

## Cílové trhy v pojištění motorových vozidel

Informujeme o stanovení cílových trhů produktu pojištění vozidel a charakteru produktu pro klienta. Určením cílového trhu se rozumí popis skupiny zákazníků sdílejících společné charakteristiky, který má umožnit přizpůsobit znaky produktu potřebám, charakteristice a cílům takové skupiny zákazníků.

### Produkt Havarijního pojištění

Pozitivní definice cílového trhu:

Produkt je určen pro fyzické nebo právnické osoby, které vlastní nebo provozují jedno vozidlo, případně velmi malý počet vozidel, přičemž každé z vozidel je pojištěné samostatnou pojistnou smlouvou. Kromě vlastníků a provozovatelů to mohou být i jiní zájemci o pojištění, kteří mají pojistný zájem na havarijním pojištění vozidla, případně na pojištění pro případ dalších pojistných nebezpečí, která jsou s provozem vozidla spojena.

Produkt zahrnuje:

- havarijní pojištění,
- doplňková pojištění.

#### **Havarijní pojištění**

Pozitivní definice cílového trhu: Vlastník vozidla, kterému v případě odcizení nebo havárie vozidla, poškození vozidla živelní událostí nebo vandalismem vzniká škoda na vlastním majetku.

Negativní definice cílového trhu: Není vhodné v případě, kdy obvyklá cena vozidla s ohledem na výši spoluúčasti není úměrná pojistnému (např. u staršího vozidla).

#### **Doplňková pojištění**

Pozitivní definice cílového trhu: Provozovatelé a vlastníci silničních vozidel, případně další zájemci o pojištění, kteří požadují zvětšit rozsah pojištění nad rámec základních pojištění. Zvětšením rozsahu pojištění se rozumí pokrytí dalších rizik spojených s provozem vozidla, jako je například pojištění asistenčních služeb, pojištění nákladů na zapůjčení náhradního vozidla, pojištění ztráty finanční hodnoty GAP.

Negativní definice cílového trhu: Není vhodné pro situace, kdy se doplňkové pojištění vztahuje na situace, které jsou vysoce nepravděpodobné nebo dokonce nereálné – jako například sjednání pojištění čelního skla pro vozidla, které čelní sklo nemají.

Pro pochopení produktu nejsou potřebné žádné speciální znalosti v oblasti finanční gramotnosti zákazníků, ani předchozí zkušenost se sjednáváním pojištění. Produkt je variabilní, přesto dostatečně srozumitelný. Rovněž pojistné podmínky jsou srozumitelné z pohledu průměrně orientovaného zákazníka. V tomto ohledu není cílový trh omezen.

### Produkt Pojištění souborů vozidel

Pozitivní definice cílového trhu: Produkt je určen pro fyzické nebo právnické osoby, které vlastní nebo provozují určitý počet (soubor) vozidel, každé z vozidel je pojištěné samostatnou pojistnou smlouvou, nicméně pojistné každého vozidla je ovlivněno i rizikovostí ostatních vozidel souboru.

Produkt pojištění souborů vozidel, zahrnuje:

- havarijní pojištění,
- doplňková pojištění.

#### **Havarijní pojištění**

Pozitivní definice cílového trhu: Vlastník vozidla, kterému v případě odcizení nebo havárie vozidla, poškození vozidla živelní událostí nebo vandalismem vzniká škoda na vlastním majetku.

Negativní definice cílového trhu: Není vhodné v případě, kdy obvyklá cena vozidla s ohledem na výši spoluúčasti není úměrná pojistnému (např. u staršího vozidla).

## **Doplňková pojištění**

Pozitivní definice cílového trhu: Provozovatelé a vlastníci silničních vozidel, případně další zájemci o pojištění, kteří požadují zvětšit rozsah pojištění nad rámec základních pojištění. Zvětšením rozsahu pojištění se rozumí pokrytí dalších rizik spojených s provozem vozidla, jako je například pojištění asistenčních služeb, pojištění nákladů na zapůjčení náhradního vozidla, pojištění ztráty finanční hodnoty GAP.

Negativní definice cílového trhu: Není vhodné pro situace, kdy se doplňkové pojištění vztahuje na situace, které jsou vysoce nepravděpodobné nebo dokonce nereálné – jako například sjednání pojištění čelního skla pro vozidla, které čelní sklo nemají.

Pro pochopení produktu nejsou potřebné žádné speciální znalosti v oblasti finanční gramotnosti zákazníků, ani předchozí zkušenost se sjednáváním pojištění. Produkt je variabilní, přesto dostatečně srozumitelný. Rovněž pojistné podmínky jsou srozumitelné z pohledu průměrně orientovaného zákazníka. V tomto ohledu není cílový trh omezen.

## **Produkt Havarijního pojištění historických vozidel**

Pozitivní definice cílového trhu:

Produkt je určen pro fyzické nebo právnické osoby, které vlastní nebo provozují jedno historické vozidlo, případně velmi malý počet historických vozidel, přičemž každé z historických vozidel je pojištěno samostatnou pojistnou smlouvou. Kromě vlastníků a provozovatelů to mohou být i jiní zájemci o pojištění, kteří mají pojistný zájem na pojištění historického vozidla, pro případ jednotlivých pojistných nebezpečí v jejich pojistném zájmu, která jsou s historickým vozidlem spojena.

Produkt zahrnuje:

- havarijní pojištění,

### **Havarijní pojištění**

Pozitivní definice cílového trhu: Vlastník vozidla nebo osoba s pojistným zájmem, kterým v případě některého z pojistných nebezpečí: odcizení, havárie vozidla, poškození vozidla živelní událostí, poškození vozidla vandalismem vzniká škoda na vlastním majetku nebo na majetku v jejím pojistném zájmu.

Negativní definice cílového trhu: Není vhodné v případě, kdy u historického vozidla s ohledem na jeho využití je vznik pojistného nebezpečí vysoce nepravděpodobný nebo dokonce nereálný – jako například sjednání pojištění pojistného nebezpečí havárie u historického vozidla, které je pojištěno po pouze dobu výstavy a vozidlo není v provozu.

Pro pochopení produktu nejsou potřebné žádné speciální znalosti v oblasti finanční gramotnosti zákazníků, ani předchozí zkušenost se sjednáváním pojištění. Produkt je variabilní, přesto dostatečně srozumitelný. Rovněž pojistné podmínky jsou srozumitelné z pohledu průměrně orientovaného zákazníka. V tomto ohledu není cílový trh omezen.

Ve Zlíně dne 19.12.2018

Ing. Roman Dujíček v.r.  
Výkonný ředitel