

1. Určení cílového trhu a jeho potřeb

Cílovým klientem u produktu je podnikatel, který vlastní nebo provozuje nebo hodlá vlastnit nebo provozovat ke svému podnikání více než jedno vozidlo, a který má zájem si tento svůj majetek sloužící k podnikání pojistit v rámci jedné pojistné smlouvy tak, aby byla správa pojištění co nejjednodušší.

U povinného ručení je cílovým zákazníkem podnikatel, který vozidla vlastní nebo provozuje a musí dle Zákona o povinném ručení pojistit vozidlo zapsané v Registru silničních vozidel České republiky nebo jiné neregistrované vozidlo při jeho provozu.

Povinné ručení musí mít podle Zákona každý vlastník či provozovatel vozidla po dobu, kdy je vozidlo zapsáno v Registru silničních vozidel České republiky, s výjimkou doby, kdy je v registru silničních vozidel zapsáno jako vyřazené z provozu, vyvezené do jiného státu nebo zaniklé, a doby, kdy je vozidlo odcizené.

Havarijního pojištění je určeno pro všechny podnikatele, kteří vlastní či provozují vozidla registrovaná v ČR, a kteří chtějí chránit investici spojenou s pořízením, opravou a provozováním vozidla.

Pojištění asistence a škodová doplňková pojištění je určeno pro stejnou kategorii zákazníků jako havarijní pojištění.

Pojištění úraz řidiče a úraz osob ve vozidle je určeno pro pojistníky:

- kteří vozidlo zpravidla řídí a často v něm přepravují další osoby nebo
- pojistníky, jejichž osoby blízko vozidlo zpravidla řídí a současně přepravují další osoby nebo
- jejichž zaměstnanci často řídí a současně přepravují další osoby ve služebním vozidle

2. Určení potřeb cílového trhu

Základní potřebou cílového trhu tohoto produktu je potřeba chránit se při riziky souvisejícími s provozováním více vozidel za účelem svého podnikání. Mezi tyto potřeby patří u povinného ručení potřeba každého vlastníka a provozovatele vozidla je splnit povinnost stanovenou Zákonem, a sice mít k vozidlu sjednané povinné ručení.

U havarijního pojištění, pojištění asistence a škodových doplňkových pojištění jsou potřeby definovány jako potřeby vlastníků a provozovatelů vozidel ve flotile mít chráněnou hodnotu vozidel před riziky souvisejícími s jejich provozem a vlastnictvím.

Potřeby, které jsou kryty obnosovými doplňkovými pojištěními spočívají v obavách z následků nehod při provozu vozidla, které výrazně ovlivní osobní sféru pojistníků, jejich blízkých osob a jejich zaměstnanců.

Seznam pojišťovaných rizik by měl být volený vždy s ohledem na způsob provozování vozidla, místo provozování, hodnotu a stáří vozidla.

3. Distribuční strategie

Pojištění je možné sjednat přes:

- úsek úpisu pojišťovny
- interní obchodní služba pojišťovny
- přes pojišťovacího zprostředkovatele zastupujícího klienta (makléře).

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 úpisu pojišťovny, interního obchodní službu nebo přes zprostředkovatele.

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.