

Oponentský posudek diplomové práce

Marketingový mix v pojišťovnictví a analýza současné marketingové strategie České Pojišťovny

Autor práce:	Bc. Tomáš Sedliak
Školitel:	Prof. Ing. Jaroslav Daňhel, CSc.
Katedra:	Katedra bankovníctví a pojišťovnictví
Fakulta:	Fakulta financí a účetnictví
Universita:	Vysoká škola ekonomická v Praze

Cíl a metody práce:

Diplomová práce analyzuje současnou marketingovou strategii České pojišťovny a to především v oblasti „Podzimní ofenzívy 2011“. Práce se zabývá popsáním pojistných produktů a marketingového mixu. Cílem práce je detailně popsat výše uvedenou kampaň a predikovat její úspěšnost či neúspěšnost.

Obsah práce:

Práce je v souladu s postupem, definovaným v úvodní kapitole.

V Teoretické části diplomant charakterizuje proměnné marketingového mixu dle myšlenek Philipa Kotlera a to jak z obecného pohledu, tak i z pohledu marketingu v pojišťovnictví.

Aplikační část analyzuje marketingový mix České pojišťovny z pohledu rozsáhlých změn v „Podzimní ofenzívě 2011“ a to jak například tvorby nového loga, tak i motta společnosti. Diskutuje i nové produkty jako pojištění hrobů. Opomenuty nejsou i nové distribuční cesty, například formou internetu, včetně spojených komplikací s nastavením provizních schémat. Popisována je i kampaň rozdávací mobilní telefony se specifickými pojistnými aplikacemi.

Opomenuta není ani SWOT analýza jak společnosti, tak i klíčových produktů jako povinného ručení.

Závěrečná část diskutuje změny v „Podzimní ofenzívě 2011“ a obsahuje i predikci dalšího vývoje pojišťovny.

Aktuálnost tématu a využitelnost výsledků:

Česká pojišťovna, jako klíčový hráč na českém pojistném trhu, v současnosti prochází zlomovým obdobím ve své historii a zaměření práce je proto velice aktuální. Akcionářská struktura pojišťovny může v dohledné době doznat významných změn a proto na úspěšnosti „Podzimní ofenzívy 2011“ významně závisí i cena akciového podílu v České pojišťovně.

Závěrečné hodnocení:

Práce je napsána přehledně, věcně správně, s minimem formálních nedostatků (překlepy, nevhodné formulace apod. se vzhledem k rozsahu textu vyskytují ve velmi malém počtu).

Vytčené **cíle byly splněny**. Diplomant prokázal znalost problematiky i schopnost efektivně používat vědecké metody. **Diplomovou práci hodnotím známkou výborně.**

V Praze dne 12. června 2012

Ing. Lukáš Štěpánek, MSc., MIM, PhD.

Možné dotazy k obhajobě:

- 1) Domníváte se, že 1 mld. Kč vynaložená na „Podzimní ofenzívu 2011“ byla použita účelně? Jak dlouhou odhadujete návratnost vynaložených prostředků? Navrhl byste případně využití prostředků jinak?
- 2) Domníváte se, že Česká pojišťovna svojí „Podzimní ofenzívou 2011“ způsobila neklidné spaní svým hlavním konkurentům a případně v čem? Vidíte na trhu jiné významné hráče, kteří svojí nově změněnou tržní strategií ruší klidný spánek managementu konkurenčních hlavních pojišťovacích společností o mnoho více?