerunku, ale poszerza go o wymiar praktyczny i relacyjny. Klient ocenia nie tylko to, czy doradca „zna się na finansach”, ale również to, jak z nim współpracuje i jak traktuje klienta.

Co ważne, zaufanie i wiarygodność są istotne w obu grupach, ale można zauważyć różnicę w ich charakterze. Dla osób bez doświadczenia z doradcą zaufanie jest przede wszystkim cechą, którą doradca powinien posiadać: powinien być uczciwy, rzetelny i godny zaufania. Wśród osób korzystających z usług zaufanie jest natomiast bardziej związane z rzeczywistym doświadczeniem współpracy i oceną zachowania doradcy.

Podobnie wygląda kwestia negatywnych skojarzeń. W obu grupach pojawiają się obawy dotyczące naciągania, oszustwa, interesowności, sprzedaży produktów czy prowizji, jednak wśród osób korzystających z usług są one częściej osadzone w kontekście samej relacji i sposobu obsługi klienta. Z kolei osoby, które nie miały doświadczenia, częściej odwołują się do ogólnych stereotypów dotyczących zawodu i jego przedstawicieli.

Warto też zwrócić uwagę, że w grupie osób niekorzystających z usług pojawia się więcej stereotypowych elementów wizerunku doradcy jako przedstawiciela zawodu, np. garnitur, krawat, poważny wygląd czy skojarzenia z bankiem. W grupie osób mających doświadczenie z doradcą obraz jest mniej „zawodowym stereotypem”, a bardziej opisem konkretnej osoby i konkretnej współpracy.

Podsumowując, najczęstsze skojarzenia w obu grupach są bardzo podobne i obejmują profesjonalizm, wiedza, kompetencje, doświadczenie, rzetelność, uczciwość, zaufanie, inteligencja i pomoc. Nie mamy więc do czynienia z dwoma zupełnie różnymi obrazami doradcy. Różnica polega przede wszystkim na tym, że osoby, które nie korzystały z doradców, patrzą na nich bardziej przez pryzmat oczekiwań i wyobrażenia o zawodzie, natomiast osoby, które z nich korzystały, dodają do tego doświadczenie relacji z doradcą, np. jego pomocność, komunikację, empatię, zaangażowanie, indywidualne podejście i sposób prowadzenia klienta. Można więc powiedzieć, że wspólny rdzeń wizerunku pozostaje taki sam, ale kontakt z doradcą „uczłowiecza” ten obraz, od samego eksperta finansowego w kierunku eksperta, który jednocześnie pracuje z klientem i odpowiada na jego konkretne potrzeby.



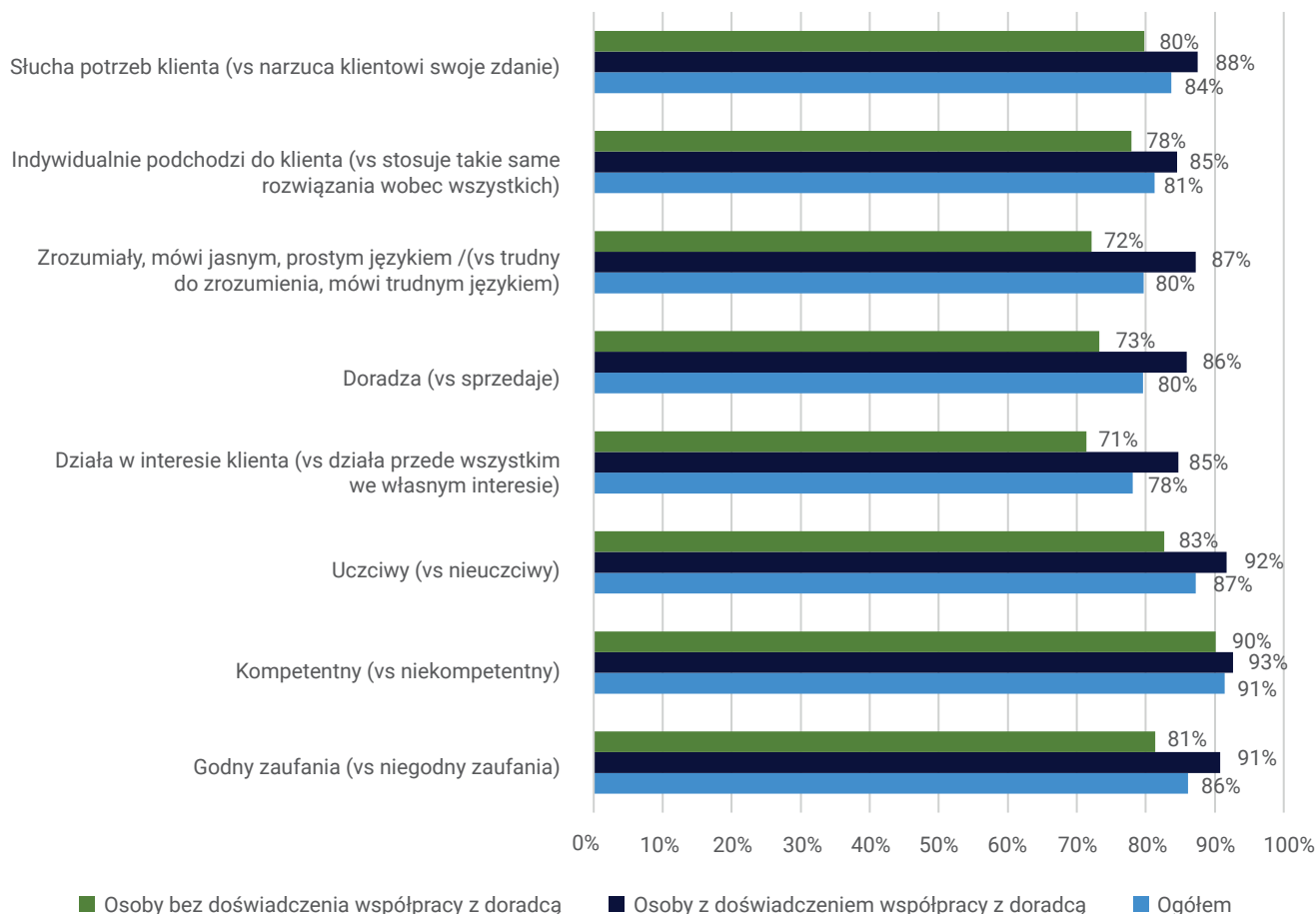
POSTRZEGANIE PROFESJONALNEGO DORADCY FINANSOWEGO OCZAMI OSÓB Z DOŚWIADCZENIEM WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ VS OSÓB BEZ TAKIEGO DOŚWIADCZENIA

Wśród uczestników badania doradca finansowy jest postrzegany bardzo pozytywnie. Najczęściej przypisywaną mu cechą jest kompetencja, którą wskazuje 91% badanych. 87% uczestników badania uważa doradcę za uczciwego, a 86% za godnego zaufania. Jednocześnie zdecydowana większość respondentów dostrzega w doradcy przede wszystkim partnera i osobę wspierającą klienta, a nie sprzedawcę: 84% wskazuje, że słucha potrzeb klienta, 81% docenia indywidualne podejście, natomiast 80% uważa, że doradca doradza, a nie tylko sprzedaje. Taki sam odsetek (80%) ocenia jego sposób komunikacji jako zrozumiały i oparty na prostym języku. Nieco niższy, choć nadal wyraźnie większościowy, jest odsetek osób przekonanych, że doradca działa przede wszystkim w interesie klienta 78%.

Widoczna jest konsekwentnie bardziej pozytywna ocena doradców wśród osób mających doświadczenie współpracy z nimi. W tej grupie wszystkie analizowane wskaźniki osiągają wyższe wartości niż wśród osób bez takiego doświadczenia. Największe różnice dotyczą postrzegania doradcy jako osoby, która działa w interesie klienta (85% vs 71%), mówi w sposób zrozumiały i prosty (87% vs 72%) oraz doradza, a nie sprzedaje (86% vs 73%). Osoby mające doświadczenie częściej wskazują również na uczciwość (92% vs 83%) i zaufanie (91% vs 81%). Różnice są mniejsze w przypadku kompetencji. 93% osób z doświadczeniem postrzega doradcę jako kompetentnego, wobec 90% wśród osób bez doświadczenia oraz indywidualnego podejścia (85% vs 78%) i słuchania potrzeb klienta (88% vs 80%).

Zatem doświadczenie bezpośredniej współpracy z doradcą może się wiązać z bardziej pozytywnym obrazem jego roli. Szczególnie wzmacnia przekonanie, że doradca doradza, rozumie klienta, komunikuje się jasno i działa w jego interesie. Najmniejsza różnica między grupami dotyczy natomiast oceny kompetencji – jest ona wysoka niezależnie od wcześniejszego doświadczenia.

JAK POSTRZEGASZ (TWOJEGO) DORADCĘ FINANSOWEGO?



N = 1104

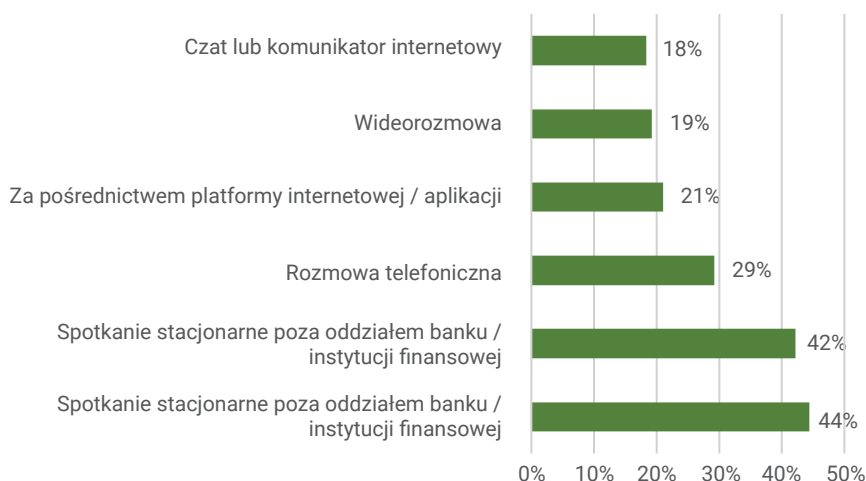


DOTYCHCZASOWA WSPÓŁPRACA Z DORADCĄ FINANSOWYM W BADANEJ PRÓBIE

Wśród 555 uczestników badania, którzy współpracowali z doradcą finansowym 49% osób korzystało z tego rodzaju wsparcia w ciągu ostatnich 12 miesięcy, zaś 51% w ciągu 1-3 lat, przy czym dla 30% badanych było to jednorazowe doświadczenie. Najczęściej jednak, bo w 46% przypadków, jeśli ktoś miał doświadczenie współpracy z doradcą, to pochodziło ono z 2-3 spotkań. 12% badanych w tej grupie spotkało

się z doradcą 4-5 razy, a kolejne 12% ponad 5 razy. Warto zauważyć, że pojedyncze spotkania częściej dotyczą kobiet (37% vs 26%), zaś wielokrotne (co najmniej 4-krotne) częściej dotyczą mężczyzn (15% vs 8%). Wciąż dominują doświadczenia stacjonarnych spotkań z doradcami, w oddziale banku / instytucji finansowej (44%) lub poza nim (42%). Doświadczenia zdalnych spotkań dotyczą najczęściej rozmów telefonicznych (29%), a nieco rzadziej w postaci rozmów za pośrednictwem platformy internetowej/ aplikacji (21%), wideorozmów (19%) lub czata/ komunikatora internetowego (18%).

W JAKI SPOSÓB KORZYSTAŁEŚ(AŚ) Z USŁUG DORADCY FINANSOWEGO?



N = 555

Skorzystanie z usług doradcy najczęściej pojawia się w związku z ważnymi decyzjami dotyczącymi zarządzania finansami i majątkiem. Najczęściej wskazywanym impulsem jest inwestowanie posiadanych oszczędności (29%), a następnie zaciągnięcie kredytu (27%) i zakup mieszkania (25%). Oznacza to, że potrzeba wsparcia doradcy pojawia się przede wszystkim wtedy, gdy klient stoi przed decyzją o większym znaczeniu finansowym, wymagającą wyboru odpowiedniego rozwiązania lub oceny dostępnych możliwości.

Istotną grupę stanowią również sytuacje związane z poprawą i zabezpieczeniem sytuacji finansowej, bowiem 24% badanych wskazuje poprawę sytuacji finansowej, a 18% zabezpieczenie rodziny. Podobny odsetek respondentów (18%) korzysta z doradcy w kontekście optymalizacji podatkowej, natomiast 17% przy planowaniu emerytury. Pokazuje to, że

doradca jest potrzebny nie tylko przy bieżących decyzjach finansowych, ale również w sytuacjach wymagających długofalowego planowania i uporządkowania finansów.

Rzadziej impulsem do skorzystania z usług doradcy są polecenia znajomych (15%), rozpoczęcie działalności gospodarczej (15%), otrzymanie spadku (11%) lub sam kontakt ze strony doradcy (13%).

Wyniki sugerują więc, że kontakt z doradcą ma przede wszystkim charakter sytuacyjny i jest konsekwencją pojawienia się konkretnej potrzeby finansowej, a nie przypadkowego kontaktu czy pojedynczego wydarzenia. Najsilniejszymi „momentami wejścia” są decyzje dotyczące inwestowania, finansowania zakupu nieruchomości oraz kredytu, a także potrzeba poprawy lub zabezpieczenia swojej sytuacji finansowej.

W JAKICH OKOLICZNOŚCIACH ZDECYDOWAŁEŚ(SIĘ) NA SKORZYSTANIE Z USŁUG DORADCY?



N = 555

Zakres korzystania ze wsparcia doradcy jest szeroki, ale wyraźnie koncentruje się wokół finansowania i zarządzania majątkiem. Najczęściej wskazywane są kredyty i finansowanie (35%), co koresponduje z wcześniejszym wskazaniem zaciągnięcia kredytu jako jednej z głównych okoliczności rozpoczęcia współpracy z doradcą. Kolejne miejsca zajmują analiza sytuacji finansowej (26%) oraz inwestowanie i pomnażanie majątku (25%), co pokazuje, że rola doradcy nie ogranicza się do wyboru konkretnego produktu, ale obejmuje również ocenę sytuacji klienta i decyzje dotyczące wykorzystania posiadanych środków.

Relatywnie często doradca wspiera także klientów w budowaniu bezpieczeństwa finansowego. 23% badanych korzystało ze wsparcia w oszczędzaniu i budowaniu zabezpieczenia finansowego. Nieco rzadziej pojawiają się bardziej długofalowe obszary, takie jak identyfikacja i planowanie ważnych celów finansowych (18%), edukacja finansowa (18%) czy zabezpieczenie okresu emerytury (15%).

Na dalszym planie znajdują się specjalistyczne potrzeby, m.in. ubezpieczenia (16%), optymalizacja podatkowa (14%), planowanie budżetu domowego (13%), doradztwo dla przedsiębiorców (13%) oraz sukcesja i przekazanie majątku (13%). Najrzadziej wskazywane jest wsparcie w wychodzeniu z zadłużenia (12%).

W szerszym ujęciu wyniki pokazują, że doradca pełni kilka uzupełniających się ról: pomaga zarówno w rozwiązaniu konkretnej potrzeby finansowej, jak kredyt czy inwestowanie, jak i w diagnozie sytuacji, planowaniu przyszłości oraz budowaniu bezpieczeństwa finansowego. Jednocześnie relatywnie niższe wskazania obszarów takich jak budżet domowy, sukcesja czy zadłużenie sugerują, że współpraca z doradcą częściej koncentruje się na większych decyzjach i zarządzaniu majątkiem niż na codziennym zarządzaniu finansami.

**Z JAKIEGO RODZAJU WSPARCIA DORADCY FINANSOWEGO KORZYSTAŁEŚ?**

N = 555



ZADOWOLENIE Z USŁUG DORADCY FINANSOWEGO

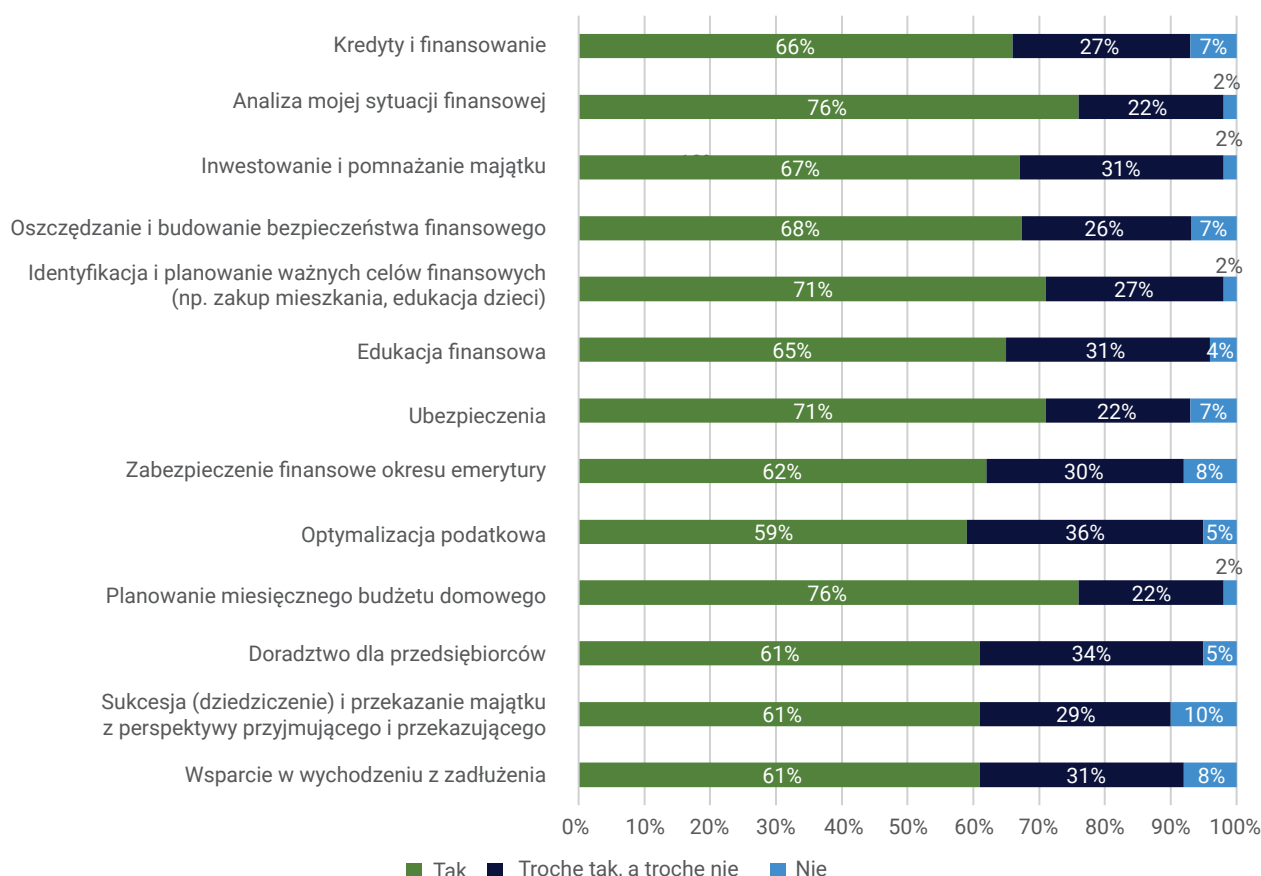
Zadowolenie ze współpracy z doradcą w różnych obszarach zachowań finansowych

Ocena usług doradcy jest bardzo pozytywna. W każdym analizowanym obszarze zdecydowana większość klientów deklaruje co najmniej częściowe zadowolenie. Łącznie odpowiedzi „tak” oraz „trochę tak, a trochę nie” obejmują od 90% do 98% badanych, co pokazuje, że doświadczenia zdecydowanej większości klientów są pozytywne lub przynajmniej częściowo pozytywne. Najwyższy poziom jednoznacznego zadowolenia dotyczy analizy sytuacji finansowej oraz planowania miesięcznego budżetu domowego (po 76% odpowiedzi). Bardzo dobrze oceniane są również identyfikacja i planowanie ważnych celów finansowych oraz współpraca w zakresie ubezpieczeń

(po 71%). Wysokie oceny uzyskuje także współpraca w zakresie oszczędzania i budowania bezpieczeństwa finansowego (68%), inwestowania i pomnażanie majątku (67%) oraz dotycząca kredytów i finansowania zakupów (66%).

Co istotne, odsetek osób niezadowolonych jest we wszystkich obszarach niewielki i wynosi od 2% do 8%. Najmniej negatywnych ocen pojawia się w przypadku planowania budżetu, planowania ważnych celów finansowych, inwestowania oraz analizy sytuacji finansowej (po 2%). Nawet w obszarach ocenianych relatywnie mniej jednoznacznie, takich jak sukcesja, doradztwo dla przedsiębiorców czy wsparcie w wychodzeniu z zadłużenia, zdecydowana większość badanych pozostaje przynajmniej częściowo zadowolona. Wyniki wskazują zatem na bardzo dobry odbiór usług doradcy. Klienci nie tylko często deklarują pełne zadowolenie, ale również bardzo rzadko formułują jednoznacznie negatywne oceny.

CZY BYŁEŚ(AŚ) ZADOWOLONY(A) ZE WSPARCIA DORADCY FINANSOWEGO W POSZCZEGÓLNYCH OBSZARACH?*



N = 555; * na poszczególne pytania odpowiadały tylko osoby, które wskazały wcześniej, że korzystały ze wsparcia w tych obszarach.

Dostrzegane korzyści ze współpracy z doradcą finansowym

Wyniki badania wskazują, że współpraca z doradcą finansowym jest przez zdecydowaną większość badanych postrzegana jako źródło konkretnych i wielowymiarowych korzyści. Jedynie 3% respondentów zadeklarowało, że nie odczuło żadnych korzyści ze współpracy z doradcą, co oznacza, że **dla niemal wszystkich badanych (97%!!!) współpraca ta wiązała się z co najmniej jednym pozytywnym efektem.**

Najczęściej wskazywaną korzyścią była oszczędność czasu (35%). Niewiele rzadziej respondenci wskazywali uniknięcie błędów finansowych (33%) oraz większą wiedzę finansową (32%). Po 30% badanych zauważyło mniejszy stres związany z finansami oraz większe oszczędności. Kolejne wskazania to lepsza kontrola wydatków (28%), a także lepiej dobrane produkty finansowe i większe bezpieczeństwo finansowe (po 26%).

Warto zwrócić uwagę, że korzyści nie ograniczają się wyłącznie do bezpośrednich efektów finansowych. Respondenci dostrzegają również korzyści organizacyjne, edukacyjne i psychologiczne – oszczędność czasu,

większą wiedzę, ograniczenie ryzyka popełnienia błędów czy zmniejszenie stresu. Pokazuje to, że wartość współpracy z doradcą jest postrzegana szerzej niż tylko przez pryzmat osiąganych zysków.

Relatywnie rzadziej wskazywano na wyższe zyski z inwestycji (19%). Może to sugerować, że dla klientów wartość doradztwa wiąże się przede wszystkim z lepszym uporządkowaniem i zarządzaniem finansami oraz zwiększeniem poczucia bezpieczeństwa, a nie wyłącznie z maksymalizacją wyników inwestycyjnych.

Na uwagę zasługuje zatem szeroki zakres korzyści wskazywanych przez respondentów. Obejmują one zarówno wymierne efekty finansowe, jak większe oszczędności czy lepszy dobór produktów, jak i korzyści związane z codziennym funkcjonowaniem – oszczędność czasu, większą kontrolę nad finansami, redukcję stresu oraz ograniczenie ryzyka popełnienia kosztownych błędów. Taki rozkład odpowiedzi pokazuje, że rola doradcy jest przez klientów postrzegana kompleksowo – nie tylko jako wsparcie w podejmowaniu decyzji finansowych, ale również jako sposób na sprawniejsze, bardziej świadome i bezpieczne zarządzanie własnymi finansami.

JAKIE KORZYŚCI OSIĄGNĄŁEŚ(ĘŁAŚ) DZIĘKI WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ?



N = 555



Gotowość do dalszej współpracy z doradcą i polecenia jej innym osobom

Wyniki pokazują bardzo wysoki poziom pozytywnych doświadczeń klientów ze współpracy z doradcą finansowym. Aż 87% badanych deklaruje, że poleciliby znajomym lub rodzinie skorzystanie z usług doradcy, w tym 41% zdecydowanie i 46% raczej. Jedynie 9% respondentów nie byłoby skłonnych do takiej rekomendacji, a 4% nie potrafiło jednoznacznie ocenić tej kwestii.

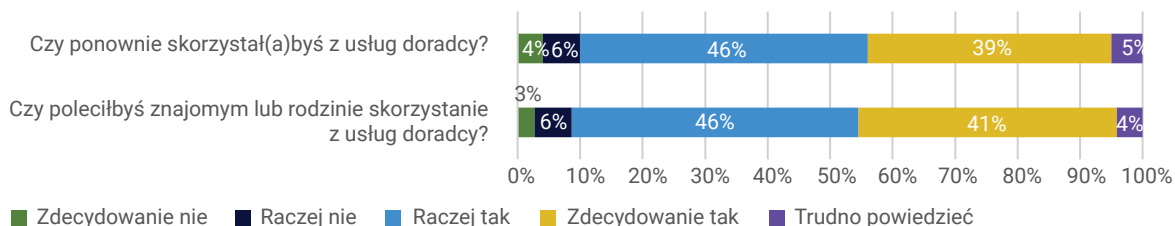
Podobnie kształtuje się gotowość do ponownego skorzystania z usług doradcy. 85% badanych deklaruje, że ponownie skorzystałoby z takiej usługi, przy czym 39% wyraża to zdecydowanie, a 46% raczej. Odsetek osób, które nie zdecydowałyby się na

ponowną współpracę, wynosi 10%, natomiast 5% respondentów nie ma w tej kwestii sprecyzowanego zdania.

Oba wskaźniki kształtują się na bardzo zbliżonym poziomie – różnica między odsetkiem osób gotowych polecić usługi doradcy a odsetkiem deklarujących chęć ponownego skorzystania z jego usług wynosi zaledwie 2 punkty procentowe. Pokazuje to dużą spójność ocen klientów w obu obszarach.

W zestawieniu z wcześniejszymi wynikami dotyczącymi korzyści ze współpracy obraz jest szczególnie wyraźny: klienci nie tylko dostrzegają konkretne efekty współpracy z doradcą, ale w zdecydowanej większości są również gotowi rekomendować tę usługę innym i wrócić do niej w przyszłości.

SKŁONNOŚĆ DO REKOMENDACJI I PONOWNEGO SKORZYSTANIA Z USŁUG DORADCY



N = 555



Czynniki podnoszące zadowolenie ze współpracy z doradcą w różnych obszarach zachowań finansowych

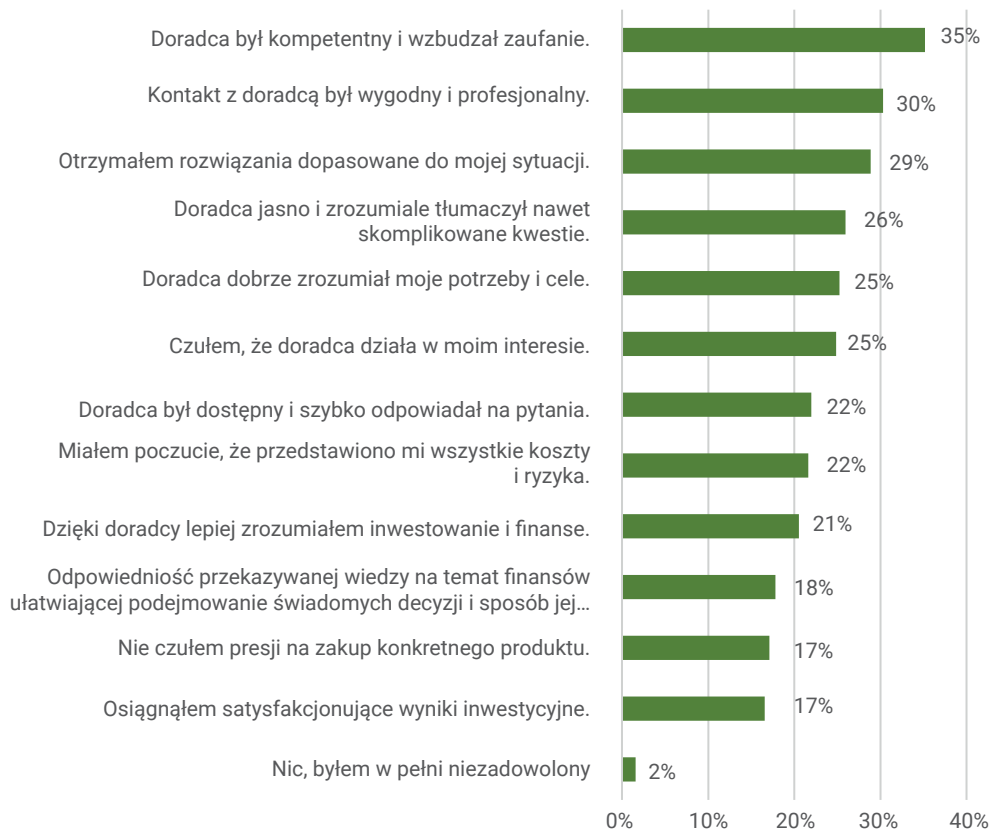
Najczęściej wskazywanym czynnikiem wpływającym pozytywnie na zadowolenie z usług profesjonalnego doradcy finansowego była przekonanie, że jest on kompetentny i wzbudza zaufanie, co wskazało 35% badanych. Istotne znaczenie miał również wygodny i profesjonalny kontakt z doradcą (30%) oraz otrzymywanie rozwiązań dopasowanych do indywidualnej sytuacji klienta (29%). Co czwarty respondent docenił jasny i zrozumiały sposób wyjaśniania nawet skomplikowanych kwestii (26%) oraz dobre rozpoznanie jego potrzeb i celów (25%). Taki sam odsetek badanych (25%) wskazał na poczucie, że doradca działał w jego interesie.

Nieco rzadziej jako istotne czynniki zadowolenia wskazywano dostępność doradcy i szybkość odpowiedzi na pytania oraz poczucie, że przedstawiono wszystkie koszty i ryzyka (po 22%). 21% respondentów uznało, że dzięki współpracy z doradcą lepiej

zrozumiało kwestie związane z inwestowaniem i finansami. 18% badanych zwróciło uwagę na odpowiedniość przekazywanej wiedzy finansowej, ułatwiającej podejmowanie świadomych decyzji, oraz sposób jej przekazywania. Brak presji na zakup konkretnego produktu wskazało 17% respondentów, a taki sam odsetek badanych (17%) jako czynnik zadowolenia wskazał osiągnięcie satysfakcjonujących wyników inwestycyjnych. Warto podkreślić, że jedynie 2% respondentów zadeklarowało pełne niezadowolenie z usług profesjonalnego doradcy finansowego. Oznacza to, że zdecydowana większość badanych wskazała przynajmniej jeden element współpracy, który pozytywnie wpłynął na ich ocenę usług.

Wyniki pokazują, że zadowolenie z usług profesjonalnego doradcy finansowego wiąże się przede wszystkim z jakością relacji i obsługi, wiążącą się z byciem kompetentnymi i budowaniem zaufania, profesjonalnym kontaktem oraz indywidualnym podejściem do potrzeb klienta. Mniejsze znaczenie w deklaracjach respondentów miały natomiast bezpośrednie efekty inwestycyjne czy brak presji sprzedażowej.

CO W NAJWIĘKSZYM STOPNIU SPRAWIŁO, ŻE BYŁEŚ ZADOWOLONY(A) Z USŁUG PROFESJONALNEGO DORADCY FINANSOWEGO? (MAKS. 5 ODPOWIEDZI)



N = 555

Czynniki obniżające zadowolenie ze współpracy z doradcą w różnych obszarach zachowań finansowych

Wyniki badania pokazują, że wśród respondentów wskazujących przyczyny niezadowolenia lub niepełnego zadowolenia znalazła się również znacząca grupa osób, które nie dostrzegły żadnych powodów do negatywnej oceny współpracy. 25% badanych wskazało odpowiedź „Nic, byłem w pełni zadowolony”, która była jednocześnie najczęściej wybieraną odpowiedzią w całym zestawieniu. Jest to o tyle istotne, że pytanie koncentrowało się bezpośrednio na tym, co mogło powodować niezadowolenie, a mimo to, co czwarty respondent nie wskazał żadnego takiego elementu.

Wśród osób wskazujących konkretne przyczyny niezadowolenia najczęściej pojawiało się wrażenie, że doradca przede wszystkim chciał sprzedać produkt oraz niewystarczający zakres przekazanej wiedzy finansowej, ułatwiającej podejmowanie świadomych decyzji – oba czynniki wskazało po 16% badanych. Po 15% respondentów wskazało natomiast na niedopasowanie zaproponowanych rozwiązań do swojej sytuacji, gorsze od oczekiwanych efekty inwestycji, pojawienie się nieoczekiwanych kosztów lub opłat

oraz presję na podjęcie decyzji. Kolejne wskazania dotyczyły m.in. mniejszego zainteresowania klientem po podpisaniu umowy (14%) oraz braku pełnych informacji o kosztach lub ryzyku (14%).

Rzadziej wskazywano na zbyt skomplikowane lub niejasne wyjaśnienia (12%), brak zrozumienia potrzeb klienta przez doradcę (11%), utrudniony kontakt (10%) oraz brak zaufania do doradcy (10%). Warto zauważyć, że czynniki związane z relacją i jakością komunikacji – takie jak brak zaufania, niezrozumienie potrzeb czy utrudniony kontakt – były wskazywane rzadziej niż kwestie dotyczące sprzedażowego charakteru relacji, zakresu przekazywanej wiedzy, dopasowania oferty oraz kosztów i efektów inwestycji.

Ogólny obraz wyników wskazuje więc na kilka obszarów, które mogą obniżać satysfakcję z usług doradczych, przy czym żaden z nich nie dominuje wyraźnie nad pozostałymi. Jednocześnie najczęściej wskazywaną odpowiedzią pozostawało „Nic, byłem w pełni zadowolony” (25%), co pokazuje, że istotna część respondentów, nawet przy pytaniu ukierunkowanym na identyfikację problemów, nie wskazała żadnego elementu, który negatywnie wpływałby na ich ocenę współpracy.

CO W NAJWIĘKSZYM STOPNIU SPRAWIŁO, ŻE NIE BYŁEŚ (LUB NIE BYŁEŚ W PEŁNI) ZADOWOLONY(A) Z USŁUG PROFESJONALNEGO DORADCY FINANSOWEGO? (MAKS. 5 ODPOWIEDZI)



N = 555

DORADCA FINANSOWY NA TLE INNYCH ŹRÓDEŁ WIEDZY I PORAD FINANSOWYCH

Badani zostali poproszeni o uporządkowanie pięciu potencjalnych źródeł wiedzy od najlepszego (1) do najmniej pozytywnie ocenianego (5), na wymiarach zaufania w kwestiach finansowych, wiedzy i kompetencji finansowych, chęci skorzystania z porady i wpływu na decyzje finansowe badanej osoby. Wśród źródeł uwzględniono osobę badaną oraz cztery zewnętrzne źródła wiedzy: rodzinę/znajomych, doradcę finansowego, -znane osoby, które badany podziwia (np. aktorzy, muzycy, sportowcy) oraz finfluencerów i twórców internetowych.

Wyniki pokazują wyraźny podział pomiędzy źródłami, które badani postrzegają jako realne wsparcie w podejmowaniu decyzji finansowych, a tymi, które pełnią raczej rolę uzupełniającego źródła informacji. Doradca finansowy, rodzina lub znajomi oraz własna wiedza i doświadczenie tworzą wyraźnie lepiej ocenianą grupę niż finfluencerzy i znane osoby, które badani podziwiają. We wszystkich czterech analizowanych wymiarach pierwsze trzy źródła uzyskują średnie wyniki od 2,3 do 2,8, podczas gdy w przypadku finfluencerów i twórców internetowych oraz znanych osób wyniki mieszczą się w przedziale 3,5–3,9.

Doradca finansowy zajmuje szczególnie istotną pozycję. W obszarze wiedzy i kompetencji uzyskuje średnią 2,4, a więc jest oceniany jako najbardziej kompetentne źródło spośród analizowanych, natomiast pod względem zaufania (2,5), chęci skorzystania z porady (2,6) oraz wpływu na decyzję finansową (2,7) jest najwyższym ocenianym zewnętrznym źródłem wiedzy, ustępując miejsca tylko własnej opinii badanego. Oznacza to, że doradca jest postrzegany nie tylko jako osoba posiadająca wiedzę, ale także jako potencjalnie istotne wsparcie w praktycznym podejmowaniu decyzji.

Co ciekawe, własna ocena badanych jest równie ważnym punktem odniesienia jak profesjonalne doradztwo. „Ja sam/sama” uzyskuje najlepszy wynik w obszarze zaufania (2,3) oraz wpływu na własną decyzję (2,4), a także bardzo wysokie pozycje pod względem chęci skorzystania z porady (2,5) i postrzeganej kompetencji (2,6). Pokazuje to silną rolę autonomii-badani w pierwszej kolejności chcą opierać decyzje finansowe na sobie, jednocześnie dostrzegając wysoką wartość profesjonalnego doradcy.

Rodzina i znajomi również pozostają ważnym źródłem wsparcia, uzyskując bardzo zbliżone wyniki

do doradcy finansowego i własnej wiedzy. Ich pozycja jest szczególnie widoczna w obszarze zaufania (2,6) i wpływu na decyzję (2,8). Wskazuje to na znaczenie osobistego, bliskiego otoczenia w rozmowach o finansach, choć jednocześnie wyniki sugerują, że rekomendacja rodziny czy znajomych nie jest traktowana jako substytut profesjonalnej wiedzy.

Na drugim biegunie znajdują się finfluencerzy i twórcy internetowi oraz znane osoby-aktorzy, muzycy czy sportowcy. Ich wyniki są wyraźnie wyższe we wszystkich wymiarach, co oznacza słabszą pozycję w rankingu. Szczególnie nisko oceniana jest ich wiarygodność kompetencyjna: znane osoby uzyskują wynik 3,7, a finfluencerzy 3,6. Podobnie wygląda kwestia zaufania (odpowiednio 3,7 i 3,9). Co istotne, ich rekomendacje mają również wyraźnie mniejszy deklarowany wpływ na decyzje finansowe-3,6 w przypadku znanych osób i 3,5 w przypadku twórców internetowych.

Wyniki wskazują, że rola doradcy finansowego jest osadzona w grupie najbardziej wiarygodnych źródeł porad finansowych – obok własnej oceny oraz rekomendacji rodziny i znajomych. Jednocześnie doradca wyróżnia się tym, że jako jedyne zewnętrzne źródło łączy wysokie zaufanie z najwyższą ocenianą wiedzą i kompetencjami. To istotne z perspektywy jego roli: doradca nie konkuruje przede wszystkim z influencerami czy celebrytami, lecz funkcjonuje w obszarze decyzji, w którym badani oczekują przede wszystkim wiarygodności, kompetencji i realnej wartości dla własnych finansów.

Warto również zwrócić uwagę na niewielkie różnice pomiędzy trzema najlepiej ocenianymi źródłami. Doradca finansowy, rodzina/znajomi i „ja sam/sama” tworzą spójny, wyraźnie odcinający się od pozostałych segment. Sugeruje to, że w decyzjach finansowych badani preferują źródła postrzegane jako bliskie, zaufane lub kompetentne, podczas gdy popularność czy rozpoznawalność w mediach społecznościowych sama w sobie nie przekłada się na równie wysoki poziom zaufania i wpływu.

Różnice w ocenie poszczególnych źródeł wiedzy między osobami mającymi doświadczenie współpracy z doradcami a tymi, które takich doświadczeń nie mają, są minimalne i żadna z grup nie różni się istotnie od wyników uzyskiwanych dla całej próby. Jedyne wyjątek stanowi poziom zaufania do doradcy finansowego w kwestiach finansowych, który w grupie posiadającej doświadczenia współpracy z doradcą jest identyczny jak poziom zaufania dla samego siebie.

	 Ja sam(a)	 Doradca finansowy	 Rodzina / znajomi	 Znane osoby, które podziwiam (np. aktorzy, muzycy, sportowcy)	 Finfluencerzy / twórcy internetowi
 Zaufanie 1 Największe zaufanie 5 Najmniejsze zaufanie	2	1	3	4	5
 Wiedza i kompetencje finansowe 1 Największe 5 Najmniejsze	2	1	3	4	5
 Chęć skorzystania z porady 1 Najchętniej 5 Najmniej chętnie	1	2	3	4	5
 Wpływ na moje decyzje 1 Największy wpływ 5 Najmniejszy wpływ	1	2	3	4	5

OCZEKIWANIA WOBEC DORADCY

Preferowana instytucja, którą reprezentuje doradca

W całej badanej grupie najchętniej o swojej przyszłości finansowej badani porozmawialiby z przedstawicielem niezależnej firmy doradztwa finansowego (38%). Na drugim miejscu znalazł się doradca reprezentujący bank (20%). Kolejne wskazania dotyczą przedstawicieli firm ubezpieczeniowych (12%) oraz firm inwestycyjnych lub domów maklerskich (9%). 3% badanych wskazało inną instytucję finansową, natomiast 18% nie potrafiło określić, z przedstawicielem jakiej instytucji najchętniej porozmawiałoby o swojej przyszłości finansowej. Analiza tych wyników powinna brać pod uwagę możliwość, że niezależność firmy jest cechą postrzeganą lub oczekiwaną przez respondentów i nie wynika wprost z formalno-regulacyjnego statusu firmy. Nie zmienia to faktu, że niezależność ujawnia się jako ważne kryterium wyboru doradcy finansowego.

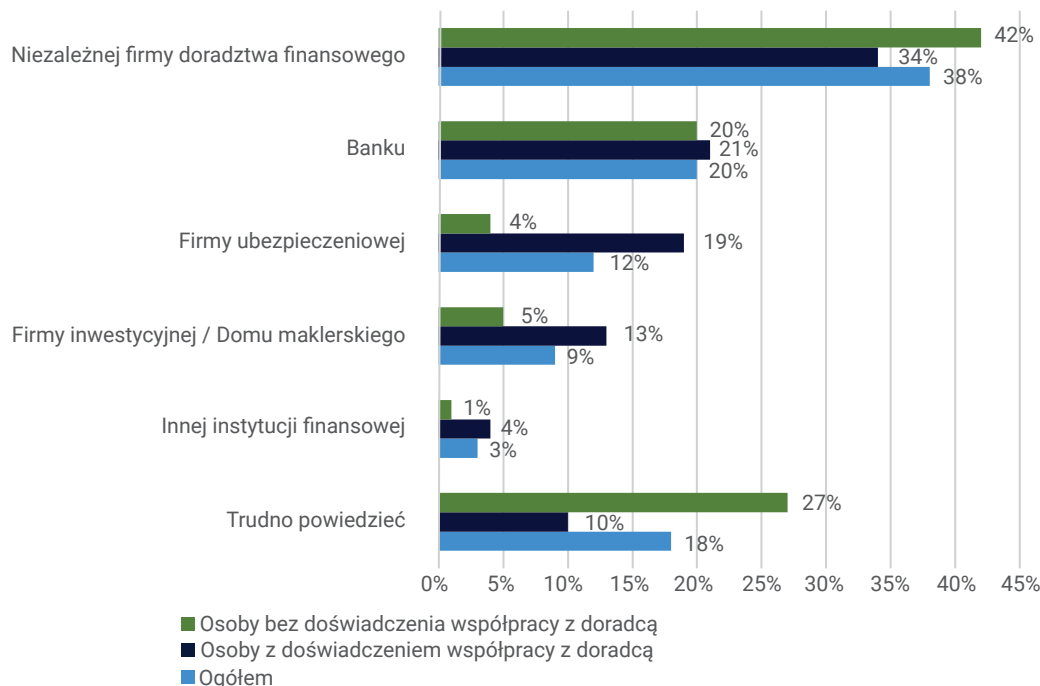
Doświadczenie współpracy z doradcą różnicuje te preferencje. Osoby bez takiego doświadczenia

częściej wskazują doradcę z niezależnej firmy doradztwa finansowego (42% wobec 34% wśród osób z doświadczeniem). W tej grupie częściej pojawia się również odpowiedź „trudno powiedzieć” – 27% wobec 10%, co pokazuje, że osoby, które dotychczas nie współpracowały z doradcą, częściej nie mają sprecyzowanej preferencji co do jego instytucjonalnego pochodzenia.

Z kolei wśród osób mających doświadczenie współpracy z doradcą częściej wybierani są przedstawiciele firm ubezpieczeniowych (19% wobec 4%) oraz firm inwestycyjnych/domów maklerskich (13% wobec 5%). W przypadku banków różnica między grupami jest minimalna (21% osób z doświadczeniem współpracy z doradcą i 20% osób bez takiego doświadczenia).

Ogółem niezależna firma doradztwa finansowego jest najczęściej wskazywanym źródłem doradcy, wyprzedzając bank i pozostałe typy instytucji. Jednocześnie doświadczenie wcześniejszej współpracy z doradcą wiąże się z bardziej określonymi preferencjami co do tego, skąd taki doradca powinien pochodzić.

**Z PRZEDSTAWICIELEM / DORADCĄ Z JAKIEJ INSTYTUCJI NAJCHĘTNIEJ POROZMAWIAŁ(A)BYŚ
O SWOJEJ PRZYSZŁOŚCI FINANSOWEJ?**



N = 1104

Preferowany wiek doradcy finansowego

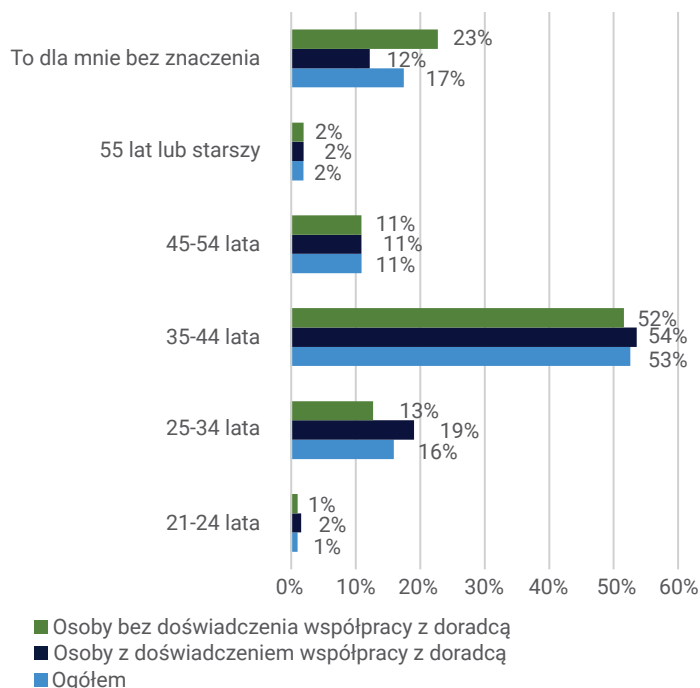
Najczęściej wskazywanym wiekiem doradcy finansowego jest 35-44 lata, który wybiera 53% badanych. Kolejne 16% preferuje doradcę w wieku 25-34 lata, 11% wskazuje przedział 45-54 lata, a 2% osobę w wieku 55 lat lub więcej. Dla 17% badanych wiek doradcy nie ma znaczenia.

Biorąc pod uwagę, że większość badanych stanowią osoby w wieku 25-34 lata, szczególnie interesująca jest przewaga wskazań na przedział 35-44 lata, która oznacza, że badani najczęściej preferują doradcę nieco starszego od siebie, podczas gdy rzadziej wskazują osobę w swoim przedziale wiekowym (25-34 lata). Jednocześnie niewielki odsetek badanych preferuje osoby jeszcze starsze (11% wskazuje wiek 45-54 lata, a 2% 55 lat lub więcej). Warto odnotować, że

zarówno praktyka rynków zagranicznych, jak i zmiany demograficzne wskazują na potrzebę docenienia i otwartości na współpracy z doradcami w wieku 55 lat lub więcej.

Preferencje są bardzo podobne niezależnie od wcześniejszego doświadczenia współpracy z doradcą. Wiek 35-44 lata wskazuje 54% osób z doświadczeniem współpracy i 52% osób bez takiego doświadczenia. Osoby mające doświadczenie nieco częściej preferują natomiast doradcę w wieku 25-34 lata (19% wobec 13%).

Największa różnica między grupami dotyczy odpowiedzi „to dla mnie bez znaczenia”. Wśród osób bez doświadczenia współpracy z doradcą wskazuje ją 23%, podczas gdy wśród osób z takim doświadczeniem jest to 12%.


JAKI WIEK TWOJEGO DORADCY FINANSOWEGO NAJBARDZIEJ BY CI ODPOWIADAŁ?


N = 1104

Najważniejsze elementy współpracy z doradcą

Najważniejszymi elementami współpracy z profesjonalnym doradcą finansowym są dla badanych dopasowanie rozwiązań do własnej sytuacji i celów oraz bezpieczeństwo pieniędzy i podejmowanych decyzji finansowych, które wskazuje po 36% badanych. Kolejne miejsca zajmują lepsze decyzje finansowe i lepsze zrozumienie finansów oraz większa samodzielność (po 28%), a także większe oszczędności lub lepsze wykorzystanie posiadanych pieniędzy (27%).

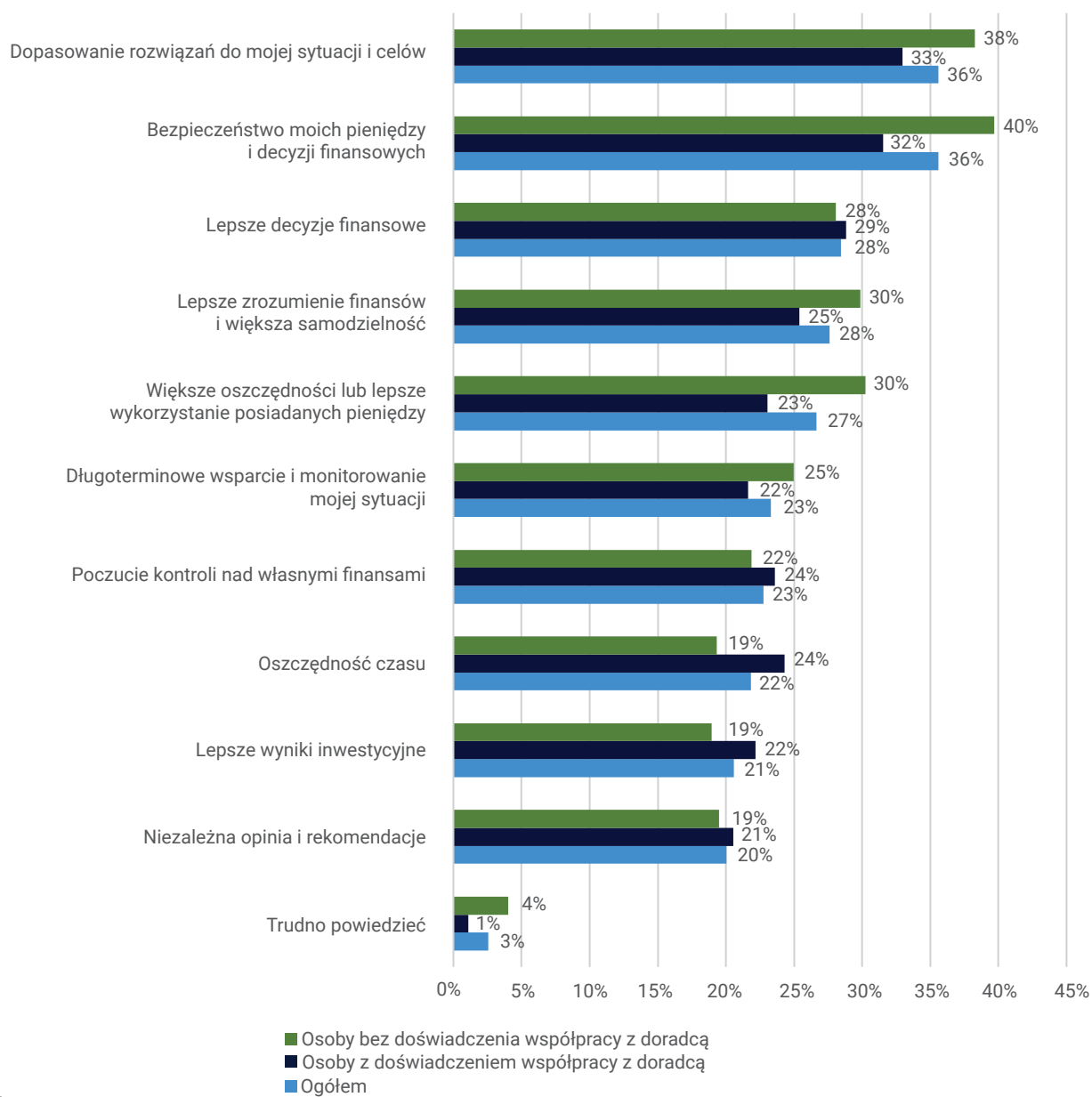
Niecorzadziej wskazywane są długoterminowe wsparcie i monitorowanie sytuacji oraz poczucie kontroli nad własnymi finansami (po 23%), a także oszczędność czasu (22%), lepsze wyniki inwestycyjne (21%) i niezależna opinia oraz rekomendacje (20%). Jedyne 3% badanych nie potrafiło wskazać, co byłoby dla nich najważniejsze we współpracy z doradcą.

W zależności od doświadczenia współpracy z doradcą widać kilka różnic. Osoby bez takiego doświadczenia częściej wskazują bezpieczeństwo pieniędzy i decyzji finansowych (40% wobec 32%) oraz dopasowanie rozwiązań do swojej sytuacji i celów (38% wobec 33%). Częściej zwracają również uwagę na większe oszczędności lub lepsze wykorzystanie

posiadanych pieniędzy (30% wobec 23%) oraz lepsze zrozumienie finansów i większą samodzielność (30% wobec 25%).

Z kolei osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą nieco częściej wskazują oszczędność czasu (24% wobec 19%), lepsze wyniki inwestycyjne (22% wobec 19%) oraz niezależną opinię i rekomendacje (21% wobec 19%). W przypadku lepszych decyzji finansowych wyniki obu grup są niemal identyczne – wskazuje je 29% osób z doświadczeniem i 28% osób bez doświadczenia.

Najważniejsze oczekiwania wobec współpracy z doradcą finansowym w dużej mierze odpowiadają korzyściom z dotychczasowych doświadczeń z doradcami, które badani wskazali w badaniu i co przedstawiono we wcześniejszej części raportu. W obu ujęciach powtarzają się przede wszystkim takie aspekty jak większe bezpieczeństwo finansowe, lepsze decyzje finansowe, większe oszczędności, lepsze zrozumienie finansów oraz oszczędność czasu. Spójność tych wskazań pokazuje, że oczekiwania wobec współpracy są w dużej mierze zgodne z tym, czego badani faktycznie doświadczali. Doradztwo jest więc postrzegane nie tylko jako wsparcie w wyborze konkretnych rozwiązań, ale także szerzej, jako sposób na bezpieczniejsze, bardziej świadome i lepiej dopasowane zarządzanie własnymi finansami.

**CO JEST DLA CIEBIE NAJWAŻNIEJSZE WE WSPÓŁPRACY Z PROFESJONALNYM DORADCĄ FINANSOWYM?
(MAKS. 3 ODPOWIEDZI)**

N = 1104



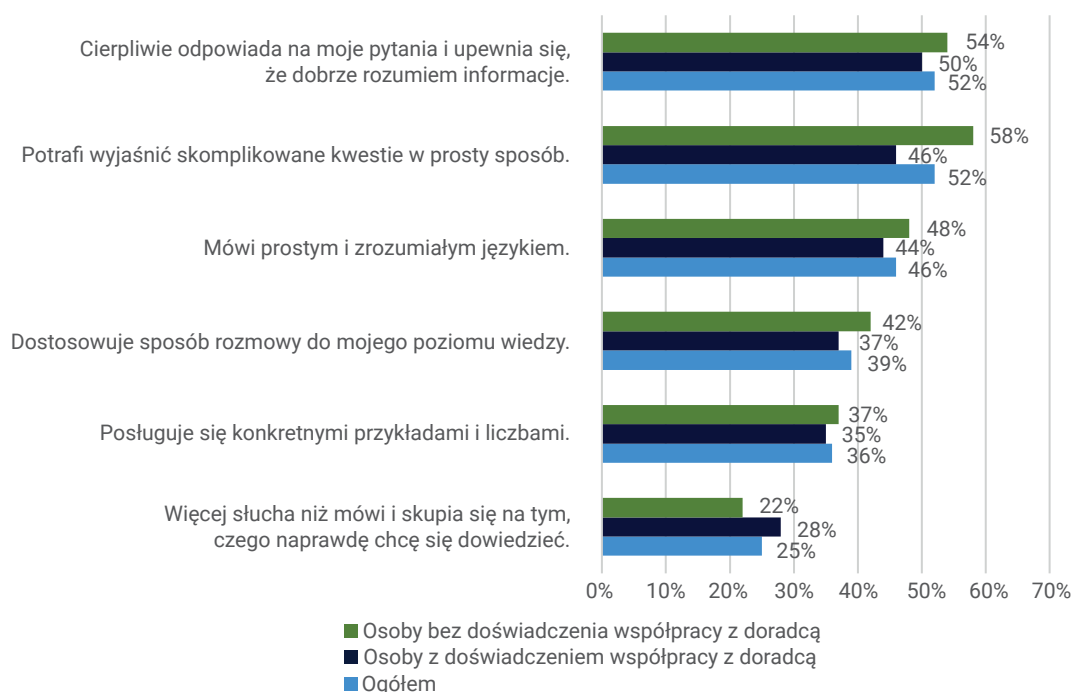
PREFEROWANE ZACHOWANIA DORADCY FINANSOWEGO

Preferowany sposób komunikacji

Badani oczekują od doradcy prostego, zrozumiałego i dopasowanego sposobu komunikacji, a nie tylko przekazywania specjalistycznej wiedzy. Najczęściej wskazywane są cierpliwe odpowiadanie na pytania i upewnianie się, że informacje zostały dobrze zrozumiane oraz umiejętność wyjaśniania skomplikowanych kwestii w prosty sposób (po 52%). 46% badanych oczekuje prostego i zrozumiałego języka, a 39% dostosowania sposobu rozmowy do swojego

poziomu wiedzy. Rzadziej wskazywane są posługiwanie się konkretnymi przykładami i liczbami (36%) oraz przede wszystkim uważne słuchanie i koncentrowanie się na tym, czego klient rzeczywiście chce się dowiedzieć (25%). Warto zwrócić uwagę na różnice między grupami, które pokazują, że osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej oczekują upraszczania złożonych kwestii (58% wobec 46%), prostego języka (48% wobec 44%) oraz dostosowania sposobu rozmowy do poziomu wiedzy (42% wobec 37%). Z kolei osoby mające doświadczenie nieco częściej wskazują na potrzebę uważnego słuchania i koncentrowania się na ich potrzebach (28% wobec 22%).

PREFEROWANY SPOSÓB KOMUNIKACJI DORADCY FINANSOWEGO



N = 1104

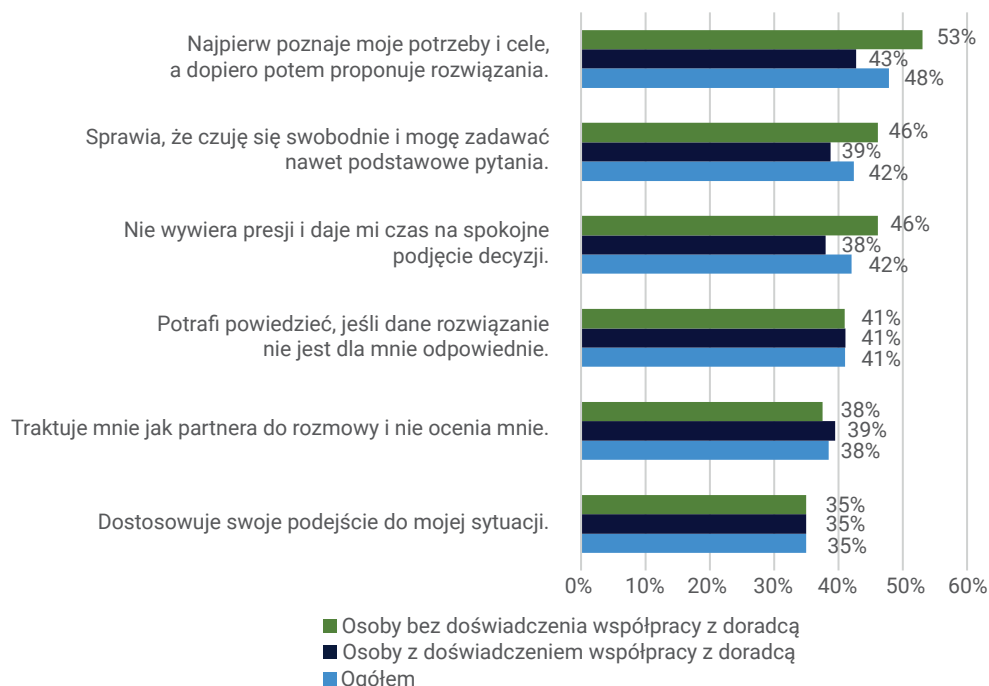


Preferowane podejście do klienta

W obszarze podejścia do klienta najważniejsze jest dla badanych przede wszystkim poznanie ich potrzeb i celów przed zaproponowaniem konkretnych rozwiązań, na co wskazuje 48% badanych. Niewiele rzadziej oczekiwane są swoboda w rozmowie i możliwość zadawania nawet podstawowych pytań oraz brak presji i czas na spokojne podjęcie decyzji (po 42%). 41% badanych wskazuje na umiejętność powiedzenia, że dane rozwiązanie nie jest dla nich odpowiednie, 38% wskazuje na traktowanie klienta jak partnera do rozmowy i nieocenianie go, zaś 35% na

dostosowanie podejścia do indywidualnej sytuacji. Widać przy tym różnice między grupami. Osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej oczekują swobody w rozmowie i możliwości zadawania pytań (46% wobec 39%), braku presji i czasu na decyzję (46% wobec 38%) oraz (przede wszystkim) poznania ich potrzeb i celów przed przedstawieniem rozwiązania (53% wobec 43%). W przypadku pozostałych aspektów różnice są niewielkie, a w odniesieniu do dostosowania podejścia do sytuacji oraz wskazania, że dane rozwiązanie nie jest odpowiednie, obie grupy wskazują dokładnie takie same wartości.

PREFEROWANE PODEJŚCIE DORADCY FINANSOWEGO DO KLIENTA



N = 1104

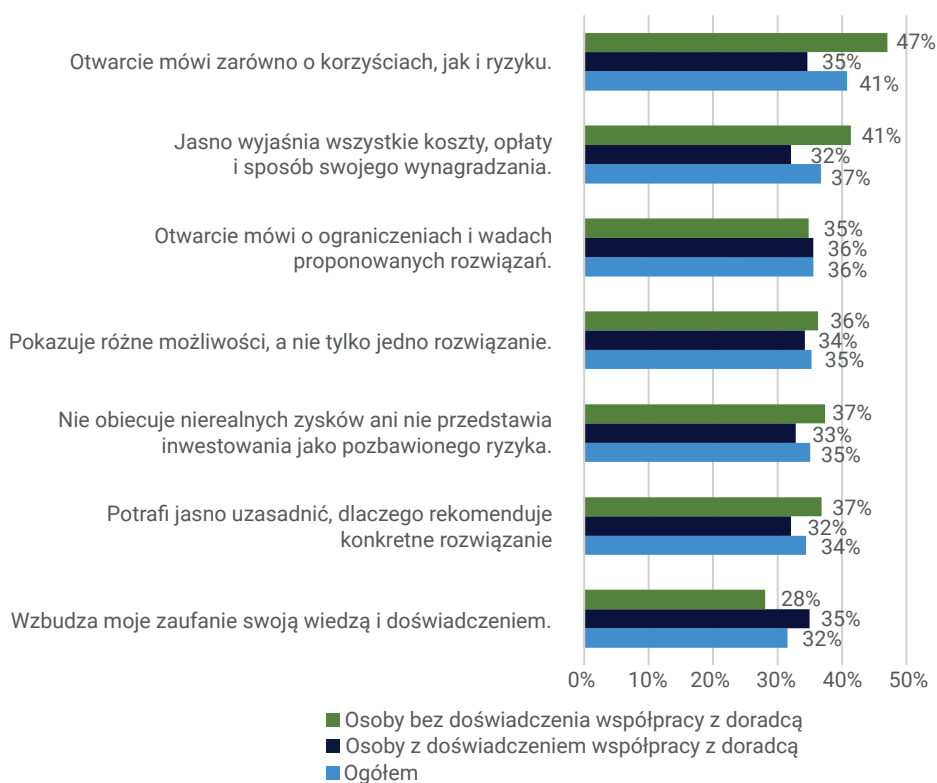


Zaufanie i profesjonalizm doradcy finansowego

W obszarze zaufania i profesjonalizmu doradcy finansowego najważniejsze jest dla badanych otwarte przedstawianie zarówno korzyści, jak i ryzyka, na co wskazuje 41% respondentów. Kolejne wskazania dotyczą jasnego wyjaśniania wszystkich kosztów, opłat i sposobu wynagradzania doradcy (37%) oraz otwartego mówienia o ograniczeniach i wadach proponowanych rozwiązań (36%). Po 35% badanych oczekuje, że doradca nie będzie obiecywał nierealnych zysków ani przedstawiał inwestowania jako pozbawionego ryzyka oraz że pokaże różne możliwości, zamiast

proponować tylko jedno rozwiązanie. Nieco rzadziej wskazywane są jasne uzasadnienie rekomendowanego rozwiązania (34%) oraz wzbudzanie zaufania poprzez wiedzę i doświadczenie (32%). Widać przy tym różnice między grupami. Osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej zwracają uwagę na transparentność i bezpieczeństwo komunikacji, w szczególności częściej wskazują otwarte mówienie zarówno o korzyściach, jak i ryzyku (47% wobec 35%), jasne wyjaśnianie kosztów i wynagrodzenia (41% wobec 32%) oraz unikanie obietnic nierealnych zysków (37% wobec 33%). Z kolei osoby z doświadczeniem nieco częściej wskazują na wiedzę i doświadczenie doradcy jako źródło zaufania (35% wobec 28%).

ZAUFANIE I PROFESJONALIZM DORADCY FINANSOWEGO



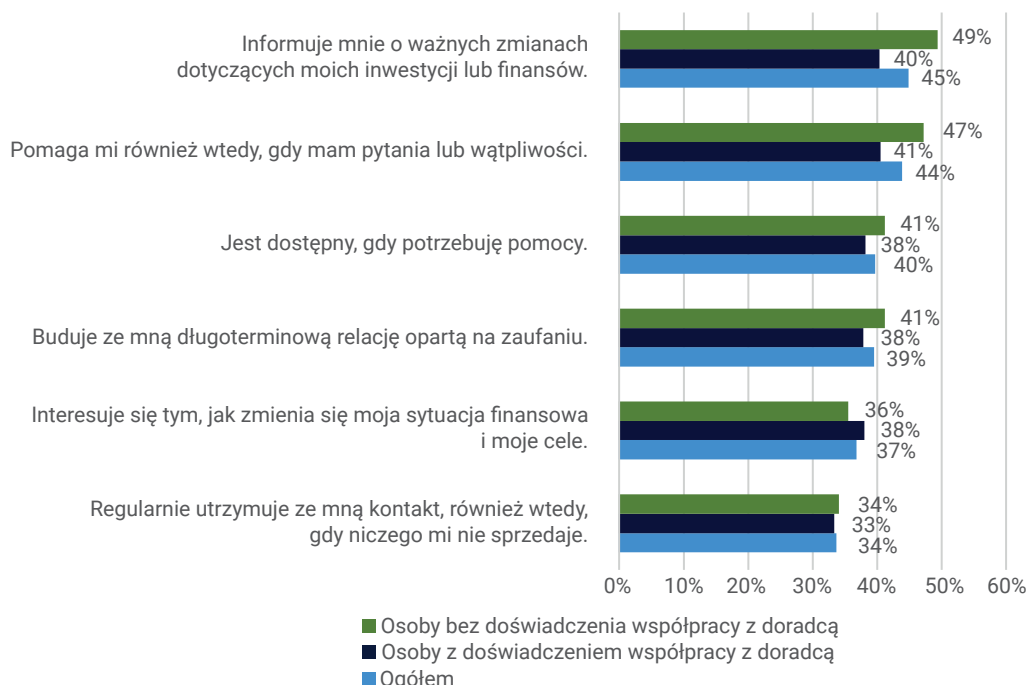
N = 1104

Relacja i dostępność doradcy finansowego

W obszarze relacji i dostępności doradcy finansowego najważniejsze jest dla badanych informowanie o ważnych zmianach dotyczących ich inwestycji lub finansów, na co wskazuje 45% respondentów. Niewiele rzadziej oczekują oni pomocy wtedy, gdy mają pytania lub wątpliwości (44%) oraz dostępności doradcy, gdy potrzebują pomocy (40%). 39% badanych wskazuje na potrzebę budowania długoterminowej relacji opartej na zaufaniu, a 37% zainteresowania zmianami w ich sytuacji finansowej i celach. Najrzadziej wskazywanym elementem jest regularny kontakt również wtedy, gdy nie wiąże się on ze sprzedażą (34%). Osoby

bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej wskazują większość elementów związanych z dostępnością i bieżącym wsparciem. Największe różnice widać w kontekście informowania o ważnych zmianach dotyczących inwestycji lub finansów klienta (49% wobec 40%) oraz pomoc w przypadku pytań i wątpliwości (47% wobec 41%). Częściej oczekują również dostępności doradcy (41% wobec 38%) i budowania długoterminowej relacji opartej na zaufaniu (41% wobec 38%). W przypadku regularnego kontaktu różnica między grupami jest minimalna (34% wobec 33%), natomiast osoby z doświadczeniem nieco częściej wskazują zainteresowanie zmianami w ich sytuacji finansowej i celami (38% wobec 36%).

RELACJA I DOSTĘPNOŚĆ DORADCY FINANSOWEGO



N = 1104

Podsumowanie

Wyniki pokazują spójny obraz oczekiwań wobec profesjonalnego doradcy finansowego. We wszystkich analizowanych obszarach badani podkreślają przede wszystkim indywidualne podejście, jasną i zrozumiałą komunikację, transparentność oraz realną dostępność doradcy. Badani oczekują konkretnych rekomendacji. Jednak ważne jest dla nich nie tylko otrzymanie rekomendacji, ale przede wszystkim zrozumienie, z czego ona wynika, jakie wiąże się z nią korzyści, koszty i ryzyka oraz w jaki sposób odpowiada na ich własne potrzeby i cele. Równie istotna jest relacja oparta na zaufaniu-doradca powinien być dostępny także wtedy, gdy klient ma pytania lub wątpliwości, a jego rola nie powinna ograniczać się do momentu przedstawienia czy sprzedaży rozwiązania.

Na uwagę zasługują również różnice między osobami mającymi doświadczenie współpracy z doradcą a tymi, które go nie mają. Osoby bez doświadczenia częściej podkreślają potrzebę bezpieczeństwa, przejrzystości i wsparcia w spokojnym podejmowaniu decyzji, natomiast osoby z doświadczeniem nieco częściej zwracają uwagę na wiedzę doradcy, oszczędność czasu czy uważne słuchanie. Jednocześnie w wielu obszarach różnice są niewielkie, co wskazuje na wspólny zestaw oczekiwań wobec doradcy. Całościowo można więc powiedzieć, że badani oczekują od niego nie tyle roli sprzedawcy produktów finansowych, ile kompetentnego partnera, który rozumie ich sytuację, potrafi jasno przedstawić dostępne możliwości i pozostaje wsparciem także w dalszym procesie zarządzania finansami.

ZACHOWANIA DORADCY FINANSOWEGO, KTÓRE ZNIECHĘCAJĄ DO WSPÓŁPRACY

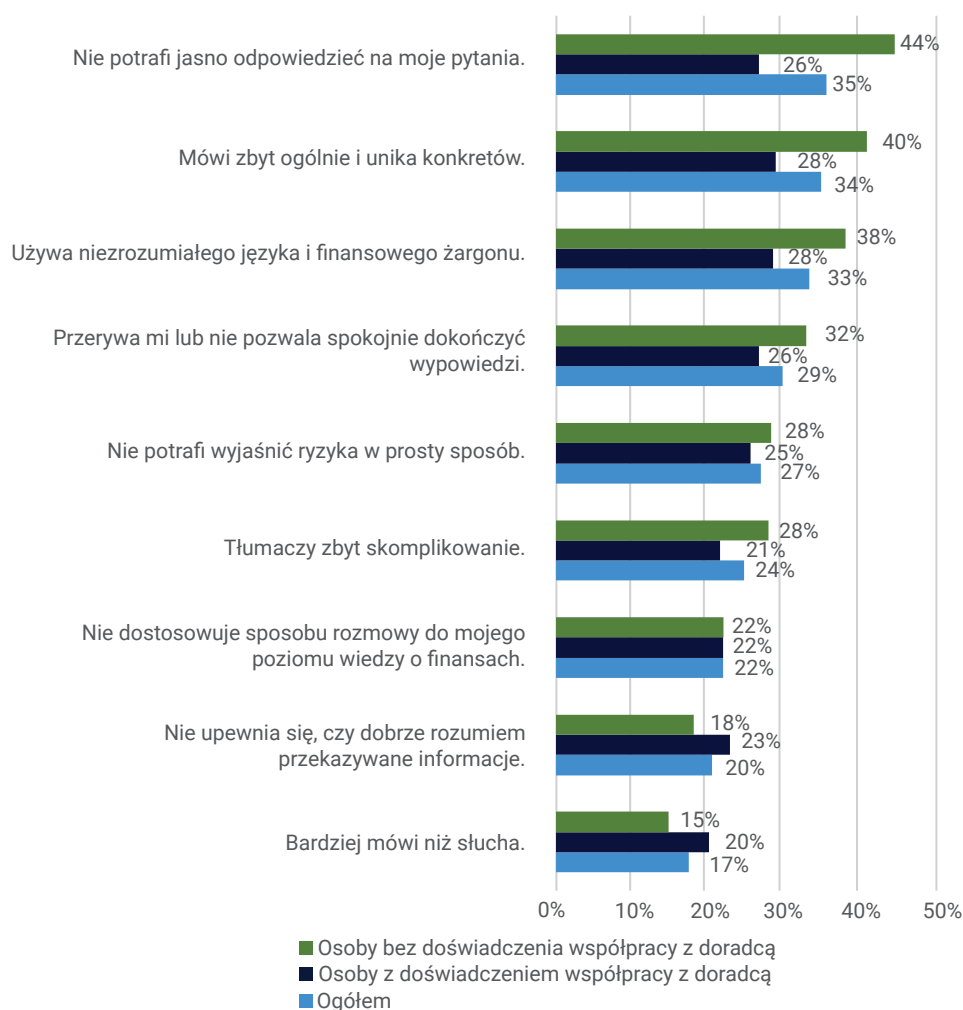
Zniechęcający sposób komunikacji

W obszarze sposobu komunikacji najbardziej zniechęcają badanych zachowania związane z brakiem konkretnych i trudnością w uzyskaniu jasnych odpowiedzi. Najczęściej wskazywane są brak jasnej odpowiedzi na pytania (35%) oraz mówienie zbyt ogólnie i unikanie konkretów (34%). Kolejne miejsca zajmują używanie niezrozumiałego języka i finansowego żargonu (33%) oraz przerywanie klientowi i niepozwolenie mu spokojnie dokończyć wypowiedzi (29%). Rzadziej wskazywane są trudności z prostym wyjaśnieniem ryzyka (27%), zbyt skomplikowane tłumaczenie (24%), niedostosowanie sposobu rozmowy

do poziomu wiedzy (22%), brak upewnienia się, czy klient dobrze rozumie informacje (20%) oraz sytuacja, w której doradca bardziej mówi, niż słucha (17%).

Różnice między grupami są wyraźniejsze niż w przypadku pozytywnych aspektów komunikacji doradcy. Osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą częściej wskazują niemal wszystkie zachowania zniechęcające do współpracy. Największe różnice dotyczą braku jasnych odpowiedzi na pytania (44% wobec 26%), mówienia zbyt ogólnie i unikania konkretów (40% wobec 28%) oraz używania niezrozumiałego języka i finansowego żargonu (38% wobec 28%). Częściej wskazują również przerywanie wypowiedzi (32% wobec 26%) i zbyt skomplikowane tłumaczenie (28% wobec 21%). W przypadku niedostosowania sposobu rozmowy do poziomu wiedzy obie grupy wskazują identyczny odsetek (22%).

ZNIECHĘCAJĄCY SPOSÓB KOMUNIKACJI DORADCY FINANSOWEGO



N = 1104



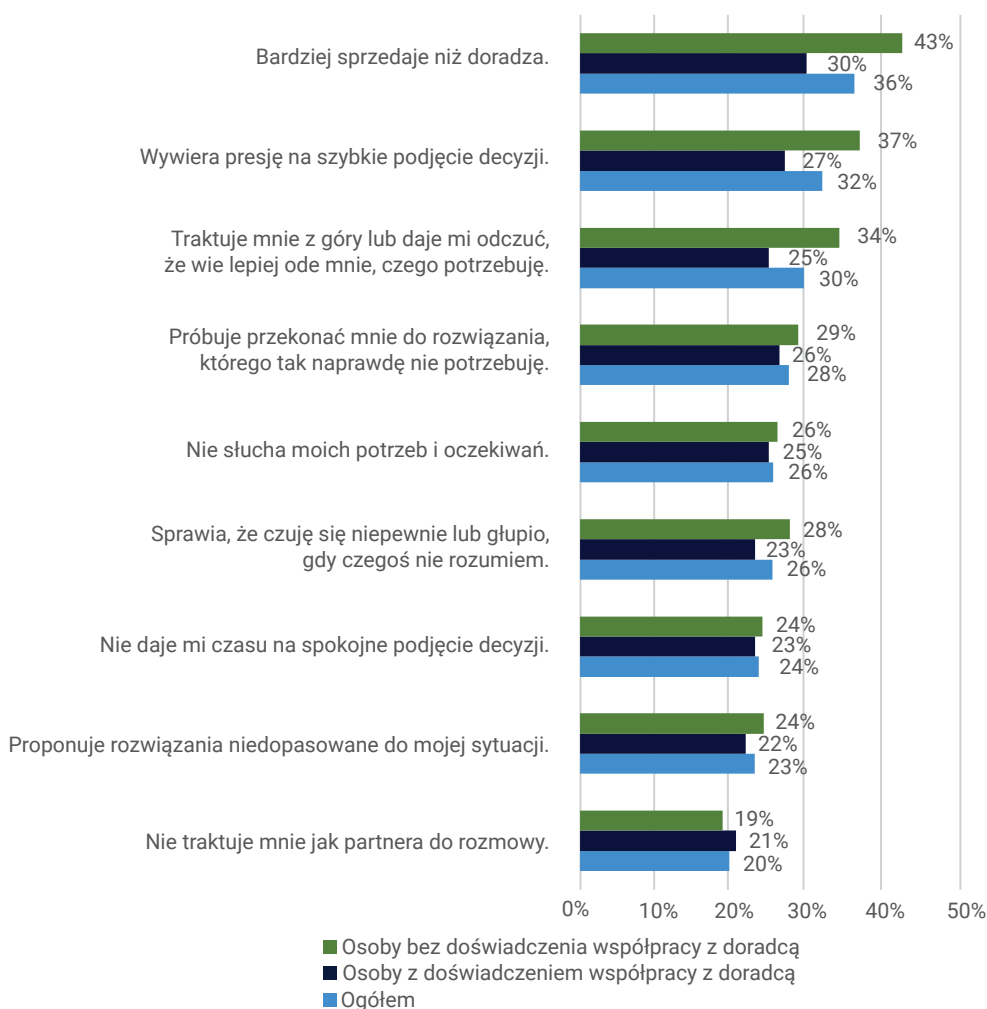
Zniechęcające podejście do klienta

W obszarze podejścia do klienta najbardziej zniechęcają badanych zachowania sugerujące przewagę sprzedaży nad rzeczywistym doradztwem oraz wywieranie presji. Badani najczęściej wskazują odpowiedź: „bardziej sprzedaje niż doradza” (36% badanych). Kolejne miejsca zajmują wywieranie presji na szybkie podjęcie decyzji (32%) oraz traktowanie klienta z góry lub dawanie mu odczuć, że doradca wie lepiej, czego potrzebuje (30%). 28% badanych zniechęca próba przekonania ich do rozwiązania, którego nie potrzebują, a po 26% wskazuje na brak słuchania potrzeb i oczekiwań oraz wywoływanie

poczucia niepewności lub skrępowania, gdy czegoś nie rozumieją. Rzadziej wskazywane są brak czasu na spokojne podjęcie decyzji (24%), proponowanie rozwiązań niedopasowanych do sytuacji (23%) oraz nietraktowanie klienta jak partnera do rozmowy (20%).

Na uwagę zasługuje również różnica między osobami mającymi doświadczenie współpracy z doradcą a tymi, które takiego doświadczenia nie mają. Osoby bez wcześniejszego kontaktu z doradcą wyraźnie częściej wskazują zachowania związane z presją sprzedażową, wywieraniem nacisku czy traktowaniem klienta z góry.

ZNIECHĘCAJĄCE PODEJŚCIE DO KLIENTA



N = 1104



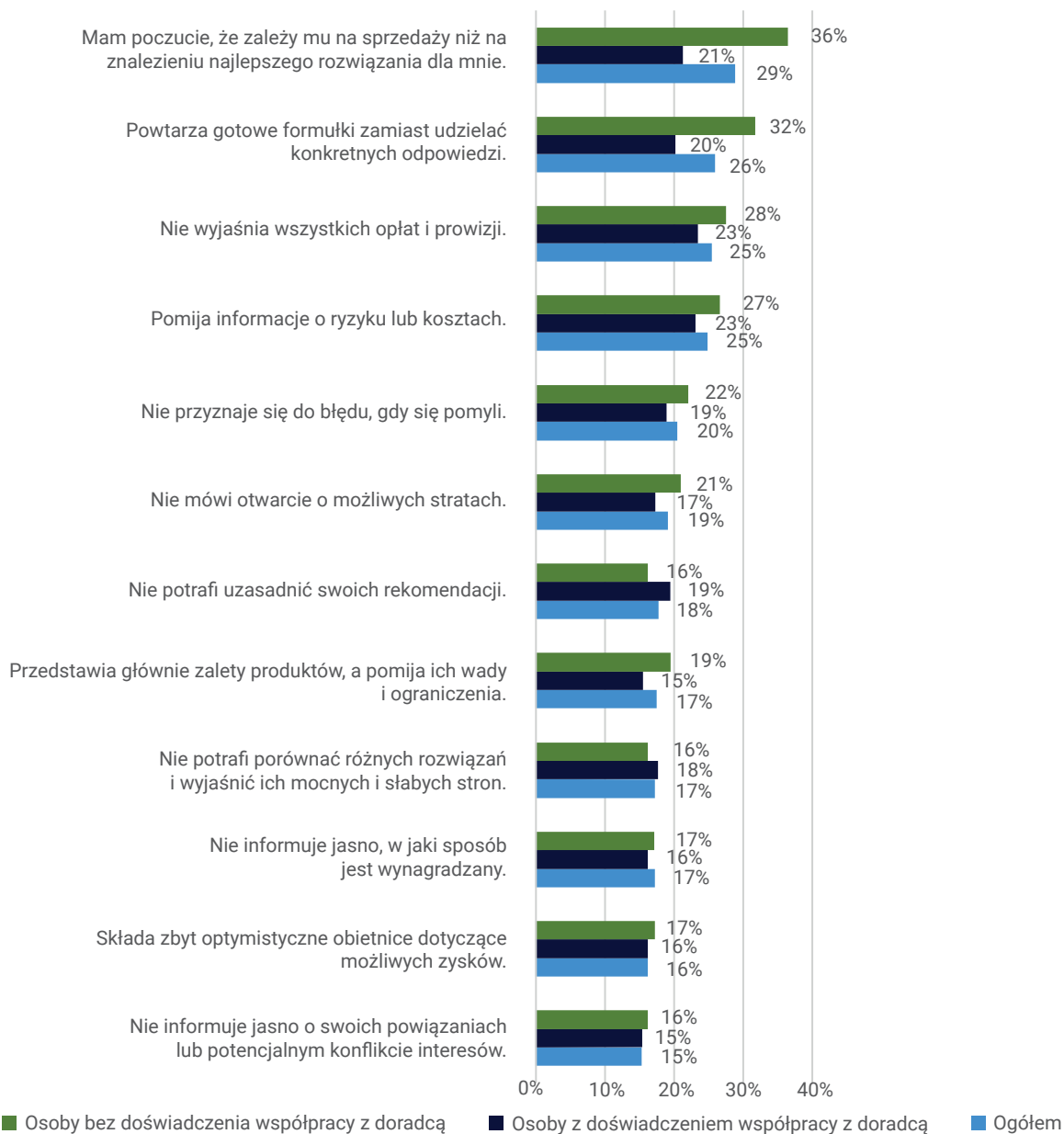
Brak zaufania i niski profesjonalizm doradcy finansowego

W obszarze zaufania i profesjonalizmu doradcy finansowego najbardziej zniechęca badanych poczucie, że doradcy zależy bardziej na sprzedaży niż na znalezieniu najlepszego rozwiązania dla klienta, co wskazuje 29% badanych. Kolejne miejsca zajmują powtarzanie gotowych formułek zamiast udzielania konkretnych odpowiedzi (26%) oraz pomijanie informacji o ryzyku lub kosztach i niewyjaśnianie wszystkich opłat i prowizji (po 25%). 20% badanych zniechęca sytuacja, w której doradca nie przyznaje się do błędu, a 19% brak otwartego mówienia o możliwych stratach. Pozostałe zachowania wskazywane są przez 15-18% badanych, w tym brak uzasadnienia rekomendacji, przedstawianie głównie

zalet produktów czy brak informacji o sposobie wynagradzania.

Także w tym obszarze widać wyraźne różnice między osobami z doświadczeniem współpracy z doradcą a tymi, które go nie mają. Osoby bez doświadczenia znacznie częściej obawiają się przede wszystkim sprzedażowego podejścia. 36% z nich wskazuje, że zniechęca je poczucie, że doradcy bardziej zależy na sprzedaży niż na znalezieniu najlepszego rozwiązania, wobec 21% wśród osób z doświadczeniem współpracy z doradcą. Podobnie częściej wskazują na powtarzanie gotowych formułek zamiast konkretnych odpowiedzi (32% wobec 20%), niewyjaśnianie wszystkich opłat i prowizji (28% wobec 23%) oraz pomijanie informacji o ryzyku i kosztach (27% wobec 23%). W większości pozostałych przypadków różnice są niewielkie.

BRAK ZAUFANIA I NISKI PROFESJONALIZM DORADCY FINANSOWEGO



Relacja z klientem zamiast sprzedaży

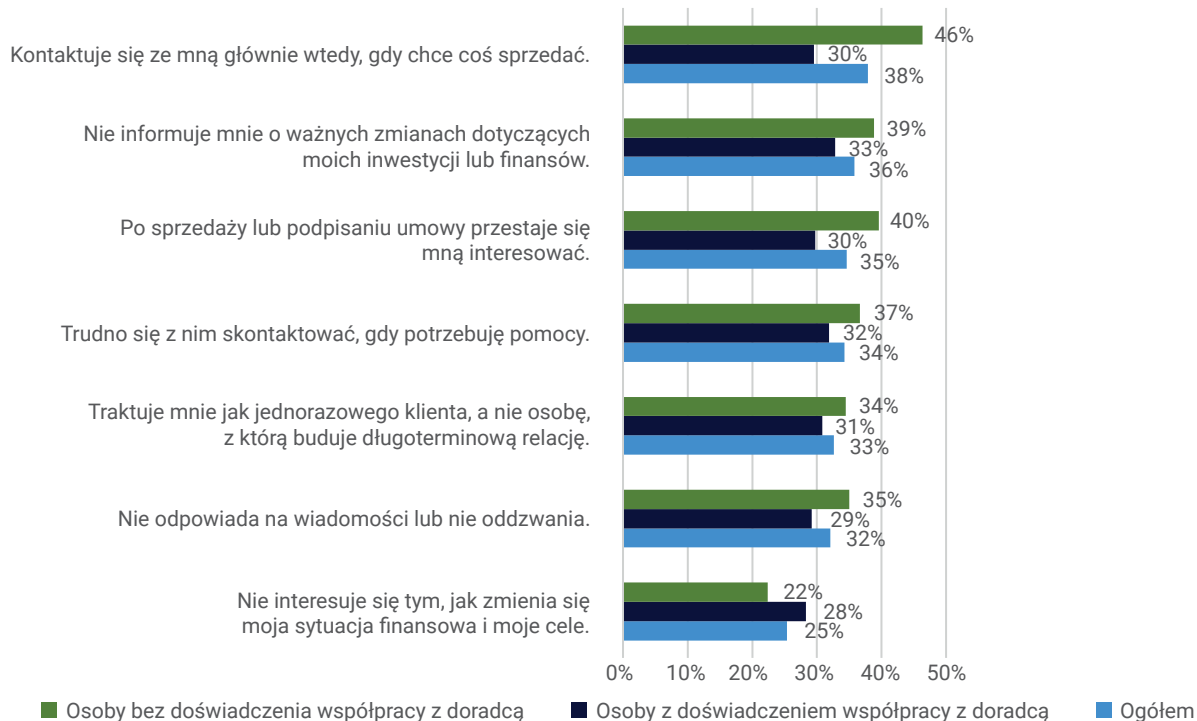
W obszarze relacji z klientem najbardziej zniechęca badanych kontakt z doradcą, który sprawia wrażenie nastawionego przede wszystkim na sprzedaż. 38% badanych wskazuje, że negatywnie odbiera kontaktowanie się głównie wtedy, gdy doradca chce coś sprzedać. Kolejne wskazania dotyczą braku informacji o ważnych zmianach dotyczących inwestycji lub finansów (36%), braku zainteresowania klientem po sprzedaży lub podpisaniu umowy (35%) oraz trudności w skontaktowaniu się z doradcą w sytuacji, gdy potrzebna jest pomoc (34%). 33% badanych zniechęca traktowanie ich jak jednorazowego klienta, a 32% brak odpowiedzi na wiadomości lub nieoddzwania. Najbardziej wskazywanym problemem jest brak zainteresowania tym, jak zmienia się sytuacja finansowa i cele klienta (25%).

W tym obszarze szczególnie wyraźny jest rozdzźwięk między osobami mającymi doświadczenie współpracy z doradcą a tymi, które go nie mają. Osoby bez doświadczenia znacznie częściej obawiają się, że kontakt z doradcą będzie miał przede wszystkim

charakter sprzedażowy-46% wskazuje kontaktowanie się głównie wtedy, gdy doradca chce coś sprzedać, wobec 30% wśród osób z doświadczeniem. Podobnie częściej wskazują brak zainteresowania klientem po sprzedaży lub podpisaniu umowy (40% wobec 30%) oraz trudności w kontakcie, gdy potrzebują pomocy (37% wobec 32%). W przypadku pozostałych zachowań różnice są mniejsze, a przy zainteresowaniu zmianami sytuacji finansowej i celami odwracają się (częściej wskazują je osoby z doświadczeniem; 28% wobec 22%).

Osoby, które nie współpracowały wcześniej z doradcą, częściej wskazują obawy dotyczące braku zainteresowania klientem, kontaktu nastawionego na sprzedaż czy niewystarczającego wsparcia po zawarciu umowy. Ich oceny nie wynikają z bezpośredniego doświadczenia współpracy, dlatego w większym stopniu mogą odzwierciedlać wyobrażenia i przekonania dotyczące roli doradcy. Z kolei niższe wskazania części tych zachowań wśród osób z doświadczeniem sugerują, że rzeczywisty kontakt z doradcą może być mniej zgodny z tymi obawami, niż zakładają osoby, które takiego doświadczenia jeszcze nie mają.

RELACJA Z KLIENTEM



N = 1104



Podsumowanie

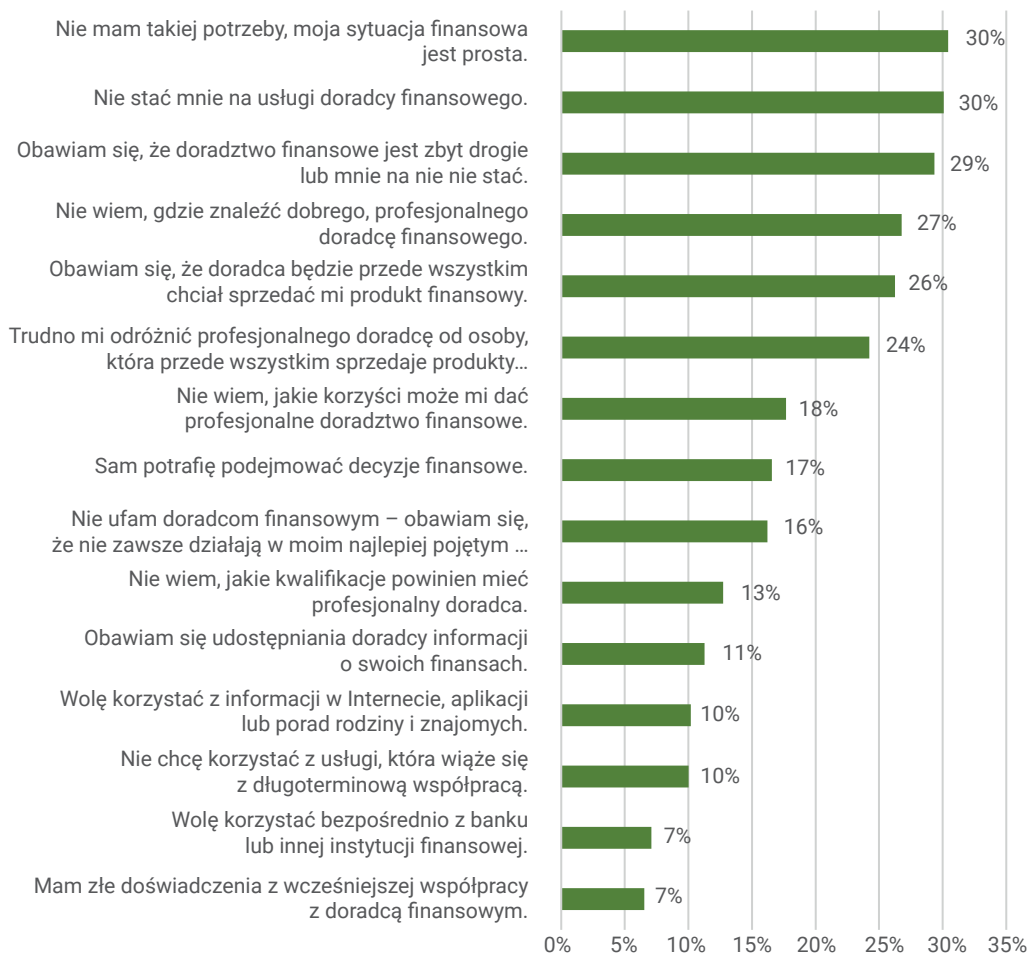
Wyniki pokazują, że czynniki zniechęcające do współpracy koncentrują się przede wszystkim wokół jakości kontaktu z doradcą, jego transparentności oraz sposobu budowania relacji z klientem. W obszarze komunikacji najbardziej problematyczne są brak konkretnych odpowiedzi, mówienie zbyt ogólnie i posługiwanie się niezrozumiałym językiem. W podejściu do klienta szczególnie negatywnie odbierane są zachowania sprzedażowe, wywieranie presji na szybką decyzję oraz traktowanie klienta z góry. W obszarze zaufania i profesjonalizmu najczęściej pojawiają się natomiast obawy dotyczące przewagi sprzedaży nad rzeczywistym doradztwem, pomijania ryzyka i kosztów oraz braku konkretnych odpowiedzi. Z kolei w relacji z klientem kluczowym problemem jest kontakt podejmowany głównie w związku ze sprzedażą, a także brak zainteresowania klientem i jego finansami po dokonaniu transakcji.

Warto przy tym zwrócić uwagę na wyraźne różnice między osobami mającymi doświadczenie współpracy z doradcą a tymi, które go nie mają. Osoby bez doświadczenia częściej wskazują zdecydowaną większość potencjalnie zniechęcających zachowań, szczególnie tych związanych z presją sprzedażową, brakiem transparentności i niewystarczającym wsparciem w relacji z doradcą. Może to wskazywać na rozjazd między wyobrażeniami i obawami dotyczącymi współpracy a rzeczywistymi doświadczeniami osób, które miały już kontakt z doradcą. Nie oznacza to, że takie obawy są nieuzasadnione, ale pokazuje, że w grupie bez doświadczenia oceny w większym stopniu mogą opierać się na wcześniejszych przekonaniach, podczas gdy osoby z doświadczeniem odnośną je do realnego przebiegu współpracy.

POWODY NIEKORZYSTANIA Z USŁUG DORADCY FINANSOWEGO

Wśród osób, które dotychczas nie korzystały z usług profesjonalnego doradcy finansowego, główne bariery mają charakter praktyczny, finansowy i poznawczy. Najczęściej wskazywane są brak potrzeby korzystania z doradcy ze względu na prostą sytuację finansową oraz brak środków na taką usługę (po 30%). Nie wiele rzadziej badani obawiają się, że doradztwo jest zbyt drogie lub pozostaje poza ich możliwościami finansowymi (29%), nie wiedzą, gdzie znaleźć dobrego profesjonalnego doradcę (27%) lub obawiają się, że doradca będzie przede wszystkim chciał sprzedać im produkt finansowy (26%). Istotną barierą jest również trudność w odróżnieniu profesjonalnego doradcy od osoby skoncentrowanej głównie na sprzedaży produktów finansowych (24%). Rzadziej wskazywane są brak wiedzy o korzyściach z doradztwa (18%), przekonanie o własnej samodzielności w podejmowaniu decyzji finansowych (17%) czy brak zaufania do doradców (16%).

Na uwagę zasługuje fakt, że mniej niż 1% badanych wskazało inne, niewymienione powody. Oznacza to, że zaproponowana lista odpowiedzi w praktyce niemal wyczerpuje katalog barier związanych z niekorzystaniem z profesjonalnego doradztwa finansowego. Jednocześnie tylko 7% badanych deklaruje, że powodem są złe doświadczenia z wcześniejszej współpracy z doradcą. Oznacza to, że podstawową przeszkodą nie jest doświadczenie nieudanej współpracy, lecz przede wszystkim brak postrzeganej potrzeby, kwestie kosztowe oraz obawy i niewiedza dotyczące tego, czym właściwie różni się profesjonalne doradztwo od sprzedaży produktów finansowych.

**DLACZEGO DOTYCHCZAS NIE KORZYSTAŁ(A) PAN/PANI Z USŁUG
PROFESJONALNEGO DORADCY FINANSOWEGO?**

N = 549



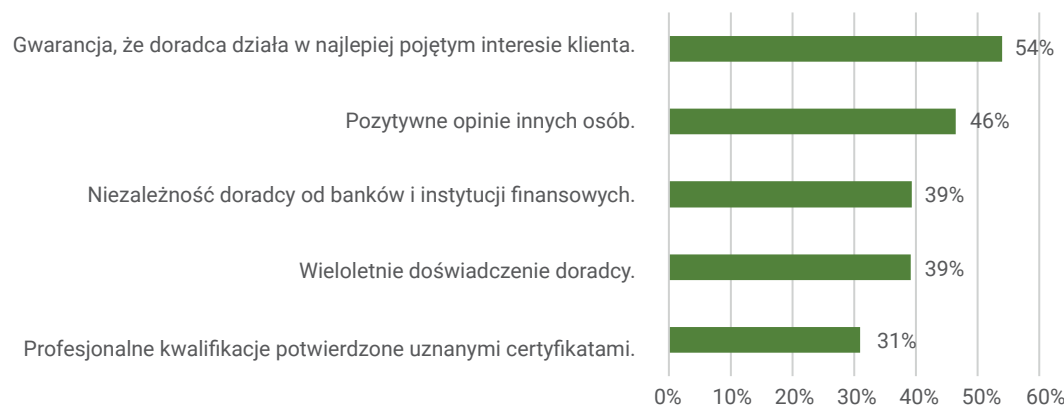
NIEZBĘDNE ZMIANY BY ZACZAĆ WSPÓŁPRACOWAĆ Z DORADCĄ FINANSOWYM

Wiarygodność i zaufanie

W obszarze wiarygodności i zaufania najważniejszym warunkiem podjęcia współpracy z profesjonalnym doradcą finansowym jest dla badanych pewność, że działa on w najlepiej pojętym interesie klienta, na

co wskazuje 54% respondentów. Kolejne znaczenie mają pozytywne opinie innych osób (46%), a także wieloletnie doświadczenie doradcy i jego niezależność od banków oraz innych instytucji finansowych (po 39%). Rzadziej, choć nadal istotnie, wskazywane są profesjonalne kwalifikacje potwierdzone uznanymi certyfikatami (31%). Wyniki pokazują więc, że budowanie zaufania opiera się przede wszystkim na przekonaniu o uczciwości i niezależności doradcy, wspartym jego doświadczeniem i opinią innych klientów.

NIEZBĘDNE ZMIANY BY WSPÓŁPRACOWAĆ Z DORADCĄ – WIARYGODNOŚĆ I ZAUFANIE



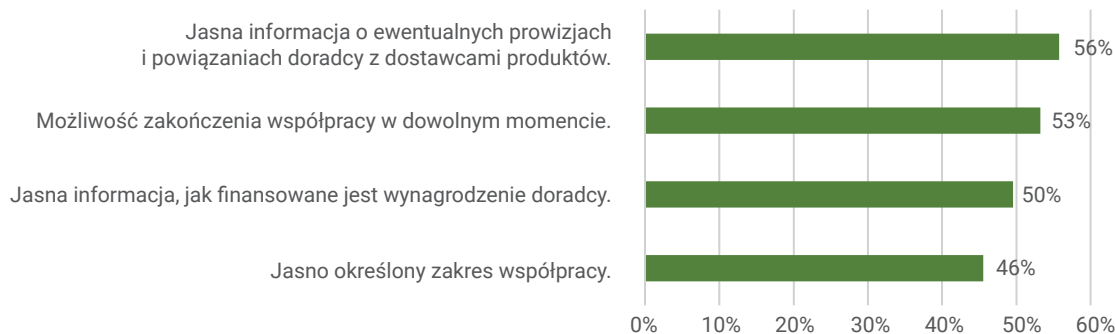
N = 549

Transparentność współpracy

W obszarze transparentności współpracy najważniejsza dla badanych jest jasna informacja o ewentualnych prowizjach oraz powiązaniach doradcy z dostawcami produktów, na co wskazuje 56% respondentów. Niewiele rzadziej oczekiwane są możliwość zakończenia współpracy w dowolnym

momencie (53%) oraz jasna informacja o tym, w jaki sposób finansowane jest wynagrodzenie doradcy (50%). 46% badanych wskazuje na potrzebę jasno określonego zakresu współpracy. Wyniki pokazują więc, że transparentność jest postrzegana przede wszystkim jako możliwość dokładnego zrozumienia zasad współpracy, sposobu wynagradzania doradcy oraz jego powiązań z oferowanymi rozwiązaniami.

NIEZBĘDNE ZMIANY BY WSPÓŁPRACOWAĆ Z DORADCĄ – TRANSPARENTNOŚĆ WSPÓŁPRACY



N = 549

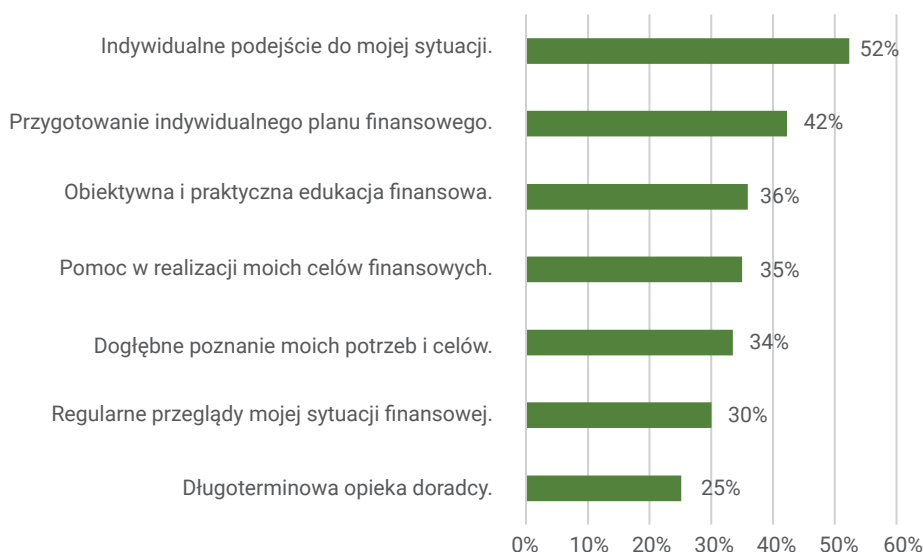


Jakość doradztwa

W obszarze jakości doradztwa najważniejszym warunkiem podjęcia współpracy jest dla badanych indywidualne podejście do ich sytuacji, co wskazuje 52% respondentów. Istotne znaczenie ma również przygotowanie indywidualnego planu finansowego (42%), a także obiektywna i praktyczna edukacja finansowa

(36%) oraz pomoc w realizacji celów finansowych (35%). 34% badanych oczekuje dogłębnego poznania swoich potrzeb i celów, 30% regularnych przeglądów sytuacji finansowej, a 25% długoterminowej opieki doradcy. Wyniki pokazują więc, że jakość doradztwa jest wiązana przede wszystkim z personalizacją i konkretnym wsparciem dopasowanym do indywidualnej sytuacji klienta.

NIEZBĘDNE ZMIANY BY WSPÓŁPRACOWAĆ Z DORADCĄ – JAKOŚĆ DORADZTWA



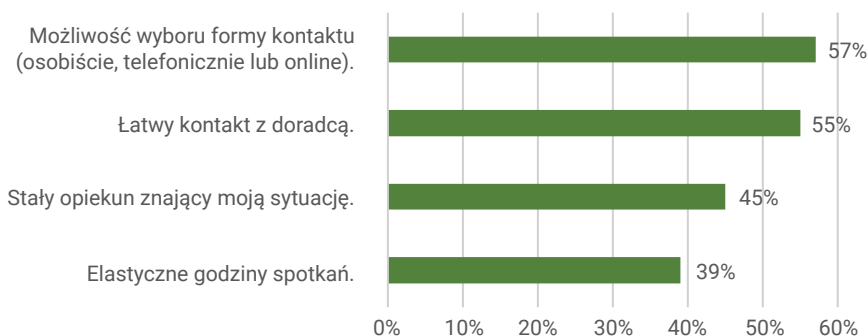
N = 549

Komfort współpracy

W obszarze komfortu współpracy najważniejsza dla badanych jest możliwość wyboru dogodnej formy kontaktu: osobiście, telefonicznie lub online, co wskazuje 57% respondentów. Niewiele rzadziej oczekiwany jest łatwy kontakt z doradcą (55%) oraz stały

opiekun znający sytuację klienta (45%). 39% badanych zwraca uwagę na elastyczne godziny spotkań. Wyniki pokazują, że komfort współpracy opiera się przede wszystkim na dostępności doradcy i możliwości dopasowania sposobu kontaktu do własnych preferencji i potrzeb.

NIEZBĘDNE ZMIANY BY WSPÓŁPRACOWAĆ Z DORADCĄ – KOMFORT WSPÓŁPRACY



N = 549



Oczekiwane efekty współpracy

W obszarze oczekiwanych efektów współpracy najważniejsza jest dla badanych pomoc w zwiększeniu oszczędności, którą wskazuje ją 45% respondentów. Niewiele rzadziej oczekiwane są lepsze decyzje finansowe (39%) oraz większe bezpieczeństwo finansowe (38%). 37% badanych wskazuje skuteczniejsze inwestowanie, a 34% mniejszy stres związany z finansami. Kolejne miejsca zajmują

mniejsze ryzyko popełnienia błędów finansowych (33%), lepsze zarządzanie domowym budżetem (27%) i przygotowanie do emerytury (26%). Najrzadziej wskazywana jest oszczędność czasu (24%). Wyniki pokazują, że badani oczekują przede wszystkim **konkretnych i odczuwalnych efektów finansowych**, takich jak większe oszczędności, lepsze decyzje i większe bezpieczeństwo, a dopiero w dalszej kolejności korzyści organizacyjnych, takich jak oszczędność czasu.

NIEZBĘDNE ZMIANY BY WSPÓŁPRACOWAĆ Z DORADCĄ – OCZEKIWANE EFEKTY WSPÓŁPRACY



N = 549

Podsumowanie

Wśród osób, które dotychczas nie współpracowały z profesjonalnym doradcą finansowym, warunki podjęcia takiej współpracy koncentrują się przede wszystkim wokół zaufania, transparentności i indywidualnego podejścia. Badani chcą mieć pewność, że doradca działa w ich interesie, jasno komunikuje zasady współpracy, swoje wynagrodzenie i ewentualne powiązania, a proponowane rozwiązania odpowiadają ich sytuacji i celom. Ważne są również dostępność doradcy i możliwość korzystania z wygodnej formy kontaktu. Pokazuje to, że przed rozpoczęciem współpracy kluczowe jest zbudowanie poczucia bezpieczeństwa

i przekonania, że klient zachowuje kontrolę nad relacją z doradcą.

Jednocześnie badani oczekują, że współpraca będzie przynosiła konkretną wartość i realne efekty. Nie chodzi więc wyłącznie o dostęp do wiedzy czy produktów finansowych, ale o pomoc w podejmowaniu lepszych decyzji, zwiększaniu oszczędności, poprawie bezpieczeństwa finansowego i skuteczniejszym zarządzaniu własnymi finansami. Całość wyników pokazuje, że osoby bez doświadczenia potrzebują przede wszystkim jasno określonej wartości współpracy, chcą wiedzieć, dlaczego warto zaufać doradcy, na jakich zasadach będzie przebiegać współpraca i co konkretnie dzięki niej zyskają.

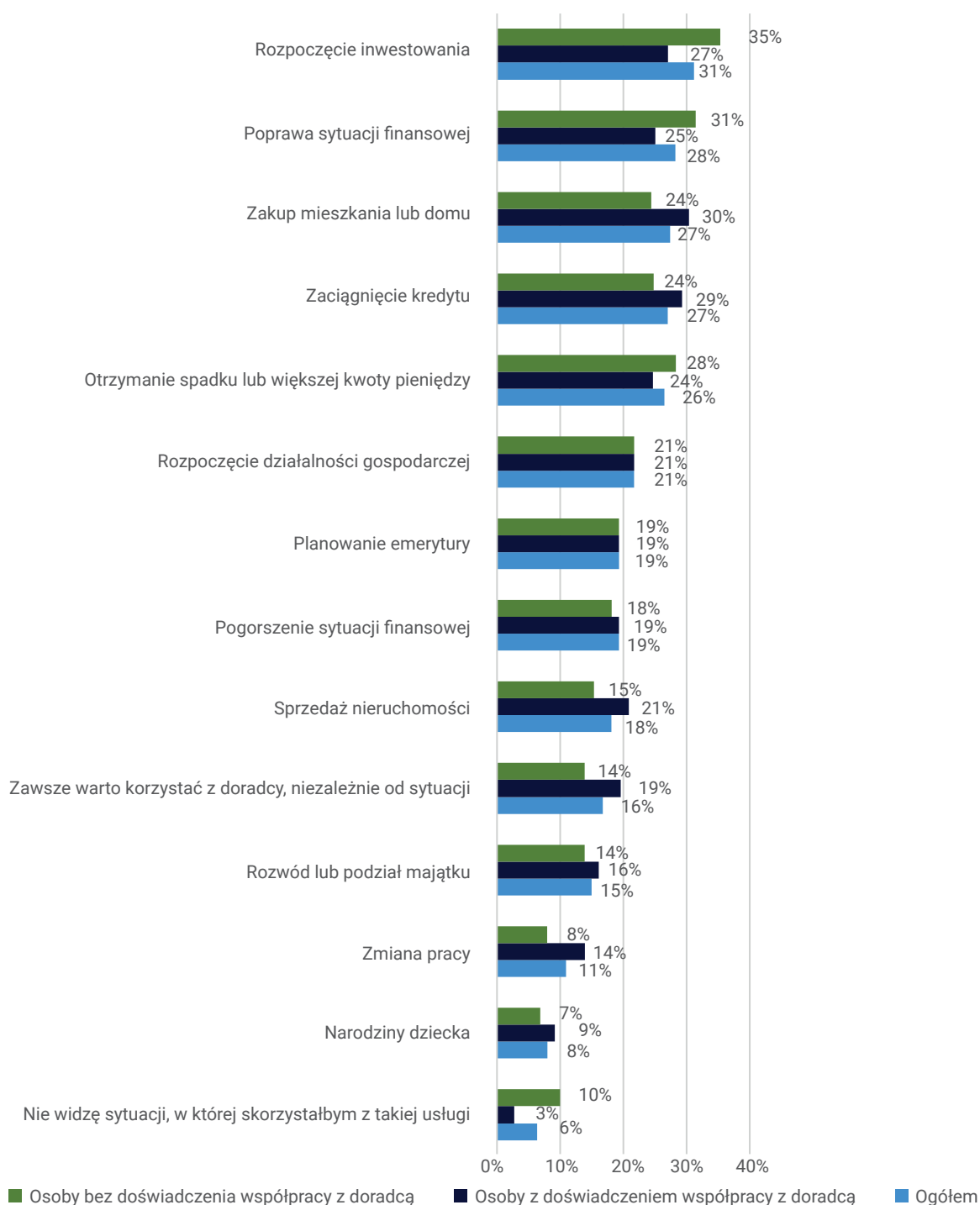


OKOLICZNOŚCI SKŁANIAJĄCE DO SKORZYSTANIA Z DORADZTWA FINANSOWEGO

Wyniki pokazują, że profesjonalne doradztwo finansowe jest najczęściej postrzegane jako wsparcie w momentach związanych z ważnymi decyzjami finansowymi i zarządzaniem większym majątkiem. Najczęściej badani wskazują rozpoczęcie inwestowania (31%), poprawę sytuacji finansowej (28%), zakup mieszkania lub domu oraz zaciągnięcie kredytu (po 27%). Istotnym

momentem jest także otrzymanie spadku lub większej kwoty pieniędzy (26%). Nieco rzadziej wskazywane są rozpoczęcie działalności gospodarczej (21%), planowanie emerytury i pogorszenie sytuacji finansowej (po 19%) oraz sprzedaż nieruchomości (18%). Mniej osób kojarzy potrzebę skorzystania z doradcy z rozwodem lub podziałem majątku (15%), zmianą pracy (11%) czy narodzinami dziecka (8%). Jednocześnie 16% badanych uważa, że z doradcy warto korzystać niezależnie od sytuacji, podczas gdy 6% nie widzi sytuacji, w której zdecydowałoby się na taką usługę.

W JAKIEJ SYTUACJI ŻYCIOWEJ ZDECYDOWAŁEŚ(AŚ) SIĘ LUB NAJPIRAWDOPODOBNIJ ZDECYDOWAŁ(A)BYŚ SIĘ NA SKORZYSTANIE Z PROFESJONALNEGO DORADZTWA FINANSOWEGO?





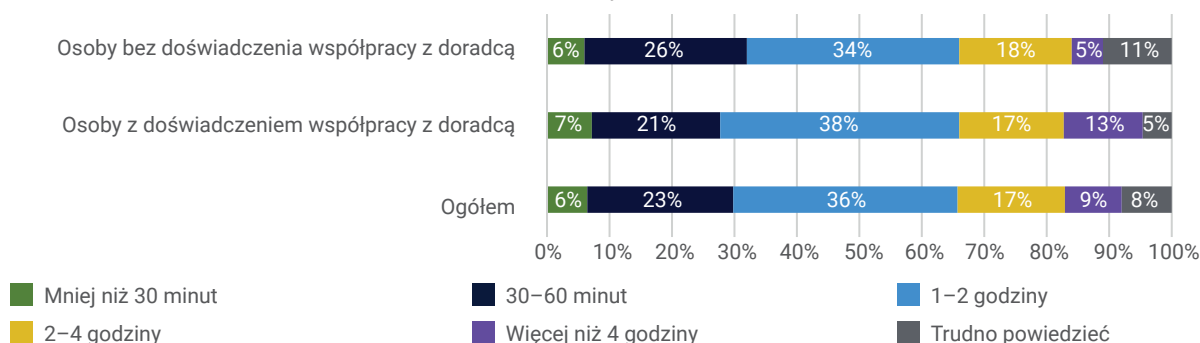
Widoczne są również różnice zależne od wcześniejszego doświadczenia współpracy z doradcą. Osoby z doświadczeniem częściej wskazują na konkretne sytuacje związane z dużymi decyzjami finansowymi, przede wszystkim zakup mieszkania lub domu (30% wobec 24% wśród osób bez doświadczenia), zaciągnięcie kredytu (29% wobec 24%) oraz sprzedaż nieruchomości (21% wobec 15%). Częściej deklarują też, że zawsze warto korzystać z doradcy, niezależnie od sytuacji (19% wobec 14%). Z kolei osoby bez doświadczenia częściej wskazują rozpoczęcie inwestowania (35% wobec 27%), poprawę sytuacji finansowej (31% wobec 25%) oraz otrzymanie spadku lub większej kwoty pieniędzy (28% wobec 24%). Największa różnica dotyczy odpowiedzi, że nie ma sytuacji, w której badany skorzystałby z takiej usługi, którą wskazuje 10% osób bez doświadczenia i tylko 3% osób, które wcześniej współpracowały z doradcą.

PREFEROWANY MODEL WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ

Największa grupa badanych byłaby skłonna poświęcić na współpracę z profesjonalnym doradcą finansowym 1-2 godziny miesięcznie, co deklaruje 36% respondentów. Kolejne 23% wskazuje 30-60 minut, 17% badanych wskazuje 2-4 godziny, 9% więcej niż 4 godziny, a 6% mniej niż 30 minut.

Osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą nieco częściej deklarują gotowość przeznaczenia większej ilości czasu. 38% z nich wskazuje 1-2 godziny miesięcznie, a 13% więcej niż 4 godziny, wobec odpowiednio 34% i 5% wśród osób bez doświadczenia. Z kolei osoby bez doświadczenia częściej wskazują krótszy czas-26% z nich byłoby gotowych poświęcić 30-60 minut miesięcznie, wobec 21% w grupie z doświadczeniem.

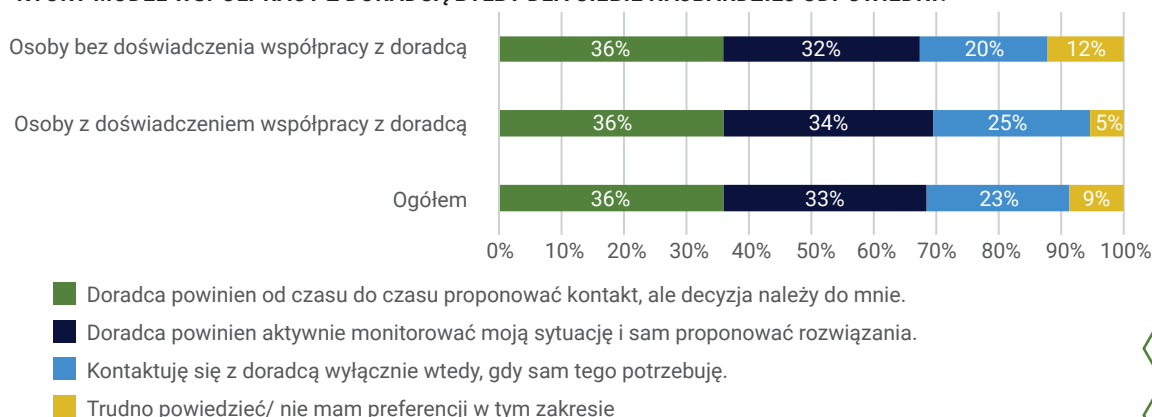
ILE CZASU MIESIĘCZNIE BYŁ(A)BYŚ GOTOWY(A) POŚWIĘCIĆ NA WSPÓŁPRACĘ Z PROFESJONALNYM DORADCĄ FINANSOWYM?



Najczęściej preferowanym modelem współpracy z doradcą finansowym jest rozwiązanie, w którym doradca od czasu do czasu proponuje kontakt, ale decyzja o jego podjęciu należy do klienta. Taki model wskazuje 36% badanych. Niewiele mniej, bo 33%, preferuje bardziej aktywną rolę doradcy, który monitoruje sytuację finansową i sam proponuje rozwiązania. 23% badanych woli natomiast kontaktować się z doradcą wyłącznie wtedy, gdy samodzielnie odczuwa taką potrzebę, a 9% nie ma w tym zakresie określonych preferencji.

Preferencje obu grup są bardzo podobne. Zarówno wśród osób z doświadczeniem współpracy z doradcą, jak i bez niego najczęściej wybierany jest model, w którym doradca inicjuje kontakt, ale pozostawia klientowi decyzję (po 36%). Nieco częściej osoby z doświadczeniem preferują aktywne monitorowanie sytuacji i proponowanie rozwiązań (34% wobec 32%) oraz kontakt wyłącznie z inicjatywy klienta (25% wobec 20%). Z kolei osoby bez doświadczenia częściej nie mają sprecyzowanych preferencji (12% wobec 5%).

KTÓRY MODEL WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ BYŁBY DLA CIEBIE NAJBARDZIEJ ODPOWIEDNI?





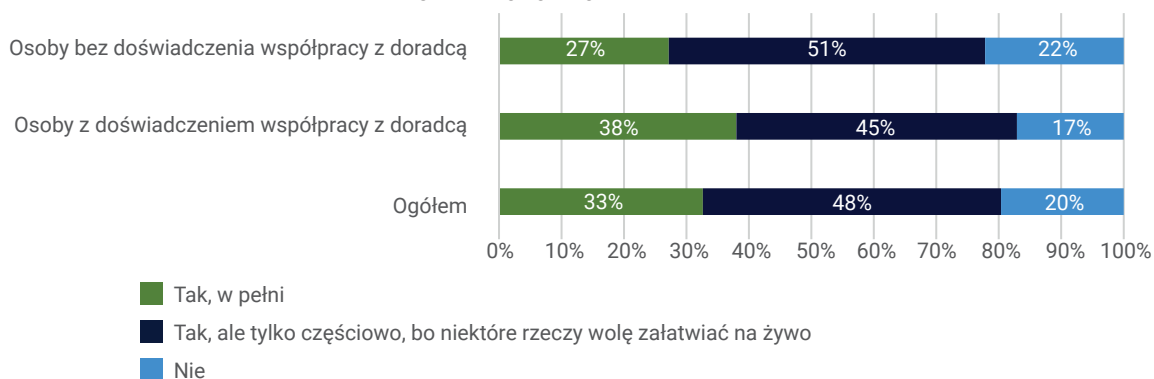
DORADZTWO ONLINE

Wyniki pokazują, że badani są generalnie otwarci na zastąpienie spotkań stacjonarnych z doradcą formami zdalnymi, ale najczęściej nie chcą całkowicie rezygnować z kontaktu na żywo. W przypadku każdej z analizowanych form (wideo rozmowy, rozmowy telefoniczne, rozmowy przez czat lub komunikator, rozmowy w aplikacji lub przez platformę), największą grupę stanowią osoby, które zgodziłyby się na częściowe zastąpienie spotkań stacjonarnych. Największą akceptację mają wideo rozmowy, co zaakceptowałoby jeśli zmiana byłaby częściowa aż 48% badanych, a 33% zgodziłoby się na całkowite przeniesienie kontaktu z doradcą na formę zdalnej wideo rozmowy. W przypadku platformy internetowej lub aplikacji jest to odpowiednio 50% i 32%, czatu lub komunikatora: 51% i 29%, a rozmów telefonicznych: 56% i 29%. Oznacza to, że co najmniej częściową gotowość do korzystania z poszczególnych form

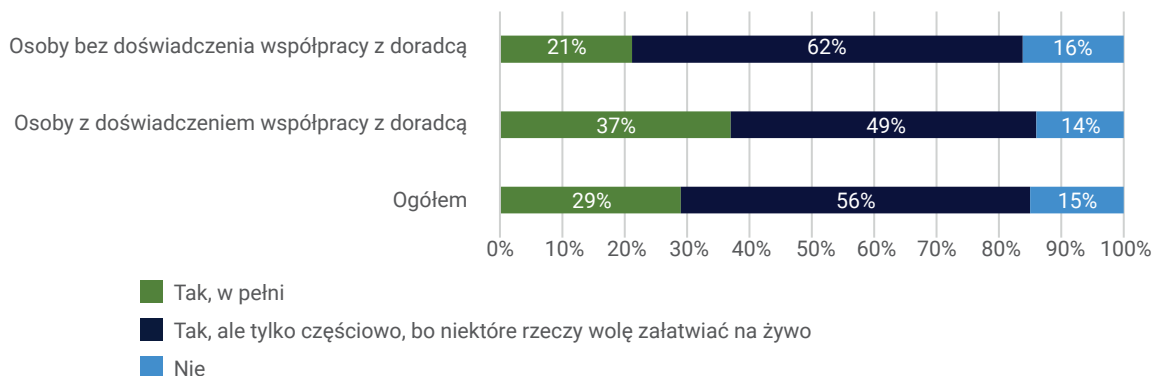
zdalnych deklaruje około 80–85% badanych, podczas gdy całkowicie przy spotkaniach stacjonarnych chce pozostać 15–20%.

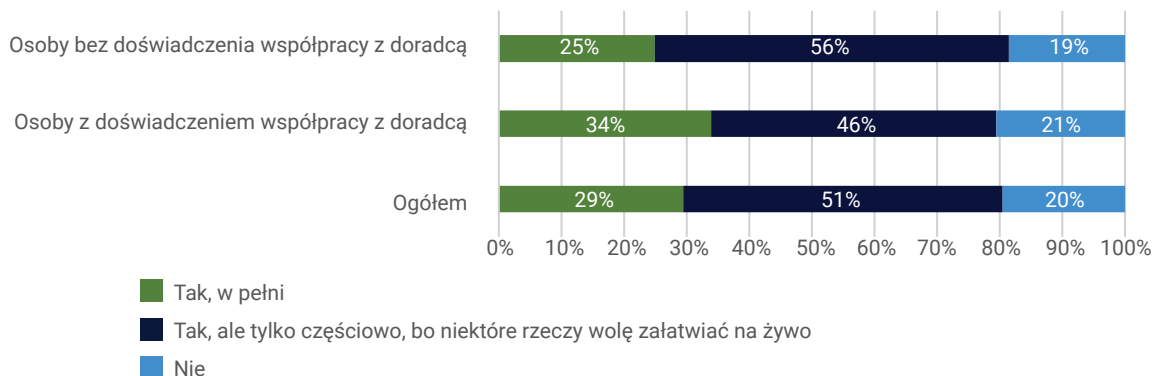
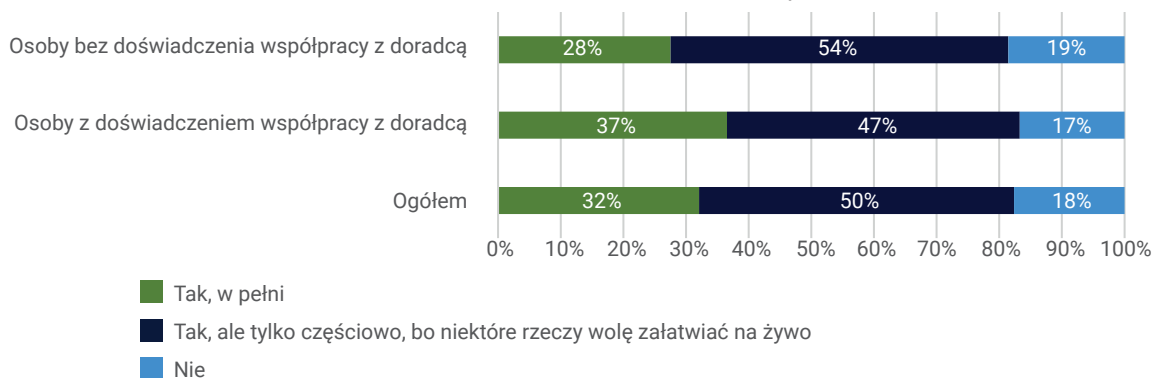
Różnice między osobami z doświadczeniem współpracy z doradcą a tymi, które go nie mają, są wyraźne przede wszystkim w przypadku pełnego zastąpienia spotkań stacjonarnych. Osoby mające doświadczenie częściej są gotowe całkowicie przejść na wideo rozmowy (38% wobec 27%), rozmowy telefoniczne (37% wobec 21%), czat lub komunikator (34% wobec 25%) oraz platformę internetową lub aplikację (37% wobec 28%). Jednocześnie w obu grupach najczęściej wybierana jest możliwość częściowego korzystania z form zdalnych, przy zachowaniu spotkań na żywo w wybranych sytuacjach. Wskazuje to, że dla badanych najbardziej odpowiedni jest hybrydowy model kontaktu, łączący wygodę komunikacji zdalnej z możliwością bezpośredniego spotkania wtedy, gdy jest ono potrzebne.

CZY BYŁ(A)BYŚ SKŁONNY(A) ZREZYGNOWAĆ ZE WSPARCIA W FORMIE SPOTKAŃ STACJONARNYCH, NA RZECZ WIDEO ROZMÓW?



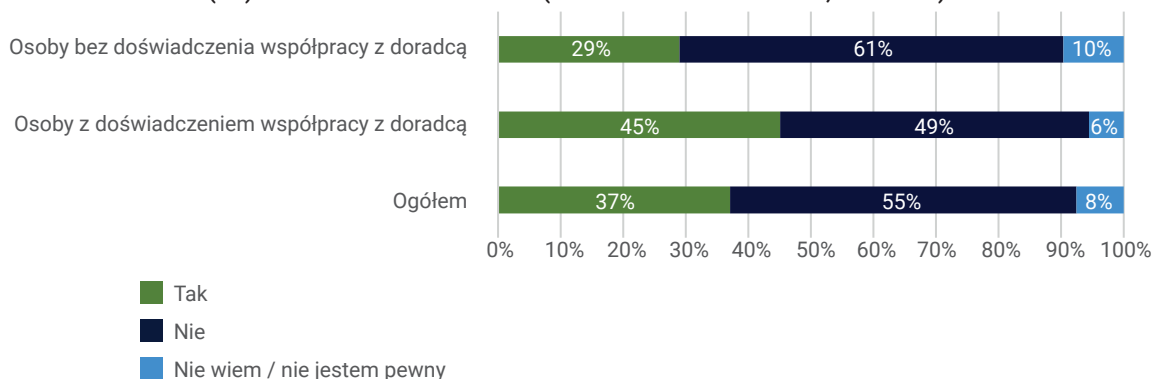
CZY BYŁ(A)BYŚ SKŁONNY(A) ZREZYGNOWAĆ ZE WSPARCIA W FORMIE SPOTKAŃ STACJONARNYCH, NA RZECZ ROZMÓW TELEFONICZNYCH?



**CZY BYŁ(A)BYŚ SKŁONNY(A) ZREZYGNOWAĆ ZE WSPARCIA W FORMIE SPOTKAŃ STACJONARNYCH,
NA RZECZ ROZMÓW PRZEZ CZAT LUB KOMUNIKATOR INTERNETOWY?****CZY BYŁ(A)BYŚ SKŁONNY(A) ZREZYGNOWAĆ ZE WSPARCIA W FORMIE SPOTKAŃ STACJONARNYCH,
NA RZECZ ROZMÓW ZA POŚREDNICTWEM PLATFORMY INTERNETOWEJ / APLIKACJI?****DORADZTWO Z WYKORZYSTANIEM AI**

37% badanych deklaruje, że korzystało już ze wsparcia doradcy AI (np. chatbota), podczas gdy 55% nie miało takiego doświadczenia, a 8% nie jest pewnych, czy korzystało z takiej formy wsparcia. Wyraźnie częściej z doradcy AI korzystały osoby mające

doświadczenie współpracy z doradcą finansowym (45% wobec 29% wśród osób bez takiego doświadczenia). W grupie bez doświadczenia zdecydowanie częściej pojawia się również odpowiedź „nie” (61% wobec 49%), a także niepewność co do wcześniejszego korzystania z takiego rozwiązania (10% wobec 6%).

CZY KORZYSTAŁEŚ(AŚ) ZE WSPARCIA DORADCY AI (SZTUCZNA INTELIGENCJA, CHATBOT)?

Wyniki pokazują, że doradca AI nadal nie jest dla większości badanych pełnym zamiennikiem tradycyjnego doradcy finansowego. 52% respondentów nie byłoby skłonnych nawet częściowo zrezygnować ze wsparcia doradcy na rzecz bota, podczas gdy 32% dopuściłoby taką zmianę częściowo, a 16% w pełni. Jednocześnie wcześniejsze wyniki pokazują, że 37% badanych miało już kontakt ze wsparciem doradcy AI, co sugeruje, że samo korzystanie z tej technologii nie oznacza jeszcze gotowości do zastąpienia nią człowieka. Wyraźnie większą otwartość na AI deklarują osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą: 55% z nich byłoby gotowych zastąpić go AI w pełni lub częściowo, wobec 40% wśród osób bez takiego doświadczenia. W grupie bez doświadczenia aż 60% nie zdecydowałoby się na takie rozwiązanie.

Uzyskane wyniki są zbieżne z wnioskami z wcześniejszego raportu zrealizowanego w ramach Programu Analityczno-Badawczego Warszawskiego Instytutu Bankowości pt. „AI w finansach i bankowości oczami polskiego konsumenta”², w którym również widoczna była przewaga preferencji kontaktu z człowiekiem nad kontaktem z wirtualnym asystentem, przy jednoczesnej otwartości na wykorzystywanie

AI jako wsparcia w wybranych obszarach finansów, w tym inwestowania. Można więc mówić raczej o rozwijającym się modelu współpracy człowieka z AI niż o prostym zastępowaniu doradcy przez technologię. Doświadczenie z AI zwiększa przy tym otwartość na taką formę wsparcia, choć nie musi oznaczać gotowości do całkowitego odejścia od kontaktu z człowiekiem.

Na tym tle formy zdalnego kontaktu z prawdziwym doradcą są zdecydowanie bardziej akceptowane niż zastąpienie doradcy sztuczną inteligencją. W przypadku wideorozmów, telefonu, czatu czy platformy internetowej około 80-85% badanych dopuszcza przynajmniej częściową rezygnację ze spotkań stacjonarnych, przy czym około 29-33% jest gotowych zrobić to całkowicie. W przypadku AI całkowitą gotowość deklaruje już tylko 16%, a 32% zgadza się jedynie na częściowe zastąpienie człowieka. Wyniki wskazują więc na wyraźną różnicę między zmianą formy kontaktu a zmianą samego źródła doradztwa. Badani są otwarci na wygodniejszy, zdalny sposób kontaktu z doradcą, ale znacznie ostrożniej podchodzą do sytuacji, w której jego rolę miałyby przejąć sztuczna inteligencja.

CZY BYŁ(A)BYŚ SKŁONNY(A) ZREZYGNOWAĆ ZE WSPARCIA DORADCY NA RZECZ WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ AI (BOTE)?



W kontekście oczekiwań dotyczących wykorzystania sztucznej inteligencji przez doradcę finansowego największa grupa badanych chce, aby doradca w ogóle nie korzystał z AI, co wskazuje 43% respondentów. Niemal równie często wybierane jest rozwiązanie pośrednie: 42% chciałoby, aby AI wspierała doradcę, ale ostateczne propozycje przygotowywał człowiek.

Jedynie 14% badanych preferowałoby model, w którym główną rolę odgrywa inteligentny asystent finansowy AI, a z doradcą kontaktowałiby się tylko w bardziej złożonych sprawach. Wyniki pokazują więc, że badani są otwarci na wykorzystywanie AI jako narzędzia wspierającego pracę doradcy, ale znacznie rzadziej chcą, aby technologia zastępowała go w podstawowej roli.

Między osobami z doświadczeniem współpracy z doradcą a tymi, które go nie mają, widać pewne różnice. Osoby bez doświadczenia częściej oczekują, że doradca w ogóle nie będzie korzystał z AI (47% wobec 40%). Z kolei osoby mające doświadczenie częściej

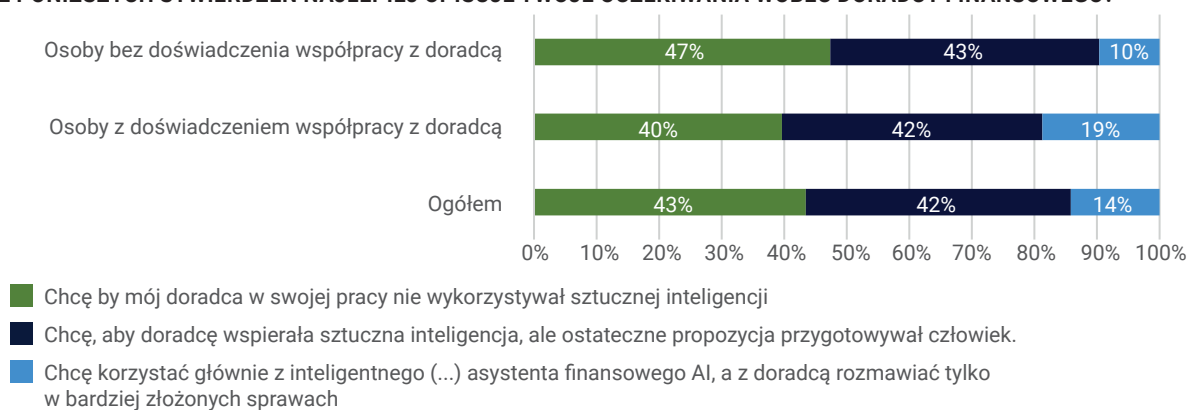
² Sekścińska, K. (2025), *AI w finansach i bankowości oczami polskiego konsumenta*, Program Analityczno-Badawczy Fundacji Warszawskiego Instytutu Bankowości. Badanie CAWI przeprowadzone na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna w lutym 2025 r. na próbie 2101 dorosłych Polaków w wieku 18–67 lat, reprezentatywnej ogólnopolsko pod względem płci i wieku.



dopuszczają model, w którym główną rolę odgrywa asystent AI, a doradca angażuje się przy bardziej złożonych sprawach (19% wobec 10%). W przypadku wykorzystania AI jako wsparcia dla doradcy wyniki obu grup są niemal identyczne (42% wobec 43%). Warto

zauważyć, że niezależnie od doświadczenia zdecydowana większość badanych chce, aby człowiek pozostał w centrum procesu doradczego, albo całkowicie rezygnując z AI, albo wykorzystując ją jedynie jako wsparcie dla doradcy.

KTÓRE Z PONIŻSZYCH STWIERDZEŃ NAJLEPIEJ OPISUJE TWOJE OCZEKIWANIA WOBEC DORADCY FINANSOWEGO?



Podsumowanie wyników





GLÓWNE WYNIKI

CZAS POŚWIĘCANY NA FINANSE

- 50% badanych poświęca finansom maksymalnie 2 godziny miesięcznie.
- Osoby mające doświadczenie we współpracy z doradcą poświęcają na finanse więcej czasu.
- Wraz z doświadczeniem rośnie również deklarowana gotowość do większego zaangażowania.

CELE FINANSOWE

- Najważniejsze cele finansowe to: zwiększenie oszczędności (56%), poduszka finansowa (43%), podróż i zabezpieczenie rodziny (po 35%) oraz niezależność finansowa (34%).
- Osoby z doświadczeniem współpracy z doradcą częściej wskazują inwestowanie i zabezpieczenie rodziny.

POSIADANE PRODUKTY FINANSOWE

- **Ubezpieczenia i kredyty** – osoby z doświadczeniem doradczym częściej posiadają ubezpieczenia i produkty kredytowe. Największa różnica dotyczy kredytów hipotecznych (36% vs 18%).
- **Oszczędzanie i inwestowanie** – najpopularniejsze są lokaty i konta oszczędnościowe (61%). Osoby korzystające ze wsparcia doradców częściej posiadają akcje, ETF-y, obligacje i kryptowaluty.

PLANOWANIE FINANSOWE

- 49% badanych zna pojęcie planowania finansowego. Wśród osób z doświadczeniem współpracy z doradcą odsetek ten wynosi 71%, a wśród pozostałych 28%.
- Planowanie finansowe kojarzy się przede wszystkim z długoterminowym planem oraz oszczędzaniem i inwestowaniem.

OCZEKIWANY ZAKRES DZIAŁAŃ DORADCY

- Najważniejsze obszary oczekiwanego wsparcia to: oszczędzanie i bezpieczeństwo finansowe (43%), inwestowanie (41%), analiza sytuacji finansowej (37%) oraz planowanie celów (30%).
- Osoby bez doświadczenia częściej oczekują praktycznej pomocy, natomiast osoby z doświadczeniem-bardziej specjalistycznego wsparcia.

- **Analiza sytuacji finansowej** – klienci oczekują przede wszystkim oceny swojej sytuacji finansowej i poziomu zabezpieczenia. Ważne jest przeanalizowanie oszczędności i wskazanie obszarów wymagających poprawy. Oczekiwany jest również regularny przegląd sytuacji finansowej, a nie jednorazowa analiza.

- **Planowanie budżetu domowego** – najważniejsze jest stworzenie zrównoważonego miesięcznego budżetu (62%). Badani oczekują również pomocy w planowaniu miesięcznych wydatków (55%) oraz w ograniczaniu lub optymalizacji niepotrzebnych kosztów (50%).

- **Oszczędzanie** – najczęściej oczekiwana jest pomoc w zbudowaniu poduszki finansowej (57%). Zdaniem badanych doradca powinien pomagać w wyborze odpowiednich produktów oszczędnościowych (57%), zwiększać efektywność oszczędzania oraz tworzyć konkretny plan oszczędnościowy.

- **Inwestowanie** – klienci oczekują pomocy w wyborze odpowiedniej strategii inwestycyjnej. Ważne jest dla nich dopasowanie produktów inwestycyjnych do sytuacji i potrzeb klienta. Ponadto 46% badanych oczekuje od doradcy przygotowania indywidualnego portfela inwestycyjnego. Oczekiwania młodych klientów w obszarze inwestowania nierzadko wykraczają zatem poza zakres wsparcia, którego zgodnie z prawem może udzielić doradca.

- **Kredyty i pożyczki** – badani oczekują przede wszystkim wsparcia przy wyborze najlepszego kredytu, przy czym szczególnie wyraźnie dotyczy to osób bez doświadczenia współpracy z doradcą. Badani wskazali także, że ważne są dla nich porównanie dostępnych ofert i warunków kredytowych oraz wsparcie w negocjowaniu warunków i przygotowaniu dokumentów.

- **Ubezpieczenia** – zdaniem uczestników badania najważniejsza jest pomoc w wyborze ubezpieczenia dopasowanego do potrzeb klienta (ponad 70%). Badani oczekują również porównania dostępnych ofert (58%) oraz analizy potrzeb i poziomu zabezpieczenia.

- **Finansowe zabezpieczenie na późną dorosłość** – zdaniem badanych doradca powinien pomagać w ocenie obecnych rozwiązań emerytalnych, dopasowaniu planu do indywidualnych potrzeb i przyszłej sytuacji klienta oraz monitorowaniu realizacji planu w czasie.

- **Podatki** – ważne jest dla badanych, aby doradca podpowiadał, jak optymalizować wysokość podatków, przy czym osoby bez doświadczenia częściej



oczekują bezpośredniej pomocy w optymalizacji podatkowej. Istotne jest także wskazywanie dostępnych ulg i rozwiązań pozwalających ograniczyć obciążenia podatkowe oraz, w razie potrzeby, skierowanie klienta do specjalisty podatkowego.

- **Sukcesja i przekazanie majątku** – badani oczekują kompleksowego wsparcia przy przekazywaniu majątku. Ważna jest dla nich współpraca doradcy z notariuszem, prawnikiem lub doradcą podatkowym oraz wyjaśnianie finansowych i podatkowych konsekwencji dziedziczenia.
- **Edukacja finansowa** – klienci oczekują prostego wyjaśniania zasad działania produktów finansowych. Ważna jest edukacja dotycząca inwestowania, ryzyka oraz planowania finansowego w długiej perspektywie.
- **Wychodzenie z zadłużenia** – najważniejsze jest zidentyfikowanie skali i struktury zadłużenia. Badani oczekują również konkretnego planu wyjścia z długów, ustalenia kolejności spłaty zobowiązań oraz monitorowania postępów.
- Doradca ma być przede wszystkim **partnerem w podejmowaniu decyzji finansowych, a nie wyłącznie sprzedawcą produktów**. Osoby bez doświadczenia częściej oczekują konkretnej, praktycznej pomocy: wyboru produktu, rozwiązania problemu czy przeprowadzenia przez proces. Osoby z doświadczeniem częściej oczekują długoterminowego wsparcia, monitorowania sytuacji i systematycznego przeglądu finansów.

POSTRZEGANIE DORADCY

- Najczęstsze skojarzenia z doradcą to: wiedza i kompetencje, pomoc i doradztwo, zaufanie oraz profesjonalizm.
- Doradca jest generalnie oceniany bardzo pozytywnie:
 - 91% uważa go za kompetentnego,
 - 87% za uczciwego,
 - 86% za godnego zaufania,
 - 80% uważa, że doradza, a nie tylko sprzedaje.
- Osoby mające doświadczenie współpracy z doradcą mają bardziej konkretne i pozytywne skojarzenia oraz oceniają doradców bardziej pozytywnie.
- Doradca należy do najbardziej zaufanych źródeł informacji finansowych, łącząc wiedzę, kompetencje i zaufanie.

DOTYCHCZASOWA WSPÓŁPRACA Z DORADCĄ

- Najczęściej dotychczasowa współpraca dotyczyła inwestowania, kredytów i zakupu mieszkania oraz obejmowała 2–3 spotkania.
- Nadal najczęstsze są spotkania stacjonarne, ale istotną rolę odgrywają również telefon, wideorozmowy i platformy online.
- 90–98% klientów jest zadowolonych z poszczególnych obszarów współpracy, 97% dostrzega przynajmniej jedną korzyść ze współpracy z doradcą, 87% poleciłoby doradcę znajomym, a 85% ponownie skorzystałoby z jego usług.
- Najczęściej wskazywane korzyści ze współpracy z doradcą obejmują: oszczędność czasu, uniknięcie błędów, większą wiedzę, mniejszy stres i większe oszczędności.
- Największym problemem jest zbyt sprzedażowe podejście.

IDEALNY DORADCA

- Badani zadeklarowali, że najchętniej wybraliby doradcę z niezależnej firmy doradczej (38%).
- Najczęściej preferowany wiek doradcy to 35–44 lata (53%), a więc nieco więcej niż wiek uczestników badania.
- W efekcie współpracy z doradcą najważniejsze są: dopasowanie rozwiązania, poczucie bezpieczeństwa, lepsze decyzje finansowe oraz większe zrozumienie finansów.
- W obszarze komunikacji klienci oczekują od doradcy prostego języka, jasnych odpowiedzi i upewniania się, że rozumieją przekazywane informacje.
- W kontekście podejścia do klienta najważniejsze jest poznanie jego potrzeb przed przedstawieniem rozwiązania oraz brak presji na podjęcie decyzji.
- Kluczowe są także transparentność kosztów, przedstawianie ryzyka oraz zarówno zalet, jak i wad proponowanego rozwiązania.
- Klienci oczekują łatwego kontaktu i wsparcia doradcy również po sprzedaży.
- Najczęściej badani chcą, aby doradca od czasu do czasu sam proponował kontakt, ale jednocześnie aby klient zachowywał kontrolę nad współpracą.



NIEIDEALNY DORADCA

- Badani wskazali, że najbardziej zniechęcają ich do współpracy z doradcą: podejście sprzedażowe, brak konkretów, niezrozumiały język, wywieranie presji na podjęcie decyzji oraz brak informacji o ryzyku i kosztach.
- Szczególnie osoby bez doświadczenia współpracy z doradcą obawiają się presji sprzedażowej.
- Najważniejsze powody niekorzystania z usług doradcy to: brak potrzeby, koszt usługi, brak środków, którymi można byłoby zarządzać ze wsparciem doradcy, trudność w znalezieniu dobrego doradcy oraz obawa, że doradca będzie przede wszystkim chciał sprzedać produkt, a nie pomóc klientowi.

CO MOGŁOBY ZACHĘCIĆ DO WSPÓŁPRACY Z DORADCĄ

- Najważniejsze są: przekonanie, że doradca działa w interesie klienta (54%), jasna informacja o prowizjach, kosztach i zasadach współpracy, indywidualne podejście i przygotowanie planu finansowego, elastyczność formy kontaktu oraz łatwy dostęp do doradcy.
- W kontekście efektów współpracy oczekiwane są przede wszystkim większe oszczędności, poczucie bezpieczeństwa finansowego i lepsze decyzje finansowe.

SYTUACJE SKŁANIAJĄCE DO SKORZYSTANIA Z DORADCY

- Do rozpoczęcia współpracy z doradcą najczęściej skłaniają: rozpoczęcie inwestowania, poprawa sytuacji finansowej, zakup mieszkania lub domu, zaciągnięcie kredytu oraz otrzymanie większej kwoty lub spadku.
- Doradca jest szczególnie potrzebny przy podejmowaniu większych decyzji finansowych.

DORADZTWO ONLINE

- Około 80–85% badanych dopuszcza przynajmniej częściowe wykorzystanie form zdalnych we współpracy z doradcą.
- Większość nie chce jednak całkowicie rezygnować ze spotkań osobistych.
- Najbardziej akceptowany jest model hybrydowy.

DORADZTWO Z WYKORZYSTANIEM AI

- AI jest znacznie częściej akceptowana jako wsparcie doradcy niż jako jego zamiennik. 42% badanych akceptuje AI wspierającą człowieka przy zachowaniu ostatecznej decyzji przez doradcę, natomiast 43% nie chce, aby doradca korzystał z AI.
- Kluczowy wniosek: technologia ma wspierać doradcę, a nie zastępować relację z człowiekiem.

GLÓWNE WNIOSKI

Doradztwo finansowe wchodzi w nową fazę. Młodzi dorośli funkcjonują w coraz bardziej złożonym środowisku finansowym. Wchodząc w dorosłość, równocześnie podejmują decyzje dotyczące pracy, mieszkania, kredytów, oszczędzania, inwestowania, ochrony majątku, zabezpieczenia rodziny i przyszłości. Jednocześnie mają w zasadzie nieograniczony dostęp do informacji, narzędzi cyfrowych i produktów finansowych. W efekcie podstawowym wyzwaniem nie jest już wyłącznie dostęp do wiedzy, lecz zdolność do jej selekcjonowania, interpretowania i przełożenia na decyzje dopasowane do własnej sytuacji. Badanie przeprowadzone na 1104 pracujących Polakach w wieku 21–40 lat pokazuje, że profesjonalny doradca finansowy ma w tej rzeczywistości nadal istotną rolę, ale jego wartość wyraźnie się zmienia. Badani nie oczekują przede wszystkim kolejnej osoby prezentującej produkty finansowe. Oczekują kompetentnego partnera, który rozumie ich sytuację, pomaga uporządkować finanse, tłumaczy złożone kwestie, pokazuje różne możliwości, ujawnia koszty i ryzyka oraz pozostaje dostępny także po podjęciu decyzji. Wyniki badania wskazują więc na zmianę paradygmatu: **wartość doradcy przesuwają się od „doboru produktu” w stronę „prowadzenia klienta przez decyzje finansowe”.**

- **Od sprzedaży produktu do zarządzania sytuacją finansową klienta.** Najsilniejszym sygnałem płynącym z badania jest szerokie rozumienie roli doradcy. Respondenci oczekują od niego przede wszystkim wsparcia w oszczędzaniu i budowaniu bezpieczeństwa finansowego (43%), inwestowaniu i pomnażaniu majątku (41%) oraz analizie własnej sytuacji finansowej (37%). Ważne są także identyfikacja i planowanie celów finansowych, edukacja finansowa oraz zabezpieczenie finansowe przyszłości. Co istotne, osoby, które nie miały wcześniej kontaktu z doradcą, częściej oczekują od niego szerokiego, podstawowego wsparcia: analizy sytuacji, edukacji, oszczędzania i inwestowania. Osoby posiadające doświadczenie doradcze nieco częściej wskazują natomiast konkretne obszary specjalistyczne, takie jak kredyty, podatki, ubezpieczenia czy doradztwo dla przedsiębiorców. Może to



wskazywać, że **potrzeby klienta ewoluują wraz z jego doświadczeniem**. Pierwszy kontakt z doradztwem wiąże się przede wszystkim z potrzebą uporządkowania sytuacji, zdobycia wiedzy i zbudowania poczucia bezpieczeństwa. Wraz z doświadczeniem rośnie znaczenie specjalistycznej wiedzy, efektywności i wartości dodanej, jaką doradca może wnieść do procesu. Pierwszym zadaniem doradcy wobec młodego klienta nie powinno być zatem przedstawienie produktu, lecz **zbudowanie mapy jego sytuacji finansowej, potrzeb i celów**.

- **Największą wartością nie jest sama wiedza, lecz jej przełożenie na decyzję.** Badani wysoko oceniają profesjonalnego doradcę jako źródło wiedzy i kompetencji. Jednocześnie bardzo silna pozostaje ich autonomia: własna wiedza i ocena sytuacji są jednym z najważniejszych punktów odniesienia, a rodzina i znajomi również pozostają istotnym źródłem wpływu. Oznacza to, że doradca przyszłości nie powinien konkurować z klientem o to, „kto wie lepiej”. Jego przewagą powinno być porządkowanie informacji, analiza konsekwencji, pokazywanie alternatyw i wspieranie klienta w podjęciu własnej decyzji. Jest to szczególnie istotne w świecie, w którym klient może w ciągu kilku minut znaleźć dziesiątki materiałów dotyczących kredytów, inwestowania czy oszczędzania. Informacja sama w sobie traci część swojej wartości. Rośnie natomiast znaczenie interpretacji, personalizacji i odpowiedzialnego przełożenia wiedzy na działanie.
- **Zaufanie jest warunkiem wejścia do relacji.** Największą barierą przed skorzystaniem z doradztwa nie jest wcześniejsze złe doświadczenie. Wśród osób, które nie korzystały z doradcy, najczęściej wskazywane są: przekonanie, że ich sytuacja finansowa jest zbyt prosta, brak środków na usługę, przekonanie o jej wysokim koszcie, trudność w znalezieniu dobrego doradcy oraz obawa, że doradca będzie przede wszystkim chciał sprzedać produkt. To ważny wniosek dla rynku: barierą nie jest wyłącznie brak potrzeby doradztwa, ale także ograniczone zaufanie do samej kategorii usługi. Badani chcą mieć pewność, że doradca działa w ich interesie (54%), doceniają pozytywne opinie innych osób (46%), a także doświadczenie i niezależność od instytucji finansowych (po 39%). Wysoko ceniona jest również transparentność prowizji, powiązań z dostawcami produktów oraz sposobu wynagradzania. Doradztwo musi więc być wiarygodne jeszcze zanim rozpocznie się właściwa relacja z klientem. Reputacja, sposób prezentowania modelu działania oraz jasne określenie interesów i zasad współpracy stają się częścią wartości usługi.
- **Transparentność przestaje być dodatkiem, staje się częścią usługi doradczej.** Badani bardzo jasno

określają, co rozumieją przez transparentność. Najważniejsze są: informacja o prowizjach i powiązaniach doradcy z dostawcami produktów (56%), możliwość zakończenia współpracy w dowolnym momencie (53%) oraz jasna informacja o sposobie wynagradzania doradcy (50%). Równie istotne jest otwarte przedstawianie zarówno korzyści, jak i ryzyka (41%), wyjaśnianie kosztów i opłat (37%) oraz wskazywanie ograniczeń i wad proponowanych rozwiązań (36%). W praktyce oznacza to, że transparentność nie jest wyłącznie wymogiem formalnym czy regulacyjnym. Jest jednym z podstawowych elementów doświadczenia klienta i jednym z warunków budowania zaufania. Wysokiej jakości doradztwo powinno więc jasno odpowiadać nie tylko na pytanie „co można zrobić?”, ale również: ile to kosztuje, jakie wiąże się z tym ryzyko, jakie są ograniczenia, jakie istnieją alternatywy i w jaki sposób doradca jest wynagradzany.

- **Klient oczekuje personalizacji, ale nie presji.** Najważniejszymi elementami współpracy są, zdaniem badanych, dopasowanie rozwiązania do własnej sytuacji i celów oraz bezpieczeństwo pieniędzy i podejmowanych decyzji finansowych (po 36% wskazań). Jeszcze wyraźniej widać to w oczekiwaniach dotyczących sposobu pracy doradcy. Najczęściej badani chcą, aby doradca najpierw poznał ich potrzeby i cele, a dopiero później przedstawił rozwiązania (48%). Ważne są również możliwość zadawania pytań, brak presji i czas na spokojne podjęcie decyzji. Wyniki te wskazują na kierunek dalszego wzmocnienia modelu doradztwa opartego na poznaniu sytuacji klienta, jego celów i potrzeb, a następnie wspólnym przejściu przez dostępne rozwiązania i ich konsekwencje. Nie oznacza to jednak, że obecna relacja z doradcą jest przez klientów postrzegana wyłącznie jako sprzedażowa. Przeciwnie, badanie pokazuje, że elementy takiego podejścia już są obecne, a oczekiwania klientów wskazują raczej, w jakim kierunku warto je dalej rozwijać: od samego przedstawienia produktu w stronę większego wsparcia klienta w zrozumieniu możliwości, zadaniu pytań i podjęciu świadomej decyzji. Personalizacja staje się tym samym nie tyle całkowicie nowym standardem, ile coraz ważniejszym elementem dobrej jakości doradztwa.
- **Istotną wartością doradztwa jest spokój i poczucie kontroli.** Współpraca z doradcą jest przez klientów oceniana pozytywnie. W każdym analizowanym obszarze zdecydowana większość osób deklaruje co najmniej częściowe zadowolenie, a najwyższe jednoznaczne oceny dotyczą analizy sytuacji finansowej i planowania budżetu domowego. Co szczególnie ważne, 97% klientów deklaruje co najmniej jedną korzyść ze współpracy. Najczęściej wskazywane są oszczędność czasu, uniknięcie błędów finansowych, większa wiedza, mniejszy stres i większe



oszczędności. Pokazuje to, że wartość doradztwa jest szersza niż sam wynik inwestycyjny czy zakup konkretnego produktu. **Doradca pomaga klientowi lepiej rozumieć własne finanse, ograniczać ryzyko błędnych decyzji i działać z większym poczuciem bezpieczeństwa i kontroli.** Jednocześnie 87% klientów deklaruje gotowość polecenia doradcy innym osobom, a 85% ponownego skorzystania z jego usług. Wyniki te wskazują na potencjał doradztwa jako usługi budującej długoterminową relację i rekomendacje.

- **Wyzwaniem pozostaje stereotyp „doradcy-sprzedawcy”.** Mimo pozytywnych deklaracji osób, które korzystały z doradztwa, osoby bez takiego doświadczenia często obawiają się sprzedażowego charakteru relacji. Najczęściej zniechęca je przekonanie, że doradcy zależy bardziej na sprzedaży niż na znalezieniu odpowiedniego rozwiązania, powtarzanie gotowych formułek, brak transparentności kosztów i ryzyka oraz kontakt przede wszystkim wtedy, gdy pojawia się możliwość sprzedaży. Powstaje więc istotna asymetria: deklarowane doświadczenia klientów są bardziej pozytywne niż oczekiwania i obawy osób, które dotychczas nie korzystały z doradztwa. Dla rynku oznacza to, że pozyskanie nowych klientów wymaga nie tylko promocji usług, lecz przede wszystkim zmniejszenia obaw związanych z wejściem w relację doradcą. Klient powinien jeszcze przed pierwszym spotkaniem wiedzieć, jak działa doradca, w jaki sposób jest wynagradzany, jakie ma powiązania z dostawcami produktów i czego może oczekiwać w ramach współpracy.
- Przyszłość modelu kontaktu jest hybrydowa. Badani są wyraźnie otwarci na cyfrowe formy kontaktu, ale nie oznacza to odrzucenia relacji z człowiekiem. Około 80-85% respondentów dopuszcza przynajmniej częściowe wykorzystanie zdalnych form kontaktu. Jednocześnie najczęściej wybierany jest model hybrydowy, w którym spotkanie bezpośrednio pozostaje dostępne wtedy, gdy jest rzeczywiście potrzebne. Współczesny klient oczekuje więc nie tyle „doradztwa online” zamiast „doradztwa offline”, ile swobody wyboru kanału kontaktu odpowiedniego do sytuacji. Cyfrowy kanał może odpowiadać za szybkość, wygodę i dostępność, natomiast bezpośredni kontakt pozostaje ważny tam, gdzie potrzebne są rozmowa, wyjaśnienie złożonej sytuacji, wspólna analiza lub większe poczucie bezpieczeństwa.
- **AI ma wspierać doradcę, a nie automatycznie go zastępować.** Badanie pokazuje ostrożniejsze podejście do sztucznej inteligencji niż do samej cyfryzacji kontaktu. 37% respondentów miało już doświadczenie ze wsparciem doradcy AI, ale tylko 16% byłoby gotowych całkowicie zastąpić doradcę człowieka AI.

Jednocześnie 42% badanych akceptuje model, w którym AI wspiera doradcę, ale ostateczne propozycje przygotowuje człowiek. Najważniejszy wniosek nie dotyczy więc wyboru między człowiekiem a technologią, lecz efektywnego podziału ról między nimi. AI może wspierać analizę, monitorowanie sytuacji, przetwarzanie informacji, przygotowanie materiałów i część czynności operacyjnych. Człowiek pozostaje natomiast szczególnie ważny tam, gdzie potrzebne są kontekst, interpretacja, rozmowa i dopasowanie rekomendacji do rzeczywistej sytuacji klienta. Badanie wskazuje tym samym na potencjał modelu, w którym technologia wzmacnia kompetencje doradcy zamiast automatycznie eliminować jego udział w procesie.

- **Doradca przyszłości jest architektem decyzji finansowych klienta.** Całość wyników pozwala zdefiniować nowy model profesjonalnego doradcy finansowego. Nie jest on wyłącznie ekspertem od produktów. Nie jest też wyłącznie edukatorem ani osobą zarządzającą majątkiem.
- **Doradca przyszłości jest architektem decyzji finansowych klienta.** Jego rola obejmuje:
 - diagnozę sytuacji finansowej;
 - identyfikację celów i priorytetów;
 - uporządkowanie finansów;
 - edukację i tłumaczenie konsekwencji;
 - przedstawianie alternatywnych rozwiązań;
 - transparentne wskazywanie kosztów, ryzyka i ograniczeń;
 - pomoc w podjęciu decyzji;
 - wsparcie w budowie dobrze dopasowanego planu finansowego;
 - monitoring sytuacji;
 - reagowanie na zmiany;
 - wsparcie klienta w realizacji planu.

Wraz z rosnącą dostępnością informacji i narzędzi cyfrowych wartość doradcy będzie coraz mniej zależna od samego dostępu do produktów, a coraz bardziej od umiejętności rozumienia klienta, selekcjonowania informacji, interpretowania konsekwencji i przeprowadzania go przez proces decyzyjny.

Ostatecznie badanie wskazuje na przejście od transakcyjnego doradztwa produktowego do relacyjnego doradztwa procesowego.

To właśnie jakość tego procesu, jego przejrzystość, personalizacja, zrozumiałość, bezpieczeństwo i ciągłość, będą w coraz większym stopniu definiowała wartość profesjonalnego doradztwa finansowego.

35^{LAT} ZWIĄZEK BANKÓW POLSKICH



Raport przygotowany na zlecenie Fundacji
Warszawski Instytut Bankowości



PROGRAM
ANALITYCZNO
BADAWCZY