

1. Určení cílového trhu

Cílovým zákazníkem je podnikatel, který má českou legislativou stanovenou povinnost uzavřít pojištění odpovědnosti pro případ škody způsobené výkonem dané specializované činnosti. Konkrétně je tento produkt určený pro tyto podnikatele:

- a) architekti, inženýři, technici,
- b) auditoři a daňoví poradci,
- c) účetní,
- d) dražebníci,
- e) oceňovatelé majetku,
- f) autorizované osoby na tech. požadavky výroby
- g) patentoví zástupci

2. Určení potřeb cílového trhu

Základní potřebou cílového zákazníka je mít zákonem sjednaný rozsah pojištění, jehož účelem je potřeba ochrany zákazníků i poškozených před negativními následky vzniku škod z daných podnikatelských činností.

Podle individuálních potřeb zákazníka vymezeného výše a konkrétní povahy jeho činnosti nabízí pojišťovna i doplňková pojištění odpovědnosti za škody, které mohou nastat při výkonu jeho činnosti. Konkrétně se jedná o:

- a) škody vyplývající z vlastnictví, držby nebo pronájmu stavby a provozu kancelářské činnosti
- b) odpovědnost za cizí věci převzaté a užívané
- c) škody na listinných dokumentech
- d) škody na věcech k dražbě nebo na věcech k ocenění
- e) čistá finanční škoda
- f) retroaktivní krytí

3. Distribuční strategie

Pojištění je možné sjednat přes:

- úsek úpisu pojišťovny
- interní obchodní služba pojišťovny
- přes samostatného zprostředkovatele zastupujícího klienta nebo pojišťovnu, pokud mu k tomu udělila pojišťovna plnou moc.

Na základě poptávky na produkt je zprostředkovateli, nebo koncovému klientovi vystavena nabídka pojištění (kalkulace). V závislosti na tom, jestli je klient zastoupen zprostředkovatelem, nebo jedná přímo s pojišťovnou, zjišťuje zprostředkovatel nebo pojišťovna v rámci předmluvního jednání konkrétní požadavky a cíle klienta a v návaznosti nato vydá doporučení, jestli sjednat pojištění a v jakém rozsahu. Pokud zprostředkovatel, nebo koncový klient souhlasí s nabídkou pojištění, vypracuje se smluvní dokumentace. Pojištění vzniká podpisem pojistné smlouvy.

Následná správa pojistné smlouvy je zajištěna přes úsek správy pojišťovny, interního správce nebo přes zprostředkovatele zmocněného klientem nebo pojišťovnou.

Interní obchodní služba pojišťovny jsou zaměstnanci pojišťovny, kteří jsou pravidelně školeni ve znalosti produktu a poskytují zprostředkovatelům podporu při distribuci pojištění.

Zprostředkovatelům jsou v portálu a sjednavači dostupné veškeré potřebné dokumenty k tomu, aby byli klientům co nejvíc nápomocni a aby produkt pojišťovny plně pochopili. Podstatné novinky ohledně produktu jsou zprostředkovatelům komunikovány zvlášť na jejich kontaktní e-mail. Pokud není zprostředkovatelům něco z produktové dokumentace zřejmé, zprostředkovatel má k dispozici jednoho zaměstnance interní obchodní služby pojišťovny, který je schopen na veškeré dotazy urychleně odpovědět, případně na žádost uspořádat produktové a obchodní školení.

Zpětná vazba na produkt je tak zjišťována interní obchodní službou pojišťovny ať již na základě intenzivního kontaktu se zprostředkovateli, nebo od koncových klientů. Veškeré podněty, včetně podnětů na vlastní činnost interní obchodní služby pojišťovny, jsou následně vyhodnocené a případně zapracované. Další možnost je vyplnění formuláře na webu pojišťovny nebo zavolání za zákaznickou linku. Na základě těchto stížností jsou ověřované procesy a nastavení produktu, včetně kvality činnosti interní obchodní služby, zda opravdu splňuje požadavky cílového trhu.