

Stručný obsah

Kapitola 1

Úvod do teorie marketingu

Kapitola 2

Marketingový proces v komerční pojišťovně

Kapitola 3

Marketingový výzkum

Kapitola 4

Techniky marketingového výzkumu

Kapitola 5

Marketingový mix v pojišťovnictví

Kapitola 6

Cena za pojistnou ochranu

Kapitola 7

Distribuce pojistného produktu

Kapitola 8

Propagace a reklama – komunikační mix

Kapitola 9

Lidé v marketingu

Kapitola 10

Materiální prostředí a procesy

6. Cena za pojistnou ochranu	46
Kapitola 11 46	
Mezinárodní marketingová komunikace	46
7. Distribuce pojistného produktu	49
Kapitola 12 49	
Řízení vztahů se zákazníky	49
8. Úvod do teorie marketingu	55
8.1. Reklama	56
8.2. Podpora prodeje	57
8.3. Osobní prodej	58
8.4. Přímý prodej	59
8.5. Vztahy s veřejností	60
9. Lidé v marketingu	69
9.1. Úloha lidí v marketingu	70
10. Materiální prostředky a lidské zdroje	71
10.1. Materiální prostředky	72
10.2. Procesy interní procedury	73
11. Mezinárodní marketingová komunikace	77
12. Řízení vztahů se zákazníky	81
12.1. Zásady řízení vztahů se zákazníky	82
12.2. Strategie vztahů se zákazníky	83
12.3. Vztahy s jednotlivými klienty	84
Shnutí	85
Literatura	86
1. Marketingový mix v pojišťovnictví	87
1.1. Marketingový mix	88
1.2. Pojišťovací produkt	89
1.3. Produkční strategie	90

Úplný obsah

Obsah	5
Úvod	13
1. Úvod do teorie marketingu	15
1.1. Definice marketingu a marketingový způsob řízení	16
1.2. Marketing služeb	17
1.3. Finanční a pojistný trh	17
2. Marketingový proces v komerční pojišťovně	21
2.1. Proces strategického řízení	22
2.2. Analýza vnějšího a vnitřního prostředí pojišťovny	23
2.3. Poslání a cíle podniku	25
3. Marketingový výzkum	27
3.1. Marketingový výzkum a marketingový informační systém	28
3.2. Nákupní chování spotřebitelů a organizací	29
3.3. Segmentace pojistného trhu, pokrytí trhu a tržní pozice	31
Segmentace trhu	32
Pokrytí trhu	32
Tržní pozice	32
4. Techniky marketingového výzkumu	35
4.1. Dotazování	36
Písemný kontakt	36
Osobní rozhovor	38
Telefonické dotazování	38
4.2. Pozorování	38
4.3. Experiment	38
4.4. On-line marketingový výzkum	39
5. Marketingový mix v pojišťovnictví	41
5.1. Marketingový mix	42
5.2. Pojistný produkt	42
5.3. Produktové strategie	44

6. Cena za pojistnou ochranu	45
6.1. Cena a její určování	46
6.2. Pojistné a jeho kalkulace	46
7. Distribuce pojistného produktu	49
7.1. Distribuční cesty	50
7.2. Cenové a distribuční strategie	53
8. Propagace a reklama – komunikační mix	55
8.1. Reklama	56
8.2. Podpora prodeje	56
8.3. Osobní prodej	57
8.4. Přímý (direct) marketing	58
8.5. Vztahy s veřejností	59
9. Lidé v marketingu	61
9.1. Úloha lidí v marketingovém způsobu komunikace s klienty	62
9.2. Požadavky na odbornou způsobilost zprostředkovatelů pojištění	63
10. Materiální prostředí a procesy	69
10.1. Materiální prostředí a prezentace komerčních pojišťoven před potenciálními klienty	70
10.2. Procesy a interní procedury (postupy) komerční pojišťovny související s péčí o klienty.	71
Prodejní proces	71
Postupy související s likvidací pojistných událostí a výplatou pojistných plnění	73
11. Mezinárodní marketingová komunikace	77
12. Řízení vztahů se zákazníky	81
12.1. Zásady řízení vztahů se zákazníky:	82
12.2. Strategie vztahů se zákazníky	82
12.3. Vztahy pojišťovny s klienty	83
Shrnutí	85
Literatura	87