

VIEŠOSIOS ĮSTAIGOS „INDĖLIŲ IR INVESTICIJŲ DRAUDIMAS“ KOMUNIKACIJOS TVARKOS APRAŠAS

I SKYRIUS BENDROSIOS NUOSTATOS

1. Viešosios įstaigos „Indėlių ir investicijų draudimas“ komunikacijos tvarkos apraše (toliau – Aprašas) nustatoma, kokios komunikacijos politikos (toliau – komunikacija) laikosi draudimo įmonė – viešoji įstaiga „Indėlių ir investicijų draudimas“ – informuodama apie savo veiklą visuomenę.
2. Draudimo įmonės komunikacijos tikslas – suprantama ir prieinama forma viešai skelbti informaciją apie draudimo įmonę, kad ši informacija taptų patikimu pagrindu visuomenei vertinti draudimo įmonės veiklą ir pasiektus veiklos rezultatus, kurtų gerą draudimo įmonės reputaciją, ekspertinį įvaizdį, užtikrintų visuomenės žinomumo apie draudimo įmonę ir jos veiklą didinimą, atspindėtų draudimo įmonės veiklos naujienas, vykdomą edukaciją ar kitus veiksmus.
3. Apraše vartojamos sąvokos suprantamos taip, kaip jos apibrėžtos Lietuvos Respublikos indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo įstatyme ir Lietuvos Respublikos visuomenės informavimo įstatyme.

II SKYRIUS DRAUDIMO ĮMONĖS KOMUNIKACIJOS PRINCIPAI IR TIKSLAI

4. Draudimo įmonės komunikacija grindžiama šiais principais:
 - 4.1. aiškumo – komunikacija įgyvendinama sistemingai, vieningai ir suprantamai;
 - 4.2. patikimumo – informacija turi atitikti tikrovę, būti tiksli ir nešališka;
 - 4.3. pasiekiamumo – informacija turi būti perteikiama aiškiai, operatyviai ir būti lengvai pasiekiamą, išskyrus informaciją, kurios viešas skelbimas ribojamas teisės aktais;
 - 4.4. nuoseklumo – visa viešai teikiama informacija negali prieštarauti anksčiau draudimo įmonės pateiktai informacijai ir turi sutapti su draudimo įmonės misija ir veiklos tikslais.
5. Draudimo įmonės komunikacija planuojama ir įgyvendinama siekiant šių tikslų:
 - 5.1. didinti visuomenės žinias apie indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo sistemą ir jos veikimą, draudimo įmonės veiklą, jos reikšmę, taip pat didinti ir išlaikyti visuomenės pasitikėjimą finansų sistema bei indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo sistemos žinomumo lygį;
 - 5.2. kurti ir palaikyti tvarius ir pasitikėjimu grįstus santykius su visuomene;
 - 5.3. kurti etišku elgesiu, efektyviu valdymu ir draudimo įmonės vertybes atitinkančią veiklą grindžiamą draudimo įmonės reputaciją.
6. Draudimo įmonė savo komunikacija siekia užtikrinti indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo sistemos bei draudimo įmonės veiklos viešumą ir atvirumą visuomenei, teikti objektyvią informaciją apie indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo sistemą ir savo veiklą.

III SKYRIUS DRAUDIMO ĮMONĖS KOMUNIKACIJOS ĮGYVENDINIMO BŪDAI

7. Komunikacija draudimo įmonėje įgyvendinama 3 pagrindiniais būdais:

7.1. korporatyviniu – draudimo įmonės vertybių, strateginių tikslų, organizacinių procesų, finansinių rezultatų viešinimas, tiesioginė draudimo įmonės direktoriaus ir kitokia organizacinė komunikacija;

7.2. proaktyviu – pačios draudimo įmonės inicijuojama naujienų sklaida, kryptingai pagal iš anksto parengtą planą viešinamos strateginės draudimo įmonės naujienos;

7.3. reaktyviu – draudimo įmonei reaguojant ir atsakant į viešojoje erdvėje pasirodžiusias naujienas ar informaciją, turinčias įtakos draudimo įmonės veiklai, atsakant į viešosios informacijos rengėjų ir skleidėjų bei visuomenės paklausimus.

IV SKYRIUS DRAUDIMO ĮMONĖS KOMUNIKACIJOS KANALAI IR JUOSE SKELBIAMA INFORMACIJA

8. Siekiant užtikrinti informacijos apie draudimo įmonę sklaidą, numatomi šie draudimo įmonės komunikacijos kanalai:

8.1. pagrindinis informacijos kanalas – draudimo įmonės interneto svetainė *iidraudimas.lt*;

8.2. skaitmeninės komunikacijos kanalai – paskyros socialiniuose tinkluose „Facebook“, „LinkedIn“, „YouTube“ ir kituose;

8.3. draudimo įmonės pranešimai spaudai, spaudos konferencijos;

8.4. elektroniniai ir spausdintiniai leidiniai, kuriuose pristatoma pagrindinė informacija apie draudimo įmonę, jos veiklą, metinius veiklos rezultatus ir kita aktuali informacija;

8.5. renginiai (susitikimai, seminarai) tikslinėms grupėms;

8.6. kiti išoriniai kanalai bei pagal poreikį pasitelkti mokami kanalai.

9. Draudimo įmonės komunikacijos kanalai ar jų derinys parenkami pagal konkrečius komunikacijos tikslus ir atsižvelgiant į norimos pasiekti visuomenės informacinius lūkesčius.

10. Draudimo įmonės interneto svetainėje, socialiniuose tinkluose ir visuomenės informavimo priemonių atstovams skelbiama informacija – bendra kontaktinė informacija, informacija apie draudimo įmonės veiklos sritis, teikiamas paslaugas, draudimo įmonės naujienas, keičiamus ar įsigaliojusius teisės aktus, reglamentuojančius draudimo įmonės veiklą, indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo sąlygas, indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo išmokų išmokėjimo tvarką. Ši informacija yra reguliariai peržiūrima ir atnaujinama.

V SKYRIUS DRAUDIMO ĮMONĖS KOMUNIKACIJA SU VISUOMENE

11. Draudimo įmonė komunikacijos priemonėmis ir naudojamais komunikacijos kanalais su visuomene palaiko glaudžius, dalykiškus ir abipusiu pasitikėjimu grindžiamus santykius.

12. Draudimo įmonė komunikacijos priemonėmis ir naudojamais komunikacijos kanalais nuolat didina visuomenės informuotumą apie indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo sistemą Lietuvoje, savo veiklą, kuriamą vertę, finansinius rezultatus, priimtų sprendimų motyvus.

VI SKYRIUS DRAUDIMO ĮMONĖS VYKDOMOS APKLAUSOS

13. Siekdama sužinoti visuomenės ir indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo sistemos dalyvių žinomumo apie draudimo įmonę ir jos veiklą lygį, nustatyti jų suvokimo apie draudimo įmonės reikšmę finansų sektoriuje lygį, taip pat nustatyti, kokiais kanalais pasiekti visuomenę, kad Apraše nustatytų draudimo įmonės komunikacijos tikslų siekimas būtų efektyvus, o rezultatai pamatuoti, draudimo įmonė periodiškai vykdo:

13.1. visuomenės apklausas;

13.2. indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo sistemos dalyvių apklausas.

14. Visuomenės ir indėlių ir įsipareigojimų investuotojams draudimo sistemos dalyvių apklausos (toliau kartu – apklausos) vykdomos pagal poreikį ir (arba) kaip numatyta draudimo įmonės

veiklos strategijoje, tačiau siektina, kad būtų vykdomos ne rečiau kaip vieną kartą per kalendorinius metus.

15. Apklausoms vykdyti gali būti pasitelkiama nepriklausoma rinkos tyrimų kompanija, kurios paslaugos perkamos viešojo pirkimo būdu.
