



Zmeny v UNIQA počas posledných dvoch rokov priniesli do organizačnej štruktúry nové „business modely“, vďaka ktorým vznikla nová divízia pre obsluhu a servis výlučne firemných partnerov a klientov, ako aj pre afinitné obchody, vrátane Employee Benefits. Prácu a novinky z tohto tímu budeme postupne predstavovať formou CZ/SK Journalu **CorpoINSight**. Jeho prvé číslo práve čítate.

CorpoINSight je určený Vám, našim partnerom, ale aj klientom a kolegom v Čechách a Slovensku, ktorí sa chcú o FIREMNOM poistení dozvedieť viac, zorientovať sa v novinkách v „Corporate“ oblasti v UNIQA a na trhu.

Obsah CorpoINSight tvoríme v spolupráci s našimi kolegami - špičkovými odborníkmi v tejto oblasti. V úvodnom čísle prináša Martin Rotkovský širší pohľad k téme, kde a prečo je UNIQA Corporate business model dnes. A v rozhovore som sa opýtala šéfov dvoch hlavných útvarov na poslanie ich oddelení a ich vízie v oblasti firemného poistenia.

Prajem podnetné čítanie.

Judita Hitková, Corporate CX expert

V ČÍSLE NÁJDETE

**Kto a čo je UNIQA
Corporate Business
& Affinity?**

Novinky v poistení:
D&O novinky
a Employee Benefits

Dôležité čísla
vo firemnom poistení
UNIQA

Inflácia a poistenie:
Ako sú na tom
vaši klienti?

**Výsledky prieskumu
spokojnosti**
našich partnerov



Vážení obchodní partneři,

v tomto prvním čísle našeho nového Journalu **CorpoINSight** bych Vám rád představil náš tým a oblasti, ve kterých Vás budeme v **CORPORATE BUSINESS & AFFINITY** podporovat. Jak víte, UNIQA prochází v posledních dvou letech spojením se společnostmi ze skupiny AXA. Současně měníme vnitřní fungování našich společností. A aby toho nebylo málo, tak jsme v loňském roce spojili aktivity v ČR a SR do jednoho celku, kdy jsme ze samostatně působící pojišťovny na Slovensku udělali pobočku té české.

Možná se ptáte, jak se v tom máte vyznat a jaké to má dopady na naši vzájemnou spolupráci. Začnu od konce. Převedení slovenské pojišťovny na pobočku má velmi omezený dopad pro denní chod našich společností. Vytvoření takového celku má výhodu pro pojišťovnu z pohledu řízení kapitálu a částečně reportingu. Díky spojení náš **vlastní kapitál dosahuje nyní přes 240 % solventnostního požadavku**, kdy před spojením jednotlivé společnosti měly mezi 150 až 225 %. To současně představuje i výhodu pro klienta, protože za jeho nároky ručí podstatně větší společnost.

Posledních rok od nastavení nové struktury podle tzv. „**business modelů**“ byl pro nás jedním velkým experimentem, jak tento koncept uvést do praxe a umožnit co nejefektivnější podporu jednotlivým segmentům. Po tomto prvním roce jsme na Corporate business & Affinity zjistili, že je koncept životaschopný, ale proti prvotnímu nastavení bude potřeba udělat některé změny.

Tou zásadní jsou kompetence jednotlivých business modelů. Loni jsme začali s konceptem, kdy opravdu malí podnikatelé (segment micro SME) byli podporováni v rámci Retailového business modelu. Toto rozdělení vycházelo z předpokladu, že většinou jde o fyzické osoby, které budou chtít podobný servis pro majetek jak „na sebe“, tak „na firmu“. V praxi to vedlo k tomu, že hranici toho, co kam patří, jsme nebyli schopni často určit ani my sami, a všichni i nadále dělali tak trochu všechno.

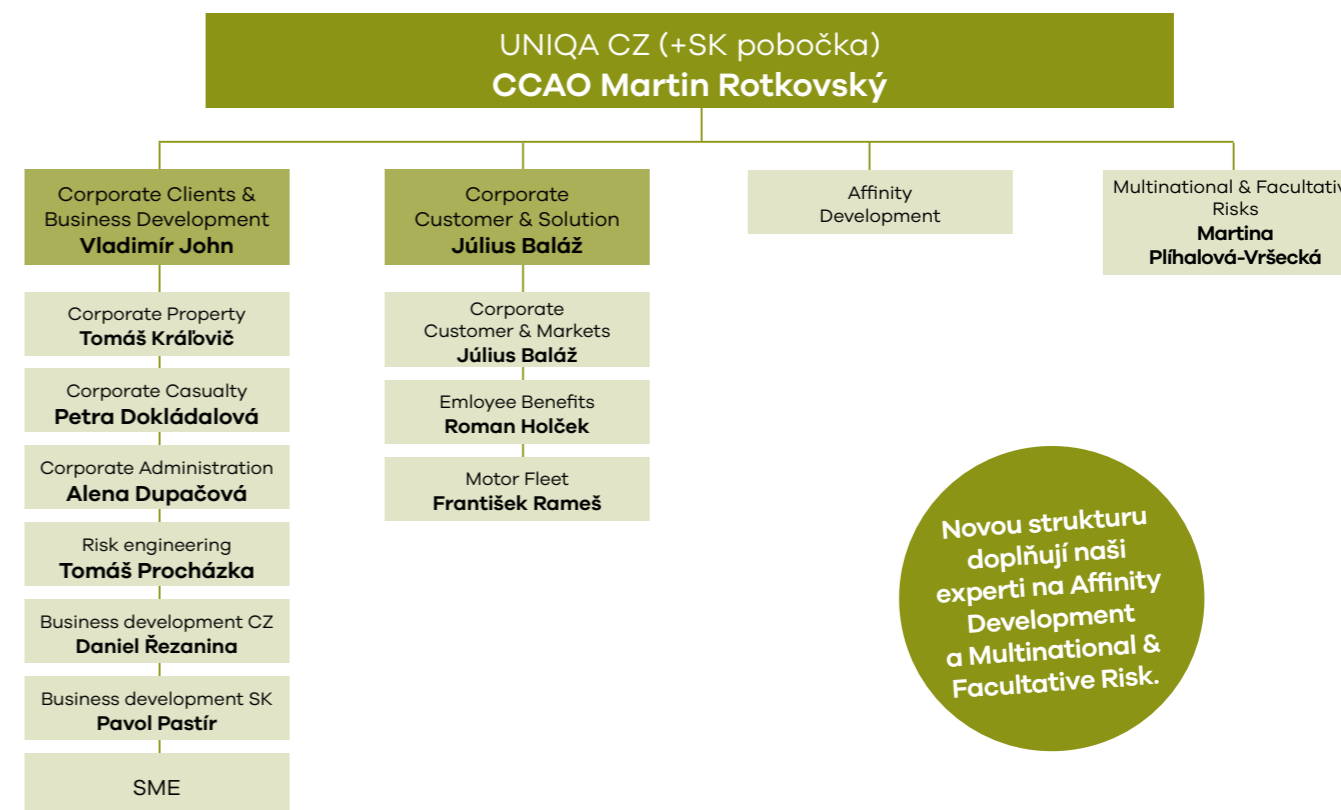
Při revizi systému jsme přesunuli kompetenci za všechny produkty určené primárně pro podnikatele do **Corporate business modelu**.

(Pouze oblast pojištění „Motor“ rozlišujeme nikoliv produktem, ale podle procesního zázemí na flotilové a individuálně sjednávané smlouvy. Rozdělení odpovídá tomu, že zejména produkt POV/PZP je v případě individuálního pojištění obdobný pro všechny typy klientů.)

Abychom byli schopni nové nastavení co nejefektivněji přenést do života bez zdržení na zbytečných mezičláncích, rozhodli jsme se v CORPORATE business modelu změnit a zeštíhlit naši organizační strukturu. Nově budeme mít dva hlavní útvary:

Útvar **CORPORATE CLIENTS & BUSINESS DEVELOPMENT** (Pojištění firemních klientů a obchodní rozvoj) pod vedením Vladimíra Johna bude zajišťovat zpracování individuálních smluv firemních klientů v rámci segmentů P&C (tj. úpis, rizikové inženýrství, produktový vývoj a související administrativu od nejmenších podnikatelů až po velké korporátní klienty), a k tomu bude nově zastřešovat i veškeré obchodní aktivity a rozvoj spolupráce s distribucemi a externími partnery zaměřujícími se na firemní klienty. Tímto propojením chceme posílit kompetence, zkvalitnit servis na regionální i centrální úrovni a posílit přímou a efektivní komunikaci bez mezičlánků a přeposílání. K tomu zde jsou a budou kolegové zastřešující rozvoj firemního obchodu.

Útvar **CORPORATE CUSTOMER & SOLUTION**, jehož agenda bude pod vedením Júliuse Baláže pokrýje centrální aktivity jako jsou CX, různé průzkumy a analýzy, ale i oblasti úpisu Employee Benefits, tedy skupinové pojištění a „Motor – flotilové pojištění“. Zejména oblast „Motor“ je dnes u nás natolik procesně podpořena, že pro naprostou většinu případů nepředstavuje centralizace úpisu jakékoli omezení z hlediska přípravy nabídek a rychlosti reakce na poptávky. Samozřejmě i nadále bude většina procesních úkonů pokryta kolegy zastřešujícími rozvoj firemního obchodu.



Nový model sebou nese pro naše partnery z řad makléřů do jisté míry riziko nutnosti komunikovat pro oblast retailu a firemních klientů se dvěma různými kontaktními osobami. Tohoto problému jsme si samozřejmě vědomi a máme v plánu jej co nejvíce minimalizovat. Chceme, aby každý náš partner měl hlavního styčného důstojníka, kterému říkáme „**SALES PARTNER NAVIGATOR**“, jenž partnera v případě nejasností, na koho se má obrátit, nasměruje, resp. pokud jde o oblast v rámci jeho kompetence, problém přímo vyřeší.

V ČR (v SR už podpora pár let existuje) společně s ředitelem naší sítě exkluzivních agentů uvádíme postupně do praxe i podporu zprostředkování pojištění pro firemní zákazníky. I když projekt se spustil teprve na začátku letošního roku, vidíme hned po prvních měsících provozu znatelný posun v objemu předepsaného pojistného, který dokonce překračuje ambici, s jakou jsme do projektu vstupovali. V posledních měsících jsme věnovali hodně času analýze trhu a našich možností z pohledu zaměření se na určité segmenty. Zjistili jsme, že odpověď na otázku, jak je vlastně velký trh pojištění firemních klientů, není vůbec jednoduchá, zejména pokud chceme jít do rozdělení na jednotlivé segmenty. Podařilo se nám připravit model pokrývající všechny země, kde UNIQA působí, a přebrali jej i naše sesterské společnosti. Díky této rozsáhlé analýze jsme byli schopni definovat dlouhodobý koncept segmentů a řešení, která pro ně budeme využívat.

Pevně věříme, že nové nastavení nám umožní reagovat na Vaše požadavky pružněji a postupně zavést celý plánovaný koncept pro podporu obsluhy Vašich a věříme, že stále častěji i našich společných klientů.

Martine, si kapitánem lodě s názvem Corporate Business & Affinity. Jak bys zhodnotil její posádku a směr její plavby?

Za první rok jsme si pořídili správné mapy, naučili se v nich číst a nyní vytahujeme kotvu a vyrážíme na cestu, kde již každý ví, jaké je jeho místo na lodi a jak spolupracovat s ostatními. Ale především cítím, že se na tu jízdu těším.

Vladimír JOHN

Head of Corporate Clients & Business Development

Propojení upisování a obchodu

CZ a SK Synergie



Vládo, ve stručnosti: původně Corporate Solutions po roce přišla reorganizace, a nyní vedeš tým Corporate Clients & Business Development (Pojištění firemních klientů & Obchodní rozvoj), čili velká změna. Můžeš nám změnu představit a vysvětlit její revolučnost?

V první řadě děkuji našemu představenstvu a Martinovi. Moc si vážím důvěry, kterou jsme s Julem dostali, a těším se na společnou plavbu. Stojí před námi řada nelehkých úkolů. Velké mezinárodní společnosti prochází v poslední době velmi dynamickým vývojem a my nejsme vůbec výjimka. Zavedením business modelů se změnila logika fungování celé naší společnosti. **Klíčem k úspěšnému zvládnutí změn je být na ně připraven**, rozumět jejich podstatě a co nejrychleji zvládnout adaptační období. Zhruba dvakrát do roka kolegům na společných setkáních s nadsázkou opakuji, že mohou čekat nečekané, což se v praxi potvrzuje. Věřím však, že největší turbulence máme nyní za sebou a začínáme skutečně rozvíjet to, co nás živí a baví – **pojistná řešení pro firemní klienty, od těch nejmenších podnikatelů až po velké mezinárodní koncerny.**

Nezbytným předpokladem je i výrazně **větší a řízená aktivita směrem k obchodním partnerům**, kteří se zaměřují na tento segment klientů.

Proto jsme po československé integraci a stabilizaci technických útvarů rozšířili náš tým i o obchodně zaměřené útvary v obou zemích a budeme je nadále rozvíjet a propojovat. Myslím si, že skvělým obchodníkem může být upisovatel velkých rizik, stejně tak jako může být skvělým upisovatelem i kolega z rozvoje firemního obchodu v segmentu středních a menších rizik. V současné době náš tým rozšiřujeme jak v oblasti produktového vývoje, tak v oblasti servisu a obchodních aktivit pro naše partnery a distribuce.

Považuji za klíčové propojovat technické know how s obchodním pohledem a hledat rovnováhu. Změnu nevnímám jako revoluční, ale jako nezbytnou k tomu, abychom se stali na trhu firemního pojištění významným hráčem a znepríjemnili našim konkurentům život

Klíčovou činností firemního pojištění je posouzení a správné vyhodnocení každé poptávky a každého rizika zvláště. Naši rizikovní inženýři k tomu využívají nejmodernější technologie a metody, jaké v současnosti trh nabízí. **Chceme být „trend setterem“ a získat konkurenční výhodu.** Správné vyhodnocení rizika znamená velkou míru individuálního nacenění, stejně tak jako prevenci před velkými škodami, jež plynou z podcenění práce s rizikem na straně klienta.

Jak ovlivnily současné změny v rámci implementace strategie UNIQA 3.0, fúze UNIQA a AXA a integrace UNIQA CZ a SK upisování korporátního rizika? Jak to přijali kolegové?

Fúze společností AXA a UNIQA se přímo korporátního pojištění netýkala, československá AXA se specializovala na jiné převážně retailové segmenty klientů. Způsob úpisu korporátních rizik tedy fúze neovlivnila. Co se nás všech týkalo zásadně, to byla integrace českých a slovenských týmů do společné organizační struktury. Klobouk dolů, jak to všichni kolegové přijali a zvládli. Spojit útvary do jedné funkční struktury, nastavit mezilidské vztahy a spolupráci – to je skvělý výsledek, za kterým stojí naši manažeři v původním nastavení našeho business modelu: Alena Dupačová, Martina Plíhalová Vršecká, Pavol Pastír, Tomáš Kralovič, Tomáš Procházka, František Rameš a samozřejmě všichni naši kolegové z jednotlivých týmů.

Celkově musím říct, že **kombinace fúze, integrace, nové strategie a Covidu-19 byla opravdu jízda na horské dráze** a nezapomenutelná zkušenost ve všech možných ohledech ... takový „all in one“ proces.

Pro mě osobně to byla již druhá fúze takového rozsahu, přesto jde zatím jednoznačně o moji nejtěžší zkoušku. Měli jsme možnost navštívit naše polské kolegy, kteří si prochází obdobným procesem, a mohli jsme tak porovnat, jak si stojíme, co funguje a kde máme ještě rezervy. Nesmíme zapomenout, že v tom nejsme sami a mezinárodní rozměr a spolupráce jsou zejména v korporátu velice důležitými faktory.

V čem vidíš přínos spojení týmů CZ a SK a dvou trhů pro korporátního klienta? Dostavil se synergický efekt?

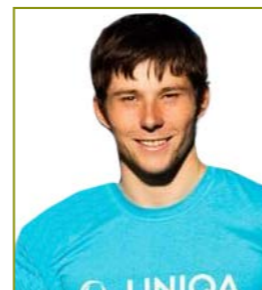
Sloučení českého a slovenského týmu byla dlouhodobě má vize.

Od mého nástupu v roce 2017 jsme udržovali mezi oběma týmy velmi intenzivní a přátelské vztahy. Každý tým byl něčím specifický a jejich propojení pro mě bylo naprosto přirozené a vítané. **Vznikl tak neuvěřitelně komplexní a vyvážený tým expertů s velkými přesahy do obou trhů**, a já mám opravdu velké štěstí, že toho mohu být součástí. Je to historická událost a trůfám si tvrdit, že jsme tím ukázali budoucí směr, kterým postupně půjdou i někteří naši konkurenti. Protože jsou oba trhy specifické, udržujeme určitou míru lokálního nastavení zejména v obchodně orientovaných týmech.

Synergie je v tom, že jsme jeden manažerský tým, pravidelně jezdíme za kolegy z obou zemí, sdílíme zkušenosti a umíme najít opravdu individuální řešení pro každý typ klienta a rizika, případně velmi pohodlně a jednotně obsloužit i česko-slovenské partnery, nebo klienty.

Co považuji za klíčové je, že se nám podařilo stabilizovat a doplnit naše týmy i přes náročné období, kterým jsme si všichni prošli. Za to mají všechny kolegyně a kolegové můj velký obdiv a děkuji jim za podporu a důvěru.

Už dnes je UNIQA významným hráčem na trhu firemního pojištění. Jaké trofeje jsou v plánu do budoucna?



Ze sportu jsem si přinesl soutěživost, to je pro mě přirozená věc. Člověk se ale také musí umět vypořádat s prohrami, poučit se z nich a nenechat se zdolat. Musím upřímně konstatovat, že jsme zatím slavili větší úspěchy na poli sportovním, tam určitě patříme na špičku pojistného trhu a v kanceláři mám již slušnou sbírku trofejí.

Je skvělé, že máme možnost potkávat se osobně s našimi skvělými ambasadory, jako jsou Jirka Prskavec, Petra Vlňová, Ondra Synek, a s dalšími úžasnými sportovci. To jsou opravdové hvězdy, které nám ukazují trnitou a tvrdou cestu k úspěchu, a to lze přenést i do světa našeho businessu.



Nic nepřijde samo a jen opravdu skvělý a motivovaný tým, který tvrdě pracuje, může věci posouvat. Čeká nás ještě hodně práce. Slibuji si však nejvíce od zapojením našich kolegů do vývoje, tak aby každý mohl vnést do korporátu svůj otisk a měl v něm důležitou roli, která jej bude naplňovat a motivovat.

Budu rád, když nám naši **klienti budou vyjadřovat dlouhodobou důvěru, zprostředkovatelé v nás uvidí stabilního a důvěryhodného partnera a pro konkurenty budeme permanentní respektovanou hrozbou** – to jsou naše kýžené trofeje do budoucna.

Máš obavy z uskutečněných změn, anebo je pro tebe nová etapa dobrodružstvím? Proč?

Říká se, „kdo se bojí, nesmí do lesa“. Beru to jako největší jízdu svého profesního života, a i přes obrovskou náročnost a široký záběr nemám strach, že bychom to nezvládli, **protože mám kolem sebe skvělý tým**. To je naprostý základ. I když se ne vše podařilo na „první dobrou“, jsme schopni se přes to přenést a poučit se z chyb, které se prostě stávají, vždyť jsme lidi a ne stroje. Proto je také nesmírně důležité permanentně se vzdělávat a umět se přizpůsobit novým trendům. **Poslední dva roky bohužel ukázaly, že možné je úplně všechno**. I když je to mnohdy složité, koukám raději dopředu a snažím se držet si optimismus a dobrou náladu. To bych zároveň přál i celé naší společnosti, protože si prochází opravdu náročnou transformací.



Júlio, zmeny v UNIQA dali priestor vzniku úplne nového oddelenia Corporate Customer & Markets. Po 1 roku nastala reorganizácia a tvoj tím sa rozšíril na Corporate Customer & Solution. V čom spočíva tá zmena?

Turbulentná doba si vyžaduje rýchle reakcie. UNIQA to s poistením firemných klientov myslí skutočne vážne a aj preto sa u nás dejú zmeny, o ktorých hovoria kolegovia Martin a Vláda. Útvár Corporate Customer & Solution, ktorý mi Martin zveril do rúk, má za úlohu aplikovať **riešenia CX, dátovej a systémovej podpory** na centrálnej úrovni poistenia firemných klientov v UNIQA (čo bolo cieľovou náplňou pôvodného Corporate Customer & Markets). Po zmene pribudla špecifická oblasť firemného poistenia: zabezpečenie tzv. skupinových poistení pre firemných klientov ako sú **Flotily a Employee Benefits**. Pre tieto skupinové poistenia pod vedením skúsených manažérov Františka Rameša a Romana Holčeka zabezpečujeme kompletný servis od predkladania ponúk, vystavenia poistných zmlúv, administráciu a pod.

Často opakujem, že mám šťastie na ľudí a aj teraz som nesmierne rád, že môžem pracovať s zhruba 20 členným tímom skúsených ľudí, ktorí majú radi svoju prácu a chcú byť najlepší.

Časť tvojho tímu pod názvom Corporate Customer & Markets má veľmi krátku históriu. Čo sú hlavné výzvy nového tímu a v čom vidíš jeho prínos?

- **SKÚSENOŠŤ:** zameraním sa na firemného klienta chceme lepšie identifikovať jeho potreby, viac počúvať spätnú väzbu, či naozaj robíme tento špecifický druh poistenia správne a tiež je pre nás dôležitá forma komunikácie s klientom. Uvedomujeme si, že veľkú úlohu v poistovaní firemných klientov zohrávajú sprostredkovatelia poistenia a preto aj ich skúsenosti a podnety sú pre nás rovnako dôležité ako tie klientske.
- **DÁTA:** v CC&M sa snažíme vyťažiť čo najviac z dát, ktoré máme k dispozícii nielen zo samotných poistných zmlúv, ale aj z rôznych externých zdrojov. Výstupy následne prezentujeme v zjednodušenej forme. Nikto predsa nechce čítať obrovské Excel tabuľky.
- **SYSTÉMY:** upisovatelia a kolegovia zastrešujúci rozvoj obchodu používajú na svoju prácu v SK a v CZ rôzne systémy. My v CC&M participujeme na inovovaní (na základe trhových znalostí a potrieb kolegov a partnerov) a harmonizácii tak, aby sme mali medzi krajinami čo najmenej rozdielov v ponuke poistenia.

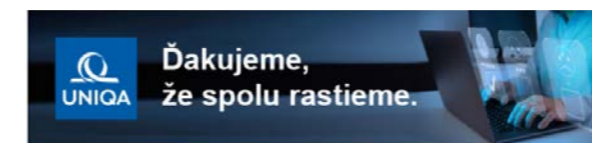
V skratke by sa dalo povedať, že oddelenie Corporate Customer & Markets (CC&M) má za úlohu pomáhať rozvíjať a inovovať poistovanie firemných klientov v UNIQA prostredníctvom ľudí odborne zdatných téme a nezahľtených operatívou. Ide o veľmi multifunkčné oddelenie, ktoré rieši rôzne témy z 3 oblastí:

Jednou z prvých úloh, do ktorých sme sa pustili, bol **Q-REPORT**. Dali sme si cieľ, že chceme pravidelne vyhodnocovať spoluprácu s našimi najlepšími maklérmi prostredníctvom čísiel: prehľadov portfólia, nárastov v predpisoch po jednotlivých typoch poistenia, blížiac sa obnovy najväčších poistení, úspešnosť ponúk poistenia, prípadne či stratili alebo priniesli významného klienta alebo či nenastala za posledné obdobie veľká poistná udalosť. Zameranie Q-Reportu je hlavne na firemných klientov. Ide naozaj o mnoho cenných údajov a SQL kód, ktorý tieto dáta spracováva, má asi 1400 riadkov. Q-Report chceme vydávať každý štvrtok na jednej A4 a v príjemnej grafickej podobe tak, aby bol jasný a čitateľný pre nášho partnera. **Nelahká úloha, ale máme to!** Pripravujeme už 3. kvartál.

Aké máte ďalšie plány v oblasti získavania skúseností a spätných väzieb našich partnerov a klientov s poistovňou UNIQA a s firemným poistením?

V súlade so stratégiou spoločnosti sa chceme v blízkej budúcnosti okrem získavania kvalitných dát a nastavovaní interných procesov venovať hlasu klienta a jeho klientskej skúsenosti. Je to niečo, čo považujem stále viac za dôležité. Vo firemnom poistení je táto téma často ťažšie uchopiteľná, nakoľko klientom je firma alebo spoločnosť, ktorú tvorí viacero ľudí. Koho sa teda spýtate na spätnú väzbu? My už však vieme ako na to. Sú nástroje a postupy, ako klientovu skúsenosť získať aj v oblasti firemného poistenia a to hlavne po tzv. „moments of truth“, čiže po tom, čo náš klient od nás niečo potreboval (poistná udalosť, úprava podmienok poistnej zmluvy, a pod.), nielen na začiatku pri vystavovaní poistnej zmluvy. **Dôležité je, aby klientov zážitok s UNIQA bol čo najlepší v každom momente.** Našou úlohou bude poznatky posúvať a hľadať s kolegami riešenia a cesty na zlepšenie. Verím, že každému z nás v UNIQA ide o spokojnosť klienta.

Vo firemnom poistení je bežné, že sprostredkovateľ - náš partner, je k poisťovni „bližšie“ ako samotný klient. Poisťovňa väčšinou pripravuje a komunikuje ponuku poistenia sprostredkovateľovi, rovnako jemu vystavuje poistnú zmluvu. Keď je treba existujúcu zmluvu rozšíriť, tiež s nami zväčša komunikuje sprostredkovateľ. Preto považujeme za nesmierne dôležitý aj hlas samotných sprostredkovateľov, ktorí prídu do kontaktu s poisťovňou. Berieme si na seba túto úlohu a budeme sa ich pýtať, čo môžeme robiť lepšie. Som presvedčený a verím tomu, že pokiaľ si reálne neoveríme spätnou väzbou, či robíme naše poistenie dobre a klienti sú naozaj spokojní, tak to stále bude len „názor“.



Prvou lastovičkou v tejto oblasti je **PRIESKUM** spokojnosti medzi maklérmi realizovaný v 1. štvrtroku tohto roku, ktorý sme po prvýkrát v histórii „fokusovali“ len na maklérov špecializovaných na poistenie firemných klientov (v sekcii „Naši partneri“ si môžete prečítať viac).

V týchto prieskumoch budeme aj naďalej pokračovať, snažiť sa motivovať povedať svoj názor čo najviac respondentov a seriózne sa venovať každej spätnej väzbe. Nebránime sa ani individuálnym telefonickým debatám, ktoré sme už tiež vyskúšali. Verím tomu, že aj toto je cesta ako sa zlepšiť.

V čom vidíš najväčší prínos nového business modelu pre Employee Benefits v UNIQA? A ako vnímaš spojenie USK a UCZ v rámci tejto oblasti poistenia?

Employee Benefits je typ poistenia, ktorý reálne pomáha našim klientom rásť a oni tak majú nástroj, ako motivovať a odmeniť svojich zamestnancov. Nový business model dal tejto téme plnohodnotný priestor. Všetko je presne v súlade so stratégiou UNIQA a týmto krokom jednoznačne ukazujeme, že chceme byť v Employee Benefits veľmi aktívni a sme pripravení dať mu dostatočnú podporu. Každému klientovi sa rozsah, cena či krytie šije na mieru podľa jeho požiadaviek, počtu zamestnancov, druhov pracovných činností a pod..

Obrovskou výhodou je, že aj na tento druh poistenia máme česko-slovenský tím upisovateľov, máme teda spoločne viac skúseností a pre maklérov, ktorí pôsobia v oboch krajinách, sme takto relevantný partner, ktorý vie pružne reagovať. U týchto maklérskejších spoločností sa naše ponuky stali oveľa atraktívnejšími vďaka jednotnému prístupu k riziku a k cenotvorbe.

Aj vďaka tvojmu tímu sa môže posunúť pohľad našich firemných partnerov a klientov na UNIQA. Ako by si opísal UNIQA očami partnerov v budúcnosti?

UNIQA má mnoho skvelých ľudí s veľkými skúsenosťami a odbornosťou, máme výborné zázemie a stabilitu. Pôsobíme tu v našom regióne, neplánujeme preorientovať našu pozornosť niekam inam a s poistením firemných klientov to myslíme naozaj vážne. Máme v ponuke širokú paletu produktov, sme dobrí v digitalizácii, chceme aj naďalej pôsobiť ako univerzálna poisťovňa.

Špecifickú pozornosť chceme venovať klientom a partnerom, to znamená, že sa nebojíme zistiť čo nám nejde, práve naopak, chceme pracovať na zlepšení a chceme byť najlepší.

Ak mám o UNIQA takýto obraz ja, našou spoločnou snahou bude rovnaký obraz dostať k vám, k našim partnerom a klientom, aby ste ho videli aj vy.

Vera Pešková

hlavní upisovatel
pojištění odpovědnosti,
Corporate Casualty

D&O novinky -
aktualizované
poistenie
zodpovednosti
členov orgánov
spoločnosti.

Pre koho je poistenie D&O?

Pojištění je určeno pro fyzické osoby – statutární zástupce firem (např. jednatele, členy představenstva, prokuristy apod.), přičemž pojištění standardně sjednává společnost jako pojistník. Účelem pojištění je jednak ochrana majetku společnosti, tak i majetku těchto osob, které za případnou škodu odpovídají celým svým majetkem. Pojištění se vztahuje na povinnost člena orgánu nahradit finanční škodu vzniklou v důsledku porušení povinnosti jednat s péčí řádného hospodáře, přičemž nárok na její úhradu může vznést třetí strana (např. věřitel společnosti, klient, akcionář), nebo i společnost samotná. Typickými situacemi, které mohou vést k uplatnění nároku na náhradu finanční škody, jsou například špatná organizace práce vedoucí k finanční ztrátě společnosti, nevhodný výběr manažerů na klíčové pozice, nevhodné investice, nerespektování instrukcí daných akcionáři, ale i neoprávněná výpověď daná zaměstnanci společnosti. Pojištění dále přináší široký rozsah krytí nákladů souvisejících s ochranou nebo obranou pojištěného manažera. Jedná se například o krytí nákladů na právní služby, psychologickou pomoc, vyšetřování směřující ke zjištění nároku či zmenšení škody, nákladů na osobní potřeby (školné, náklady na bydlení nebo energie apod.), náklady v souvislosti s vydávacím (extradičním) řízením, náklady insolvenčního řízení, náklady na zachování dobrého jména, náklady v souvislosti s vydávacím (extradičním) řízením a jiné.

Produktové okénko

Začátkem tohoto roku jsme spustili inovovaný produkt pojištění odpovědnosti za škodu pokrývající odpovědnost vrcholového managementu, tzv. pojištění D&O. Inovace v daném produktu přináší celou řadu výhod, které produkt dosud nenabízel, anebo je nabízel jen v omezeném rozsahu. Jde o výhody, kterými jsou zejména:

- poskytnutí dodatečné lhůty pro uplatnění nároků v délce až 6 let po skončení pojištění
- možnost krytí veřejnoprávních pokut, neomezená retroaktivita
- krytí manažerů dceřiných společností, včetně těch, které vzniknou v době trvání pojištění
- velmi široká územní platnost, sjednávání na vysoké limity plnění
- s tím související risk apetit na sjednávání daného typu pojištění

Produktové okienko

Poistenie Employee Benefits patrí medzi najviac preferované výhody poskytované zamestnávateľmi. Zvyšuje ich atraktivitu a konkurencieschopnosť na trhu práce, rovnako aj zaangažovanosť, produktivitu a lojalitu pracovníkov.

Základnými produktovými piliermi UNIQA Employee Benefits sú: **Rizikové životné, Úrazové, Cestovné poistenie a Asistenčné služby** (Druhý lekársky názor a Konzultácia duševného zdravia). Neštandardné riešenia šité na mieru rôznorodých odvetví, profesií a funkčného postavenia zamestnancov ponúkajú veľkú variabilitu kombinácie produktov na ich zabezpečenie v najrôznejších životných situáciách.

Osobitne **Úrazové poistenie** však nie je určené len na poistenie zamestnancov firiem. Tento moderný a flexibilný produkt prináša jedinečné riešenia pre široké spektrum špecifických klientov:

- Miestne zastupiteľstvá – pracovníci na aktivačných prácach
- Záujmové a občianske združenia – poľovnícke zväzy, dobrovoľnícke aktivity
- Školské zariadenia – počas ich návštev, na akciách nimi organizovaných, v školách v prírode
- Športové organizácie – poistenie počas tréningu, súťaží, zápasov, sústredení
- Odborové organizácie – členovia zväzov
- Zbory dobrovoľných hasičov – zásahy, súťaže, údržba techniky
- Organizátorov spoločenských akcií a podujatí – krátkodobé úrazové poistenie

Úrazovým poistením je možné kryť klientov na 24/7, len počas pracovnej doby alebo počas pracovnej doby vrátane cesty do a z práce, ako aj počas cesty na a z rôznych podujatí.

Cestovné poistenie okrem poistenia pracovných ciest zamestnancov firiem ponúka riešenia aj pre:

- Cestovné kancelárie / Cestovné agentúry
- Športové zväzy
- Agregátorov leteniek
- Spolky

Čo je to Employee Benefits?

Skupinové poistenie osôb poskytuje korporáciám, stredným a malým podnikateľom, ale aj rôznym inštitúciám a organizáciám komplexný program starostlivosti o ich zamestnancov a štatutárov. Podporuje finančné, telesné a duševné zdravie zamestnancov a ich rodín v časoch neistoty.

Poistenie väčších či menších skupín má mimoriadne priaznivý dopad na pomer ceny a výkonu. V porovnaní s individuálnym poistením umožňuje poskytovať vysoké finančné krytie za poistné nižšie aj o niekoľko desiatok percent. Samozrejmosťou je vstup do poistenia bez zisťovania zdravotného stavu.

Roman Holček

manažér rozvoja obchodu
Employee Benefits,
Employee Benefits

UNIQA
EMPLOYEE
BENEFITS
sú vhodné
nielen pre firmy.



84,7 mil. EUR

takmer **3/4**

54,4 mil. EUR

807

o **15 456**

máme **62**

a pre vás **18**

prijatého poistného v oblasti Corporate & Affinity v roku 2021

z toho priniesol **makléřsky** obchod

išlo **na škody** v oblasti Corporate & Affinity v roku 2021

makléřov má s nami uzatvorenú aspoň 1 korporátnu poistnú zmluvu

firemných poistných **zmlúv** sa v UNIQA aktuálne staráme

UNIQA **expertov** na riešenia a zmluvy pre Corporate & Affinity

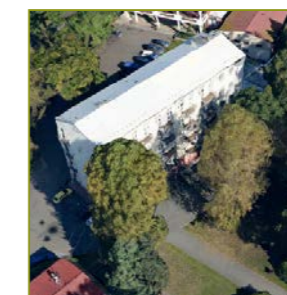
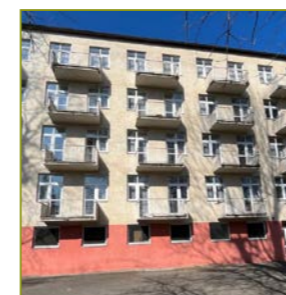
prvých **kontaktov** pre partnerov v oblasti Corporate & Affinity

**Jakou byste odhadli
aktuální novou cenu nemovitosti?**

a) 30 mil. Kč

b) 40 mil. Kč

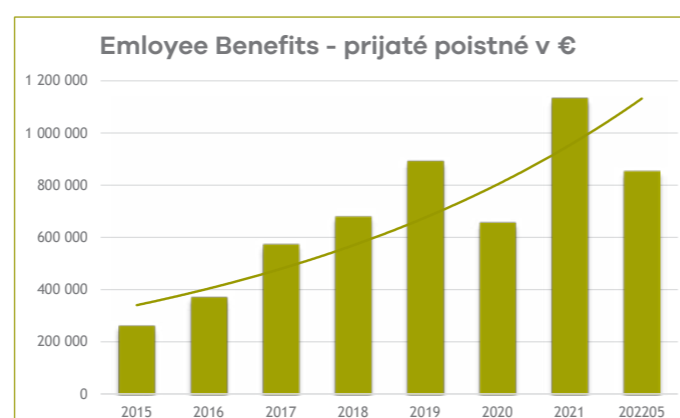
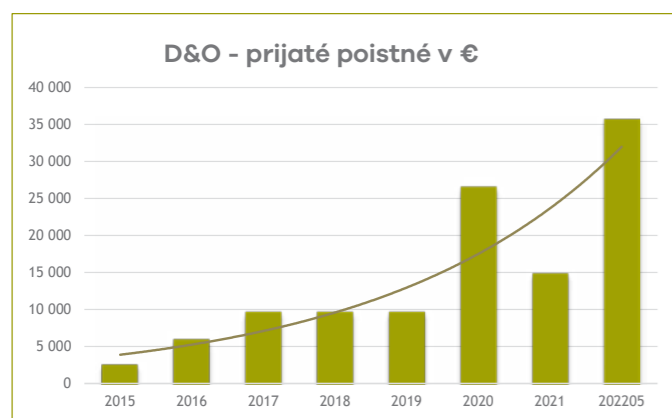
c) 50 mil. Kč



Inflace zvyšuje cenu majetku. A ten by měl být dostatečně chráněn pojištěním, proto je nutné pojištění pravidelně kontrolovat. Neměla by rozhodovat jen cena, ale i rozsah pojištění, dokonce správné pojištění by mělo být prvním kritériem.

V roku 2021 UNIQA vyplatila za následky **tornáda** na Južnej Morave a na Záhorí **14,5 mil Eur**.

Pozitívne trendy vývoja poistení D&O a Employee Benefits - klienti (podnikatelia, či spoločnosti) si stále viac uvedomujú výhody a potrebu týchto poistení pre nich a pre ich zamestnancov.



Orientační charakteristiky budovy:

ubytovací činnost, standardní vybavení, lokalita Nymburk

délka: 35 m, šířka: 12 m, výška: 16 m

**Novou cenou se rozumí cena, za kterou by bylo možné postavit stavbu stejného druhu, velikosti a kvality po pojistné události.*

Správní odpověď: c) tj. 50 mil Kč

25% nárůst ceny nemovitosti za 5 let

(Orientační vývoj pojistných částek na novou cenu ve vybraných letech:

rok 2017–38 mil. Kč, rok 2021–44 mil. Kč)

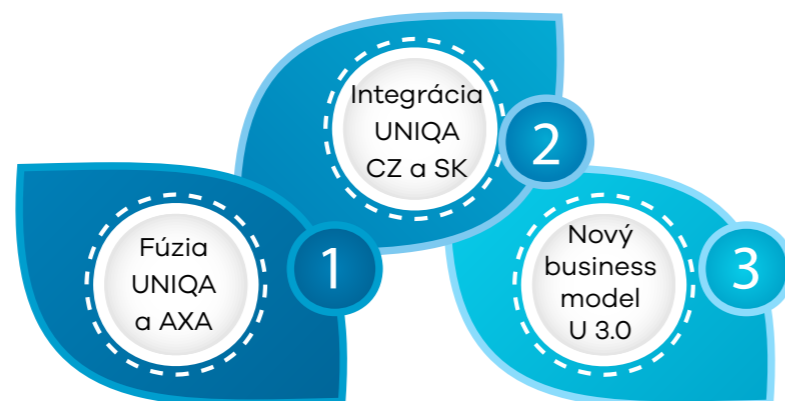
**Jak jsou
na tom vaši
klienti
s pojištěním
nemovitosti?**

Ako sa
s nami
partneri cítia?

Naši partneri

Naši partneri

5K - cesta
ku kvalitnému
servisu



Zaujímalo nás, ako vnímate Vy, naši partneri zmeny, ktorými UNIQA prechádza a ako sa s nami cítite v oblasti firemného poistenia a Employee Benefits. Tak sme sa Vás opýtali.

Pozrite si výsledky prieskumu v období 02 – 03/2022

48

najaktívnejších partnerov (spoločností) sme sa **spýtali**

17

partnerov sa do prieskumu **zapojilo** (poslali aspoň 1 spätnú väzbu)

35 %

success rate je **výborné** číslo, ďakujeme za váš čas

3,9

z 5 ★ je **spokojnosť** zapojených respondentov so spoluprácou v oblasti firemného obchodu a Employee Benefits

83,6 %

spokojnosť klientov z pohľadu partnerov na úrovni **výborne/skôr dobre**

19

veľmi podnetných freetextových **spätných väzieb**, na ktorých pracujeme, aby sme zlepšili pre Vás naše služby + ďalších 8 obsažných rozhovorov s Vami

Od Vás vieme, že:

- **našu ponuku krytí v porovnaní s cenou považujete za jednu z TOP na trhu**
- ale aby sme boli Vaša TOP poisťovňa v oblasti firemného poistenia, musíme popracovať na našom **Kvalitnom servise, na tzv „5K“**:

Komunikovať dôvody zamietnutia ponuky/zmeny PZ - vysoko cenené, výborná škola pre partnerov, kvalitnejšia komunikácia s klientom

Kratší čas reakcií/odoziev - pri žiadostiach o ponuku, zmenu PZ

Komunikovať „medziinformácie“ - typu: je to realizovateľné, pracujeme na tom, je potrebná hlbšia analýza, ...

Kontaktné osoby - poznať ich a zvýšiť ich odbornosť (profesionáli, proaktívni, odborníci)

Kvalita procesu riešenia PU – odtajnenie, rýchlejšia interakcia, jasnejšia komunikácia, menej byrokracie

Odporúčania
od Vás,
aby sme
boli Vaša
TOP poisťovňa

Ďakujeme! O našich „vylepšeniach“ inšpirovaných Vašimi odporúčaniami Vás budeme priebežne informovať. Chceme, aby ste sa s nami cítili lepšie.



Piliere
Corporate
Business
& Affinity
podľa
šéfov

V prípade, že máte podnety, čo by ste sa chceli v Journaloch/Newslettroch o firemnom obchode dozvedieť, neváhajte a napíšte na corporatepartner@uniqa.sk
Pomôžete tak tvoriť informácie pre vás.



**living better
together**