



MYSLETE NA ŠTĚSTÍ SRDCEM.

## HISTORIE

UNIQA pojišťovna vznikla „na zelené louce“ v roce 1993 pod původním názvem Česko-rakouská pojišťovna. Byla společným projektem několika českých nadšenců podpořených know-how a kapitálem největší rakouské pojišťovny, která chtěla otestovat vstup na východní trhy. Už za první půlrok fungování pojišťovna dosáhla předepsaného pojistného ve výši šestnácti milionů korun. Od té doby nepřetržitě rostla, zpravidla nad průměrem celého pojistného trhu, a patřila vždy do TOP desítky nejsilnějších pojišťoven. Zprvu se profilovala jako majetková pojišťovna, ale postupně přidávala další segmenty a dnes je univerzálním pojistitelem pro privátní i korporátní klienty. V roce 2001 převzala pojišťovna koncernový název UNIQA v rámci zastřešení sesterských entit pod společný brand. Typickou charakteristikou UNIQA pojišťovny je personální kontinuita vedení. Za 24 let se na špičce vystřídali pouze dva generální ředitelé – nejprve zakladatel Marek Venuta, dlouholetá autorita celého českého pojistného trhu, a od roku 2008, kdy se první CEO rozhodl funkci předat dál, jeho nejbližší kolega Martin Žáček. Ten přišel do pojišťovny v roce 1995 a prošel četnými manažerskými pozicemi a postem místopředsedy představenstva až do funkce nejvyšší. Od roku 2014 vykonává rovněž pozici generálního ředitele sesterské slovenské UNIQA poisťovni. Už třikrát byl zvolen šéfem českých pojišťoven za „Pojišťovka roku“, naposledy loni. UNIQA pojišťovna zaujímá aktuálně osmé místo na trhu s ročním objemem pojistného ve výši přes šest miliard korun a podílem 5,1 %. Je součástí mezinárodní skupiny UNIQA Insurance Group se sídlem ve Vídni. Tento koncern nyní působí na osmnácti evropských trzích a obsluhuje na jedenáct milionů zákazníků.



## INOVACE

Pojišťovna by měla zůstat kombinací zdravé tradice a konzervatismu v zájmu finanční kondice a stability, a současně dynamického úsilí inovovat a zjednodušovat produkty a služby v zájmu co nejefektivnějšího uspokojování průběžně se měnících potřeb. Přesně takovou vyváženost UNIQA pojišťovna dlouhodobě ctí. Co se inovací týče, ty se prosazují jak v procesech pojišťovny (zejména moderní technologie, jako je například biometrický podpis), dále v komunikaci s klienty (expresní vyřízení škody a on-line sledování procesu škody), a rovněž v produktové oblasti (například krytí pro další diagnózy v pojištění závažných nemocí, pojištění proti ztrátě řídicího průkazu ze zdravotních

důvodů, pojištění horních končetin pro ty, pro něž jsou důležité ve výkonu povolání, rozšíření asistence u pojištění domácností nebo SME, zapojení telematiky do počítání pojistného v autopojištění apod.). Asi nejprogresivnějším produktem UNIQA pojišťovny posledních let je na trhu zcela unikátní asistence pro motoristy UNIQA SafeLine využitelná po celé Evropě, která řidiči pomůže řešit akutní situace. Nárazové čidlo v autě hlásí asistenční centrále automaticky nehodu vozu. Operátor volá řidiče na mobil, aby s ním specifikoval případnou pomoc. Nezdá-li se kontakt, například jedná-li se o vážnou havárii, posílá na přesně lokalizované místo záchranáře okamžitě. V případě, že motorista nenajde zaparkovaný vůz, kontaktuje asistenci s hlášením o odcizení. Díky skrytě namontované jednotce SafeLine auto operátoři obratem lokalizují a za pomoci policie vrátí majiteli. Přestane-li auto poslouchat, je možné přivolat tlačítkem na palubní desce nebo přes mobil asistenční službu na

místo. Ta defekt buď odstraní, nebo se postará o jiné řešení pro posádku. Službu lze využít i při náhlé nevolnosti řidiče nebo v jiné akutní situaci. UNIQA SafeLine dokázala jako první v ČR účtovat klientům pojistné podle nájezdu. Každý motorista s palubní jednotkou SafeLine, jenž za rok urazí méně než 20 000 kilometrů, má každoročně nárok na slevu jak z povinného ručení, tak i havarijního pojištění 10 až 25 %. Navíc kilometry ujeté po dálnicích se započítávají do nájezdu jen z 50 %, protože statisticky jsou tyto komunikace bezpečnější. Takto šetří už více než deset tisíc klientů UNIQA. Kdo chce být připraven na nepříznivé počasí, pro toho pojišťovna připravila službu MeteoUNIQA, tedy včasné varování před extrémní nepřízní počasí formou SMS

s přesností na zadané PSC klienta. UNIQA byla v posledních letech za inovace opakovaně odměňována v soutěžích. Například čtyři roky po sobě získala medailovou umístění v soutěži Nejlepší pojišťovna v kategorii Pojišťovací inovátor.

## HODNOTA ZNAČKY

Cílem UNIQA je dlouhodobě rentabilní působení na českém trhu. Nestačí jí krátkodobý úspěch. Nezajímá jí jednorázové vysoký zisk za každou cenu. UNIQA tady chce být pro své klienty i za dvacet třicet let. Vždyť řada pojistných smluv je uzavírána s takovým časovým horizontem. Každý den se pojišťovna snaží do všech interních procesů a do procesů směrem ke klientovi promítat základní interní pravidlo: „Je naše aktivita v každém ohledu tak dobrá a kvalitní, abychom ji mohli bez váhání doporučit našim blízkým? Je to dost dobré pro moji maminku, pro tvého bratra?“ Dle ukazatele Net Promoter Score (ochota doporučit značku dalším přátelům, známým, příbuzným) UNIQA dlouhodobě dosahuje nejlepších hodnot na českém trhu ve srovnání s jinými značkami pojištění. Zároveň i podle výzkumů GfK, PULS Norimberk apod. má UNIQA za poslední roky nejvíce spokojených zákazníků na českém pojistném trhu.

## KOMUNIKACE A ÚSPĚCHY

Od roku 2015 má UNIQA pojišťovna novou reklamní kampaň s podtitulem Myslete na štěstí srdcem. Cílem celoevropské kampaně koncernu UNIQA Insurance Group je podníti zájem o aktuální témata našeho života. Součástí je i nový korporátní slogan Myslete UNIQA. Smyslem nové reklamy je povzbudit veřejnost, klienty i zaměstnance na jejich osobní cestě ke štěstí a životní radosti. „Není naším cílem lakovat život na růžovo, přikrášlovat realitu a ukazovat reklamní klíše. Chceme být pozitivní, ale autentičtí a zabývat se situacemi ze života. Nikoho nesoudíme – jsme připraveni stát na straně těch, kterým není lhostejná budoucnost a pracují na ní i na sobě,“ popisuje záměry Eva Svobodová, ředitelka marketingu a PR UNIQA pojišťovny. UNIQA pojišťovna se za dobu svého působení na trhu může pochlubit řadou ocenění. Mezi ta nejaktuálnější patří titul Business Superbrands 2016, a dále ocenění v rámci soutěže Pojišťovna roku, kde UNIQA pojišťovna získala tyto tituly: 2. nejlepší pojišťovna na trhu ČR a 3. nejlepší autopojištění na trhu ČR.

## SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ

Tak jako vyvíjí svoji pojišťovací činnost v různých částech našeho kontinentu, tak má koncern UNIQA Insurance Group ambice rovněž chránit podle svých možností evropské kulturní a historické hodnoty ve prospěch zachování pro další generace. V tomto ohledu chce být stejně internacionální jako v podnikání. Ve své specializované divizi UNIQA Art Cercle se koncern zaměřuje nejen na klasický sponzoring, ale i dlouhodobé kooperace s významnými kulturními institucemi a na spolupráci odvozenou od pojištění uměleckých předmětů a sbírek, v němž disponuje vyhlášenými experty a zaujímá přední místo, zejména v Rakousku. Největším počinem v ČR bylo v tomto směru pořízení obrazové kroniky Víta Venceslai – Život a utrpení sv. Václava z roku 1585. Tento

renesanční rukopis z doby rudolfínské byl donedávna ještě považován za nenávratně ztracený. Naštěstí se ho však podařilo vypátrat a UNIQA Insurance Group se ho rozhodla zakoupit. Kodex byl následně vystaven veřejnosti na výstavě v Praze a ve Vídni. Podařilo se tak zachránit pro naši zemi významný dílek z historie umění. Evropský koncern UNIQA Insurance Group byl také hlavním partnerem Speciálních her Zimní olympiády 2017 v Rakousku. Šlo o jednu z největších světových akcí pro lidi s mentálním postižením. UNIQA podpořila tuto událost nejen finančně, ale také dobrovolnický – vyslala do dějiště na 200 svých zaměstnanců, aby pomohli zdánému průběhu akce.



Ing. MARTIN ŽÁČEK, CSc.

PŘEDSEDA PŘEDSTAVENSTVA A GENERÁLNÍ ŘEDITEL

„Všestranná nabídka produktů a služeb je dnes u pojišťovny samozřejmostí. Skutečným momentem pravdy je pojistná událost našeho klienta. To je ta chvíle, kdy musíme přesvědčit zákazníka, že si vybral správně. Proto v UNIQA tolik sázíme na vývoj proklientského procesu vyřízení škody. Naším cílem je být v dlouhodobém horizontu benchmarkem českého trhu v této oblasti.“

## ZAJÍMAVOSTI

- UNIQA KAŽDÝ DEN ŘEŠÍ NA 400 ŠKOD SVÝCH KLIENTŮ.
- UNIQA KAŽDÝ DEN PŘEDEPÍŠE NA POJISTNÉM KLIENTŮM 16,9 MILIONŮ KORUN ZA KRYTÍ JEJICH RIZIK. TO JE VÍCE NEŽ VYBRANÉ POJISTNÉ ZA CELÝ PRVNÍ ROK PODNIKÁNÍ 1993.
- LONI VYJELO DO CIZINY S CESTOVNÍM POJISTĚNÍM UNIQA NA 750 000 KLIENTŮ.
- V PORTFOLIU UNIQA JE VÍCE NEŽ 800 000 POJISTNÝCH SMLUV.