



Na vás záleží

Značka NN působí v 18 zemích, kde poskytuje služby 17 milionům klientů, o které pečuje více než 15 tisíc zaměstnanců. NN se celkově zaměřuje především na životní pojištění, důchodové spoření a investiční management, v některých zemích ale poskytuje i bankovní a další finanční služby.

HISTORIE VE SVĚTĚ

Historie NN sahá do roku 1845, kdy byla založena společnost De Nederlanden van 1845, specialista na pojištění proti požárům. V roce 1863 byla založena společnost Nationale Levensverzekering-Bank, jejíž hlavní oblastí zájmu bylo životní pojištění, které nabízela na domácím trhu v Nizozemsku. Obě společnosti své aktivity postupně rozšiřovaly prostřednictvím akvizic, které přispěly k diverzifikaci a rozrůstání produktového portfolia. Zásadním okamžikem pro další vývoj se stal rok 1963, kdy došlo k fúzi De Nederlanden a Nationale a vytvoření Nationale-Nederlanden. Od 60. do 80. let společnost rostla prostřednictvím akvizic, které zahrnovaly i přední podniky v USA, a otevřela také nové pobočky v Evropě a Asii. Od roku 2014 jsou akcie NN Group obchodovatelné na burze Euronext v Amsterdamu. Na český trh společnost vstoupila pod značkou Nationale-Nederlanden v roce 1992 jako první zahraniční pojišťovna po pádu socialismu. Po více než deseti letech v barvách ING se v roce 2015 společnost NN, která dnes patří mezi přední poskytovatele životního pojištění a penzijních produktů v Česku, svým novým názvem vrátila zpět ke kořenům (název je odvozen od Nationale-Nederlanden). V oblasti životního pojištění NN pomáhá klientům překonávat nečekané situace a řešit jejich potřeby prostřednictvím



HODNOTA ZNAČKY

Pomáhat lidem zajistit jejich finanční budoucnost – to je hlavním smyslem a posláním společnosti NN, která věří, že svými produkty a službami může obohatit a zlepšit kvalitu života svých klientů. Ti pak mohou žít ve větší jistotě a věnovat svou pozornost záležitostem, které jsou pro ně v životě podstatné. Společnost NN se snaží vytvářet se svými klienty

dlouhodobé vztahy a být jim oporou nejen v jedné etapě jejich života, ale provázet je v různých životních situacích a rolích. Základním stavebním kamenem této strategie je nabízet klientům transparentní produkty a služby, které jsou šité na míru jejich potřebám. Z pohledu zákazníka je pro NN prioritou, aby

atraktivních služeb s vysokou přidanou hodnotou. Nabídkou penzijních služeb NN finančně zajišťuje klienty na stáří. Prostřednictvím podílových fondů pak uspokojuje investiční záměry klientů. Ve všech těchto třech oblastech patří skupina NN k nejvýznamnějším hráčům na českém trhu.

INOVACE

Inovace jsou pro NN cestou, jak svým klientům stávajícím i budoucím nabízet ty nejlepší služby. Proto jsme se rozhodli spolu s technologickými špičkami celého světa vytvořit jedinečnou digitální platformu NN Stela, kterou považujeme za velký krok k digitalizaci pojišťovnictví. NN Stela nám v budoucnu umožní nejen uzavírat smlouvy na jednom místě, prostřednictvím laptopu, tabletu či telefonu – tudíž bez zbytečného papírování, ale také je dále spravovat včetně likvidace případných pojistných událostí.

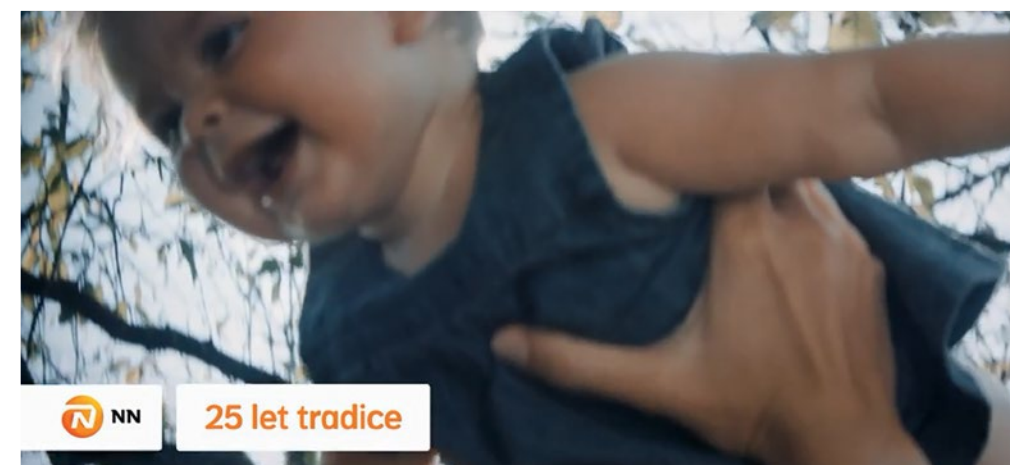
Už nyní nám NN Stela pomáhá mnohem lépe cílit aktivity naší distribuční sítě a proměňovat obchodní příležitosti v uzavřené kontrakty. Je to velká změna a těší nás, že si toho všimli i odborníci – NN Stela už ve fázi zrodu získala ocenění v soutěži o nejlepší pojistnou inovaci. A to ji naučíme ještě mnohem víc, než umí dnes.

HODNOTY ZNAČKY NN

Care – péče, laskavost. Snažíme se plnit a předčít vaše očekávání. Zaměstnancům nabízíme inspirativní a zdravé pracovní prostředí. Respektujeme se navzájem i svět, ve kterém žijeme.

Clear – srozumitelnost, transparentnost. Komunikujeme srozumitelně, jednáme čestně, jsme otevření, transparentní a vítáme zpětnou vazbu.

Commit – spolehlivost, důvěra. Jsme odpovědní a spolehliví, plníme své sliby. Při podnikání myslíme na budoucnost a prosazujeme iniciativy, které vytvoří lepší život pro budoucí generace.

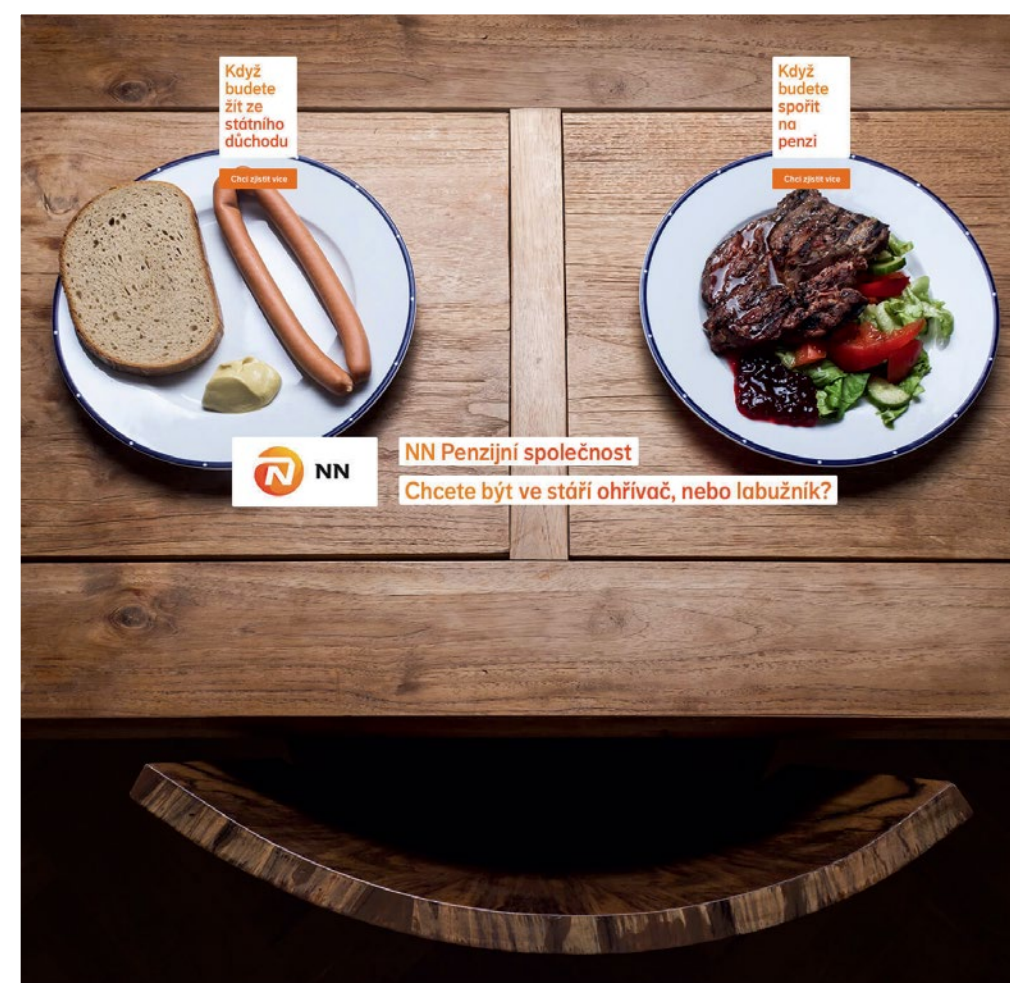


poskytované finanční služby a produkty byly srozumitelné, čitelné a jednoduché. Aby klienti věděli, co kupují, vyznali se v tom, jaká by mohla být případná rizika, a měli tak vše ohledně svých financí spolehlivě pod kontrolou. Proto ve svých společnostech a napříč celou NN Group uplatňuje značka hodnoty „Care – Clear – Commit“, které pomáhají výše uvedené cíle naplňovat. Vyjadřují, co je pro společnost NN opravdu důležité, čemu věří a o co usiluje.

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ

V oblasti společenské odpovědnosti se NN ČR řídí globálním CSR programem „Na budoucnosti záleží“ (Future Matters). Program, jehož hlavní cílovou skupinou je mládež ve věku 10–25 let, se zaměřuje

na tři stěžejní oblasti: finanční vzdělávání, podporu ekonomických příležitostí a zmiřování finanční tísně. Na globální úrovni proto spolupracujeme s organizací Junior Achievement. V České republice spolu s JA Czech cílíme na studenty vyšších ročníků středních škol. Společně projekty, mezinárodní Social Innovation Relay (SIR) a Innovation Camp, dávají studentům možnost získat cenné zkušenosti z praxe při řešení projektů s přesahem do sociálního podnikání. Studentům magisterských oborů ekonomického směru nabízíme možnost získat „NN Future Matters Scholarship“. Stipendium dosahuje výše 5000 eur a plně je hrají skupina NN, vybraní uchazeči jsou navíc podporováni mentory z řad managementu NN Group. Podporu v roce 2017 získali dva studenti Vysoké školy ekonomické v Praze.



KATEŘINA ŠTĚRBOVÁ

VÝKONNÁ ŘEDITELKA PRO MARKETING
A PRODUKTOVÝ VÝVOJ NN ČR/SR,
ČLENKA PŘEDSTAVENSTVA

„Už potřeji v řadě máme tu čest být mezi českými Superbrands. Obhajovat je vždy těžší než titul získat poprvé, takže tříletá série je pro nás velmi potěšující. Současně nás o to více zavazuje k další práci na prezentaci a produktech značky NN. Naše klíčové motto „Na vás záleží“ bereme jako výzvu, a proto hledáme témata přesahující náš každodenní byznys. To se nám daří například v projektu Cena života, jehož prostřednictvím se snažíme vyvolat veřejnou diskusi o tématech, jako jsou mezigenerační rozdíly v pohledu a přípravách na stáří nebo právě samotná otázka, jakou hodnotu má lidský život. Každé téma vždy nejprve zpracujeme v rámci širokého sociologického průzkumu, který následně prezentujeme při setkání s odborníky z různých vědních oborů a oblastí veřejného života. Myšlenky a reakce, které pak zaznívají, jsou velmi inspirativní i pro další rozvoj našich služeb a produktů.“

ZAJÍMAVOSTI

- SKUPINA NN POSKYTUJE SLUŽBY 17 MILIONŮM KLIENTŮ.
- NN VE SVĚTĚ ZAMĚSTNÁVÁ CELKEM CCA 15 000 LIDÍ.
- OD UVEDENÍ NA BURZU (ČERVENEC 2014) VZROSTLY AKCIE NN GROUP O 95 % (ÚDAJ K 2. 5. 2018).
- NN GROUP DOKONČILA 1. 6. 2017 PŘEVZETÍ VÝZNAMNÉ POJIŠŤOVNY DELTA LLOYD VÝMĚNOU AKCIÍ DELTA LLOYD ZA AKCIE NN. SPOLEČNOST DELTA LLOYD PŮSOBÍ NA NIZOZEMSKÉM A BELGICKÉM TRHU.