

### 1. Určení cílového trhu

Cílovým zákazníkem je podnikatel podnikající v oblasti stavebnictví, zejména investoři, developeři, stavební společnosti a dodavatelé nebo subdodavatelé stavebně-montážních služeb, kteří vykonávají tuto činnost na majetku, jehož hodnota nepřesahuje 500 mil. Kč.

Pojištění je vhodné pro zákazníky, kteří svou činnost vykonávají na konkrétní adrese, v České republice nebo na území Evropy.

### 2. Určení potřeb cílového trhu

Základní potřebou cílového zákazníka je oprávněná potřeba ochrany majetku, na kterém se provádí stavebně-montážní činnosti zákazníka, před škodami, které mohou vzniknout při jeho stavebně montážní činnosti, a oprávněná potřeba ochrany zákazníka před negativními finančními důsledky vzniku jeho odpovědnosti za škodu při provádění stavebně montážních prací.

Potřeby cílového zákazníka mohou spočívat v zájmu pojistit si obrátové krytí pro případy, kdy zákazník v daném čase provádí více stavebně-montážních prací na více objektech, nebo v zájmu pojistit si svou činnost na individuální projekt, který je vhodný vždy na jedno konkrétní dílo.

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, nebo specifických předmětů, na kterých zákazník stavebně-montážní práce provádí nebo které ke své činnosti zákazník používá. Konkrétně se jedná o:

- a) rizika projektanta
- b) práce při vrtání vodních studní
- c) připojištění stavebních a montážních strojů,
- d) nákladů na vyhledání netěsností,
- e) škod způsobených krádeží vloupáním nebo loupežným přepadením,
- f) stávající konstrukci stavby, na které je prováděna stavebně montážní činnost, a pojištění staveb v okolí místa pojištění.

### 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 zvláště 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.