



Cílové trhy v pojištění osob – produkty řady FLEXI a bankopojištění

Shrnutí: Touto MI informujeme o stanovení cílových trhů a charakteru produktu pro klienta.

Vážení obchodní přátelé,

informujeme vás o stanovení cílových trhů produktů životního pojištění 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.

Investiční produkty životního pojištění (FLEXI životní pojištění – investiční varianta, FLEXI životní pojištění – JUNIOR) – IFLEX, JUNFLEX

Pozitivní definice cílového trhu

Cílový trh investiční varianty produktu životního pojištění jsou zejména rodiny s dětmi do 5 let, kde je potřeba uzavření životního pojištění nejsilnější. Další významnou skupinou jsou také rodiny se staršími dětmi.

Veliká flexibilita produktu umožňuje sjednání pro jakoukoli osobu, která potřebuje pojištění sebe či rodiny, krytí úvěru apod. a/nebo chce čerpat daňové úlevy (včetně možnosti příspěvku zaměstnavatele) a/nebo chce spolu s pojištěním investovat. Předpokladem pro vstup do investičního životního pojištění je finanční gramotnost klienta a základní zkušenost v oblasti investování. Pokud si klient zvolí negarantované fondy, pak před vstupem do investičního životního pojištění si musí být vědom, že investice do podkladových aktiv v rámci investičního životního pojištění v sobě obsahuje riziko kolísání aktuální hodnoty investice (investiční složky) a že předčasné ukončení smlouvy není pro něj výhodné.

Produkt je vhodný pro širokou skupinu klientů, jeho nastavení z pohledu jednotlivých pojištění, pojistných částek a doby trvání se odvíjí podle životní situace, pohlaví, potřeb, příjmů, vzdělání, životních postojů a disponibilních prostředků či závazků klienta.

V případě dětského pojištění je produkt vhodný pro děti, kterým chce sjednat pojištění rodič, prarodič či jiná osoba a zároveň má možnost vytvoření finanční rezervy do dospělosti.

**Negativní definice cílového trhu**

Produkty nejsou vhodné pro osoby bez zkušeností a bez znalostí s využíváním finančních nástrojů nebo nebankovních služeb. Produkty nejsou vhodné taky pro osoby nad 75 let.

Rizikové produkty životního pojištění (FLEXI RISK) – FLEXRISK**Pozitivní definice cílového trhu**

Cílový trh rizikového životního pojištění FLEXI RISK tvoří zejména následující skupiny klientů – mladí lidé (mileniálové), znovuzrození (prázdná hnízda) a singles (lidé žijící sami v domácnosti), kteří se nechtějí zavázat k dlouhodobému produktu, nepreferují spořicí funkci pojištění, není pro ně zpravidla důležité zajištění svého okolí a rodiny, chtějí být primárně zajištěni sami. Jedná se o osoby, které si sjednávají pojistnou ochranu pro případ smrti, s případnými volitelnými připojištěními, bez možnosti investování či tvorby vlastní finanční rezervy. 29.4.2019 Podle čl. III. dobu 1 písm. a) Smlouvy o obchodním zastoupení/Smlouvy o výhradním obchodním zastoupení (dále jen „SmOZ“) uzavřené mezi Kooperativou pojišťovnou, a. s., Vienna Insurance Group (dále jen „Kooperativa“), a pojišťovacím zprostředkovatelem jako obchodním zástupcem je pojišťovací zprostředkovatel při výkonu své zprostředkovatelské činnosti pro Kooperativu povinen řídit se jejími pokyny. V souladu s tím Kooperativa vydává tuto metodickou informaci pro výkon zprostředkovatelské činnosti.

Negativní definice cílového trhu

Produkt není vhodný pro osoby, které mají obecný zájem o pojištění pro případ dožití a/nebo chtějí spolu s pojištěním investovat. Vzhledem k tomu, že tato varianta životního pojištění není daňově uznatelná a není na ni ani možné poskytovat příspěvek zaměstnavatele, není produkt vhodný pro klienty, kteří chtějí využívat příspěvek zaměstnavatele či daňové výhody.

(FLEXI životní pojištění – riziková varianta) – QFLEX**Pozitivní definice cílového trhu**

Cílový trh rizikové varianty produktu životního pojištění jsou zejména rodiny s dětmi do 5 let, kde je potřeba uzavření životního pojištění nejsilnější. Další významnou skupinou jsou také rodiny se staršími dětmi.

Veliká flexibilita produktu umožňuje sjednání pro jakoukoli osobu, která potřebuje pojištění sebe či rodiny a/nebo krytí úvěru apod. Jedná se o osoby, které si sjednávají pojistnou ochranu pro případ smrti, s případnými volitelnými připojištěními, bez možnosti investování či tvorby vlastní finanční rezervy.

Produkt je vhodný pro širokou skupinu klientů, jeho nastavení z pohledu jednotlivých pojištění, pojistných částek a doby trvání se odvíjí podle životní situace, pohlaví, potřeb, příjmů, vzdělání, životních postojů a disponibilních prostředků či závazků klienta.

Negativní definice cílového trhu

Produkt není vhodný pro osoby, které mají obecný zájem o pojištění pro případ dožití a/nebo chtějí spolu s pojištěním investovat. Vzhledem k tomu, že tato varianta životního pojištění není daňově uznatelná a není na ni ani možné poskytovat příspěvek zaměstnavatele, není produkt vhodný pro klienty, kteří chtějí využívat příspěvek zaměstnavatele či daňové výhody.



Skupinové pojištění (Pojištění k úvěrům České spořitelny, a.s. – Pojištění schopnosti splácet k UFO, Pojištění k revolvingovému úvěru České spořitelny, a.s, Pojištění vyčerpané částky ke kreditním kartám České spořitelny, a.s – konec k 20. 1. 2019, Pojištění pravidelných plateb k Osobnímu účtu a k Osobnímu kontu České spořitelny, a.s (tzv. Utilities), Úvěrové pojištění poskytované k hypotečním úvěrům České spořitelny, a.s, Úvěrové pojištění poskytované k úvěrům Stavební spořitelny České spořitelny, a.s, Pojištění schopnosti splácet k úvěrům pro podnikatele). – SPUJCKA, SPUJ-C, REVOLV, REVOLV-C, BCKARTY, BCKARTY-C, PLATBY-C, CSHYP, CSHYP-C, KVATRO, KVATRO-C, MIK_UVER.

Pozitivní definice cílového trhu

Cílový trh skupinového pojištění je entita klientů, která čerpá úvěr (revolvingový, neúčelový, investiční úvěr, hypoteční úvěr nebo privátní Business hypotéku) / má kreditní kartu/běžný účet u České spořitelny, a. s. / Stavební spořitelny České spořitelny, a. s. jejíž potřebou je zajištění v případě nenadálé události znemožňující splácení úvěru nebo v případě dlouhodobé pracovní neschopnosti či ztráty zaměstnání.

Negativní definice cílového trhu

Klienti, kteří nemají úvěr, kreditní kartu nebo běžný účet u České spořitelny, a.s. / Stavební spořitelny České spořitelny, a.s.

V Praze dne 27. 4. 2020

Ing. Irena Rohlová MBA, v.r.
ředitelka Úseku podpory rozvoje obchodu
FLEXI a bankopojištění

Ing. Petr Procházka MBA, v.r.
ředitel Úseku vývoje a řízení produktu
FLEXI a bankopojištění

Podle čl. III. dobu 1 písm. a) Smlouvy o obchodním zastoupení/Smlouvy o výhradním obchodním zastoupení (dále jen „SmOZ“) uzavřené mezi Kooperativou pojišťovnou, a.s., Vienna Insurance Group (dále jen „Kooperativa“), a pojišťovací zprostředkovatelem jako obchodním zástupcem je pojišťovací zprostředkovatel při výkonu své zprostředkovatelské činnosti pro Kooperativu povinen řídit se jejími pokyny. V souladu s tím Kooperativa vydává tuto metodickou informaci pro výkon zprostředkovatelské činnosti.