

11.

Razvojne in trženjske aktivnosti

- Prenovo produktov in asistenčnih storitev ter obravnavo škodnih dogodkov smo prilagodili potrebam trga, ki so izhajale tudi iz učinkov pandemije.
- S številnimi novostmi pri digitalizaciji poslovanja smo omogočili neprekinjeno delo in tekoče poslovanje na daljavo.
- V trženjski, prodajni in poprodajni proces smo uvedli pomembne spremembe.
- Dosegli smo visoko raven zadovoljstva strank in z vsekanalnim prodajnim pristopom izboljšali njihovo uporabniško izkušnjo.
- Prenovili smo spletno poslovalnico i.triglav in spletni mesti triglav.si in triglav.eu.
- Preobrazbo poslovanja smo naravnali k še učinkovitejšemu delovanju podpornih funkcij, kar smo dosegli tudi s spremembami notranje organiziranosti.
- Uveljavljali smo prenovljene minimalne standarde poslovanja, in sicer na vseh ključnih in podpornih področjih v odvisnih družbah Zavarovalnice Triglav.
- Delovati je začel sistem za učinkovito in bolj poglobljeno sodelovanje pri upravljanju premoženja Skupine.

Razvojne dejavnosti Skupine **interdisciplinarno vodimo** iz matične družbe in naše celotno poslovanje gradimo na vrednotah enostavnosti, odzivnosti in odgovornosti. V obeh dejavnostih, zavarovalništvu in upravljanju premoženja, stremimo k poglobljanju odnosov s strankami in spodbujamo njihov stalni proaktivni odnos do tveganj. Tudi na ta način uresničujemo svojo zavezanost trajnostnemu razvoju, kar je razvidno iz sklicev na povezane vsebine [v poglavju Trajnostni razvoj in ESG vidiki](#). S tehnološko podprtimi rešitvami spremljamo in proučujemo potrebe strank in njihovo razumevanje produktov ter vse faze razvoja in prilagajanja procesov in produktov. Tako oblikujemo celovite rešitve, ki presegajo produkte, pri čemer podporne in svetovalne storitve še naprej širimo. Za dobičkonosno in varno poslovanje stalno uvajamo nove načine poslovanja in vse razvojne korake presojava z vidika zagotavljanja kapitalske ustreznosti.

V letu 2020 smo **v skladu z načrti iz razvojne faze v svojo poslovno prakso prenesli največji obseg novih rešitev doslej in posodobili številne poslovne procese**, kar je pozitivno vplivalo na poslovanje v zahtevnih razmerah. Osredotočenost na stranko in razvoj povezanih storitev smo povsem prepletli z uresničevanjem druge strateške smernice, to je s spreminjanjem organiziranosti in kulture v sodelovalno in agilno. Začrtane cilje smo izpolnili z napredovanjem na

obeh področjih in jih več med njimi tudi presegli. Posebej ponosni smo na visoko zadovoljstvo strank in zaposlenih, ki ga razumemo tudi kot izziv za prihodnje obdobje.

Z učinkovitim odzivanjem na nove razmere smo **pospešili tudi celovito digitalno preobrazbo poslovanja Skupine**. Dosegli smo še bolj usklajeno delovanje prodajnih poti, prepoznali smo nove možnosti za ozaveščanje strank o potrebi po zavarovanjih ter iskali priložnosti za prilagajanje zavarovanj njihovim potrebam. Pri razvoju in uvajanju novih storitev ter komunikacijskih in trženjskih orodij smo upoštevali regulatorne zahteve in direktive, ki v poslovanje s strankami prinašajo spoštovanje višjih standardov ter boljše zaščito njihovih interesov. Kot je razvidno iz pregleda uvedenih novosti, smo si tudi s prenovo vmesnikov in širitvami njihovih funkcionalnosti prizadevali, da stranki omogočimo preprost dostop do informacij in podatkov ter boljše razumevanje in upravljanje tveganj.

O napredku na organizacijskem področju in zadovoljstvu strank poročamo v nadaljevanju tega poglavja. Spodbudna gibanja pri razvoju organizacijske kulture, ki smo jim bili priča v letu 2020, pojasnjujemo tudi [v poglavju 4. Strategija in načrti](#) ter podrobneje [v točki 2.8](#) in v sklopu [Izzivi in priložnosti današnjega časa Upravljanja tveganj](#) ter [v točki 12.4.2.1 Trajnostni razvoj in ESG vidiki v Skupini Triglav](#).

11.1 Celoviti odnosi s strankami

Razširjena uporaba digitalnih kanalov in novih komunikacijskih orodij nam je omogočila poglobljeno sledenje kakovosti uporabniške izkušnje in zadovoljstvu strank. Povečala je namreč **obseg interakcijskih točk med Skupino in strankami ter podatkov**, ki nam jih stranke zaupajo kot svoj odziv na uporabljene storitve.

Ugotovitve meritev in analiz zadovoljstva strank, s katerimi smo seznanili širok krog poslovnih funkcij, smo zajeli v izboljšave notranjih procesov in storitev. To gotovo velja za informacije, ki nam jih za izboljšanje komuniciranja in odnosov s strankami prinaša uporaba metodologije Net Promoter Score (**NPS**). Izmerili smo **najvišje stopnje doslej**, tj. od začetka merjenja po tej metodi, ki so se povzpele na nadpovprečne ravni. Občutno so se izboljšali tudi rezultati drugih analiz izmerjenega **zadovoljstva strank**. Uporabo preizkušenih metodologij postopoma širimo na družbe v Skupini. Posebej se posvečamo negativnim izkušnjam in slabšim ocenam strank in na njihovi osnovi izboljšujemo svoje storitve, produkte in procese. Za strokovno in komunikacijsko odličnost si prizadevamo tudi v zahtevnih postopkih pri obravnavi škod, ko stališča med zavarovalnico in stranko niso vselej enotna.

Strankam smo bili za pomoč in informacije še naprej brez prekinitve dostopni na brezplačnih telefonskih številkah. Zaradi povečanih potreb sta naša asistenčna centra razširila obseg delovanja. V primerih množičnih škod (z njimi smo se na posamičnih trgih srečevali tudi v letu 2020 - vremenske ujme, potres) smo upoštevali premoženjsko ogroženost strank ter aktivirali posebne oblike organizacije dela in prijave škod. V Zavarovalnici strankam sicer omogočamo prijavo enostavnih materialnih škod na brezplačni modri številki 080 555 555, po spletu in mobilni aplikaciji Triglav Asistenca. Več v nadaljevanju in [v poglavju 12. Trajnostni razvoj in ESG vidiki](#).

Vsekanalno smo objavljali javne pozive in navodila za ravnanje tako v razmerah pandemije kot ob množičnih škodah, da bi stranke seznanili z dostopnostjo in razpoložljivostjo svojih storitev. Na voljo jim je bil razširjen obseg asistenčnih storitev (avtomobilska in domska asistenca, asistenca na poti v tujino, za mikroprevozna sredstva in vodna plovila), dostopen tudi na brezplačni telefonski številki 080 28 64.

Vsekanalni pristop: stranka si izbere najustreznejši kanal



Vsekanalni prodajni pristop in digitalizacija poslovanja

Strategija Skupine Triglav v obdobju 2019–2022 temelji na uvajanju novih tehnologij in sodobnih načinov poslovanja ter na vsekanalnem prodajnem pristopu, ki ga v največji meri prilagajamo posamični stranki ter ji z možnostjo izbire načina poslovanja omogočamo celovitejšo uporabniško izkušnjo.

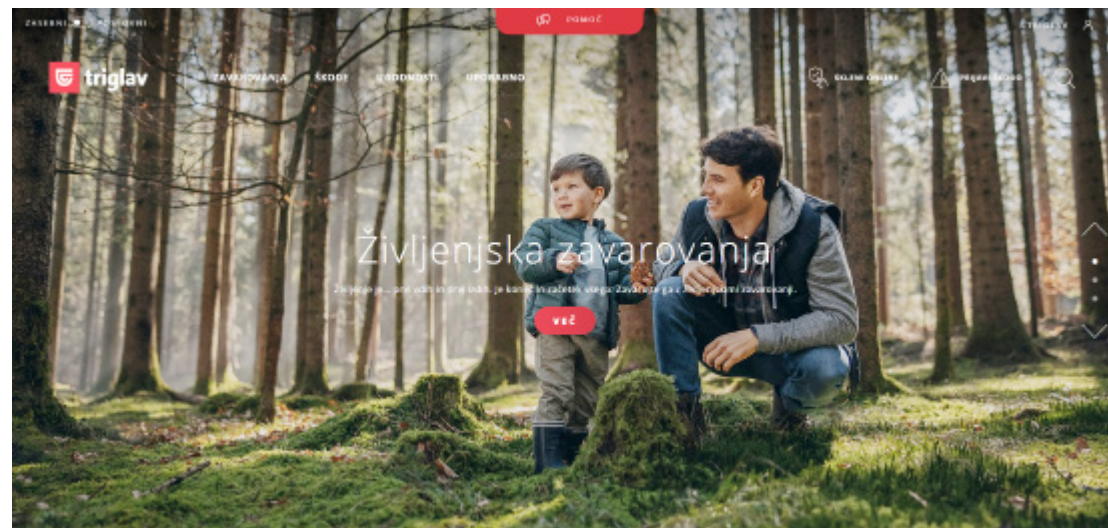
Pandemija covid-19 je spremenila vedenje naših strank v domala vseh starostnih obdobjih in še pospešila uvajanje načrtovanih novosti. Sunkovitemu in izredno obsežnemu premiku v smeri poslovanja na daljavo smo bili priča v prvem, spomladanskem valu, delež poslovanja na daljavo pa je skozi vse leto ostal bistveno večji kot prej.

V **zavarovalniški dejavnosti** bomo uporabniško izkušnjo svojih strank v prihodnje nadgradili z **enotno vstopno točko**, ki bo po načrtih še povečala odzivnost in transparentnost reševanja njihovih zahtevkov. Raznovrstne oblike komuniciranja s strankami v fazi pridobivanja vhodnih informacij (telefonski klici, spletna pošta, telefonska oz. mobilna sporočila (SMS)) bomo namreč združili v enoten in izboljššan kanal. Priprave na uvedbo nove platforme smo nadaljevali.

Z okrepljeno digitalno prisotnostjo in spodbujanjem uporabe spletnih in mobilnih platform smo na več področjih povečali učinkovitost delovanja. S širjenjem digitalnih rešitev tako izboljšujemo, **posodabljam** in **nadgrajujemo procese sklepanja in izvajanja zavarovanj ter reševanja oz. zaključevanja zavarovalnih primerov**. Tako zagotavljamo še učinkovitejše delo naših prodajnikov in poenostavljamo postopke za stranke.

Občutno smo okreplili digitalne prodajno-komunikacijske in distribucijske kanale ter orodja. Med stalno dostopne in za uporabo enostavne nove digitalne rešitve in storitve sodijo:

- **prenovljena spletna poslovalnica i.triglav** za fizične osebe (oblikovna prenova, prilagoditev za mobilne naprave ter dodatne funkcionalnosti: podpisovanje na daljavo, videoidentifikacija, dodatni varnostni mehanizmi, prijava škode, enostavno in hitro informiranje strank o postopku reševanja škodnih zahtevkov ter možnost potrjevanja vseh izdanih dokumentov),
- **avtomatizirano obveščanje vseh strank**, ki so podale soglasje za e-poslovanje, o **prijavljeni škodi** (za hitro odzivanje in obveščanje po izbranih komunikacijskih kanalih),
- **prenovljeno spletno mesto triglav.si in spletno mesto triglav.eu** (oblikovna prenova, prilagoditev za mobilne naprave, prenovljeni sklepalni postopki ter nove funkcionalnosti),
- **prenovljen proces sklepanja življenjskih zavarovanj** (prilagojen za mobilne naprave, preglednejši in preprostejši), ki vključuje poenostavljen način podpisovanja dokumentov na daljavo,
- povsem **prenovljena mobilna aplikacija Drajv** (prenovljena podoba, razširjene funkcionalnosti: prikaz trenutne hitrosti in omejitve hitrosti na danem odseku ter takojšna opozorilo na napake pri vožnji, možnost samodejnega snemanja voženj idr.; (prepoznavnost naše spletne ponudbe dopolnjujejo druge napredne tehnološke storitve, kot sta Triglav vreme, Vse bo v redu – [več v točki 12.5 v poglavju Trajnostni razvoj in ESG vidiki](#)),



Prenovili smo spletno poslovalnico i.triglav ter spletni mesti triglav.si in triglav.eu.

- **ogled predmeta zavarovanja na daljavo** z zajemom slikovnega gradiva za potrebe sklepanja ali ocenitve škode (dodana funkcionalnost za zajem in hrambo slikovnih gradiv v zalednih informacijskih sistemih),
- **videoidentifikacija oz. preverjanje istovetnosti zavarovancev** (postopek je namenjen predvsem sklepanju življenjskih zavarovanj),
- **oddaljeno podpisovanje** dokumentov,
- vključitev **dinamičnega vprašalnika** o zdravstvenem stanju v sklepalne aplikacije za življenjsko zavarovanje (z digitalizacijo sprejema v zavarovanje smo skrajšali povprečni čas od ponudbe zavarovanja do sprejema vanj),
- **digitalizacija** tiskanja dokumentov o uspešno sklenjenih zavarovanjih prek bančne prodajne mreže,

- **informacijska podpora** prodajnikom za pomoč pri prijavi škod strank,
- **razvoj storitve Smart Lokator pri asistenčnih zavarovanjih za lociranje oškodovancev** (za enostavno določanje točne lokacije stranke, ki potrebuje pomoč, s pametnim telefonom).

Bistveno novost smo uvedli v segmentu življenjskih zavarovanj: omogočili smo **digitalizacijo obdelave doživetih življenjskih zavarovanj**. Proces smo informacijsko nadgradili z možnostjo vložitve zahtevka za izplačilo iz naslova doživetja, predujma, odkupa, matematične rezervacije, prenosa sredstev PDPZ med pokojninskimi skladi in izplačil odkupnih vrednosti. Zagotovili smo tudi možnost vlaganja navedenih zahtevkov v elektronski obliki na daljavo.



Matjaž Horvat, direktor službe, IT – digitalna distribucija, Zavarovalnica Triglav

»V času, ko je nastopil prvi val epidemije, smo ravno zagnali prenovljeno e-poslovalnico i.triglav, sodelavci na področju življenjskih zavarovanj so uvedli videoidentifikacijo. Tekoče smo preklpili na poslovanje na daljavo. Rešitve smo nato skozi leto samo še izboljševali. V nekaj tednih se je na področju digitalne pismenosti zgodil premik, za katerega bi sicer potrebovali leta. IT-funkcije so bile obremenjene, kar je razumljivo, saj so srce našega poslovanja.«



Tomaž Kodela, vodja oddelka, IT – lokalna podpora uporabnikom, Zavarovalnica Triglav

»Digitalno krajino krojita strateška uporaba strojne opreme in učinkovito uvajanje programskih rešitev. S sodelavci skrbimo, da ne razvijamo le opreme, temveč so na prvem mestu odnosi z uporabniki, odzivnost. Potem je vse lažje rešljivo. Gotovo je bila prednost, da smo potrebno opremo imeli v zalogi. Tako smo lahko takoj zapolnili posamezne vrzeli, dopolnili rešitve, na primer pri prenosni opremi v zastopniški mreži ali pri podpori sodelavcem pri delu od doma.«

Ukrepi za zajezitev pandemije covid-19 so tudi našim strankam otežili gibanje in s tem obisk zdravnika, zato smo v **sklopu asistenčnih storitev** v segmentu zdravstvenih zavarovanj:

- povečali objave strokovnih prispevkov na spletnem portalu in
- strankam ponudili **nasvete specialistov** na daljavo (po telefonu, spletni pošti in mobilnih sporočilih ter s sodelovanjem v spletnih pogovorih).

Svojo vizijo doseganja višje ravni digitalizacije poslovanja izpolnjujemo z **aktivno rabo umetne inteligence**, ki jo razumemo kot razvojno neobhodno dopolnitev sedanjih dejavnosti. Na tem področju smo nadaljevali projekt prepoznavanja statusa polic v segmentu premoženjskih zavarovanj, pri čemer smo model nadgradili za uporabo v dnevno operativnih procesih. Ob tem smo začeli dejavnosti za vpeljavo strojnega učenja na področju analiziranja avtomobilskih rizikov.

Razvoj prodajne mreže, prodajnih in poprodajnih storitev

Prodajni in poprodajni procesi so se v letu 2020 bistveno spremenili. Sistem poslovanja na daljavo smo vzpostavili neposredno po prepovedi prodaje zavarovalnih storitev s fizičnim stikom s strankami, ob nastopu pandemije covid-19. Prenovili smo tudi dosednji način poslovanja po običajni pošti in, kot že opisano, krepili digitalno prodajo in sklepanje zavarovanj. Vzdrževali smo dobro povezanost s pogodbenimi izvajalci in ohranjali visoko kakovost storitev, da bi čim bolj olajšali zadovoljitev potreb strank. Z enakim ciljem smo vzdrževali stabilno delovanje kontaktno-klicnega centra in drugih komunikacijskih kanalov ter asistenčnih storitev.

Prodajno osebje si je zavzeto prizadevalo, da je stranke Skupine Triglav v oteženih razmerah razbremenilo z **vsekanalnim pristopom**. Stranke je izobraževalo in jim svetovalo pri prehodu na poslovanje na daljavo - pomagalo jim je pri sklepanju zavarovanj in prijavi škodnih dogodkov na daljavo ter pri tem prilagajalo uporabo komunikacijskih kanalov njihovim potrebam. Z usklajenim delovanjem prodajnih in različnih strokovnih služb smo povečali tudi svoje zmogljivosti za neposredno in strokovno obravnavo klicev strank in podaljšali delovni čas za informacije. V vseh zavarovalnih segmentih smo tekoče ukrepali za izboljševanje poslovnih procesov. Utrjevali smo lastno prodajno mrežo, ki je naša najpomembnejša prodajna pot, in z različnimi oblikami povezovanja krepili sodelovanje s pogodbeno prodajno mrežo.

Opolnomočenje prodajnega osebja smo nadaljevali predvsem z izobraževanjem, spodbujanjem njegove prodornosti, motiviranosti in zavzetosti. Skladno z direktivo o distribuciji zavarovanj (angl. IDD – Insurance Distribution Directive) smo pripravili in izvedli različne izobraževalne sklope, namenjene za obvladovanje vseh prodajnih poti, tudi za zunanjo pogodbeno prodajno mrežo. Prodajno osebje smo spodbujali z različnimi, finančnimi in nefinančnimi, motivacijskimi vzvodi. Organizirali smo prodajne posvete za različne strokovne profile in na več ravneh ter izvedbo izobraževanj prilagodili načinu dela in poslovanja na daljavo.

Vzpostavili smo novo informacijsko stičišče, **skupen portal za sklepanje premoženjskih, življenjskih in zdravstvenih zavarovanj prek bančne prodajne mreže**. Z njim uporabnikom zagotavljamo prilagojene in dostopne zavarovalne produkte. Partnerjem na področju bančnega zavarovalništva smo ponudili nove

storitve ter nadaljevali prilagajanje ponudbe življenjskih zavarovanj potrebam njihovih strank.

Nadgradili smo neposredno odpravljanje posameznih vrst škod na objektih in stvareh. Po načelu »prijavi – odpravi« stik s **stranko** vzpostavimo **takoj po prijavi škode** in ji s pomočjo pogodbenih izvajalcev pomagamo pri reševanju škodnih zahtevkov. Vzpostavljamo tudi **dodatne in povezane storitve** »concierge«, ki presegajo reševanje škodnih zahtevkov in vključujejo pomoč pri zagotavljanju nekaterih obrtno-vzdrževalnih del na vozilih in domu. V tem okviru sta bila uspešno izvedena pilotna projekta za pomoč pri menjavi pnevmatik po ugodnejši ceni in brez čakalnih vrst ter urejanje dokumentacije ob prometni nesreči.

Za trženje **dodatnih zdravstvenih zavarovanj** smo razvili in tehnološko podprli **koncept modularne ponudbe**, ki je pomemben korak k večji enostavnosti in prilagajanju te ponudbe strankam.

Na področju **razvoja alternativnih prodajnih poti** smo s platformo za deljenje vozil ponudili nov produkt za Zavarovanje vozil v najemu in tako vstopili na trg kratkoročnih zavarovanj na področju delitvene ekonomije.

Pri **razvoju novih prodajnih kanalov na trgih zunaj Slovenije** sta bila v ospredju **spletna prodaja ter digitalna nadgradnja** sodelovanja z zunanji prodajnimi kanali, med drugim z bankami in podjetji, ki se ukvarjajo z lizinskih storitvami, prodajo avtomobilov in telekomunikacijskimi storitvami ([glej tudi točko Aktivnosti na trgih Skupine Triglav zunaj Slovenije](#)). Krepitev prodajnih poti je prispevala k rasti premije na posameznih trgih ([več v točki 7.5 Obračunana kosmata zavarovalna, sozavarovalna in pozavarovalna premija](#)).

Prenova in razvoj produktov

V razvoju in prenovi produktov smo se prilagajali spremenjenim tržnim razmeram in **potrebam strank**. Sledili smo smernicam za pripravo enostavnih, celovitih in transparentnih produktno-storitvenih vsebin ter dosledno upoštevali zakonske in regulatorne zahteve ([več o tem v točki 11.5](#)). Za izboljšanje zavarovalno-tehničnih rezultatov smo redno analizirali posamezne zavarovalne podvrste ter prilagajali zavarovalne podlage (tj. cenike, pogoje in usmeritve za prevzemanje tveganj).

Na področju prenove in razvoja produktov izpostavljam:

- **Zavarovanje premoženja in premoženjskih interesov:** Prenovili smo produkta Zavarovanje osebne zaščite in Zavarovanje mikromobilnosti in ju nadgradili s kritji rizikov, povezanih z uporabo električnih prevoznih sredstev. Razvili smo Zavarovanje odgovornosti zaradi kliničnih preizkušanj zdravil, Zavarovanje podaljšanih garancij ter Zavarovanje za tehnične naprave in aparate. Prenovili smo Zavarovanje odgovornosti zavarovalnega posredovanja.
- **Avtomobilska zavarovanja:** Zavarovalne podlage smo prilagodili tržnim razmeram. Razvili smo produkt avtomobilske asistencije za tovorna vozila, katerih največja dovoljena skupna masa presega 3,5 tone. Prilagodili smo ponudbo zavarovalnih rešitev za izvajalce liziških storitev in za uvoznike vozil.
- **Kmetijska zavarovanja:** Uveljavili smo spremembe v skladu z določili Uredbe o sofinanciranju kmetijskih zavarovanj v letu 2020, prilagodili smo premijske stopnje za posamezne skupine kmetijskih kultur ter za posamezne nevarnosti in nevarnostna območja. Prenovili smo Zavarovanje posevkov za nevarnost suše.

- **Nezgodna zavarovanja:** Obstoječe turistično zavarovanje smo prenovili in pozicionirali na trgu kot nov produkt Zavarovanje potovanj v tujino. V prenovljeno Zavarovanje osebne zaščite smo vključili posodobljeno nezgodno zavarovanje z asistenco po poškodbi. Nov produkt Zavarovanje mikromobilnosti smo nadgradili z vključitvijo nezgodnega zavarovanja in asistencije po poškodbi. Prenovili smo tudi zavarovalne podlage skupinskih zavarovanj za posebne ciljne skupine.
- **Zdravstvena zavarovanja:** Nadgradili smo asistenčne storitve in razširili specialistična svetovanja strankam. Ustanovili smo Odbor za primarno zdravje, multidisciplinarno strokovno posvetovalno telo, ki bo prispevalo k uvajanju novosti ter digitalizaciji naše ponudbe.
- **Transportna zavarovanja:** Produktne vsebine transportnih zavarovanj smo prilagajali domačim in tujim zakonskim spremembam v prevozniki in špediterski dejavnosti. Sprejeli smo nove zavarovalne podlage za Zavarovanje brezpilotnih zrakoplovov.
- **Zavarovanje terjatev:** Spremenili smo zavarovalne podlage pri Zavarovanjih finančnih kreditov. Prenovljeno je bilo Zavarovanje za brezposelnost, ki so mu bila dodana nova zavarovalna jamstva, tudi za skupine strank, ki se zadolžujejo na podlagi liziških pogodb in pogodb o prodaji na obroke.
- **Življenjska zavarovanja:** Kot novost na slovenskem trgu smo razvili Življenjsko zavarovanje z delnim povračilom premije, ki ga ponujamo prek bančnega kanala, ter Življenjsko zavarovanje Jesen življenja. Prenovili smo Življenjsko zavarovanje za primer smrti in ga prilagodili različnim ciljnim skupinam ter njihovim potrebam. Vsem zavarovancem, ki so imeli veljavno dodatno Zavarovanje hujših bolezni in poškodb



ali dodatno Zavarovanje kritičnih bolezni smo brezplačno razširili kritje v primeru bolnišničnega zdravljenja zaradi bolezni covid-19. Zaradi pripojitve dveh podskladov h Krovnemu skladu Triglav vzajemni skladi smo prilagodili izhodišča za celoten produktni portfelj naložbenih življenjskih zavarovanj in pri tem upoštevali tudi nekatere druge pripojitve skladov, ki jih imamo v ponudbi.

- **Pokojninska zavarovanja:** Konsolidirali smo storitve na področju pokojninskih zavarovanj

in prenovili produktni portfelj Triglav, pokojninske družbe. Prenovili smo kolektivno Prostovoljno pokojninsko zavarovanje za zagotovitev sredstev za dodatno pokojnino, ki omogoča vlaganje sredstev v vzajemne in indeksne investicijske sklade (t. i. skladi ETF), pri čemer lahko stranke izberejo tudi naložbeno strategijo, pri kateri upravljanje sredstev prepustijo zavarovalnici.

Razvoj in nove oblike partnerstev

Na vseh trgih Skupine Triglav razvijamo nova partnerstva ter nadgrajujemo že obstoječa. Krepimo partnerstva z bankami, pri čemer naj poudarimo sodelovanje z bankami Nova KBM, Gorenjsko banko in Sberbank ter s partnerji za zavarovalno zastopanje in posredovanje, ki smo ga vzpostavili na novo. Povezovanje spodbujamo zlasti na področju uvajanja sodobnih tehnologij ter v sklopu širitve poslovanja z vstopanjem v različne poslovne ekosisteme. Sodelujemo tudi z zagonskimi podjetji in pospeševalniki.

Nadvse pomembno je naše sodelovanje z lizinskihimi hišami in uvozniki vozil, kot so: Renault – RCI, Porsche, Emil Frey, Summit, Avtotehna VIS, NLB Leasing, SKB Leasing ter drugi. Razvijamo in nadgrajujemo tudi sodelovanje na področju mobilnosti s podjetji Petrol, Sygic, Eurotax, Nervtech, AMZS in Avant Car. Partnerstva krepimo tudi na drugih področjih in tako povezujemo zavarovalništvo z različnimi ekosistemi, med njimi izpostavljamo podjetja in platforme, kot so Avant2go, Giro car sharing, Go2Insure, Big Bang, T2, M-tehnika, Enea.com in eMundia ter MBills. Prav tako sodelujemo z različnimi organizacijami in medijskimi hišami, kot so Zavod za šport Republike Slovenije, Obrtna zbornica, Gospodarska zbornica, Mladinska knjiga založba ter časniki Finance (v sklopu forumov in konferenc za poslovno in drugo strokovno javnost), Dnevnik (v sklopu projektov Zlata nit in Gazele) in Delo. Razvijamo tudi razna pilotna sodelovanja, na primer s podjetjem GenePlanet.

Širimo nabor partnerskih pooblaščenih veterinarskih ambulant za male živali, da bi izboljšali kakovost zavarovalnih in zdravstvenih storitev tudi na tem področju. Pridobili smo status opazovalca pri projektu Alpine Drought Observatory (ADO), katerega nosilec je

Inštitut EURAC iz Bolzana. To sodelovanje nam omogoča dostop do spletne podatkovne baze za alpsko območje, na kateri lahko spremljamo klasične točkovne in satelitske sušne kazalnike, sodelujemo na mednarodnih delavnicah šestih alpskih držav in delavnicah z deležniki iz Slovenije (ARSO, KGZ Maribor, Inštitut Iskra in drugi). Začeli smo aktivno sodelovati v projektni skupini pod okriljem Ministrstva za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano, oblikovani za nadgradnjo sistema obvladovanja finančnih tveganj v kmetijstvu, gozdarstvu in čebelarstvu zaradi naravnih nesreč.

Aktivnosti na trgih Skupine Triglav zunaj Slovenije

Naše razvojne dejavnosti so se tudi na trgih zunaj Slovenije v veliki meri prilagajale razmeram pandemije covid-19. Preobrazba in digitalizacija poslovanja sta bili zato tudi tu v središču pozornosti.

V zavarovalnih družbah smo z uvedbo številnih novosti omogočili **poslovanje na daljavo**, med drugim možnost spletnega plačila obveznosti. Uredili smo pravne podlage za prenos rešitev poslovanja na daljavo ter s tem omogočili podpisovanje v elektronski obliki in podpisovanje na daljavo.

Prenovo **zavarovalnih produktov in širitev asistenčnih storitev ter obravnavo škodnih dogodkov** smo prilagodili potrebam trga in omejiti fizičnih stikov za varovanje zdravja. V reševanje škodnih primerov smo vpeljali več sprememb: stranke smo preusmerjali k uporabi digitalnih komunikacijskih kanalov, uvedli

smo nov, hitrejši in stroškovno učinkovitejši način izvajanja ogledov avtomobilskih škod, razširili smo sodelovanje z avtomobilskimi servisi in razvili celovito storitev za stranke, ki zajema vse potrebne korake, od prijave škode in izvedbe cenitve do popravila vozila.

Zelo dejavni smo bili pri doseganju sinergij med področji poslovanja Skupine, posebej med ključnimi segmenti v obeh glavnih dejavnostih. Dobre prakse in rešitve smo prenašali v odvisne

družbe tako, da smo jih prilagodili posebnostim posameznega trga. Ocenili smo tržni potencial produktov in izbrane produkte močno prenovili ter tehnološko prilagodili.

Na področju prodaje smo se prav tako usmerili v **poenostavitev prodajnega procesa za stranke**, opolnomočenje lastne prodajne mreže ter vzpostavljanje **novih prodajnih poti in partnerstev**. **Razširili smo nabor asistenčnih storitev** ter se posvečali višji kakovosti njihovega izvajanja.

Sedem ključnih vidikov razvojnih aktivnosti v razmerah pandemije covid-19 zunaj Slovenije

1. **Ukrepi za varovanje zdravja zaposlenih in strank**

2. **Uvedba poslovanja na daljavo**

3. **Spremenjeno reševanje škodnih dogodkov**

4. **Poenostavljen prodajni proces za stranke**

5. **Prenova in tehnološka prilagoditev produktov**

6. **Razširjen izbor asistenčnih storitev**

7. **Nove prodajne poti in partnerstva**

Izpostavljamo pomembnejše novosti pri razvoju zavarovalniške dejavnosti na posameznih trgih Skupine.

- **Na Hrvaškem** smo ponudili več prenovljenih zavarovanj: Zavarovanje živali, Zavarovanje za manjša in srednja podjetja (MSP), v kritja posameznih zavarovanjih smo vključili dodatno kritje v primeru okužbe z virusom SARS-CoV-2, uvedli smo dodatno asistenčno kritje za kolesa ter odgovornost kolesarjev in lastnikov drugih mobilnih prevoznih sredstev. Okrepili smo lastno prodajno mrežo ter sodelovanje z bankami in podjetji za prodajo avtomobilov. Ustanovili smo kontaktno-klicni center za pomoč strankam ter začeli spremljati zadovoljstvo strank po metodologiji NPS.
- **V Srbiji** smo prenovili Turistično zavarovanje in ga nadgradili z dodatnim kritjem v primeru okužbe z virusom SARS-CoV-2. Stanovanjska zavarovanja smo prilagodili potrebam trga. Zaključujemo prenovo Zavarovanj za manjša in srednja podjetja (MSP). Okrepili smo sodelovanje s ponudniki telekomunikacijskih storitev in posredniki pri prodaji zdravstvenih zavarovanj ter nadgradili sodelovanje s podjetji, ki ponujajo lizinske storitve, in podjetji za prodajo avtomobilov. Na področju življenjskih zavarovanj smo sklenili partnerstvo s podjetjem za prodajo otroških oblačil in kozmetike.
- **Trgu Bosne in Hercegovine** so v Triglav Osiguranju, Sarajevo, in Triglav Osiguranju, Banja Luka, ponudili prenovljeno Življenjsko zavarovanje za primer smrti, konkurenčnejše pogoje pri turističnih zavarovanjih, zavarovanjih avtomobilske odgovornosti in stanovanjskih zavarovanjih ter novo zavarovanje na področju kibernetičnih tveganj in asistenčne storitve za tovorna vozila. Okrepili smo lastno prodajno mrežo, dosegali sinergije z odvisno družbo Autocentar BH ter

razširili sodelovanje z bankami, med drugim tudi z uvedbo poslovnega portala (B2B) in razširitvijo ponudbe (Zavarovanje kartic idr.).

- **V Severni Makedoniji** je Triglav Osiguranje, Skopje, ponudil Zavarovanje hišnih ljubljencev, Življenjsko naložbeno zavarovanje in Zdravstveno zavarovanje s kritjem operacij v tujini. Okrepili smo lastno prodajno mrežo in bančni kanal za trženje življenjskih zavarovanj ter vzpostavili vmesnik za poslovanje z izbranimi bankami in podjetji za prodajo avtomobilov. Prenovili smo zdravstveno asistenčno točko.
- **V Črni gori**, kjer delujeta zavarovalnici Lovćen Osiguranje, Podgorica, in Lovćen životna osiguranja, Podgorica, smo prenovili Zdravstveno zavarovanje za tuje državljane in razširili mrežo izvajalcev zdravstvenih storitev ter Skupinsko življenjsko zavarovanje. Okrepili smo lastno prodajno mrežo in kontaktno-klicni center za področje življenjskih zavarovanj. Nadgradili smo partnerstvo s podjetjem za telekomunikacijske storitve in uvedli poslovni portal (B2B).
- Precej pozornosti smo namenili sklepanju partnerstev z bankami. Nove partnerje imamo v **Črni gori, na Hrvaškem, v Severni Makedoniji ter v Bosni in Hercegovini**.

V dejavnosti upravljanja premoženja smo pripravili podlage za ustanovitev dveh odprtih vzajemnih skladov za trg **Bosne in Hercegovine**, s čimer bomo obogatili tudi ponudbo produktov naložbenega življenjskega zavarovanja.

Na Hrvaškem smo za povečanje učinkovitosti poslovanja pogodbeno prenesli upravljanje skladov, ki smo jih tržili izključno na tem trgu in so bili pod nadzorom hrvaškega regulatorja, na družbo Intercapital Asset Management. Prisotnost na tem trgu ohranjamo s ponudbo vzajemnih

skladov družbe Triglav Skladi, ki jih tržimo prek naložbenih življenjskih zavarovanj. Tako gradimo osnovo za nadaljnjo širitev te dejavnosti v jugovzhodni Evropi, kjer se postopoma razvijajo zakonodajni okvirji in tržne potrebe.

Aktivnosti na drugih trgih

V nova partnerska sodelovanja vstopamo kot zavarovalni ponudnik, ki soustvarja celovito ponudbo različnih produktno-storitvenih vsebin. V sklop našega mednarodnega poslovanja in priložnosti za njegovo širitev sodijo **partnerska povezovanja s tujimi družbami za zavarovalno posredovanje in zastopanje**; te nam omogočajo poslovanje brez naše neposredne navzočnosti in lastne prodajne mreže na ciljnih območjih. V letu 2020 smo skladno z načrtano geografsko razpršitvijo poslovanja povečali mednarodno poslovanje. V državah Evropske unije smo poglobili in okrepili obstoječe modele za izvajanje zavarovalne dejavnosti in sklenili nova poslovna partnerstva.

Ob koncu leta smo čezmejne zavarovalne storitve ponudili že v več kot 15 državah članicah EU. Iz Grčije in Italije smo dolgoročno poslovna partnerstva razširili na norveški in nizozemski zavarovalni trg ter zaključili priprave za vstop na poljski trg, kjer bomo v prvi polovici leta 2021 začeli trženje. Povečali smo dejavnosti in ponudbo na preostalem evropskem in severnoameriškem **pozavarovalnem trgu**. Med **novimi partnerji** na pozavarovalnem področju naj omenimo predvsem Eurasio, ION, Sogaz, Swiss Re Corporate Solutions in Fidelidade Portugal.

11.2 Transformacija poslovanja Skupine Triglav

Strateško preoblikovanje poslovanja Skupine sloni na:

- izboljšavah upravljaljskih praks in tehnik,
- posodabljanju informacijsko-podatkovnega sistema in
- razvoju še učinkovitejših podpornih funkcij.

Spremembe notranje organiziranosti so zajele vse družbe Skupine. Novo **področje za digitalizacijo, poslovne procese in tehnologijo** je namenjeno usklajeni strateški digitalni preobrazbi, ki zajema vse poslovne funkcije. Primarna naloga novoustanovljenega specializiranega **oddelka za bančno zavarovalništvo** je skrb za odnose z bančno mrežo, pomoč bančnim kadrom ter uvajanje novosti. Pomembne korake v organiziranosti in delovanju smo naredili tudi pri procesih, s katerimi razvijamo odnose s strankami in uporabniško izkušnjo.

Nadgradili smo kadrovske informacijske sisteme za opravljanje dela od doma in uvedli spletno orodje MS Teams, ki nam je omogočilo nemoteno komuniciranje in sodelovanje na daljavo. Nadaljevali smo uvajanje sodobnega kadrovske informacijskega sistema in ga širili v odvisne družbe ter vzpostavljali intranet na ravni Skupine.

Za nenehno izboljševanje upravljanja informacijske podpore smo oblikovali **več operativnih odborov**. Delujejo znotraj Odbora za strateško upravljanje informatike, najvišje upravljaljske ravni, osredotočene na delovanje kakovostnih, stroškovno in časovno učinkovitih informacijskih storitev. Pripravljena strateška izhodišča za razvoj informacijskih sistemov v Skupini zasledujejo izboljšano sistemsko integracijo ter povečano prilagodljivost in

odzivanje tržnim potrebam. Zaključili smo pilotne projekte za uvajanje skupnih prodajnih orodij in sistemov na ravni Skupine.

Nadaljevali smo **centralizacijo informacijske infrastrukture**. Sekundarni podatkovni centri so že centralizirani v večini družb v Skupini. V Skopju smo izpeljali tudi centralizacijo primarnega podatkovnega centra, kar nadaljujemo v preostalih odvisnih družbah. Razširili smo varnostna orodja za informacijsko varnost. Sledimo razvoju poslovnih informacijskih sistemov, ki uvajajo produkte, dosegljive kot spletne storitve, zato uvajamo informacijska orodja, ki temeljijo na Microsoftovih oblacijskih tehnologijah na platformi Office 365, ter omogočajo prenos in povezaljivost produktov s sistemi poslovnih partnerjev.

Enotna informacijska podpora je **izboljšala standardizacijo računovodskih procesov** na ravni Skupine. Pripravljali smo prenos vzpostavljenega oddaljenega ogleda predmeta zavarovanja in drugih digitalnih rešitev v odvisne družbe. Za izboljševanje sistema korporacijskega upravljanja smo nadaljevali **nadgradnjo poročevalsko-analitičnega sistema**, da bomo ključne informacije o poslovanju družb in Skupine združili na enem mestu. Sočasno povečujemo vlogo centraliziranih podatkov in izboljšujemo pogoje za odločanje v odvisnih družbah.

S preoblikovanjem poslovnih procesov v prevzemni družbi Triglav Skladi smo spremljali integracijo družbe Alta Skladi in združitve podskladov Krovnega sklada Alta ter podskladov Krovnega sklada Triglav vzajemni skladi, pri čemer smo uspešno poenotili upravljavske procese glede na enotno storitveno platformo za učinkovito obravnavo potreb strank. Združevanje je spremenilo tudi organiziranost prevzemne družbe, organizacijsko kulturo ter obogatilo

skupne kadrovske potencialne, znanja in izkušnje. Več o tem v nadaljevanju [v naslednji točki 11.3](#).

Na vseh ključnih in podpornih področjih v Skupini smo uveljavljali prenovljene minimalne standarde poslovanja in v celotni Skupini širili želeno organizacijsko kulturo. Več o tem [v poglavju 12. Trajnostni razvoj in ESG vidiki v Skupini Triglav](#), posebej [v točkah 12.4 in 12.5](#).

11.3 Učinkovito upravljanje premoženja Skupine Triglav

Učinkovito upravljanje premoženja Skupine se je ponovno odrazilo v **povečevanju vrednosti premoženja**, ki ga upravljamo v finančnih in pokojninskih (kritnih) skladih, ter premoženja, ki ga za stranke upravljamo individualno ([več v poglavju 7.11](#)). K povečanju je prispevala tudi zgoraj opisana pripojitev družbe Alta Skladi k družbi Triglav Skladi. Z njo smo prav tako nadgradili upravljavske procese in povezali upravljavsko znanje in izkušnje na ravni Skupine, saj smo vzpostavili **sistem za učinkovito izmenjavo mnenj ter poglobljeno sodelovanje pri upravljanju premoženja**. Skupni naložbeni forumi omogočajo pridobivanje in izmenjavo mnenj različnih strokovnjakov z različnih področij. Okrepili smo tudi sodelovanje na področjih naložbenih življenjskih zavarovanj in investicijskega svetovanja, in sicer pri uporabi naložbenih strategij ter pri upravljanju pokojninskih zavarovanj.

Centralizacijo procesov nadaljujemo tudi na področju upravljanja premoženja Skupine, da izboljšujemo njihovo kakovost in stroškovno učinkovitost. Dopolnjevali jih bomo tudi na podlagi dobrih praks trajnostnega upravljanja premoženja.

Z nadgrajenim procesom upravljanja kapitala in ALM (angl. Asset Liability Management)

spremljamo tveganjem prilagojeno donosnost posameznih poslovnih segmentov, da bi dosegli optimalno uporabo razpoložljivega kapitala.

Kot eden vodilnih upravljavcev na slovenskem trgu je družba Triglav Skladi v letu 2020 razvila **novosti tudi v ponudbi vzajemnih skladov**:

- **Triglav Tehnologija:** dinamičen sektorski sklad za vlagatelje, ki verjamejo v dolgoročen potencial tehnologije in tehnološkega sektorja. Tehnološki sektor je sicer najdonosnejši med sektorji v zadnjem desetletju in ima visok razvojni potencial.
- **Triglav Aktivni:** sklad, ki sestavo portfelja dinamično prilagaja tržnim nihanjem. Prvi vzajemni sklad v Sloveniji, ki uporablja napredne kvantitativne metode, namenjene ocenjevanju volatilitnosti in optimizaciji sestave portfelja. Pri njem smo razvili mehanizem zaščite kapitala, ki varuje pred več kot 20-odstotnim padcem vrednosti enote premoženja glede na najvišjo doseženo vrednost v zadnjem letu dni.
- **Triglav Preudarni:** namenjen je vlagateljem, ki želijo v okolju ničelnih obrestnih mer svoja sredstva plemenititi previdneje, brez visokih naložbenih tveganj, in hkrati ohranjati realno vrednost vloženih sredstev.
- **Triglav Zeleni:** namenjen je sodobnim delniškim vlagateljem, ki verjamejo v trajnostni razvoj. Več o tem [v točki 12.5. Odgovoren odnos do potrošnikov](#).

Nadalje smo razvijali vlaganje v alternativne naložbe (Trigal) za širjenje nabora naložbenih razredov, ki jih upravljamo za lastne portfelje in portfelje naših strank.

Krepili smo poslovanje in aktivnosti pokojninske družbe v **Severni Makedoniji**, ustanovljene v letu 2019.



11.4 Trženjske aktivnosti

Na vseh trgih smo stranke usmerjali k uporabi digitalnih komunikacijskih kanalov. Posebno skrbno smo spremljali spremembe v vedenju strank, usklajenost vsekanealnega trženjskega nastopa ter zagotavljanje dosega in jasnosti ključnih sporočil strankam, kar je bilo v razmerah pandemije covid-19 ključnega pomena in je prispevalo k uspešnemu poslovanju na daljavo. Pri tem so nam bile v oporo analitične metode za poglobljeno poznavanje in spremljanje ravnanja in potreb strank ter preverjanje učinkovitosti naših dejavnosti. Upravljanje odnosov s strankami smo še bolj podprli s sodobnimi orodji CRM (angl. Customer Relationship Management), spremljanje realizacije premije in stroškov, povezanih z direktnim trženjem, pa z informacijsko rešitvijo Microsoft Dynamic 365 Marketing.

Odnose s strankami smo krepili tudi s spletnimi pogovori s priznanimi strokovnjaki različnih strok, ki so jim svetovali na daljavo, in potrdili prednosti novih tehnologij in pristopov v digitalnem centru Triglav Lab.

Upravljanje blagovne znamke in trženjsko komuniciranje

Moč blagovne znamke povečujemo z učinkovitim in usklajenim znamčenjem na korporacijski in produktni ravni. V letu 2020 smo v sklopu upravljanja blagovne znamke prenovili celotno grafično podobo za nastop v digitalnih medijih in poenotili jezikovno rabo v tržnem komuniciranju. Matični znak (logotip) smo dopolnili s simbolno oznako za 120 let delovanja zavarovalnice, ki odraža tudi zaupanje strank in stabilnost našega poslovanja. V segmentu pokojninskih zavarovanj smo za poenotenje trženjskega nastopa uvedli blagovno znamko Triglav Pokojnine.



Pri pripravi in izvedbi trženjskih akcij smo sledili Slovenskemu oglaševalskemu kodeksu. Zoper Zavarovalnico Triglav in njene odvisne družbe ni bil sprožen noben postopek, ki bi lahko nastal zaradi kršitev na področju trženjskega komuniciranja.¹⁹ V enem primeru smo spoštovali poziv agencije AKOS in prenehali predvajanje televizijskega oglasa zaradi postopka, uvedenega zoper strani nastopajočega.

Za dosežke na področju trženjskega komuniciranja smo prejeli mednarodna in domača priznanja WEBSI 2020, Trusted Brand 2020 ter bili nagrajeni na Slovenskem oglaševalskem festivalu (SOF) in na ocenjevanjih letnih poročil IADA, ARC Awards in Gold Quill ([glej tudi točko 12.1](#)).

Preverjanje učinkovitosti in raziskovanje trga

Poznavanje potreb strank in njihovega odnosa do zavarovalnih produktov je imelo v izrednih razmerah pandemije covid-19 še toliko večjo vlogo. V Sloveniji, na Hrvaškem in v Srbiji smo s tem namenom opravili raziskavo o vplivu pandemije na vedenje potrošnikov in pridobili ključne informacije o poslovanju na daljavo. Preverjali smo spremembe v odnosu do sklepanja zavarovanj na daljavo, odnos do posameznih orodij ter spremembe nakupnega procesa.

V Črni gori smo izvedli prvo medijsko revizijo, kakršne na slovenskem trgu izvajamo vsaki dve leti, medtem ko učinkovitost tržnokomunikacijskih kampanj in dogodkov preverjamo z meritvami kazalnikov uspešnosti (angl. KPI – Key Performance Indicators).

Z več metodami redno merimo tudi vplive in učinke izpeljanih aktivnosti na ugled blagovne znamke ter učinkovitost in uspešnost oglaševalskih kampanj, tako klasične metode CAWI, tj. Computer-assisted Web Interviewing, kot sodobnejših, npr. merjenje možganske električne aktivnosti z elektrodami (angl. EEG – Electroencephalography) in spremljanje očesnega gibanja (angl. Eye Tracking).

Rezultati kažejo, da se Zavarovalnica Triglav na slovenskem trgu še naprej uvršča med najuglednejše blagovne znamke. Na trgih zunaj Slovenije sodi med šest najboljših blagovnih znamk po stopnji ugleda, kar ocenjujemo kot zelo dober rezultat. Družbe v Skupini Triglav so prepoznane kot ugledna podjetja z značilnim, odkritim slogom komuniciranja s strankami ter celovito ponudbo zavarovanj in učinkovitim procesom obravnave škodnih zahtevkov.

Produktne kampanje

V segmentu premoženjskih zavarovanj smo pospeševali prodajo zavarovanj, prilagojenim sodobnemu načinu življenja in mobilnosti. Stranke smo nagovarjali skozi vse leto in se vključili v mednarodno spletno konferenco *City as a Lab* o novih oblikah mobilnosti.

V segmentu življenjskih zavarovanj smo v Sloveniji z Novo KBM, Abanko in Gorenjsko banko sodelovali pri opolnomočenju prodajnikov, pospeševanju prodaje ter finančnem opismenjevanju strank. Lansirali smo nov produkt *Jesen življenja*, namenjen starejši populaciji. S celotno medijsko strategijo smo podpirali prepoznavnost življenjskih zavarovanj in pridobivanje strank. S tržnimi raziskavami smo prepoznali usmeritve za razvoj življenjskih zavarovanj.

S specializirano trgovsko mrežo Big Bang smo uspešno sodelovali ob lansiranju prenovljenih



Mobilna aplikacija Triglav skladi za enostavna vplačila in prenose med skladi.

¹⁹ GRI GS 417-2, 417-3, SASB: FN-IN-270a.1, FN-AC-270a.2

zavarovanj Kasko in Zaščita Plus, ki sta bili ponujeni tudi na njihovih prodajnih mestih.

Spodbujali smo zanimanje za kmetijska zavarovanja, zavarovanja za motoriste in traktoriste, nezgodna zavarovanja Pazi name!, prostovoljna dodatna pokojninska zavarovanja in trženjski nagovor za turistična zavarovanja prilagodili ciljnim skupinam.

V segmentu zdravstvenih zavarovanj smo s tržnim komuniciranjem dodatnih zdravstvenih zavarovanj okrepili blagovno znamko Triglav zdravje. Objavili smo novo spletno stran zdravstveninasvet.triglavzdravje.si z vsebinami, povezanimi z zdravjem. Digitalizirali smo elektronsko revijo Pazi nase in jo objavili na istoimenski spletni strani, skrbeli za redno pošiljanje tematskih elektronskih novic in prepoznavnost digitalnih posvetov z zdravniki.

Zaradi povečanega obsega poslovanja na daljavo smo okrepili zanimanje podjetnikov za zavarovanje kibernetске zaščite. Ostale zavarovalne produkte, namenjene poslovnemu segmentu, smo predstavljali tudi v sklopu različnih strokovnih posvetov in partnerstev.

Na področju upravljanja premoženja smo uvedli in spodbujali uporabo mobilne aplikacije **Triglav Skladi** za digitalno in varno poslovanje, ki omogoča enostavna vplačila ter prenose med skladi.

S kampanjo »Investiram, v kar verjamem.« smo spremljali uvedbo novih skladov (Triglav Preudarni, Triglav Aktivni, Triglav Zeleni, Triglav Tehnologija) in ciljno nagovorili raznolike segmente potencialnih vlagateljev.

Gradnja korporacijske podobe

Triglav Lab, tehnološki center in poligon digitalnega poslovanja Skupine Triglav, je pomembno komunikacijsko orodje za prepoznavnost blagovne znamke kot ponudnice inovativnih in naprednih rešitev. Omogoča nam, da postajamo prepoznavni tudi na področjih, kot so preventiva, finančno opismenjevanje in sodelovanje s športniki. Njegovi obiskovalci virtualno doživijo reševanje po potresu in prometni nesreči, preizkusijo se v varni vožnji na simulatorju DRAJV (mladi vozniki lahko tako opravijo tečaj varne vožnje) ter navidezno poletijo s planiške velikanke. V letu 2020 smo organizirali 80 dogodkov, izobraževanj, delavnic, seminarjev in snemanj, namenjenih zavarovalniškemu opismenjevanju, ozaveščanju o nevarnostih, predstavitvi produktov in storitev, ki se jih je fizično ali digitalno udeležilo prek 2000 udeležencev.

Že peto leto zapored smo z ekipo revije Moje Finance soustvarjali projekt za **finančno opismenjevanje**. Temu je namenjen tudi spletni portal Vse bo v redu, ki smo ga v letu 2020 uvedli tudi v Srbiji. Na strokovno izobraževalnih dogodkih smo se pogovarjali o pomenu življenjskih in zdravstvenih zavarovanj. Mlajše ciljne skupine smo izobraževali o upravljanju premoženja ter pri tem uporabljali sodobne komunikacijske kanale ter pristope.

Korporacijsko podobo krepimo tudi s projektom Mladi upi Zavarovalnice Triglav in dogodki. Več o njem in finančnem opismenjevanju predstavljamo [v poglavju 12. Trajnostni razvoj in ESG vidiki v Skupini Triglav.](#)



V Triglav Labu smo v letu 2020 gostili prek 2000 udeležencev različnih delavnic, izobraževanj in seminarjev.

11.5 Prilaganje regulatornim spremembam

Skladnost z zakonskimi in regulatornimi spremembami vgrajujemo že v načrtovanje razvojnih aktivnosti, kar velja tudi za področje trženja. Zaradi močno povečanega obsega digitalnih oblik komuniciranja smo si v letu 2020 dejavno prizadevali, da bi sooblikovali dobro prakso varstva osebnih podatkov in zasebnosti pri elektronskem komuniciranju ter zagotavljali varno in zdravo poslovno okolje za zaposlene in stranke. O tem več poročamo [v poglavju Trajnostni razvoj in ESG vidiki, posebej v točki 12.5](#), kjer prav tako obravnavamo skladnost poslovanja.

Nadaljevali smo prilaganje računovodskega poročanja novim mednarodnim standardom (MSRP 9, MSRP 16 in MSRP 17) ter uveljavili spremenjene zakonske zahteve na področjih preprečevanje pranja denarja in financiranja terorizma, pokojninskega in invalidskega zavarovanja ter zakonov, ki urejajo zavarovalništvo, trg finančnih instrumentov ter integriteto in preprečevanje korupcije.

Prenovili smo podlage za zavarovanje odgovornosti preizkušanja zdravil in jih uskladili z Uredbo Evropske unije. Nadgradili smo Zavarovanje osebne zaščite. Nov produkt Mikromobilnost že upošteva pričakovane spremembe v zakonodaji o cestnem prometu, ki bodo uredile področje posebnih prevoznih sredstev. Prilagodili smo podlage za zavarovanje odgovornosti zavarovalnega posredovanja, ki izhaja iz delegirane uredbe Evropske unije, s smernicami ESMA (European Securities and Markets Agency) za testiranje vpliva razmer v izjemnih primerih na likvidnost odprtih investicijskih skladov in alternativnih investicijskih skladov. Začeli smo prilaganje

regulativi o trajnostnem poslovanju ter spodbujanju trajnostnih naložb in dolgoročnega sodelovanja z delničarji.

Pri skrbnem pregledu strank smo postopke nadgradili tako, da spoštujejo tudi gospodarske sankcije Združenih držav Amerike ter omejitve poslovanja s posamezniki, državnimi organizacijami in pravnimi osebami, ki so pomembno povezane z institucijami in vodstvi držav v nasprotju z geopolitičnimi interesi vlade ZDA (zlasti OFAC - Office of Foreign Assets Control). Smernice agencije Evropske unije EIOPA smo vpeljali v prenos izvajanja pomembnih procesov k zunanjim ponudnikom oblačnih storitev ter v naše pristopanje k pregledu nadzornih politik in upravljanja produktov. Odzvali smo se tudi na poziv agencije EIOPA k dejavnemu pristopu pri blažitvi posledic pandemije covid-19. Začeli smo usklajevanje uredbe o razkritjih, povezanih s trajnostjo v finančnem sektorju, ter spremljali spremembe zakonodaje na davčnem področju.

Uspešno smo vpeljali regulatorne spremembe (novela ZDoh-2V) v poslovne procese na področju življenjskih zavarovanj (nova davčna stopnja od dohodka iz življenjskega zavarovanja, obdavčitev zneskov, ki se skladno z zavarovalnimi pogoji na polico pripišejo na račun udeležbe pri dobičku, in zneskov, ki bi jih zavarovalnica morebiti vplačala na račun police zavarovalca).