



גיליון מיוחד

לרגל ועידת הסוכנים
והיועצים ה-12 של עדיף

חובת ההוכחה

אף אחד לא יודע כמה זמן מגפת הקורונה עוד תישאר איתנו. דווקא בעולם של חוסר ודאות, הסוכנים והיועצים חייבים להראות לציבור כי הם שומרים עליו, והשחקנים שהצהירו שערוץ ההפצה המסורתי הוא עדיין כלי מרכזי במגרש, צריכים להוכיח שהוא אכן כזה • איך עושים זאת נכון?



סוכנים יקרים, צרפו את לקוחותיכם לאלטשולר שחם הפנסיה הנבחרת

מקום ראשון בתשואות ב- 4 השנים
האחרונות במסלולים תלויי גיל**

לפרטים נוספים פנו למפקח או לדסק סוכנים 5664*



לקבלת עדכונים ישירות למייל <<

**אין באמור תחליף לייעוץ ו/או שיווק פנסיוני אישי, שיווק השקעות או התחייבות להשגת תשואה ו/או דירוג דומה. הנתונים לקוחים מתוך אתר פנסיה נט של רשות שוק ההון, ביטוח וחיסכון ומתייחסים לתשואה נומינלית ברוטו מצטברת לתקופה שמיום 1.8.2017 ועד ליום 31.7.2020 של קרן הפנסיה המקיפה של החברה במסלולים תלויי גיל בהשוואה לכל קרנות הפנסיה המקיפות במסלולים תלויי גיל בשוק בתקופה זו.

פתוח לכולם



כנס בריאות וסיעוד ה-17
הזדמנויות ואיומים בצל הקורונה

עדיף

מוסיפים לך ערך

כנס דיגטילי שבו כולם משתתפים

SAVE THE DATE

21.10.2020

Health Care
Doctor
Hospital
Pharmacist
Nurse
Dentist
First Aid
Surgeon
Emergency

יום ד', WWW.ADIF-KNASIM.CO.IL

d-say

לראשונה בענף ביטוחי הדירות בישראל:



איילון סייבר Living

כיסוי בלעדי ודיגיטלי, באמצעות אפליקציה חדשנית, הכולל שירות מקצועי ופיצוי כספי במקרה של נזקים בגין מתקפת סייבר על הרשת הביתית

איילון ממשיכה במהפכה בעולם ביטוחי הדירות

ביטוח נסיעות לעולם חדש

- כיסוי מלא להוצאות רפואיות במקרה חירום בחו"ל - גם כתוצאה מהידבקות בקורונה
- כיסוי להוצאות הארכת שהיה במדינת היעד עקב סירוב העלאה לטיסה מחשש להידבקות בקורונה
- כיסוי לביטול נסיעה עקב אבחנה חיובית לנגיף הקורונה / אשפוז
- שירות ייעוץ רפואי מרחוק מבלי לעזוב את חדר המלון (Telemedicine)
- אין צורך להוציא כסף מהכיס! כרטיס ה-PassportCard ישלם!
- פטור מהשתתפות עצמית בתשלום הוצאות רפואיות בחו"ל באמצעות כרטיס ה-PassportCard



ניתן לרכוש את פוליסת ביטוח הנסיעות של PassportCard עד 30 ימים לפני מועד היציאה מישראל לחו"ל. להפעלת הפוליסה יש להתקשר למוקד PassportCard. יש להודיע למוקד שירות הלקוחות על כל שינוי במצב הרפואי טרם היציאה לחו"ל. באמצעות פספורטכארד ישראל סוכנות לביטוח כללי 2014 בע"מ, החברה המבטחת - דיויד שילד חברה לביטוח בע"מ. רכישת הביטוח בכפוף לתהליך חיתום על פי נהלי החברה. הכיסוי הביטוחי על פי תנאי הפוליסה, חריגיה וסייגיה. ללא השתתפות עצמית בשירותים רפואיים בחו"ל באמצעות הכרטיס, ובכפוף למגבלות השימוש בכרטיס, עמלות משיכה ומגבלות נקודתיות בכספומטים השונים. שירות חדר רופאים/ייעוץ רפואי מרחוק במדינות נבחרות, באמצעות רופאים עצמאיים בהסכם.

8 | קורה בין השורות

רועי ויינברגר

ראיונות 1X1

10 | "יצרנו פוליסה לתרחישי קורונה ספציפיים; עלות התביעות הגדולה ביותר: הוצאות בידוד בחו"ל וביטוח נסיעה בישראל"

אלון קצף, נשיא קבוצת ספורטכארד-דיוידשילד

14 | "חודשי הקורונה הראשונים אילצו להתמודד עם מגוון אירועים והתפתחויות בקצב מהיר מאוד"

משה ארנסט, משנה למנכ"ל ומנהל חטיבת חיסכון ארוך טווח בכלל ביטוח ופיננסים

18 | "שוק הביטוח הכללי, ודאי בתקופת הקורונה, קטן, אבל יש עדיין הזדמנויות למימוש"

שלומי נחום, משנה למנכ"ל ומנהל חטיבת ביטוח כללי במגדל

22 | "תקופת הקורונה חידדה את ההבנה איזו חברת ביטוח היא באמת חברת סוכנים שנרתמת ועוזרת"

ישראל גרטי, יו"ר הוועדה לביטוח אלמנטרי בלשכת סוכני הביטוח

24 | "נוכחות הסוכנים בתקופה מאתגרת זו חשובה מאי פעם"

אדר יפרח כהן, מנהלת ערוצי הפצה באלטשולר שחם גמל ופנסיה

28 | "הקורונה הביאה עמה אתגרים אבל גם יצרה הזדמנויות עסקיות רבות שמעטים ראו וידעו לנצל"

שי סלומון, סמנכ"ל מכירות ושיווק בבית ההשקעות הלמן-אלדובי

30 | תשואה חיובית גם בזמן קורונה

יאיר בן דוד, מנהל תחום משקיעים בטריא

פרויקט מיוחד

32 | רפואה משלימה - מה מציעות חברות הביטוח?

איציק משה, מייסד ומנכ"ל Connect

מאמרים

38 | נמצא חיסון ל-400 מיליארד שקלים

אייל סיאני, סמנכ"ל ומנהל מקצועי בפסגות קופות גמל ופנסיה

40 | סוכן הביטוח - ההבדל הגדול בין משבר 2008 למשבר 2020

איתי יעקב, משנה למנכ"ל מענרה מבטחים פנסיה וגמל

42 | ביג דאטה - ביג אייג'נט

יריב ינאי, מנהל פיתוח עסקי וחדשנות בהכשרה חברה לביטוח

עורך ראשי: רועי ויינברגר ■ סמנכ"ל תוכן: הדס דרור ■ עורך המגזין: אילן פישי ■ סמנכ"ל שירות ומכירות: יובל נוראל ■ גרפיקה: מיקי בסון ■ צילום שער: depositphotos ■ מו"ל: עדיף תקשורת בע"מ רח' האורן 12 מושב מגשימים 56910 ■ טלפון: 03-9076000 ■ פקס: 03-9076001 ■ אתר: www.Anet.co.il ■ דוא"ל: news@Anet.co.il

המידע המובא במגזין הינו מידע כללי בלבד והוא אינו מהווה ייעוץ משפטי, שיווקי, מיסוי או חשבונאי, או כל המלצה שהיא ואינו מהווה תחליף לייעוץ אישי. הדעות המתפרסמות במגזין זה הינן על דעת הכותבים ועל אחריותם הבלעדית. המערכת איננה אחראית לתוכן הפרסומים השיווקיים השונים המתפרסמים במגזין. ההצעות ו/או הנתונים המופיעים בפרסומים השיווקיים הינם באחריות המפרסמים בלבד.

**58 | לקוחות בנסיבות פגיעות -
ותכנון פיננסי**
דן דוברי

**60 | ישראל 2020 - עולם העבודה
מול אתגרי מגפת הקורונה**
עו"ד עופר יוחננוף

62 | איך יראו הימים שלאחר הקורונה?
רם אמית

64 | Chance / Change
גיליה משולם

66 | שליטה מרחוק
כרמית אפרמיאן

**68 | למה אתה לא חוזר אלי?
כל הטעויות שסוכני ביטוח עושים
בעידן הקורונה**
גילי ראובני

**70 | ביטוח יצירתי? על המשמעות
"להיות יצירתי וחדשני" בענף הביטוח**
טל דן

**44 | השפעה הקורונה על דיגיטציה
של עולם הביטוח והפיננסים**
בני שיזף

46 | ניהול סיכוני ביטוח והשלכותיו בעידן הקורונה
עו"ד ארז קדם

48 | מעצבים פרטיות בעסקים
עו"ד שלומי הדר

**50 | אילו ערכים נוספים נותנות כיום החברות
לסוכנים,
אם בכלל**
יובל ארנון

52 | מכירה ורכישה של תיקי ביטוח
עו"ד ניצן הראל

**54 | איך לחתוך בבירוקרטיה הישראלית
ולפשט את ניהול הכספים לאחר פרישה?**
אייל רחוביזקי

**56 | מגפת הקורונה חידדה את חשיבות המענה
המקצועי של הסוכן הפיננסי ללקוח**
לידור לבקוביץ



חובת ההוכחה

זו אמנם ועידת הסוכנים והיועצים ה-12 של עדיף, אבל זו הוועידה הראשונה שנערכת באופן וירטואלי פורץ דרך, עם כל השחקנים הבולטים בענף, הישר לטלפונים הניידים ולמשרדים שלכם.

אנו בעדיף האמנו בוועידה דיגיטלית מהרגע הראשון. כמובן שהיינו מעדיפים לפגוש אתכם פנים אל פנים, ואני בטוח שנעשה זאת במהרה, ובתקווה שזה יקרה עוד השנה, אבל מגפת הקורונה כפתה על כולנו איסור לערוך כנסים רבי משתתפים כפי שהורגלנו בשנים עברו. אך המגפה גם כפתה על כולנו, ובעיקר על מי שרוצה לשרוד ואף להתפתח, למצוא דרכים חדשות לתקשר עם הלקוחות.

אנו בעדיף גאים בהבעת האמון שקיבלנו מהענף לקיום הוועידה הזו. חלק נכבד מהאמון הזה מגיע בזכות המוניטין שצברה עדיף, שחוגגת בימים אלו 22 שנים להיווסדותה. פרצנו דרך בעבר עם ועידת עדיף וטקס נבחרי השנה של התעשייה. חידשנו עם החיבור של עולמות הפנסיה והביטוח. הענקנו לראשונה במה נרחבת להשקעות האלטרנטיביות בכנסים הענפיים, והיום אנחנו מחדשים עם כמה דיגיטלית מלאה. לא בתחום אחד. אלא בכל ענפי הפעילות בהם עוסקים ופועלים סוכני הביטוח והיועצים.

הענף נתן לנו את אמונו, ואנחנו יודעים שחובת ההוכחה היא עלינו להצדיק את האמון הזה. כלפי הלקוחות שלנו, וגם כלפי נותני החסות. אבל התקופה המאתגרת שכולנו נוטלים בה חלק, בעל כורחנו, מטילה את חובת ההוכחה גם על כל השחקנים בענף - הקיימים והחדשים.

כאשר מאות אלפים טרם חזרו למקום עבודתם, בין אם באורח זמני ובין אם באופן קבוע, **חובת ההוכחה עליכם, הסוכנים והיועצים**, אנשי אמון של הלקוחות, להוכיח שאתם עומדים לצדם. לא רק באופן פסיבי, אלא באופן יזום. לשאול, לבדוק, להציע. וכן, גם לעמוד בפרץ כשחוסכים מתוסכלים רואים מְסֻכָּפִים אדומים בבורסה ורצים למשוך את הכסף. וגם להגיד 'לא!' ללקוח שרוצה לרכוש כיסויים בעלות גבוהה, כזו שאינו יכול לעמוד בה.

חובת ההוכחה גם על חברות הביטוח. הן אמנם הוכיחו, מי יותר ומי פחות, שהן נקטו צעדים לטובת המבוטחים שלהן. אך הקורונה היא גם זמן טוב לבחון את היחסים שלהן עם הסוכנים העובדים עמן. ראינו צעדים בכיוון הזה - בהקדמת עמלות, בהדרכות ובדרכים נוספות שיאפשרו להם לצלוח את התקופה הלא פשוטה הזו.

חובת ההוכחה גם על רשות שוק ההון. מודל הסוכן החדש, או כפי שהוא נקרא בירושלים מודל הסוכן האובייקטיבי; רפורמת הכיסוי הסייעודי המורחב בקופות החולים; החרגת הקורונה מהפוליסות; ייעוץ פנסיוני דיגיטלי בבנקים; הרפורמה בתאונות האישיות. שורה של רפורמות, על קצה המזלג, אשר מצריכה זהירות, בתעשייה שמושפעת מאוד מהתנודתיות בשוק ההון הלא יציב של ימי הקורונה.

חובת ההוכחה גם על השחקנים החדשים - סוכנויות הביטוח של מקס ודומיה בישראל ובדואר ישראל. אם התחייבתם שתורידו את העלויות מבלי לפגוע באיכות, בואו תוכיחו שאתם עומדים במילה שלכם. בלי טריקים ובלי שטיקים. יש לפעילות שלכם מתווה מאוד ברור שגם יפוקח באופן קפדני. שמרו עליו ועל פעילות הוגנת. לטובת הענף, אבל קודם כל לטובת הציבור.

כי הציבור, בסופו של יום, הוא זה השופט את כולנו. הוא מספיק חכם כדי לזהות מה טוב ומה נכון לו.

קריאה מהנה, מלאת ערך וחדשנית.

רועי ויינברגר,
עורך ראשי, עדיף



ביטוח עם שירות דיגיטלי משודרג ללקוחות שרוצים לנהל את הפוליסה בנוחות ומכל מקום

סוכנים יקרים, התקופה האחרונה הוכיחה שביטוח מתקדם, חייב לתת מענה איכותי ומהיר ללקוחותיו. הכשרה חברה לביטוח יצרה תשתית דיגיטלית איתנה ואמינה, הכוללת מגוון שירותים שכל מבוטח יכול לעשות באופן עצמאי ומבלי לצאת מהבית.

אפליקציית BEST INVEST



שירות לקוחות ב-WhatsApp



דוחות רבעוניים ושנתיים



טפסים דיגיטליים



הציעו ללקוחותיכם ביטוח מתקדם עם שירות מעולה של הכשרה.

"יצרנו פוליסה המתייחסת לתרחישי קורונה ספציפיים; עלות התביעות הגדולה ביותר תהיה בגין הוצאות בידוד בחו"ל וביטוח נסיעה בישראל"

נשיא קבוצת פספורטכארד-דיוידשילד מספר על עולם ביטוחי הנסיעות לחו"ל שמתמודד עם אתגרים רבים שכפתה עליו מגפת הקורונה • הוא מרחיב על ההיערכות, ההתאמות והשינויים שעשתה פספורטכארד כדי לספק מענה ביטוחי ורפואי הולם לא רק לנדבקים בוורוס, אלא גם במצבים ייחודיים שנגזרים מהמגפה • מידת הסיכון של כל מדינה נקבעת מדי שבוע ובהתאם המחיר של הפוליסה

מאת אילן פיש, מערכת עדיף

"אנחנו מבינים שביטוח נסיעות לחו"ל הופך אולי לביטוח הכי מסובך בתעשייה. לא תמצא פוליסת ביטוח אחת שיש בה כל כך הרבה אתגרים", מציין אלון קצף, נשיא קבוצת פספורטכארד-דיוידשילד, בריאיון שכל כולו עסק בהשפעת מגפת הקורונה על עולם ביטוחי הנסיעות לחו"ל והאופן שבו פספורטכארד נערכה למגפה וביצעה התאמות תוך כדי תנועה, כאשר ליבה של ההיערכות היא במה שקצף מגדיר "תרחישי קורונה".

הריאיון נערך כשבוע לאחר פתיחת השמיים. קצף מסביר שההיקפים בשלב זה קטנים, אבל מתחילים לזהות תנועה, כאשר היעדים הפופולריים ביותר הם בולגריה וטורקיה, יוון מעט מאחור, גרמניה וקרוואטיה.

לדבריו בימים הראשונים כ-95% מהפונים לסוכנים ביקשו לדעת לאן ניתן לטוס, כמה עולה ביטוח ומה הוא מכסה. "צריך לזכור שפעם תכנית ביטוח נסיעות לחו"ל הייתה דומה - היה כיסוי רפואי, מטען, ספורט אתגרי ועוד, כלומר הפרקים היו דומים והשאלה הייתה מי נותן את השירות הטוב ביותר".

המשבר שזימנה מגפת הקורונה שינתה את המצב. בפספורטכארד, מציין קצף, עדכנו את הכיסויים מלכתחילה. הוא מניח שבמרוצת הזמן גם חברות שלא עשו זאת, יעדכנו את הכיסויים. "אנחנו עבדנו על כך מבעוד מועד והכנו את פוליסת הביטוח, כך שתכלול התייחסות לתרחישי קורונה ספציפיים, מה שלא קיים בפוליסות הישנות. תרחישי קורונה ספציפיים אלו מצבים שבהם האדם לא חולה, אבל הוא נדרש לבידוד בחו"ל כי הוא היה במחיצת חולה מאומת. ישנם מספר אירועים מהסוג הזה שאנשים נדרשים להיכנס לבידוד בזמן שהם נמצאים בחו"ל. מישוה צריך לשלם את ההוצאות שלהם, הגם שאלה לא הוצאות רפואיות. אם זה בית מלון, אש"ל, לדאוג להם למזון כשר ובכלל להקיף אותם מסביב כי הם נמצאים שם ללא משפחה ומישוה צריך לנטר אותם, לדאוג שיגיע שליח עם תרופות כרוניות וכדומה. כל הדברים האלו נכנסו אצלנו לפוליסה וגם למערך השירות שנערך לטפל בכל האירועים האלו 24 שעות ביממה".

קצף מציג כיסוי נוסף שלא היה קיים בעבר - מצב שבו בשדה התעופה בארץ אומרים לנוסע שהוא לא עולה למטוס בשל חשד להידבקות. "בעבר היה סעיף של ביטול נסיעה, כאשר ביטול נסיעה היה מתייחס למצב רפואי והוא היה בתוקף עד יום לפני הטיסה. ביום הטיסה הכיסויים הישנים לא היו בתוקף. עכשיו הוספנו הרחבה שמעבר לכיסויים הישנים. זה כולל גם הידבקות בקורונה. שבעה ימים לפני הטיסה ואם ביום העלייה למטוס לא נתנו לך לעלות לטיסה כי בבדיקה בשה התעופה התברר שיש לך יח"ל חום, או שאתה לא חולה אלא רק נשא אסימפטומטי - אנחנו מכסה את ביטול הנסיעה, זה כיסוי מאוד חשוב.

"אותו דבר גם בחו"ל. אם אתה עולה על המטוס כדי להגיע חזרה לישראל ולא נותנים לך לעלות כי נראה שאולי אתה נשא של הנגיף, אנחנו נכסה את השהייה שלך, את שינוי כרטיס הטיסה וכן הלאה".

לדבריו, עלות התביעות הגדולה ביותר תהיה בגין הוצאות בידוד בחו"ל וביטול נסיעה בישראל.



אלון קצף.
"פספורטכארד תהיה
הסמן הימני של פוליסות
מותאמות לקורונה"

”סוגיית הגיל הופכת להיות מאוד מאוד קריטית בעולם של ביטוח נסיעות לחו”ל. משרד הבריאות הגדיר שאוכלוסייה מעל גיל 70 היא אוכלוסייה ברמת סיכון גבוהה ביותר ומומלץ לה להישאר בבית ולהימנע ממגע עם ציבור של אנשים. לפיכך, בבחינת קל וחומר כשאומרים להם תישארו בישראל ואל תסתובבו ברחובות מיאמי או תעלו על הפלגה כי זה באמת מסוכן”

אתה תכוסה. זה משתנה בהתאם ליום שבו אתה קונה ולא ליום בו אתה נוסע.”

מה המדיניות לגבי מי שרוצה לנסוע לתקופה ארוכה?

”פוליסה אפשר לקנות עד 30 יום לפני מועד הנסיעה ולתקופת נסיעה של עד 30 יום.”

האם כיסוי לקורונה יוביל לתחרות בין החברות על הלקוחות. היכן היא תתמקד?

”מבחינת הכיסויים אנחנו נותנים את מפרט השירותים והכיסויים הרחב ביותר, ואני אומר את זה ברמה עולמית. אנחנו יודעים מה נעשה בעולם, יושבים עם מבטחים במדינות אחרות, אז אני חושב שפספורטכארד תהיה הסמן הימני של פוליסות מותאמות לקורונה. אם יהיו מבטחים אחרים שימשיכו למכור את הפוליסות הישנות בלי להתייחס לתרחישי הקורונה כפי שהסברתי, אז מאוד יכול להיות - אך יהיה זה מוצר חסר שלא ישרת נאמנה את הציבור. אני מניח שהמתחרים הרציניים יעשו שינויים בפוליסה והיא תכלול כיסויים לתרחישי קורונה יתכן שתהיינה חברות שלא יתאימו את מוצריהן. אני סומך על סוכני הביטוח שידעו לשקף ללקוחות את איכות הכיסוי - זו מיומנותו וחובתו של סוכן מקצועי.”

העולם נמצא בעיצומו של גל שני של מגפת הקורונה ואין לדעת מתי הווירוס ייעלם. האם תיתכן פוליסת ביטוח נסיעות בסיסית שלא תכלול כיסוי לתרחישי קורונה?

”אני טוען שבתוך שבועות ספורים, אם לא ימים ספורים, תהיה במדינת ישראל, בנוסף לפספורטכארד, לפחות חברת ביטוח אחת אם לא שתיים שיתנו כיסויים לקורונה, שכוללים תרחישי קורונה. לא יעלה על הדעת אחרת. חברות הביטוח בישראל הן חברות רציניות ואני מצפה שירחיבו את הכיסויים שלהן וידאגו למבטחים כמו שצריך.”

”האם יתנו שירות יותר טוב או פחות טוב? זו כבר שאלה של היכולות המקצועית של כל חברה. אנחנו למשל הקמנו מערך של טלמדיסין בכל העולם. זה חשוב כי אם אתה מתקשר אלי מחדר של בית מלון במיאמי ואומר שאתה משתעל, אני לא מעוניין לשלוח אותך לחדר מיון, ששם בטוח תידבק בקורונה, אלא שתדבר עם רופא בווידאו ותסביר לו איך אתה מרגיש. אותו רופא יכול לתת לך מרשמים ולשלוח בדיקת מעבדה לחדר במלון. שירות כזה, מונע מהמבטוח להיחשף למחלה.”

”לא כל החברות יקימו פלטפורמה כזו. לא מדובר על רופא שיושב בישראל, אלא ברופא מקומי שיש לו את הסמכות לתת לך את המרשמים המקומיים ולשלוח בדיקת מעבדה לחדר. לרופאים מישראל אין את ההרשאה לעשות זאת. אנחנו הקמנו מערך כזה בארצות הברית, בכל אירופה, לרבות אנגליה, גם בתאילנד, ברוסיה ובמדינות מסוימות בדרום אמריקה. עבדנו על זה כמה חודשים - צוות שלם של אנשים שהתקשר לרופאים בכל העולם.”

”פוליסת ביטוח נסיעות לחו”ל זה גם הכיסוי עצמו, אבל גם היכולת המבצעית של החברה להנגיש ללקוחות שלה את השירות בזמן אמת ולא רק להפנות מבוטח לרופא וכשהוא יחזור הביתה יגיש חשבונת. אלא בזמן אמת, אתה בבית מלון, אנחנו קופצים אליך ונותנים לך את הפתרון כדי שלא תיחשף לוויורוס. אני מניח שמבחינת המילה הכתובה זה יהיה דומה, אך מבחינת יוקרת השירות והנדסת השירותים, הדרכה, מניעת ההדבקה, מתן מידע, אני מניח שיהיה שוני מהותי בין חברה לחברה.”

”כל היכולות המבצעיות האלה לא קורות מעצמן”

קצף מניח שתנאי הפוליסה יהיו דומים בשלב מסוים וגם יהיה אלמנט של איוון. הוא שב ומציין את מערך הטלמדיסין, מזכיר את כרטיס האשראי של פספורטכארד שהלקוח מצויד בן בחו”ל ובאמצעותו ישלם עבור השירות הרפואי.

מה קורה אם החולה מאושפז והוא לבד שם ללא בני משפחה?

”כמובן שמעבר לכל זה יש את הכיסוי הרפואי המלא. בתוך הכיסוי הרפואי, אם למשל בן משפחה שמכוסה אצלנו אושפז בבית חולים, מיד נפנה לבן משפחה שלו כאן בארץ ונטיס אותו לשם. צריך לזכור שבקורונה אדם יכול לשהות בבית החולים שבועות ארוכים ובמקרים קשים גם להיות מורדם ומונשם. שער בנפשך שיש לנו בחו”ל חולה כזה והמשפחה כאן בארץ ולא יכולה לדבר איתו. עברנו מקרים כאלו ואנחנו מיד מטיסים אדם מישראל על מנת שיהיה בסביבת בית החולים כדי שאפשר יהיה להתעדכן מהרופאים. אם למשפחה אין אפשרות שאחד מבני המשפחה יהיה ליד החולה, אז נציג שלנו יהיה שם.”

קצף חוזר ומדגיש: ”כל ההרחבות האלה שאנחנו קוראים להן תרחישי קורונה, הן לאו דווקא בגלל נושא של אשפוז או בעיה רפואית, אלא כל מה שמסביב, כולל סגרים. הכל מכוסה אצלנו בפוליסה. כשמדינה מכריזה על סגר והנוסע רוצה לברוח משם, אנחנו מעמידים מערך שלם שמטפל בכרטיסי הטיסה ומשתתפים בעלויות השינוי של הטיסה.”

על המערך שעומד מאחורי הפעילות הענפה והמאומצת, הן בקשר לכיסויים ולטיפולים שנדרשים בלקוחות, מסביר קצף: ”כל הדבר הזה מתבצע עם חדר מצב 24/7, עם ניטור בלתי פוסק של התפשטות המגפה בכל המדינות. המחלה הזו יכולה יום אחד להיות למטה ויום אחר כך למעלה. אין כמעט מדינה אירופית שלא נמצאת במגמת עלייה מבחינת הידבקות. כל הניטור הזה, העדכונים וההתאמה של הפרמיה למצב התחלואה שמתבצע אחת לשבוע, כל הדברים האלו לא היו קיימים בעבר. זה מחייב אותנו לשדרוג כל המערכות שלנו, החל ממערכות המחשוב, דרך תכנון מחדש של מסע הלקוח, מערך השרות, שירותי הטלמדיסין במדינת השהות ועוד ועוד, אלו פעולות שעשינו כבר כמה חודשים על מנת שנהיה מוכנים לחידוש הטיסות.”

”מצב המגפה בארצות הברית הוא איום ונורא”

כיצד אפשר להעריך סיכון ולתמחר את הפוליסות?

”אחת לשבוע אנחנו מעדכנים את המחיר, כאשר יש לנו רצועת מחירים למדינות ירוקות, רצועה למדינות צהובות וכתומות ורצועת מחירים למדינות אדומות. מדי שבוע, ביום ראשון, לפי עבודה סדורה, אנחנו מדרגים את המדינות לפי איזה מדינה נמצאת באיזו קטגוריה בהתאם למצב התחלואה. היום (23 באוגוסט) הורדנו את צרפת כמדומני מסטטוס של מדינה כתומה למדינה אדומה, מכיוון שמצב התחלואה בה מחמיר. למשל, אם אנחנו מסתכלים על יוון שהיא מדינה ירוקה, אבל יש סיכוי שבעוד שבוע נעביר אותה למדינה כתומה. כל הדברים האלו נמצאים אצלנו במעקב שוטף.”

”יש לנו חדר מצב שוטף, יש לנו חדר מצב של אקטוארים שיושבים על נתוני התחלואה בעולם, זה נכנס למעבד מאוד משוכלל של נתונים ובהתאם לתוצאות אנחנו מחשבים מה מידת הסיכון בכל מדינה ומדינה ומעבירים חייוי לכל הסוכנים שיכולים בזמן אמת לראות מה המצב של כל מדינה, ולתת תשובות לפי רמת הסיכון ללקוחות שלהם.”

”זה אומר שאם בעבר היה מחירון והוא היה לשנת 2020, עכשיו המחירון הוא שבועי. יש מחיר לפי צבע, אבל המדינות יכולות לזוז בין הצבעים מדי שבוע בהתאם למצב התחלואה. זה מחירון דינמי.”

אם לקוח רוכש פוליסה, אבל זמן קצר לפני הטיסה המדינה אליה הוא טס היא עוברת לרצועה עם צבע אחר. האם יהיו שינויים בתנאי הפוליסה?

”אם הוא רכש, אז מה שהוא שילם יישאר. אם הוא קיבל מחיר של מדינה ירוקה, אנחנו כמובן נעמוד מאחורי המחיר. אבל לקוח אחר, בן או בת הזוג שלו שירצו לרכוש במועד מאוחר יותר, המחיר עשוי להיות שונה. לכן, אדם שמתכנן לנסוע לחו”ל מוטב שיבטח את עצמו.”

קצף, שדבר על מחירון לפי צבע, מציין שיש סטטוס נוסף - מדינה שחורה, וכאן אין פשרות. ”מדינה שחורה זו מדינה שאין שום סכום פרמיה בעולם שנסכים לגבות בשביל לתת כיסוי ביטוחי. למשל, ארצות הברית היא כרגע מדינה שחורה. מצב המגפה בארצות הברית הוא איום ונורא. ואם חס וחלילה אדם נדבק בוויורוס, הוצאות האשפוז שם הם עשרת אלפים דולר ליום. זה מטורף. אתה לא יכול למכור ב-10 או 20 דולר ביום ואחרי זה לכסות חשבון של מיליון דולר. אתה צריך הרבה מטוסים שיטוסו כדי לשלם כאלו מספרים. לכן ארצות הברית היא מדינה שחורה ויש עוד כמה מדינות יותר אוטוריות.”

”אנחנו מנטרים באופן דינמי מדינות שאי אפשר לכסות את הסיכון. אנחנו גם מודיעים שזו מדינה שחורה. ושוב, אם קנית בזמן מדינה שהייתה מדינה אדומה והיא הפכה למדינה שחורה

אישור חריג להנחית את המטוס שלנו. זה המטוס היחיד שנחת שם. אלו לא דברים שאתה יכול לעשות בלי לטפח קשרים במשך שנים ארוכות".

"ביטוח נסיעות צריך להימכר רק על ידי איש מקצוע"

קצף רואה חשיבות רבה בפעילותם של סוכני הביטוח לאור המציאות שהשתנתה בעולם ביטוחי הנסיעות לחו"ל. "הסוכנים, מן הסתם, יהיו המובילים בזירה של ביטוח הנסיעות לחו"ל כי אנחנו מבינים שזה הופך להיות אולי לביטוח הכי מסובך בתעשייה. לא תמצא פוליסת ביטוח אחת שיש בה כל כך הרבה אתגרים. אם בעבר פוליסות נסיעות לחו"ל היו נמכרות על ידי סוכני נסיעות, ועל ידי כל מיני גורמים אחרים כמו חברות כרטיסי אשראי או קופות חולים כלאחר יד, עכשיו זה הזמן של סוכני הביטוח להוכיח את מה שאנחנו אומרים מזה שנים רבות, שביטוח נסיעות צריך להימכר רק על ידי איש מקצוע.

"אנחנו מעבירים את הסוכנים הכשרות באופן שוטף, מסבירים להם את המורכבות, מסבירים איך הם צריכים לטפל בלקוחות, איזה שאלות לשאול, מה לוודא, מה לא לעשות. אנשי מקצוע שמבינים לעומק את הסיבות שאנחנו אומרים את הדברים האלו, אתה יכול לסמוך עליהם אחר כך שהם ימכרו את המוצר בצורה נכונה ללקוח, בעוד שסוכן נסיעות שעסוק בלמכור כרטיס טיסה ושואל על הדרך אם לעשות ביטוח נסיעות, זה לא רציני. חברת ביטוח שתעבוד בצורה כזו לא תגיע רחוק והלקוחות שלה לא ירצו להימנות עליה יותר".

האם משבר הקורונה מוציא את ביטוח הנסיעות מלהיות מוצר מדף?

"חייב להיות איש מקצוע. בחור בן 25 שייכנס לאתר אינטרנט ויקנה ביטוח נסיעות לחו"ל, כנראה שיהיה בסדר. אבל איפה מתחיל האתגר? כשאתר האינטרנט ישאל האם אתה סובל מבעיה רפואית. עד היום אם מישהו סבל, למשל, מקצת לחץ דם זה לא נחשב רציני, אבל בעולם של קורונה תסמינים רפואיים מסוימים שעד היום היו מתייחסים אליהם בשוויון נפש, הופכים להיות לגורמי סיכון מספר אחת בקורונה.

"אתר משרד הבריאות מגדיר מהם המצבים הרפואיים שמשיעיים הכי הרבה על קורונה וגורמים להסתבכות של המחלה בצורה קיצונית. אם פעם מישהו היה אומר שיש לו אסטמה היינו אומרים לו תיסע עם משאף ונגמר העניין. היום אנחנו יודעים שאסטמה זו קומבינציה שלא הולכת טוב עם קורונה. באתר משרד הבריאות מציינים גם את הכולסטרול ולחץ הדם שבעבר אמרנו מה יכול לקרות כשאתה נוסע לשבוע ימים ליוון, היום זה לא כך".

מה לגבי סוגיית הגיל?

"סוגיית הגיל הופכת להיות מאוד מאוד קריטית בעולם של ביטוח נסיעות לחו"ל. משרד הבריאות הגדיר שאוכלוסייה מעל גיל 70 היא אוכלוסייה ברמת סיכון גבוהה ביותר ומומלץ לה להישאר בבית ולהימנע ממגע עם ציבור של אנשים. לפיכך, בבחינת קל וחומר כשאומרים להם תישארו בישראל ואל תסתובבו ברחובות מיאמי או תעלו על הפלגה כי זה באמת מסוכן. "לא משאירים אתר אינטרנט פתוח לכל דכפין מבלי ששואלים את השאלה, מבלי שמוודאים שהאדם שקונה ביטוח יודע מה הוא אומר, מבלי שמסבירים את המגבלות ומה אפשר ומה אי אפשר, אנחנו סבורים שזו עבודה של סוכן ביטוח וכך אנחנו ננהג קדימה".

ללא קשר לקורונה, אפשר לתכנן תכנית לשנה הקרובה?

"אנחנו נמצאים בעידן הקורונה ולא בעידן אחר ואנחנו מתעסקים בביטוחי בריאות בינלאומיים וביטוחי נסיעות לחו"ל. זה תחום ההתמחות שלנו וזה נעסוק. כל עיסוקנו כרגע זה לייצר פתרונות שיאפשרו לעם ישראל לטוס מצד אחד במחיר סביר ומצד שני אם משהו קורה נוכל לטפל במקרה ביד רמה.

"ביטוח נסיעות לחו"ל שונה מביטוחים אחרים. זו בעיקר חוויה שירותית שצריך לספק אותה ב-200 מדינות ברחבי העולם בזמן אמת ללא דיחוי ולדאוג שאפשר יהיה להעניק שירות לאנשים באותן מדינות. לא להגיד להם תסתדרו לבד ותשלחו את החשבון בסוף הנסיעה, אלא ממש להחזיק להם את היד בכל מדינה ומדינה ולכוון אותם.

"אני אומר שעכשיו יותר מתמיד המבוכה היא גדולה ואם אנחנו רוצים שאנשים יצאו לחו"ל בתחושת ביטחון יחסי, חשוב שאנחנו כחברות הביטוח בישראל ובטח בפספורטכארד נחזיק את המבוטחים ביד וניתן להם תחושה שבכל רגע נתון אנחנו מאחוריהם, יודעים מה לעשות ואיך לטפל בהם. אתה בבירוד? נגיד לך מה לעשות. אתה בסגר? נגיד לך מה לעשות. אתה חושב שנדבקת? נשלח אליך רופא ומעבדה. לא להיכנס לפניקה או למצוא את עצמך בחדר מיון עם עוד 200 אנשים שכולם משתעלים".

"אלו יתרונות שהיו לנו לכל אורך הדרך. תוסיף על זה עוד יכולות מבצעיות נוספות, כמו למשל הטסה". קצף אינו מתכוון להטסות של חולים שהן עניין שבשגרה בעולם ביטוחי הנסיעות לחו"ל, אלא הטסה של חולה קורונה. "איך מטיסים חולה קורונה כאשר אי אפשר להטיס אותו במטוס מסחרי כי הוא ידביק את כל מי שנמצא במטוס. לכן יש צורך במטוס פרטי. אבל במטוס פרטי הוא ידביק את צוות המטוס. אז מה עושים? רכשנו ציוד מיוחד להטסות רפואיות, שזה סוג של אינקובטור למבוגרים. אנחנו מכניסים את החולים לתוך תא והם יכולים לעבור את הטיסה בתוך מטוס פרטי על אף העובדה שהם נשאים של הווירוס וכך הם לא ידביקו את הצוות.

"כל היכולות המבצעיות האלה לא קורות מעצמן. צריך לטפל בזה, להכין את זה, לרכוש את זה, לבדוק שזה עובד וזמין ללקוחות שלנו. את כל הפעולות האלה אנחנו עושים כבר כמה חודשים על סמך ניסיון שאנחנו חווים בשטח. אמנם הנסיעות לחו"ל נסגרו, אבל בגלל התיק הגדול של מבוטחי דיזיידשילד שנמצאים ברילוקיישן אנחנו חווים מדי יום את מה שהם עוברים וכיצד צריך לטפל".

קצף מספר כי כבר היו לחברה מספר הטסות רפואיות של חולי קורונה ממקומות שבהן הטיפול הייעודי בחולי קורונה היה ברמה נמוכה. "למשל, חילצנו אנשים מאפריקה. הטסנו חולים אחרי אשפוז ממושך, חולים אחרי טיפול נמרץ מקורונה. הם יוצאים במצב גופני ירוד ביותר. אז הניסיון שנצבר בחצי השנה האחרונה מאפשר לנו לצאת לדרך בביטחון רב עם פתרונות שאנחנו מאוד גאים בהם ויכולים לעמוד מאחוריהם. אחרי שטיפלנו בלמעלה מאלף תרחישי קורונה, אנו יודעים להגיד בביטחון 'אנחנו מכסים קורונה'".

האם משבר הקורונה מייצר תובנות להתמודדות עם משברים בכלל או שמדובר באירוע נקודתי וייחודי?

"למשבר בסדר גודל כזה אין אח ורע. אז אם מדברים על טיפול של המערכת, אנחנו תרגלנו באופן שוטף מצב של מלחמה ושל אש ואת כל התרחישים הקלאסיים. היינו ערוכים מבעוד מועד לעבוד מהבית, אז המעבר היה מעבר חד ומהיר. החברה ערוכה לעבוד מהבית כמה זמן שצריך. למשרד מגיעים עשרות בודדים של עובדים ורוב העובדים עדיין עובדים מהבית. זה מבחינתנו המצב גם שנה קדימה עד שהגייף יהיה מאחורינו, כי אני לא רוצה שהעובדים שלי יידבקו. המשרד פתוח, אבל אין חובה להגיע.

"בהיבט המבצעי של הדברים, אין ספק שהמשבר הזה שונה והוא מחייב פתרונות שכפי שהסברתי, שקדנו עליהם חודשים ארוכים על מנת שיהיה לנו את מפרט השירות הרלוונטי - אם זה נושא של טלמדיסין, הטסות רפואיות ומעגלי כוח".

מהם מעגלי כוח?

"אתן דוגמה. חולה שהיה לנו בלונדון התקשר אלינו ואמר שהוא לא מרגיש טוב ויש לו הפרעות נשימה משמעותיות. לונדון הייתה בשיא המגפה באותה עת. הוא התקשר להזמין אמבולנס ואמרו לו שאין אמבולנס זמין, הוא התקשר לבית החולים ואמרו לו אל תגיע כי אין מקום. מה עושים כאשר כל עולם התשתיות מנותק ואי אפשר להשתמש בתשתית הקונבנציונלית? אז בלונדון יש לנו מעגלי כוח, שזה רשימת אנשים בעלי יכולות כמו רופאים או בעלי ציוד רפואי ואנחנו אומרים להם להגיע לחולה הזה ולבדוק כיצד הם עוזרים לו. במקרה הזה בלונדון לאחר שלוש שעות היה למטופל מכוונת הנשמה ורופא שטיפל בו במשך יומיים עד שבית החולים הסכים לקבל אותו. באותם ימים לדבר על מכוונת הנשמה זה היה כמו לדבר על היהלומים של המלכה. מעגלי כוח כאלו אנחנו מקימים כמעט בכל מדינה כך שבמקרה ויש צורך לעשות מבצעים שהם לא על פי משנה סדורה, יהיה לנו את הכוח לאלתר בשטח. בתקופת הקורונה יותר מתמיד.

"היה לנו חולה בניגריה שהיינו צריכים לפנות משם ושדה התעופה בניגריה היה סגור ואי אפשר היה להוציא אותו. יש לנו שם את אנשי הקשר שהלכו ודפקו על הדלתות הנכונות וקיבלנו

"הסוכנים, מן הסתם, יהיו המובילים בזירה של ביטוח הנסיעות לחו"ל כי אנחנו מבינים שזה הופך להיות אולי לביטוח הכי מסובך בתעשייה. לא תמצא פוליסת ביטוח אחת שיש בה כל כך הרבה אתגרים"

הפניקס DRIVE

לא נסעת - לא שילמת*

ההזדמנות שלך למכור ביטוח
רכב דיגיטלי מתקדם

ביטוח מקיף דינאמי:

משלמים לפי כמות הק"מ שנוסעים*



ביטוח מקיף וחובה בתכנית אחת הכוללת את כל הכיסויים והרחבות VIP



הוספת נהג מזדמן בלחיצת כפתור בכל זמן ומכל מקום באמצעות האפליקציה



חיסכון משמעותי בהוצאות התפעול על ידי פעולות עצמאיות של המבוטח



לקבלת מידע והצטרפות <

"החודשים הראשונים של מגפת הקורונה אילצו קבוצות ביטוח ופיננסים להתמודד עם מגוון אירועים והתפתחויות בקצב מהיר מאוד"

משנה למנכ"ל ומנהל חטיבת חיסכון ארוך טווח בכלל ביטוח ופיננסים מסביר כי רק גוף שהיה ערוך מראש באופן נכון הצליח לתת שירות מיטבי ומענה הולם לצרכי הלקוחות וכלל עשתה זאת באופן מעורר התפעלות

- בריאיון הוא מרחיב על התחומים בהם נדרשה החברה לעשות התאמות בצל המשבר, על התנהגות הלקוחות בתקופה הנוכחית ועל 'הפנסיה המבטיחה' - מוצר הדגל של החברה

מאת אילן פיש, מערכת עדיף



משה ארנסט. "כל יום הביא אתו התמודדות חדשה שנועדה להתחשב באופן מרבי בלקוחות"

משבר הקורונה חולל טלטלה כמעט בכל תחום עליו נחשוב, במיוחד בעולם הפיננסי על הנגזרות השונות שלו. עובדה זו גורמת לחששות בקרב בציבור, שעתידו הכלכלי נתון בידי אחרים, שאמונים להגן על כספי החוסכים והמשקיעים גם בתקופה מאתגרת כמו זו, שהפכה לחלק בלתי נפרד מאיתנו מזה כמה חודשים.

"זו תקופה של תנודות, המשבר עוד לא הסתיים. בעולם הפנסיה ובעולם ביטוחי המנהלים חשוב לחפש גוף עם ניסיון ארוך שנים בהשגת תשואות טובות, ושחווה בעבר משברים בשווקים ויודע לצלוח אותם. גוף שיועד להתמודד עם מצב משברי מורכב של עליות וירידות, ובעולם השירות - להעניק שירות איכותי, זמין ומתקדם. אלה הפרמטרים החשובים ביותר לדעתי, עוד לפני בדיקת גובה דמי הניהול", מסביר משה ארנסט, משנה למנכ"ל ומנהל חטיבת חיסכון ארוך טווח, בכלל ביטוח ופיננסים.

באשר לכלל ביטוח ופיננסים, הוא מציין: "החברה משתפרת משנה לשנה בשירות ושוברת שיאים. בשנה שעברה, זכינו בשירות במדד רשות שוק ההון ואני מעריך שגם השנה נהיה בין שלושת המקומות הראשונים. אנחנו נותנים שירות מצטיין ואיכותי, ולכך מצטרף ניהול השקעות מעולה באמצעות צוות ותיק ומנוסה שעבר את משבר 2008 ומשברים אחרים. מדובר על צוות מאוד מקצועי שיועד להתמודד עם משברים".

אפשר להשוות בין המשבר של 2008 למשבר הנוכחי?

"למרות השוני בגורמים למשבר, אני בהחלט רואה תופעות דומות. ב-2008 היו תחילה ירידות חדות בשוק ההון ובתשואות ובפער של רבעון אחד בלבד נרשמה עלייה פנומנלית. במשבר הנוכחי חודש מרץ היה קשה ביותר בשוק ההון, אבל עוד מעט אנחנו מכסים את כל הירידות". הבדל שארנסט רואה הוא במיקוד של היציאה במשבר. "במשבר הנוכחי הבנקים והמדינות נוקטים בצעדים מאוד משמעותיים, באופן מהיר יותר מאשר ב-2008. אם במשבר הקודם היה היסוס האם להציל בנקים או לא, עד כמה להתערב ולקח הרבה מאוד זמן עד שהבנקים המרכזיים התחילו להכתיב מדיניות לשווקים ולהזרים ביקושים לשווקים, במשבר הנוכחי הממשלות והבנקים המרכזיים נקטו בצעדים פיסקליים ובצעדים מוניטריים מאוד אגרסיביים, כדי למתן את השפעות המשבר".

על התמודדות שוק הביטוח, הפנסיה והפיננסים הוא מציין: "תקופת החודשים הראשונים של מגפת הקורונה אילצה קבוצות ביטוח ופיננסים להתמודד עם מגוון אירועים והתפתחויות בקצב מהיר מאוד. רק גוף שהיה ערוך מראש באופן נכון הצליח לתת שירות מיטבי ומענה הולם לצרכי הלקוחות".

"כל יום נחתה על שולחני סוגיה שלא הייתה קיימת יום לפני הופעת הקורונה"

הפעילות בתחום החיסכון ארוך הטווח הושפעה גם היא ממשבר הקורונה, לחיוב ולשלילה, כפי שעולה מדבריו של ארנסט. על הפן החיובי: "הקורונה דווקא מחדדת להרבה מאוד אנשים את הצורך במוצרי חיסכון ארוך טווח. היום לא צריך להסביר יותר מדי לאנשים, מדוע יש צורך

החג. למעשה, כל יום הביא אתו התמודדות חדשה שנועדה להתחשב באופן מרבי בלקוחות".

עם אילו מצבים נוספים התמודדתם?

"בתחום ההשקעות, אנשים חיפשו עם תחילת המשבר מסלולים סולידיים. הקמנו באופן מאוד מהיר מסלולים כאלה. למשל, בתחום הפנסיה הקמנו מסלול השקעות שקלי טווח קצר - סוג של פק"ם - גם בקרן המקיפה וגם בקרן המשלימה", ציין. הצורך בהתאמות גם חייב לעיתים סוג של יציאה מהקופסה. "המסלול העיקרי שהפנסיונר נכנס אליו היום הוא מסלול שיש בו 40% מניות", מדגיש ארנסט ומעלה את השאלות המתבקשות ומסביר: "אז מדוע פנסיונר נכנס למסלול כזה, הרי מקובל שככל שהגיל עולה צריך להיכנס למסלול עם סיכון יותר נמוך. מדוע דווקא בגיל 67 אנחנו מציעים לו מסלול עם סיכון מוגבר? כי מודל החישוב הרגולטורי שבני כרגע לפנסיונרים הוא מודל, שאם הכסף הצבור כנגד ההתחייבות לפנסיונר לא משיג תשואה בסדרי גודל של 4%, הקצבה שלו תרד מחדש לחדש ולכן התוצאה היא שפנסיונר, שרוצה לשמור על הקצבה שלו באותו סכום, נאלץ לקחת סיכון שניב בממוצע סדר גודל של 4%. אם הוא לא משקיע במסלול כזה, אלא למשל במסלול שיש בו אפס אחוז מניות, בהגדרה של התשואה שקיימת היום בשוק על איגרות החוב, של אחוז או חצי אחוז, אפילו של שני אחוז, אז גם באג"חים לטווח של עשר-עשרים-שלושים שנה לא מגיעים לתשואה של ה-4% האלו. בהגדרה הפנסיונר גוזר על עצמו מראש שהוא יורד בקצבה החדשית שלו מדי חודש והוא ימשיך להידרדר".

כיצד מגיבים הלקוחות בגיל פנסיה למסלול מניות 40%?

"בדרך כלל רוב הלקוחות בוחרים במסלול שיש בו 40% מניות, אבל היו לקוחות בעת המשבר שרצו מסלול יותר סולידי, אז פתחנו מסלול עם 20% נכסי סיכון ולא עם 40%. היו הרבה מאוד דברים איתם התמודדנו כתוצאה ממגפת הקורונה. דוגמה נוספת היא למשל, לקוחות שהיו להם אצלנו מיליון שקלים בגמל או בהשתלמות או בכל מוצר אחר, ולקחו הלוואה של 800 אלף שקלים. ביתיים, בחודש מרץ תיק ההשקעות שהיה מנייתי ירד ב-20% וגם תיקים סולידיים יותר ירדו באופן משמעותי. נוצר מצב שסכום ההלוואה גדול מסכום הנכס שיש לו אצלנו. היו התמודדויות ועדיין יש התמודדויות לא פשוטות, ולכל אחד מהמקרים מצאנו פתרון והתחשבות מושכלת, כדי שהלקוחות בסופו של דבר יצליחו לשמר את המוצר, לעמוד בתשלומים שלהם, והכי חשוב ייצאו בתחושה שכלל ביטוח ופיננסים עמדה לימנם, במצב של משבר".

"ירידה בסדר גודל של 10% מההפקדות בשוק"

לאחרונה פורסם מחקר לפיו רוב הציבור לא קורא את הדוחות הפנסיוניים, ואלה שקוראים לא תמיד מבינים אותם. האם המשבר שינה את המודעות של החוסכים?

"אני חושב שמי קורא - מבין אחרי כל השינויים בדוח השנתי שעשה משרד האוצר, שחייב לכלול בדוח השנתי הפנימי לתשומת לב ("בוועיות"), שהחברות מחויבות לכלול בדוח, כמו למשל ציון דמי הניהול המשולמים על ידי הלקוח ובצד דמי הניהול הממוצעים בקרן הפנסיה המשולמים במשק. לדעת, היום יותר קשה לומר שאנשים שקוראים את הדוח לא מבינים אותו.

"בנוסף, אנו רואים כי בהרבה משקי בית, כנראה, אחד מבני הזוג קורא את הדוח עבור שני בני הזוג. לכן כאשר עושים מחקר שכזה, אולי נכון יותר לבחון זאת ברמת משק בית ולא לקוח בודד. מהניסיון שלי בתחום, לרוב בן זוג אחד לא מוכן לקרוא את דוחות בעניין פוליסות של ביטוח מוות ואובדן כושר עבודה מכניסות אותו לתחושות לא נעימות, ואילו בן הזוג השני כן מתעניין ורוצה לבחון ולהשוות מחירים ודמי ניהול. תמיד יהיו אנשים שיקראו ויהיו אנשים שלא יקראו. אני לא חושב שהמשבר שינה את זה באופן משמעותי, אבל אולי הקורונה גרמה לכך שלאנשים יש יותר זמן להתעסק עם דברים שקודם לכן היו דוחים את הטיפול בהם".

כיצד ההחלטה של המדינה להאריך את הריסק הזמני ל-12 חודשים השפיעה על הקרנות לאחר שהפקדות נעצרו לתקופה ארוכה?

"בסך הכל, רוב הכספים שמגיעים לקרנות הפנסיה וביטוחי מנהלים, נותרו כפי שהיו. בשוק מדברים על ירידה בסדר גודל של 10% מההפקדות. כך ש-90% מהכספים מגיעים כסדרם. גם אם משרד האוצר לא היה מאריך מחמישה חודשים ל-12 חודשים, התוצאה לא הייתה שונה באופן דרמטי.

"יש שתי סוגיות, של אנשים בחל"ת ושל אנשים שחלה אצלם ירידת שכר. אצל אלה שבחל"ת, האוצר שינה את ברירת המחלל בגלל הקורונה. הרי עד היום אדם יכול היה להיות בריסק זמני

"יכולנו לומר לכל אלה שהצבירה שלהם ירדה שבהתאם למודל הפנסיה המבטיחה' אנחנו מעלים את דמי הניהול, כי המנגנון הוא דו כיווני. אולם, למרות שיש לנו זכות משפטית להעלות את דמי הניהול, בחרנו שלא לעשות זאת בזמן הקורונה ושמרנו על גובה דמי הניהול למרות שהצבירות ירדו"

בביטוח ריסק מוות כאשר משתוללת מגפת קורונה. המגפה תופסת אנשים מבוגרים, אבל היא תופסת, לצערנו, גם אנשים יותר צעירים. אותו כנ"ל, גם לגבי פוליסות בריאות ופוליסות אובדן כושר עבודה - היום כל אחד מבין שהיא יכול להיכנס למצב של אובדן כושר עבודה. "גם הצורך בעולם המספק הגנה פנסיונית בהיבט של ניהול נכון של החיסכון התחדד, לדוגמה: במצב של אבטלה, האדם נדרש לכספי הפיצויים שמעסיקו הפריש עבורו - והצפייה שלו שעד שהוא ימושך אותם, הם יהיו מושקעים באופן המיטבי ועל ידי הגוף המקצועי ביותר".

באשר לקשיים: "בצדו השני של המטבע, קשה הרבה יותר לקיים מפגשים עם לקוחות ועם מעסיקים, ובצדק, חלק מהמעסיקים לא מאפשרים כניסה של אנשים זרים למתחם העבודה שלהם, ואם סוכן או נציג מכירות היה בעבר נכנס ומגיע ליום שלם במפעל כזה או אחר, היום בהרבה מקומות הוא נדרש לעשות את זה או בשיחת טלפון או בשיחת זום - וזה, מטבע הדברים, מקשה. כולנו לומדים לעבוד בזום עם הלקוחות ולא להיפגש פרונטלית".

ארנסט מציין קושי נוסף: "כאשר אחוזים גבוהים נמצאים בחל"ת או מפוטרים, למרות שהצורך מתבהר להם, החששות והצרכים הקיומיים והדאגה מתי הם יחזרו למעגל העבודה, מקשה עליהם לקבל החלטות לרכישת מוצרים. זה מגביר את הקושי של המכירה, כאשר גם לאותם לקוחות שנמצאים מחוץ למעגל העבודה, בתקופה הזו יש ירידה בהכנסות".

כיצד אתם פועלים עם שני קצוות כאלה?

"אנחנו מצליחים גם בעולם הזה בזכות הסוכנים שהתאימו את עצמם למציאות החדשה, להגיע ללקוחות, למכור להם ולהמשיך את תהליך המכירה בצורה מאוד איכותית".

סוגיות שלא היו קיימות לפני המשבר

משבר הקורונה הציף בעיות ואתגרים שלא היו ידועים לפני כן, או שתדירותם הייתה נמוכה. כך שהדבר חייב התאמות מהירות למצב משתנה, לעיתים בתדירות גבוהה.

"משבר הקורונה יצר הרבה מאוד סוגיות. כל יום נחתה על שולחני סוגיה שלא הייתה קיימת יום לפני הופעת הקורונה, ובטח שלא בעוצמה הזו", מציין ארנסט ומפרט על התחומים השונים בהם נדרשה החברה לשינויים ולהתאמות. לדבריו, הפידבקים שהחברה קיבלה מהלקוחות היו מצוינים. כלל ביטוח ופיננסים נתנה מענה מהיר להמון סוגיות שהוצפו על ידי סוכנים, מעסיקים ולקוחות. בין התחומים שדרשו מכלל ביטוח שינויים והתאמות היה צורך בהקלות בתשלומים שוטפים. "לקוחות התקשו בתשלום, למשל של פוליסת ריסק. הלקוחות אמורים לשלם סכום מסוים מדי חודש, אבל כשהם ללא עבודה אין באפשרותם לשלם את כל הסכום. לאותם אנשים נתנו מתווה הנחות לחודשים בודדים, כדי שיוכלו לעבור את התקופה שבה הם אינם עובדים וכאשר הם יחזרו לעבודה, המחיר יחזור למחיר המקורי.

"התמודדנו גם עם מצבים שונים שקשורים לתשלומים שוטפים של הלוואות. נתנו אורכות תשלומים, למי שנמצא בחוסר עבודה והוא מתקשה לפרוע את ההלוואה. איפשרנו ללווים לא לשלם במשך מספר חודשים, ופרסנו להם מחדש את ההלוואה מתום תקופת הדחיה. במקביל, גם הארכנו תקופות של הלוואות ופרסנו אותן ליותר שנים".

התמודדות נוספת הייתה קשורה לחיסכון ולביטוחים של עובדים שהוצאו לחל"ת. ארנסט: "המעסיקים חיפשו פתרונות, ועוד לפני שהאוצר פרסם ביולי את הפתרונות שלו לעובדים שהוצאו לחל"ת, נתנו כיסוי חנינם למשך שלושה חודשים בגין ריסק ובגין אובדן כושר עבודה לכל לקוחות כלל ביטוחי מנהלים, שיש להם מרכיב של אובדן כושר עבודה וריסק, שהמעסיק הפסיק להפקיד בגינם. ההטבה הזו שווה הרבה מאוד מיליונים. זה היה ממש לתת ביטוח מתנה על חשבון כלל ביטוח ופיננסים, לכל האנשים שהמעסיק דיווח לנו שהם נמצאים בחל"ת בחודשים אפריל, מאי ויוני.

"בנוסף, בערב פסח, הקדמנו את תשלומי הקצבאות כדי שלקוחות יקבלו את קצבתם לפני

"הקורונה דווקא מחדדת להרבה מאוד אנשים את הצורך במוצרי חיסכון ארוך טווח. היום לא צריך להסביר יותר מדי לאנשים, מדוע יש צורך בביטוח ריסק מוות כאשר משתוללת מגפה. גם לגבי פוליסות בריאות ופוליסות אובדן כושר עבודה. התחדד גם הצורך בעולם המספק הגנה פנסיונית בהיבט של ניהול נכון של החיסכון"

למשך 5 חודשים ובתום תקופה זו היו מציעים לו לרכוש עד 19 חודשים נוספים. הוא יכול היה מבלי לעבוד להגיע ל-24 חודשים ולהיות מכוסה בכיסויים ביטוחיים.

"השינוי בבירור המחדל הוא שבמקום שהאדם יעשה פעולה אקטיבית ויבקש להאריך את תקופת הריסק הזמני ל-12 חודשים - אם הוא לא הודיע אחרת, אנחנו באופן אוטומטי נאריך את התקופה. במובן הזה, מדובר על שיפור טכני של התהליך. במקום שהלקוח יפנה ויבקש הארכה, החברה פונה אליו ומודיעה לו שהתקופה הוארכה. אם הוא לא רוצה, עליו להודיע. השינוי הוא משמעותי במובן שאנשים לא תמיד זוכרים לפנות והם לא מודעים לכל מה שהם צריכים לעשות.

"הסוג השני הם אלה שהשכר שלהם ירד בשיעור משמעותי. לאוכלוסייה הזו האוצר נתן פתרון לפיו הם יוכלו להפקיד בגין השכר שהם מקבלים, ובמקביל גם לבצע השלמה לרכישת כיסויים ביטוחיים על פער השכר, שלא בוצעו הפקדות בגינו באמצעות גביה מתוך הצבירה או באמצעות תשלום אישי בכרטיס אשראי. אז יש פתרון לסוגים שונים של אוכלוסיות, אבל כאמור, כל הירידות בהפקדות הן בסדר גודל בשוק של 10%, וזה כולל הן את אלו שהקטינו את ההפקדה והן את אלו שבכלל לא מפקידים."

"בעולם הפנסיה אנחנו נמצאים בצמיחה משמעותית"

מנהל חטיבת חיסכון ארוך טווח בכלל ביטוח מתעכב בריאיון על הטבה נוספת שניתנה בתקופת הקורונה ומתייחסת למוצר "פנסיה מבטיחה" של החברה. מדובר על מוצר שכלל שהצבירה בו עולה, דמי הניהול יורדים באופן אוטומטי. "זה מוצר שהוא בעצם הפוך מכל מוצר שקיים היום בשוק בישראל" מציין ארנסט ומרחיב: "בישראל אתה מחויב לתת הבטחה של גובה דמי הניהול לחמש שנים. בתום חמש שנים הסתיימה תקופת ההתחייבות של הגוף המוסדי והלקוח שכח מכך. בתום אותן חמש שנים הוא מקבל, בהתאם להוראות הרגולציה, מכתב ושתי הודעות SMS על כך שתמה תקופת ההטבה ודמי הניהול עלו לשיעור אחר. עד שהלקוח יטפל בזה, אם הוא יזכור לטפל בזה, הגוף המוסדי יחזיר לעצמו בשנה השישית הרבה מאוד מדמי הניהול שניתנו כהטבה והקלה.

"בפנסיה מבטיחה כלל ביטוח ופיננסים שולחת מכתב ללקוח ומודיעה לו שבהתאם להתחייבות מראש, בעקבות כך שהצבירה גדלה ונחצה הרף של 100 אלף שקלים בוצעה הורדה של דמי הניהול. אם גם הייתה תשואה חיובית במהלך השנה והוא הפקיד כסף נוסף וחצה רף נוסף של צבירה, לדוגמה של 200 אלף שקלים - שוב נשלח ללקוח מכתב שמבשר על ירידה נוספת בדמי הניהול. הכיוון של המכתב מתהפך!"

מה עשיתם בקשר לדמי הניהול בתקופת משבר הקורונה אלאה שהצבירות שלהם ירדו?

"בקורונה ירדו הצבירות של כל העמיתים במשק, לא רק של כלל ביטוח ופיננסים, בשיעור ממוצע של 10% בחודש מרץ. יכולנו לומר לכל אלה שהצבירה שלהם ירדה שבהתאם למודל הפנסיה המבטיחה אנחנו מעלים את דמי הניהול. כי המנגנון הוא דו כיווני. אולם, למרות שיש לנו זכות משפטית להעלות את דמי הניהול, בחרנו שלא לעשות זאת בזמן הקורונה ושמרנו על גובה דמי הניהול למרות שהצבירות ירדו."

כיצד אתה רואה את מצבה של כלל ביטוח ופיננסים בעולם הפנסיוני?

"בעולם הפנסיה אנחנו נמצאים בצמיחה משמעותית, שנובעת מהשקת הפנסיה המבטיחה - מוצר שהלקוחות מאוד אוהבים. הוא נתפס בעיניהם גם כחדשני וגם כהגון."

ארנסט מגלה כי המוצר עורר חששות בתוך החברה: "היו מי שאמרו בתוך החברה, שהתחייבויות שניתנו בעבר לשנים רבות היו התחייבויות מסוכנות ששילמנו עליהן מחיר כבד. מדוע מחיר כבד? כי תחשוב שנתנו התחייבות לפני 30-40 שנה לפוליסות מתחייבות תשואה, היום אנחנו

מפסידים עליהן הרבה. לפני 20-30--40 שנים נתנו התחייבות למקדמי תוחלת חיים למקבלי קצבה. הערכנו שאדם יחיה 15 שנים מגיל פרישה, אבל עכשיו עם התארכות תוחלת החיים הוא חי 20 שנים מגיל פרישה. אנחנו מפסידים על זה הרבה כסף. לכן עלתה שאלה מה יקרה אם בעוד 15 שנים הרגולטור יחייב לעשות פעולה מסוימת שתיטיב מדי שנה עם כל הלקוחות ותגרום לחברה הוצאה נוספת - אז כל המודל הכלכלי שנבנה סביב הפנסיה המבטיחה יכול לקרוס, כי לא נצפתה ההוצאה שתתווסף מדי שנה, כלומר שבעתיד תהייה הוצאות שלא צפינו אותם כאשר התחייבנו למבוטח לכל החיים".

אז מדוע בכל זאת יצאתם עם המוצר?

"אנחנו מאוד מאמינים במוצר על אף הסיכון עבורנו. זה מוצר WIN-WIN. המבוטח מקבל התחייבות לכל החיים, מבלי שהוא יצטרך מדי תקופה להתקשר לחברה המנהלת, כדי לבקש הנחה בדמי הניהול ושלא יעלו, והוא גם לא צריך לחפש את הדוח השנתי ולהשוות כל הזמן בין גופים. אצל הרוב המוחלט הצבירה עולה עם השנים ויש גם רווח מהתשואות, כך שדמי הניהול יורדים. הציבור מאוד מעריך את זה. מצד שני, אנחנו מקבלים לקוח נאמן יותר, שמחזיק את המוצר לאורך שנים ארוכות יותר."

"הגנה של 360 מעלות ללקוח"

"פנסיה מבטיחה יכולה לעמוד כמוצר עצמאי, אבל ארנסט מסביר כי כלל ביטוח ופיננסים חיברה אותה לתוך חבילה שנקראת 'הגנה מבטיחה'. "זו חבילה שנותנת הגנה של 360 מעלות ללקוח. מצד אחד אנחנו מוכרים קרן פנסיה מבטיחה, ואנחנו מוסיפים את 'פוליסת המטריה' של כלל ביטוח ופיננסים שהיא ייחודית. היא לא רק הזולה והמקיפה בשוק, היא גם לא מפסיקה לשלם אם יש תשלום כלשהו מקרן הפנסיה, כמו חלק מהפוליסות של חברות אחרות."

במה מתבטא השוני העיקרי?

"פוליסת מטריה נועדה להגן על החוסך בנושאים שקרן הפנסיה לא מכסה. למשל, רופא מנתח שאצבע שלו נשברה. הוא יכול להמשיך לתת ייעוץ כרופא, אבל הוא לא יכול לנתח. אם באופן רגיל הוא נתן 50% מזמנו ייעוץ כרופא ו-50% מהזמן הוא ניתח, כאשר הוא נפגע באצבע הכיסוי בקרן הפנסיה למנתח מכסה עיסוק סביר, ועיסוק סביר זה להיות רופא. אם נשברה לו האצבע, קרן הפנסיה תגיד לו שהוא יכול להיות רופא שעוסק ביעוץ רפואי 100% מזמנו. המטריה נותנת לו את הכיסוי הספציפי לעיסוק שהיה רגע לפני אובדן כושר עבודה. היא משלימה את מה שקרן הפנסיה לא תשלם.

"יש למטריה פרק נוסף של תקופת אכשרה. לקרן הפנסיה יש חמש שנים תקופת אכשרה. אדם שנכנס לקרן פנסיה והוא חולה במחלה מסוימת, הוא לא מכוסה עליה במשך חמש שנים. אם אדם יודע שיש לו בעיות או חושש שיש לו בעיות, הוא יכול להצטרף למטריה ולקבל כיסוי גם בחמש השנים, שקרן הפנסיה לא מכסה אותו."

צינית שפוליסת מטריה לא מתבטלת. למה הכוונה?

"המטריה של כלל ביטוח ופיננסים נותנת כיסוי מאוד רחב. בחלק מהחברות האחרות, ברגע שקרן פנסיה שילמה סכום מסוים, המטריה לא משלמת מעבר לכך. המטריה של כלל נותנת את הפרש מהסכום שקרן הפנסיה שילמה וכיסוי מאוד רחב עד לגובה משכורת של 80 אלף שקלים, ובפועל זהו הרכיב השני בהגנה מבטיחה."

הרכיב השלישי עליו מדבר ארנסט הוא פוליסת ריסק מוות. "כאשר אבי המשפחה נפטר, או אם המשפחה נפטרה, יש בקרן הפנסיה קצבת שארים. הילדים ובני הזוג יקבלו קצבה. אבל לעיתים יש הוצאות חד פעמיות שקרן הפנסיה לא יודעת להתמודד איתן. במסגרת פוליסה זו יינתן למשפחה, סכום חד פעמי, בעת מקרה מוות של אחד משני ההורים."

"בכלל ביטוח ופיננסים יש גם תוספת לפוליסה הזו למקרה שאדם נכנס למצב של אובדן כושר עבודה", מציין ארנסט, ומפרט: "במקרה כזה אנחנו משחררים אותו גם מתשלום פרמיית הריסק. הטבה זו חשובה, כי כאשר אנשים נכנסים למצב של אובדן כושר עבודה הם נוטים לבטל, בשל הקושי הכלכלי אליו נקלעו, את כל הביטוחים. למעשה, הם מבטלים ביטוחים דווקא כאשר הסיכוי שלהם חלילה למוות עולה. לכן, במצב של אובדן כושר עבודה, אנחנו, כאמור, משחררים אותו מתשלום פרמיית הריסק."

ארנסט מסכם: "קרן פנסיה מקיפה בשילוב עם פוליסת מטריה, פוליסת ריסק ושחרור מפוליסת ריסק - נותנת יחד הגנה מבטיחה. זו החבילה הרחבה ביותר שקיימת בשוק והיא מוצעת לציבור במחירים מאוד אטרקטיביים. מוצר זה זוכה להצלחה בקרב הסוכנים והלקוחות. במקביל, אנחנו פועלים נמרצות גם בהיבט של ביטוח מנהלים, הציפייה שלנו שמוצר ביטוח ישוב להיות רלוונטי, כיוון שהוא מגלם בתוכו תועלות רבות ללקוח."



שירביט מתחדשת במוצרים חדשים



בצטרכו אבטחדלות ואבצאחבו!

"שוק הביטוח הכללי, ודאי בתקופת הקורונה, קטן, אבל יש עדיין הזדמנויות למימוש

משנה למנכ"ל מגדל ומנהל חטיבת ביטוח כללי בחברה מתייחס בריאיון ראשון מאז מינויו לשינויים הארגונים במגדל ובמיוחד בחטיבה אותה הוא מנהל, מתחייב שהחברה תמשיך לחבק את הסוכנים ומשוכנע כי אם יהיה מדד קורונה לטיפול בעסקים החברה תהיה בפער גדול חיובי מהמתחרות • וגם: כיצד משפיעים המאבקים בחברת האחזקות על אנשי המקצוע?

מאת רועי ויינברגר, מערכת עדיף

לבין העסקים הגדולים. יש לציין כי למגדל קיימת פעילות עסקית ענפה במיוחד בתחום העסקים הגדולים והבינלאומיים, פעילות מורכבת ומעניינת מאוד. לניהול של שלושת התחומים החדשות, מינה נחום שלוש מנהלות חדשות. "מנהלת המטה החדשה היא יפעת פז שהגיעה מכלל ביטוח, שם היא ניהלה את המוקדים וכן פעילויות נוספות. מנהלת תחום פרט היא אתי לובטון, שמביאה עימה ידע וניסיון רב ומנהלת התחום העסקי היא אדוה שלנגר מאירי שמרכזת את כל הפעילות כולל את סיקור העסקים, המחלקה ההנדסית והמחלקה הימית. המבנה החדש נועד לשרת את הצרכים שלנו, וכבר ניתן לראות תחילתן של תוצאות חיוביות".

"להיכנס לתפקיד חדש בתקופת קורונה זה אתגר אמיתי. בימים הראשונים שלי במגדל רוב העובדים היו בבית. אלו היו ימים בהם שררה ודאות גדולה מאוד", כך מתאר שלומי נחום, משנה למנכ"ל מגדל ומנהל חטיבת ביטוח כללי בחברה, את תחילת עבודתו בחברה, ימים שהיו כמעט חופפים לפרוץ מגפת הקורונה.

נחום הגיע למגדל אחרי שנת בה כיהן כמנכ"ל שירביט, בה עמד מאחורי לא מעט שינויים שהביאו את החברה אף לזכות במקום הראשון במדד השירות של לשכת סוכני הביטוח. למרות זאת, הוא החליט להגיע למגדל בתום אותה שנה. "הגעתי למגדל מכמה סיבות. ראשית, מגדל היא חברת סוכנים וגם בשירביט פיתחתי מאוד את השירות לסוכנים. מגדל היא חברה שמחבקת סוכנים והיה לי אף טבעי להגיע וליישם פה את האג'נדות שלי. כבר מהשיחה הראשונה עם המנכ"ל, רן עוז, הבנתי שהחברה בדרך לשינוי מהותי ומעניין. אני עוקב אחרי מגדל לאורך השנים. זו חברה שעברה לא מעט תהפוכות. מהרגע שרן הגיע מתחילים לראות את השינוי שהחברה עוברת עם הנהלה חדשה הכוללת אנשי מקצוע מהשורה הראשונה בתעשייה, כל אחד בתחומו, ויותר חשוב - אנחנו מרגישים צוות ועובדים כצוות", מסביר מנהל הביטוח הכללי.

"בימים אלו אנחנו מגבשים את האסטרטגיה שלנו, תהליך שלא נעשה במגדל הרבה מאוד שנים ומאוד יפה לראות שאנחנו, חברי הנהלה ובראשם מנהלי החטיבות - בונים את האסטרטגיה ולא באמצעות גורם חיצוני שמייבא את תפיסת עולמו. אנחנו מבינים את הצרכים ובונים על פיהם כצוות את המדיניות. זה מאוד מאפיין את מגדל החדשה כיחידה אחת מלוכדת עם פעילות עסקית מאוד גדולה ומשמעותית בכל אחד מהתחומים, חברה שלא עוסקת בסיסמאות. זה מאוד יפה לדבר על מובילות ושינוי, אבל בסוף צריך להפוך את הדיבורים למעשים ורן הוא מנכ"ל מאוד פרקטי גם בהיבט זה. כשמדברים על להיות חברה מובילה מבינים בדיוק מה הוא רוצה ומה נדרש לעשות", אומר נחום.

בחודשים האחרונים חטיבת הביטוח הכללי של מגדל עברה שינוי ארגוני משמעותי. מדוע?
"הגעתי לחטיבה שבהרבה מאוד מובנים הזמן עמד בה מלכת. ההחלטה הראשונה שקיבלתי הייתה להתאים את המבנה הארגוני של החטיבה לצרכים של ערוץ ההפצה שלנו - הסוכנים ולקוח הקצה. המבנה הארגוני היה מבוזר שלא עונה לצרכים ומותאם ליישום האתגרים.

"למעשה ארגנתי את החטיבה מחדש, תוך חלוקה לשלושה תחומים עיקריים. התחום הראשון הוא המטה שתומך בפעילות החטיבה, קרי - התחומים השונים והשטח. התחום מנהל את הטכנולוגיה, את המידע העסקי, את החיתום הראשי, את פיתוח המוצרים, את ספקי השירות וכדומה. תחום המטה, יחד איתנו, בנה את המדיניות העסקית והמיקוד העסקי של החטיבה והוא מתכלל את כל הפרויקטים שאנחנו רוצים להוציא לפועל וכן פרויקטים רוחביים שאנחנו מניעים במקביל דוגמת הסטת פעילות לדיגיטל, טיוב מידעי לקוחות וכדומה.

"לצדו הוקמו תחומים מקצועיים מתמחים - אחד בתחום הפרט, האחראי על פעילות הרכב והדירה, והשני עסקי האחראי על כל הפעילות העסקית. גם כאן, לראשונה, ריכזתי את כל הפעילות העסקית לתחום אחד, מאחר ועד כה הייתה הפרדה בין העסקים הקטנים והבינוניים



שלומי נחום. "הארגון במבנה החדש שלו מאפשר הנעה הרבה יותר טובה של המדיניות העסקית" | צילום: סיון פרג'

דיברת על בניית מדיניות עסקית חדשה. מה היא כוללת?

"המשמעות של מדיניות עסקית מבחינתי היא באילו תחומים אנחנו רוצים להתמקד, באיזה סגמנטים אנחנו רוצים להיות יותר תחרותיים, וגם לזהות את התחומים שלא יובילו אותנו לאן שאנחנו רוצים. זה אחד השינויים היותר משמעותיים בחטיבה - לעבור מתפיסה של מכירות נטו לתפיסה של מכירות רווחיות.

"תפיסה של מכירות רווחיות זו תורה שלמה - זה להבין באילו עסקים אתה יודע להציע מוצרים מצוינים ולייצר רווחיות, ובאיזה מוצרים לא כדאי לשווק כלל או לצמצם בהם פעילות למינימום. התפיסה הזו חוצה את כל החטיבה. היום, כשאנחנו מדברים עם סוכנים, ברוקרים או יועצים, כולנו מדברים בשפה אחת. כולנו מבינים ומסבירים את המדיניות והמיקוד העסקיים שלנו. גם השטח עובר אצלנו שינוי וגם הוא צריך לדעת ולהתחבר למדיניות העסקית. לדוגמה, בתחום הפרט נציע בקרוב שלושה מסלולים, חלקם חדשים, חלקם משודרגים. אנחנו כבר מציעים את מגדל ומגדל על' המשודרג, ובקרוב יהיה לנו גם את 'מגדל לייט', שייתן מענה לסוכנים לפי הצרכים שלהם במצבים השונים.

"כידוע, חלק מהמוצרים מתאימים לכל הלקוחות, חלקם מוצרים פרימיום יותר ממוקדים וחלקם מוצרי לואו קוסט. 'מגדל לייט' זה מוצר לואו קוסט שאמור לתת מענה לסוכן במקרים שבהם מה שחשוב ללקוח הוא המחיר, ורק המחיר. אנחנו נציע מחיר מוזל באופן משמעותי ואז הסוכן יכול לבחור יחד עם הלקוח ובהתאם ליהנות מכיסויים והרחבות ועמלה בהתאם למוצרים. כך אנחנו מגוונים את המוצרים שלנו ומאפשרים לסוכנים לנהל את המכירות שלהם בצורה הרבה יותר נכונה."

את מי יותר קל להזיז לקראת דרכי עבודה חדשים - את ההנהלה או את הסוכנים?

"שאלה מצוינת. אם לא תצליח להעביר את השינוי התפיסתי בהנהלה שלך, יהיה לך קשה מאוד ליישם אותו בקרב הסוכנים. האתגר הגדול ביותר הוא להביא את כולם לדבר בשפה אחת, זהו אתגר יום-יומי. בארגון שעובד בצורה מסוימת כל כך הרבה שנים לא פשוט לעשות סוויץ' של 180 מעלות. אבל מגדל היא לא חברה שנכנסת להתגוננות. זה סוויץ' שאומר שאנחנו מטרטרים את המוצרים שאנחנו רוצים למכור, הופכים להיות אטרקטיביים במוצרים האלו ואותם אנחנו משווקים ביתר, כדי לייצר רווחיות, בעוד שבשאר המוצרים אנחנו הופכים להיות סלקטיביים.

"זה שינוי שהוא לא פשוט כי עד היום היו למגדל את כל המוצרים על המדף והסוכנים יכלו לשווק אצלנו כמעט כל ביטוח שהם רצו. זו תפיסה שהיא נהדרת מבחינת הסוכן, אבל מבחינת החברה פחות מאחר והיא לא משרתת את התוצאות העסקיות שלנו. האמירה החדשה והממוקדת שלנו היא שבחלק מהפעילות אנחנו מעוניינים לקנות את הסיכון בתנאים מאוד מסוימים ובחלק אנחנו לא מעוניינים כלל. אנחנו מחתמים באופן הרבה יותר יסודי את העסקים ובהתאם בעסקים מסוימים אנחנו רוצים להיות מאוד אטרקטיביים. זו עבודת תשתית מאוד גדולה שאנו עושים - בתחום הרכב, הדירות והעסקים."

כיצד זה בא לידי ביטוי?

"בתחום הדירות נעלה בקרוב עם מוצר חדש לגמרי, מותאם צרכים ומביא לידי ביטוי את העלות מול הסיכונים. היכן שנראה את הסיכון נמוך, אנחנו נהיה הרבה יותר נוכחים, ובמקומות שהסיכון יותר גבוה נתמחר אותו בהתאם.

"לדוגמה, היה לנו מוצר ערך קרקע מורחב מאוד, אבל גם יקר מאוד, בזמן שהצורך בשוק הוא לכיסוי ערך קרקע נגד רעידת אדמה ואש, ולא כנגד כל הסיכונים. זו למשל התאמה שעשינו במוצר החדש, כשהולנו אותו משמעותית והתאמנו אותו למה שהשוק צורך. אנחנו נצא עם תמחור מאוד אטרקטיבי שיאפשר לסוכנים לשווק את המוצר הזה בצורה טובה יותר.

"בכוונתנו גם לקדם את כיסוי נזקי המים עם שרברב הסדר. אנחנו עובדים היום עם חברת ניהול אחת ומתכוונים להכניס חברת ניהול נוספת. כל סוכן שימכור ביטוח נזקי מים עם שרברב הסדר יזכה להטבות נוספות. אגב הטבות משמעותיות, אלו יהיו הטבות עם ערך מוסף אמיתי, שעולה כסף, לא גימיקים."

עד עכשיו דיברת על השינויים בתוך החטיבה, אבל מגדל עברה בשנה האחרונה שינויים מרחיקי לכת גם בחטיבות אחרות, ובכלל במבנה הארגוני, תוך צמצום משמעותי במספר חברי ההנהלה. כיצד זה בא לידי ביטוי ביחסים בין החטיבות השונות?

"אחת מהחוזקות של מגדל החדשה, עם ההנהלה החדשה, היא שיתוף פעולה הדוק בין החטיבות. אנחנו מדברים ונפגשים הרבה מאוד. הזכרת את המבנה הארגוני החדש, אז אכן ישנן חמש יחידות קווי עסקים ושתי יחידות תומכות. כשאתה מנהל קו עסקים בתפיסה החדשה, אתה מנהל את כולו - מהחיתום, דרך הגבייה ועד לתביעות. זו דרך העבודה לא רק אצלי אלא בכל קווי המוצרים, שבמקביל עובדים בסניגריה מלאה עם חטיבת הלקוחות, אותה מנהל ליאור רביב, והיא אחראית להוציא אל הפועל את המדיניות העסקית. המידע שעובר בין החטיבות עובר מהר, בנינו שגרות ניהול מאוד טובות בינינו כדי שהדברים יעבדו ושינויים משמעותיים יעברו בסנכרון מלא.

"שדרוג המוצרים והתוספות כבר מוטמעים בשטח בצורה מאוד טובה כתוצאה משיבות משותפות שם המידע זורם ושם עושים את ההתאמות יחד עם יחידת החדשנות שלנו, יחידת השיווק, פניות ציבור ויחסי ציבור. המידע זורם בין כל היחידות וכשהוא יוצא החוצה כולם מעודכנים וערוכים להתמודד עם השינוי והמשמעות שלו, עם דף מסרים מאוד מסודר.

"לתחושת, הארגון במבנה החדש שלו מאפשר הנעה הרבה יותר טובה של המדיניות העסקית, כאשר יש הבנה טובה מאוד של חברי ההנהלה לצרכים של היחידות השונות. זה לא מובן מאליו. כשאני מדבר עם מנהל הכספים, הוא לא בקו העסקי שלי, הוא מבין את הצרכים שלי ואת האתגרים שלי, ובשיח כזה הרבה יותר קל ליישם שינוי ולהעביר מהלכים כבדים ומשמעותיים. זו מהות השינוי שהחברה עוברת.

"במקביל, אנחנו עובדים לפחות על מוצר נוסף משמעותי יחד עם חטיבת ההשקעות, מוצר מאוד מעניין שבו ניתן גם כיסוי ביטוחי וגם כיסוי השקעתי. אלו דברים שלא היו כאן קודם והיום יש צוות של ביטוח כללי, השקעות ואסטרטגיה שיושב יחד ובונה מוצר אחוד. אגב לפני כמה שבועות יצאנו עם מוצר אחוד לביטוח חיים ומבנה. לא בכדי הוא עלה לאוויר עכשיו, כי יש סינרגיה מאוד טובה בין יחידות קווי המוצרים וחטיבת הלקוחות.

"שיתוף הפעולה בא לידי ביטוי גם בסניגריה עם חטיבת הטכנולוגיה. הקורונה שינתה סדרי עולם ואחד הדברים המדהימים שראיתי כאן הוא שיתוף הטכנולוגיה, בתוך זמן קצר, ביצעה טרנספורמציה טכנולוגית שבאה לידי ביטוי בשני היבטים. הראשון הוא לאפשר ל-4,500 עובדים לעבוד מהבית. זה לא מובן מאליו. עבודה מקצה לקצה - מערכת, הקלטת שיחות, מחשבים, מיקרופונים וכו', כולל אפשרות לקבל שיחות שמנוטבות לניידים של העובדים עם הקלטת שיחות. פעם שנייה הונחו פה בזמן קצר יכולות טכנולוגיות מתקדמות שיאפשרו לסוכנים שלנו לעבוד דיגיטלית וזה מתקשר ל'מגדל קונקט' שהשקנו לא מזמן. זה תוצר של האצה טכנולוגית שנעשתה פה בחודשים האחרונים. היום הסוכן בכף היד יכול לנהל את כל הפעילות שלו. זה חדשני, יוצא דופן וראשון מסוגו בשוק הישראלי.

"המהלכים שמגדל עשתה בתקופת הקורונה, בחיבור העובדים ובשירות הלקוחות שהיא נתנה, יצרו באזו מאוד משמעותי. קיבלנו מאות אלפי תודות מלקוחות. לדוגמה, יש לנו הרבה לקוחות בגיל שלישי שמקבלים פנסיה. אנחנו קיבלנו החלטה להעביר להם את הקצבה החדשית ללא הפחתה למרות הירידות בשווקים ואף לעשות זאת לפני הזמן. מבול התגובות המרגשות שקיבלנו כאן היה פשוט מדהים וזה ממחיש את מימוש הפוטנציאל העוצמתי של מגדל בעת האחרונה. אנחנו מביאים לידי ביטוי הרבה מאוד יכולות טכנולוגיות משמעותיות כדי לתת מענה גם בזמן משבר אבל גם בזמן שגרה."

עד כמה מרגישים את הבלגאן מלמעלה, את חילופי המכתבים הקשים בין הבעלים שלמה אליהו לממונה על שוק ההון?

"יש משפט שאומר - מה שקורה בווגאס נשאר בווגאס. אז מה שקורה למעלה נשאר למעלה. אחד הדברים היותר חשובים שרן עשה הוא בניית חומה בממשל התאגידי בין מה שקורה במגדל אחזקות לבין מה שקורה במגדל ביטוח. מגדל חברה לביטוח מתנהלת כגוף מקצועי

"תפיסה של מכירות רווחיות זו תורה שלמה - זה להבין באילו עסקים אתה יודע להציע מוצרים מצוינים ולייצר רווחיות, ובאיזה מוצרים לא כדאי לשווק כלל או לצמצם בהם פעילות למינימום. התפיסה הזו חוצה את כל החטיבה. היום, כשאנחנו מדברים עם סוכנים, ברוקרים או יועצים, כולנו מדברים בשפה אחת. כולנו מבינים ומסבירים את המדיניות והמיקוד העסקיים שלנו"

“זו תקופה שבה לפני הכל אנחנו צריכים לתמוך בעסקים הקיימים שלנו. אנחנו רואים את המצוקה שלהם וזה מתחיל החל מבית הקפה הקטן או המכולת וכלה בעסקים גדולים מאוד שהיצוא שלהם קטן משמעותית או הופסק לחלוטין. אז כרגע המיקוד העסקי שלנו הוא איך לשמר ואיך לסייע להם בהתאמת הצרכים והכיסויים הביטוחיים לתקופה הזו, כדי לעזור להם לעבור את הכביש בצורה הטובה ביותר”

מכירות חדשות, אם כי יכול להיות שהמכירות האלה מגיעות גם הן מתוך שוק קיים ולא מתוך שוק גדל. שוק הביטוח הכללי, בטח בתקופת הקורונה, לא גדל אלא מתכווץ. אבל עדיין יש סוג של אוקיינוס כחול לחברות הביטוח אל מול החברות המתחרות. אז אנחנו עושים גם וגם ואין ספק שזו תקופה מאתגרת והקשיים באים לידי ביטוי ביכולת של העסקים לשלם את הפרמיה, גם אחרי צמצום העסק ואחרי שהם הקטינו כיסויים וגבולות אחריות. אנחנו מסייעים להם בדחיית תשלומים או בהוספת תשלומים והבעות סולידריות נוספת, אבל אני חושב שנראה את ההתמודדות הזו גולשת גם לשנה הבאה. זה לא אירוע שיסתיים בקרוב, לפחות לא על פי הערכות המצב שלנו.”

עיריות אישרו לבתי קפה להתפרס גם למדרחוב ולהוציא שולחנות וכסאות גם למרחב הציבורי. האם ההתרחבות הזו מכוסה בפוליסות?

“אנחנו מאפשרים את הכיסוי הזה גם בחוץ. מבחינתנו זה משהו שהוא לגיטימי ונכון לתת למסעדה או בית קפה לצאת החוצה. זו דוגמה להתאמות שאנחנו נדרשים לעשות לעסקים שבאים עם דרישה כזו. אגב היו לא מעט מסעדות שלא הפעילו משלוחים ועכשיו בגלל הקורונה התחילו להציע טייק אוו. מצאנו את האיוון בפרמיה כדי לא להעמיס עליהם ולתת להם את הפתרון שיאפשר להם להיות מכוסים גם כשהפעילות שלהם משתנה.”

במדד השירות של רשות שוק ההון לתקופת הקורונה (מדד הקורונה), קיבלת ציון לא טוב. כיצד אתם מוודאים שבגל השני לא תהיו במקום האחרון כמו בגל הראשון?

“אני אעשה סדר. אני הגעתי לכן ב-1 באפריל וחלק מהפעילות אל מול המבוטחים כבר נעשתה. חלק ממנה אני הוספתי ושרגתי. למעשה, כשאני מסתכל היום על סל ההטבות הסולידריות שלנו אל מול החברות שזכו במקומות הראשונים, לפחות מהמקום השני ועד הרביעי, אין הבדל. ההבדל היחיד הוא שלא יח”צנו את זה החוצה. זה אחד הכשלים שגיליתי כשניתחתי את הסיבות למקום האחרון בו דורגנו. ראיתי שחברות שזכו במקומות הראשונים אפשרו רכישה של כיסויים זמניים דרך האתר. אחד הדברים הראשונים שעשיתי כאן, כבר ב-1 במאי, הוא רכישה דרך האתר של כיסוי זמני מידי. זה קיים אבל לא שווק החוצה לפיקוח. גם לנו יש מוצר עם הנחה פר קילומטר כמו שיש לחברות במקום השני והשלישי. כלומר בפועל, כל הלקוחות שלנו נהנו מכל ההטבות של החברות המובילות. זו אולי הנחמה היחידה שלנו ואנחנו נפיק מכך לקחים.”

“הנחת סולידריות ברכב, כיסוי לנהג זמני, כיסוי פר קילומטר ופריסה ודחיית תשלומים את כל אלו עשינו ברכב. אבל אמרתי שזה לא מספיק. הוספתי בביטוח דירה כיסוי פעילות עסקית מבחינת כל המבוטחים שלנו, כך שאם עובד מחזיק את הלפטופ העסקי ונמצא בבית עם כל הציוד העסקי יש לו כיסוי מלא. אף חברה לא עשתה את זה. אבל הרשות בדקה רק רכב. כשמדברים על סולידריות זה לא רק במוצר קומודיטי כמו רכב אלא גם על ביטוחי דירות ועסקים. בדירות אפשרנו לא רק השבתות אלא גם צמצום כיסוי באופן מידי וגם החלנו את הפוליסה עם הנחות.”

“זה הרבה יותר משמעותי בעיקר כאשר הפגיעה המשמעותית לא הייתה ברכב ובדירות, אלא בעסקים. כלומר הרשות הייתה צריכה לבדוק סולידריות בעסקים ואז לא היו רואים אותנו במקום הראשון אלא היינו בדירוג ‘על’. כי שם היה הצורך האמיתי. המצוקה האמיתית. זה מקור הבעיה והפיקוח לא התייחס לזה. אז יש הפקת לקחים אישית שלנו לגבי עולם הרכב, אבל יש טעם לפגם בבדיקה שלא הכילה את המענה הכולל שנתנו חברות הביטוח.”

עם מדיניות עסקית ברורה, עם מטרות ויעדים שלפיהם אנחנו מתנהלים. מנכ”ל החברה דואג שהרעש לא יגיע אלינו וזה מייצר שקט. אני אומר את זה לא כמס שפתיים. אני עובד בשקט, אין לי רעשים והפרעות וזה מאפשר לי להוציא מהכוח על הפועל. אתם תראו את זה בחודשים הקרובים. בכלל התפיסה העסקית של המנכ”ל היא שמנהלי החטיבות הם אנשי מקצוע שצריכים לעשות את עבודתם ויש מקום לעשות הפרדה מלאה בין חברת האחזקות לחברת הביטוח, וזה בא לידי ביטוי בפועל.”

“הסוכנים מבינים שהם חייבים לעבור התייעלות תפעולית”

מגדל מוכרת בענף הביטוח כחברת סוכנים, והתפרצות הקורונה, שטרפה את הקלפים בכל העולם וגם בתעשיית הביטוח, היא זמן טוב לראות כיצד זה בא לידי ביטוי בשטח. “אנחנו בונים תשתית טכנולוגית שתאפשר מכירה פשוטה יותר. זה מאוד חשוב לא רק ברמת המוצר אלא גם ברמת תהליך העבודה”, מסביר נחום. “צוות מקצועי יושב מול כל סמכויות הסוכנים ומשחרר להם פקקים כדי לאפשר להם מכירה קלה יותר. מעבר לכך, אם מדברים על תהליכי עבודה יצאנו לאחורונה עם מוצר רכב שנקרא ‘אמיגו’, כי אנחנו רוצים שהוא יהיה חבר של הסוכנים. מערכת וובית (web) אינטרנטית קלה ופשוטה למכירת ביטוח רכב, ולקראת סוף השנה אנחנו מתכוונים לעלות עם מערכת דומה למכירת ביטוח דירה. מערכת קלה לתפעול שמחליפה את המערכת הישנה והמסורבלת.”

כיצד אתה רואה את המשך העבודה עם הסוכנים?

“הסוכנים הם ערוץ ההפצה הראשי והבלעדי של מגדל, בוודאי בתחום הביטוח הכללי. הסוכנים עוברים לא מעט תמורות בשנים האחרונות, בין היתר ביציאה של סוכנים קטנים מהפעילות אשר מוכרים את התיקים שלהם או מעבירים אותם לידי חברות מנהלות. אנחנו רואים שסוכנים מבינים שהם חייבים לעבור סוג של התייעלות תפעולית במשרדם, כדי להמשיך ולשרוד בתחרות הזו. כשמדברים על מוצרי קומודיטי זה מאוד ברור - בעולם שבו המחירים יורדים והעמלה שנגזרת מהמחיר באופן טבעי קטנה, הסוכן עושה התאמות. אנחנו במגדל נערכים לשפר יכולות תפעוליות ותהליכי עבודה על מנת להקל על הסוכנים לשאת בעלות התפעול שלהם. מבחינתנו, סוכן שיעבוד יותר בקלות על המערכת שלנו, באופן טבעי זהו ערך מוסף שיבוא לידי ביטוי במכירות.”

“מעבר לכך אנחנו מחבקים את הסוכנים שלנו מאוד, כי תפיסת העולם שלנו היא שסוכן ביטוח הוא גוף מקצועי יוצא מן הכלל, וכאשר לקוח לא מסתכל רק על המחיר אלא מבקש לקבל מכלול של יתרונות, לראות מה הוא קונה, איזה מוצרים ובאיזה אופציות הוא קונה, אז הסוכן הוא האופציה הטובה ביותר. בנוסף, יש לנו גם מערך מקצועי הדרכת, שהיום נעשה כמובן וירטואלית בשל הקורונה, להדרכות והכשרות סוכנים, כדי לשפר את היכולות של כולנו ולהגביר את הפעילות המשותפת.”

“קודם כל לתמוך בעסקים הקיימים, רואים את המצוקה של הלקוחות בעיניים”

כאמור, נחום הגיע למגדל כמעט במקביל להתפרצות מגפת הקורונה, ב-1 באפריל, ומיד עם תחילת עבודתו נאלץ להתמודד עם פניות רבות של לקוחות שביקשו לבטל או לצמצם כיסויים. “קיבלנו החלטות על הנחות סולידריות למבוטחים הפרטיים וגם נתקלנו במצוקות אמיתיות של בעלי עסקים. זה בלט מאוד מההתחלה אבל אלו היו רק הניצנים. בהתחלה המסעדות ובתי הקפה ואחר כך בא גל שני של בתי העסק שספגו מכה חזקה מאוד. אם בתי העסק הראשונים עוד ביקשו לצמצם פעילות, בגל השני כבר הגיעו בקשות לביטולים מבתי עסק שלא שרדו. אני רואה מאות עסקים שנסגרו בכל חודש. אתה מנסה להגיד להם להישאר עם כיסוי מינימלי רק לאש, כי בכל זאת יש עוד ציוד אבל הוא לא יכול לעמוד גם בזה. ממש רואים את המצוקה בעיניים.”

התקופה הזו מתאימה בכלל לביטוח עסקים?

“זו תקופה שבה לפני הכל אנחנו צריכים לתמוך בעסקים הקיימים שלנו. אנחנו רואים את המצוקה שלהם וזה מתחיל החל מבית הקפה הקטן או המכולת וכלה בעסקים גדולים מאוד שהיצוא שלהם קטן משמעותית או הופסק לחלוטין. אז כרגע המיקוד העסקי שלנו הוא איך לשמר ואיך לסייע להם בהתאמת הצרכים והכיסויים הביטוחיים לתקופה הזו, כדי לעזור להם לעבור את הכביש בצורה הטובה ביותר.”

“במקביל, עשינו לא מעט התאמות למוצרים ב-small-medium שלנו ואנחנו גם מייצרים



דלקתן שמיר סמכות | אדאבליק

פסגות NEXT

גמל להשקעה

חיסכון שנותן לך יותר

פסגות NEXT גמל להשקעה חיסכון בניהול דינאמי ואחראי מבית ההשקעות הגדול בישראל¹



ניהול השקעות מקצועי ואחראי
של בית ההשקעות
הגדול בישראל⁴



מגוון מסלולי השקעה
ניתן לעבור ביניהם ללא עלות
מבלי שהדבר ייחשב לאירוע מס



משיכה
בכל עת הכספים
ניתנים למשיכה³



פטור ממס
החל מגיל 60 ניתן למשוך את
הכספים כקצבה חודשית
פטורה ממס²



מרכז שירות לסוכן: 1-700-707-610 | psagot.co.il

קרנות נאמנות | קרנות סל | ניהול תיקי השקעות | גמל | השתלמות | פנסיה | טרייד | קרנות גידור

פסגות קופות גמל ופנסיה בע"מ. 1. הקופה מנוהלת ע"י פסגות קופות גמל ופנסיה בע"מ, מקבוצת פסגות בית השקעות. **2.** פטור ממס הכנסה וממס רווח הון יתאפשר החל מגיל 60, באמצעות משיכת הכספים כקצבה וזאת ע"י העברתם לקופת גמל לקצבה ובהתאם להוראות הדין. יוער כי ביום 3.8.2020 אישרה וועדת הכספים של הכנסת את התקנות המאפשרות העברת כספים לקופת גמל לקצבה. התקנות ייכנסו לתוקף לאחר פרסומן ברשומות. **3.** הכספים ניתנים למשיכה תוך 4 ימי עסקים (לא כולל 3 ימי העסקים הראשונים בתחילת כל חודש) והכל בכפוף לתקנון ולהוראות הדין כפי שיעודכנו מעת לעת ובכפוף לתשלום מס רווח הון כד"ן. **4. אין באמור התחייבות להשגת תשואה כלשהי.** אין באמור לעיל כדי להוות תחליף ליעוץ/שיווק פנסיוני בידי יועץ/משווק פנסיוני בעל רישיון עפ"י דין המתחשב בנתונים ובצרכים המיוחדים של כל אדם. האמור אינו מהווה ייעוץ מס על ידי יועץ מס. פסגות קופות גמל ופנסיה בע"מ עוסקת בשיווק פנסיוני (ולא ביעוץ פנסיוני) ולה זיקה למוצרים הפנסיונים המנוהלים על ידה. ט.ל.ח.

"תקופת הקורונה חידדה את ההבנה של הסוכנים איזו חברת ביטוח היא באמת חברת סוכנים שנתמת ועוזרת"

יו"ר הוועדה לביטוח אלמנטרי בלשכת סוכני הביטוח בוחן את מערכת היחסים עם חברות הביטוח בתקופת המשבר הכלכלי שהביאה עמה המגפה • הוא סוקר את עבודת הסוכנים ומעניק להם ציון מצוין • העבודה מול הלקוחות: "כל מה שעשינו בתקופת הקורונה לא רק שהיה בחינם, אלא אף בהורדת עמלות. זה חידד את הערבות ההדדית ואת הצורך בנו"

מאת רועי ויינברגר, מערכת עדיף



ישראל גרטי. "הקושי הגדול היה בהתמודדות בלחץ מטורף של מבטחים ועמדנו בזה בגבורה"

"ההתנהלות של הסוכנים בתקופת הקורונה הייתה בסך הכל מצוינת", אומר ישראל גרטי, יו"ר הוועדה לביטוח אלמנטרי בלשכת סוכני הביטוח על פעילות הסוכנים, כחצי שנה מפרוץ המגפה בישראל. גרטי מפרט: "רמת הזמינות הייתה הרבה יותר גבוהה. בכלל, התחושה שלי בתוך הקורונה, לפחות בחלק הראשון, עד לפני חודש חודשיים, היא שכולם נרתמו - הסוכנים, חברות הביטוח. הייתה תחושה של ערבות הדדית אמיתית".

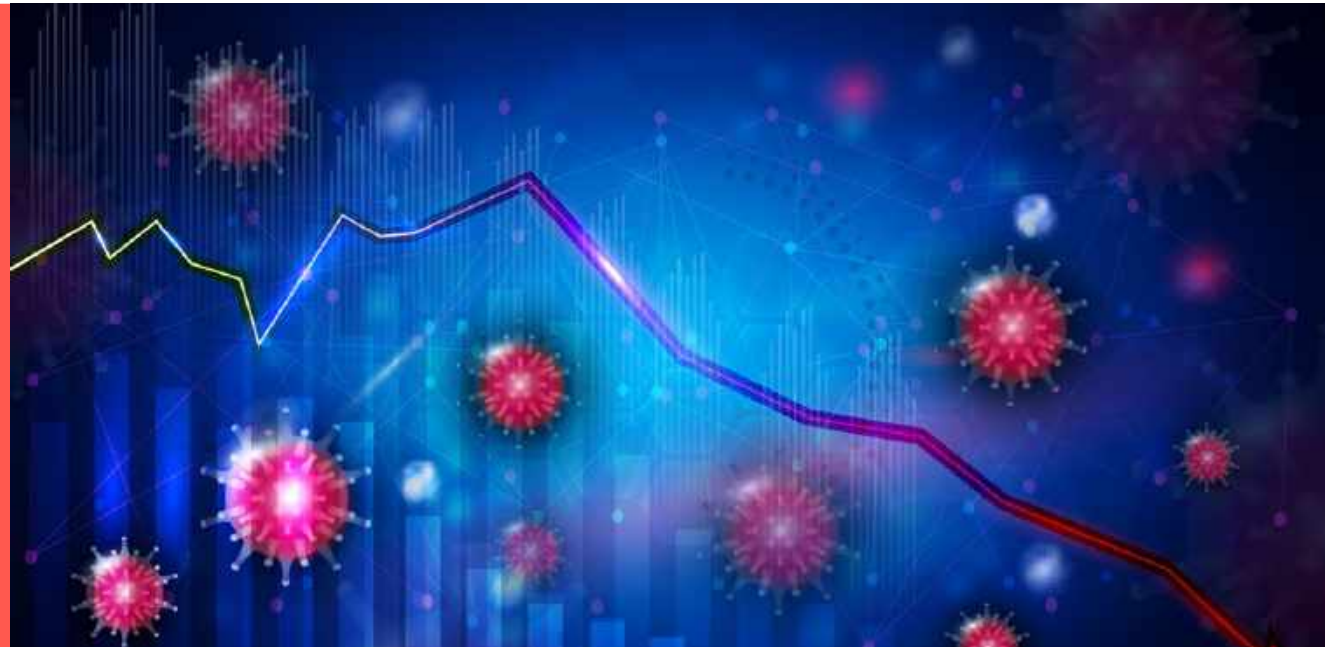
על תפקיד הסוכן בעידן מאתגר וקשה, מסביר גרטי: "התפקיד שלנו הוא להיות שליח של הלקוח בכל דבר, בתביעה, בחשיבה ובמוצרים וזה רק התחדד בחצי השנה האחרונה. זה גם אפשר לבדל אותנו מהמוקדים ומחברות הביטוח הישירות. היחידים שהיו מול הלקוחות הם דווקא הסוכנים. רוב חברות הביטוח נכנסו לחל"טים או לדברים אחרים, כך שהן לא היו בשטח מבחינת הלקוחות".

על הפעילות בשטח מול הלקוחות מצייין יו"ר הוועדה לביטוח אלמנטרי: "התקופה הזו הייתה הזדמנות עבור הסוכנים גם בפנסיוני וגם באלמנטר. בפנסיוני דאגנו לחלק מהמבוטחים לקבל הלוואות, שלא יפדו את קרנות הפנסיה וקרנות ההשתלמות. באלמנטרי זה נתן הזדמנות להתאים ולהויל את הפוליסות, לפרוס ליותר תשלומים וכאן התחדד הצורך בסוכן - וגם שסוכן הביטוח כשצריך אותו, זה לא רק במכירה. כל מה שעשינו בתקופת הקורונה לא רק שהיה בחינם, אלא אף בהורדת עמלות. זה חידד את הערבות ההדדית ואת הצורך בנו.

"בתקופת הקורונה כל העצמאים נפגעו. למרות הפגיעה של חלק מהסוכנים בהכנסות בגלל עסקים שנסגרו, בגלל עצירה של תשלומים, בגלל שינוי בסכומי הביטוח, בגלל שאין בכלל ביטוחי נסיעות לחו"ל - למרות כל זה, השוק וענף הסוכנים עומד בגבורה בחזית הזו ולא מתבכיין. נותנים שירות למרות שהם עצרו לעצמם את תזרים המזומנים. מגיע שאפו ענק לסוכנים ששמו את עצמם בצד. זה הזמן להוכיח שסוכן הביטוח נמצא שם עבור המבוטח לא רק בלעשות ביטוח אלא בללוות אותו בכל נקודה בחייו, גם בנקודת השפל שבה נמצאים רבים מתושבי ישראל. זו השליחות שלנו וזה הרגע שמוכיח את ההבדל בינינו לבין המוקדי של חברות הביטוח והחברות הישירות ששם הכל מתחיל ונגמר במכירה.

"בנוסף, בכל הנושא הטכנולוגי, תהליכים שלפני היה לוקח שנה, שנתיים או שלוש כדי שהם יתרחשו, הקורונה בתוך חודשיים או שלושה עשתה תהליכים הרבה יותר מהירים. אנשים בני 70 עושים היום ביטוח ב-Zoom. אנשים מקבלים פוליסות במייל. זה שינוי מאוד משמעותי בשוק".

”בתקופת הקורונה כל העצמאים נפגעו. למרות הפגיעה של חלק מהסוכנים בהכנסות בגלל עסקים שנסגרו, בגלל עצירה של תשלומים, בגלל שינוי בסכומי הביטוח, בגלל שאין בכלל ביטוחי נסיעות לחו”ל - למרות כל זה, השוק וענף הסוכנים עומד בגבורה בחזית הזו ולא מתבכיין”



צילום: Depositphotos

הרגולציה שאפשר היה לחכות איתו. בעיקר בתחילת הקורונה - ואם בעתיד יהיה עוד פעם סגר, הרגולציה חייבת לאפשר ולשחרר טיפה, בעיקר בנושא של חידושים וצירוף המבוטח. לא פשוט לתפוס מבוטח בתקופת קורונה, כאשר גם הסוכנים נמצאים בבית ולא במשרד וגם חברות הביטוח ירדו לאחוזים בודדים של עבודה מהמשרד. עם זאת, כאשר ביקשנו מהחברות חידוש אוטומטי, קיבלנו רוח גבית גם מהחברות וגם מהפיקוח”.

”ננסה לעצור את מתן הרישיונות לחברות האשראי גם בכנסת”

נושא כאוב במיוחד, שבעטיו חשים סוכני הביטוח איום כלכלי הוא מתן ההיתר לחברות האשראי, מקס וישראל, להיכנס לתחום הביטוח. גרטי על פעילות הלשכה בנושא והשיח עם הסוכנים: ”מה שנעשה זו התנהלות מול רשות שוק ההון וגם מול רשות התחרות, וזה לא עזר. היה דיון בוועדת הכספים לעצור את הסיפור הזה והמפקח נתן להם אישור פעילות למרות הבקשה של ועדת הכספים לשקול זאת שוב. במקביל, הוגשה הצעת החוק של ח”כ מיקי זוהר למנוע מתן רישיון לחברות כרטיסי אשראי ויש עתידה שלנו מול רשות ההגבלים. אני מניח שברגע שיהיה אפשר, אנחנו ננסה לעצור את מתן הרישיונות גם בכנסת. ”מה אומרים לסוכנים? תמשיכו לחבק ולחזק את הקשר עם המבוטחים. תזכרו שעם כל הכבוד למקס ולכרטיסי האשראי האחרים, הם רק מכונת לידים שמעבירה ל-AIG. אם ניתן את השירות המהיר והטוב, המבוטח ימשיך להיות אצל הסוכנים ותקופת הקורונה רק חידדה את הערך של הסוכן. אצל הסוכן אין קורונה. בתקופה הראשונה של הקורונה עבדתי יותר קשה מבכל תקופה אחרת”.

אנחנו רואים עסקים ממשיכים להיסגר. האם יש עוד לאן לצמוח בתחום ביטוח העסקים בימים האלו או שכדאי להתמקד בשימור העסקים הקיימים?

”ראשית, אני חושב שאם יש משהו לצמוח בו, הוא דווקא בנושא של הסייבר - ולחזק למבוטחים את הצורך בתקופת הקורונה בכיסוי הזה, כי אנשים עובדים מהבית ואין להם את ההגנות של המשרד, וזה בהחלט מנוע צמיחה. הדבר השני - עסקים נסגרים ולצד הרב גם ימשיכו להיסגר. יש מיליון מובטלים ואני ממליץ כאמור להמשיך ללוות את המבוטחים ולייעץ להם. גם לאותם בעלי עסקים שחלילה נסגרים כי אני מאמין שבסופו של דבר רוב בעלי העסקים הם יזמים בנשמה ועוד שנה או חצי שנה יקימו עסקים חדשים. לכן, הקשר והליווי הנכון והעצה הנכונה גם בשעות הקשות, זה התפקיד שלנו ואת זה הסוכנים עושים מצוין וזה יעמוד לטובתם”.

פעילות הסברה בקרב העצמאים לא לבטל כיוסיים

עם אילו קשיים הסוכנים פונים אליכם?

”הקשיים שהיו בהתחלה די נפתרו מראש. הנהלת הלשכה - הנשיא, הסגן, אייל פז ואני - ממש בתחילת הקורונה התנהלנו ב-zoom עם כל חברות הביטוח הגדולות ופרסנו בפניהם את הדברים שאנחנו רואים. מהפגישות האלה חלק גדול מהחברות יצאו לפעולה ונרתמו. מהר מאוד הלשכה נרתמה ורתמה את חברות הביטוח ובאנו מוכנים עם דרישה מהשטח של מה לקוחות צריכים וזה הוריד את הקשיים. היו פניות מטורפות של לחץ של המבוטחים לבדוק ולבטל את הפוליסות. ישבנו עם כל מבוטח והסברנו, עשינו דילוגים של פוליסות ואף עשינו עצירה של תשלומי פרמיות. היה לחץ אדיר של עצמאים לעצור ולבטל והסברנו שזה לא נכון ושיש לזה משמעויות שדווקא עכשיו יש חשיפה לסיכונים וצריך כיסוי. הקושי הגדול היה בהתמודדות בלחץ מטורף של מבוטחים ועמדנו בזה בגבורה בשילוב של הסוכנים והלשכה עם החברות”.

ראינו את תוצאות מדד הקורונה של הפיקוח שבדק פעילות מול החברות. האם הלשכה התייחסה לסקר הזה? אולי שיחות מול החברות?

”מבחינתי לא הייתי צריך את הסקר כי ההירתמות שלנו לפני התחלת הקורונה הייתה בפגישות עם כל מנכ”לי ומטות חברות הביטוח. ראיתי גם בפגישות את ההירתמות של החברות ומי נרתם יותר ומי פחות. חלק מהדברים באמת ראינו בסקר”.

מבלי להיכנס לחברה ספציפית, אם היינו עושים מדד של חברות הביטוח מול הסוכנים בתקופת הקורונה, מה היינו מגלים?

”תקופת הקורונה חידדה את ההבנה של הסוכנים איזו חברת ביטוח היא באמת חברת סוכנים שנרתמת ועוזרת, ואיזה לא. חלק מהחברות המתחפשות לחברת סוכנים הגבירו בתקופת הקורונה את הפרסומות על הקילומטראז’ כדי שמבוטחים יתקשרו אליהן ואז הן ישיגו את הדאטה על המבוטחים. זה גרם לנו הרבה עבודה. המוצר הזה של פרמיה לפי קילומטראז’ לא מתאים לכל המבוטחים. לא מעט סוכנים הבינו את הקטע הזה ואני שומע שסוכנים התחילו להבין איזו חברה עובדות איתם ואיזו לא”.

בתקופת המשבר נעשו התאמות גם מצד הפיקוח לסוכנים כדי להתמודד עם המגפה. גרטי מסביר מה עוד לשכת סוכני הביטוח הייתה מצפה מהפיקוח בתקופה הזו: ”בכל הנושא של

”נוכחות הסוכנים בתקופה מאתגרת זו חשובה מאי פעם”

מנהלת ערוצי ההפצה באלטשולר שחם גמל ופנסיה מסבירה כי הטיפול המסור והליווי של הסוכנים, מאפשרים ללקוחות לקבל החלטות בצורה מושכלת ואחראית בהתאם לצרכים ולמטרות שלהם

• “הסוכנים היוו רשת ביטחון עבור הלקוחות”

מאת אילן פיש, מערכת עדיף

משבר הקורונה עורר חוסר ודאות בקרב חוסכים באפיקי החיסכון וההשקעה המנוהלים בידי הגופים המוסדיים, והם נדרשו לעשות התאמות ולבצע פעולות מהירות כדי להרגיע את הלקוחות שמפלס הדאגה שלהם זינק, בעיקר בתחילת המשבר. הגופים המוסדיים רואים בסוכני הביטוח כגורם משמעותי, מרגיע, וגם ככזה שיכול להעביר את המסרים בצורה מדויקת ולתת את העצות הנכונות שייטיבו עם הלקוחות ויעצימו את האמון שלהם בגוף הפיננסי ובסוכנים עצמם. כדי שזה יקרה, למערכת היחסים בין הסוכנים לגוף המוסדי יש חשיבות רבה.

אדר יפרח כהן, מנהלת ערוצי ההפצה באלטשולר שחם גמל ופנסיה, מתארת כיצד בא לידי ביטוי הקשר עם הסוכנים בתקופת מגפת הקורונה: “עם פרוץ משבר הקורונה ביצענו התאמות ושינויים למצב החדש באופן כמעט מידי. היה חשוב לנו להמשיך לקיים קשר רציף והדוק עם הסוכנים, לשמור על זמינות מלאה ולתת מענה רלוונטי ופתרון לכל סוגיה שעלתה. לצורך כך ובניגוד למגמה הכוללת, הרחבנו את כוח האדם שלנו כך שיכולנו להיום זמינים עבור הסוכנים באופן רציף בעיקר באמצעות המייל. כמו כן, בתקופה זו עמלנו על שליחת דיוורים עם מידע בנושא שינויים עסקיים ורגולטוריים על מנת שהסוכנים יישארו מעודכנים כל הזמן”.

מה היו החששות העיקריים של הסוכנים בתקופה זו?

“תקופה זו כללה באופן טבעי עלייה באי הוודאות של הלקוחות לאור התנדודתיות הגדולה בשווקים. מאחר ותנאי השוק השתנו במהירות, הסוכנים חוו ריבוי פניות מצד לקוחות, לצד ציפייה לזמני תגובה מהירים יותר. אנחנו מצדנו פעלנו כדי לייעל ולשפר תוך כדי תנועה, כך שמעטפת השירות תותאם לצרכים המשתנים של הסוכנים והלקוחות”.

יפרח כהן מפרטת מה היו השינויים והפעולות שביצעו באלטשולר שחם גמל ופנסיה בתקופה כה מאתגרת: “תקופה זו מתאפיינת בריחוק חברתי ואיתו גם לא מעט אילוצים וצורך למצוא פתרונות ולבצע התאמות. לכן, בראש ובראשונה דאגנו לזמינות מקסימלית, כך שנערכנו לתת מענה למיילים באותו יום עסקים. הוספנו שני מנהלי ידע במחלקה, המשמשים כמנטורים מקצועיים והם סייעו בעבודה השוטפת מול הסוכנים ומול הסוגיות והאתגרים שתקופה זו העלתה. תפקידם הוא, בין היתר, לתמוך בנציגים, לבצע בקרות שוטפות על איכות המענה ולשפר את תהליכי העבודה ככל שנדרש. כך, כלל הנציגים יכולים לתת מענה על קשת רחבה של נושאים ואף לבצע חלק מהפעולות במטרה לקצר את זמני הטיפול. כמו כן, ביצענו הרחבה של מגוון הפעולות הדיגיטליות, לרבות מעבר בין מסלולים או משיכת כספים, כך שהלקוחות יכלו לבצע פעולות בעצמם און ליין מבלי להמתין”.

אדר יפרח כהן. “אנחנו חיים את השוק, מגלים גמישות והתאמה למצבים משתנים”

“אני מאמינה בבניית אסטרטגיה ותכנון ארוך טווח, וכן בהצבת יעדים שנתיים ורב שנתיים שמתוכם נגזרים היעדים קצרי הטווח. יחד עם זאת, משבר הקורונה הוכיח לכולנו שלעיתים המציאות עולה על כל דמיון. לכן, אנו ערוכים לשינויים ויודעים להתאים את המטרות והיעדים שלנו למצבי שוק משתנים”



גמל ופנסיה: “ראשית, דאגנו תוך זמן קצר מאוד להתאמת סביבת העבודה לכלל הרפרנטים מעבודה במשרד לעבודה בבית, כולל חיבור מרחוק לכלל המערכות, כך שרמת השירות לא נפגעה ואף התייעלה. ביצענו את המעבר בצורה חלקה, כמעט ללא תקלות וכך יכולנו להמשיך לתת מענה מקיף ורציף. כמו שציינתי קודם, בניגוד למגמה בשוק העבודה, אנחנו ביצענו מהלך הפוך של הגדלת כוח האדם במחלקת ערוצי הפצה וזאת על מנת להתאים את עצמנו לעלייה בכמות הפניות וכדי שנוכל להמשיך לתת מענה מהיר ומקצועי. דאגנו לשמור על קשר יומיומי עם הסוכנים, שכלל מאות שיחות ועידה, הדרכות, שיחות Zoom וסקירות שוק עם מנהלי השקעות בכירים במטרה לתת מענה רלוונטי בתקופה מורכבת זו.”

“לחיות את השטח”

ספרי על העבודה שלך כמנהלת ערוצי הפצה.

“נכנסתי לתפקיד לפני כשנתיים אחרי שלוש שנים בהן ניהלתי את מחלקת התפעול של הפנסיה בארגון, ומאז המחלקה עברה שינוי משמעותי. שילשנו את כוח האדם, ביצענו מיכון של תהליכים, שיפרנו את אופן שיקוף הנתונים לסוכנים בדוח היומי והקימנו אזור סוכנים חדש, אשר מאחוריו הושקעה מחשבה רבה על מנת לייצר פלטפורמה נוחה לשימוש. “אחד הדברים החשובים לי ביותר בתפקיד הוא לחיות את השטח. אני פועלת כל הזמן לפגוש סוכנים, לשמוע את חוות הדעתם ולהבין מהם מה דרוש שיפור ואיפה כדאי לשנות. אנחנו מוודאים את שביעות רצון הסוכנים באופן קבוע על מנת להבין איפה אנחנו יכולים ליעל ולשפר. אנחנו מבצעים באופן קבוע תהליכי בקרה ובודקים שהכל עובד כמו שצריך. “ערוצי הפצה שלנו היום רבים ומגוונים, והם מונים שירותים לסוכנים, לבנקים, ליועצים אובייקטיביים ועוד.”

אילו יעדים הצבת לעצמך לתקופה הקרובה? האם בתקופה כמו זו ניתן לתכנן גם לעתיד הרחוק יותר?

“ראשית, אני מאמינה בבניית אסטרטגיה ותכנון ארוך טווח, וכן בהצבת יעדים שנתיים ורב שנתיים שמתוכם נגזרים היעדים קצרי הטווח. יחד עם זאת, משבר הקורונה הוכיח לכולנו שלעיתים המציאות עולה על כל דמיון. לכן, אנו ערוכים לשינויים ויודעים להתאים את המטרות והיעדים שלנו למצבי שוק משתנים. אנו פועלים על מנת לשמור על קשר הדוק עם הסוכנים, והם מקבלים מאתנו מידע מקיף גם בפורטל המקדים באתר וגם בדיוור קבוע על כל שינוי ברגולציה, רפורמה או כל שינוי אחר שנוגע לפעילותם. אנחנו חיים את השוק, מגלים גמישות והתאמה למצבים משתנים ופועלים כל הזמן כדי לחדש, לשפר ולייעל.”

“פתרון לכל סוכן בזמן הקצר ביותר”

באשר לכלים ולחידושים בתהליכי עבודה שהחברה העניקה לסוכנים במטרה לסייע להם משמעותית בעבודתם, הסבירה יפרח כהן: “בתקופה זו ביצענו שיפור משמעותי של הדוח היומי, אשר משקף את סטטוס הפעולות של כל סוכן וסוכן. דאגנו לעבות את מספר הגיליונות והוספנו בין היתר סטטוס הפקדות, הוראות קבע, יפויי כוח ועוד. הדוח היומי הוא דינמי, ואנו קשובים להוספת גיליונות ושדות נוספים לפי הצורך.”

“עוד בתקופה המאתגרת הזו - השקנו אזור אישי ויעודי באתר הסוכנים, שמטרתו לתת מידע מקיף ומרכזי. חשוב לי להדגיש שיש לנו צוות חשיבה ייעודי שכל הזמן דואג לשפר ולקדם את האזור האישי לסוכנים, וממש בקרוב ניתן יהיה לבצע באמצעותו פעולות דיגיטליות נוספות.”

עד כמה מגפת קורונה חידדה את נחיצותם של הסוכנים?

“תקופת המשבר יצרה, באופן טבעי, לחץ ואי ודאות בקרב הלקוחות. נוכחות הסוכנים בתקופה מאתגרת זו חשובה מאי פעם - הטיפול המסור והליווי הצמוד שלהם, מאפשרים ללקוחות לקבל החלטות בצורה מושכלת ואחראית, בהתאם לצרכים ולמטרות שלהם, ולהימנע מפעולות פזיזות שעלולות ליצור נזק בעתיד. הסוכנים היוו רשת ביטחון עבור הלקוחות, הרגיעו אותם וביצעו עבורם פעולות בהתאם לצורכיהם האישיים.”

מה המסר או הבשורה שתציי העביר לסוכנים?

“אלטשולר שחם הוא בית של סוכנים, אנחנו דואגים לתת מקום ולחבק גם את הסוכנים החדשים. הדבר תרם לעלייה חדה בכמות הסוכנים החדשים שהחלו לעבוד איתנו, ועל כך אנו מברכים.”

“אנו נוקטים במהלכים רבים על מנת ליעל ולשפר את עבודת הסוכנים ולשקף את המידע הנחוץ להם לצורך מתן שירות ומענה מיטבי ללקוחותיהם. אנחנו לא עוצרים, מבקשים כל הזמן לחדש ולשנות, כך שהם יוכלו ליהנות ולהעניק ללקוחותיהם את השירות המהיר, הנוח והיעיל ביותר.”

“בנוסף, אחת המטרות המרכזיות שלנו היא להיות בזמינות גבוהה במייל ובטלפונים, וכך לתת פתרון לכל סוכן בזמן הקצר ביותר. הדבר מתאפשר בעיקר בזכות הצוות הניהולי והרפרנטים המדהימים שעומלים ועושים מאמצים רבים יום ליום לענות לכל פנייה בצורה המקצועית והטובה ביותר.”

משבר הקורונה חייב עם תחילתו את ערוצי הפצה להיערך באופן שיאפשר את המשך הפעילות בצורה חלקה וללא תקלות. יפרח כהן מסבירה על הפעולות שנקטו באלטשולר שחם

קליק וזה עובר

 **מצטרפים לעדיף ב-WhatsApp**

ומקבלים מידע מקצועי ועדכונים חשובים, ללא עלות!

איך מצטרפים?

שולחים הודעת וואטסאפ למספר 03-9076010

*יש לשמור קודם באנשי הקשר

או לוחצים כאן מהטלפון

יותר קל לנהל
את החיסכון שלך
עכשיו ומייד
מהנייד.

מהיום, הלקוחות שלך יכולים לחסוך גם אונליין חיסכון קשת אונליין - לנהל את החיסכון בקלות

דמי הניהול נקבעים במועד ההצטרפות
ומובטחים לכל אורך תקופת החיסכון



נזילות מלאה של הכספים, המאפשרת למשוך את
הכספים שנחסכו בכל רגע, ללא קנסות או עמלות
פירעון מוקדם



תשלום מס רווחי הון רק במימוש החיסכון



הצטרפות מכל מקום ובכל זמן
ב-4 שלבים פשוטים



הפקדה חד פעמית ו/או הפקדות חודשיות



מגוון מסלולי השקעה לבחירה



מעבר בין מסלולי השקעה ללא עלות



יכולת לשלוט ולנהל את החיסכון בכל רגע



מידע נוסף אצל המפקח שלך במגדל

גם בחיסכון אישי, טוב שיש מגדל מאחוריך.

מגדל חברה לביטוח בע"מ
המידע האמור הוא מידע כללי בלבד ולא ישמש לקביעת החובות והזכויות עפ"י תנאי הפוליסה או ככלי לפרשנות. התנאים המחייבים הם תנאי הפוליסה בלבד ובכל מקרה של סתירה
בין מודעה זו לבינים, יגברו תנאי הפוליסה. האמור במודעה זו אינו תחליף לייעוץ המתחשב בצרכים המיוחדים של כל אדם.

"הקורונה הביאה עימה אתגרים אבל גם יצרה הזדמנויות עסקיות רבות שרק מעטים ראו וידעו לנצל אותן"

סמנכ"ל מכירות ושיווק בבית ההשקעות הלמן-אלדובי משוכנע שגוף מוסדי יכול לצמוח מתוך משבר כמו זה שזימנה מגפת הקורונה ואפילו להגדיל ביצועים • כיצד? "צריך להיות בגישה עסקית נכונה שיודעת לראות את חצי הכוס המלאה ולהבין מה השתנה בסביבה העסקית ובהתנהגות הצרכנים"

מאת אילן פיש, מערכת עדיף

משבר מייצר חששות, משבר מייצר אי ודאות, במיוחד כאשר מדובר במשבר כמו משבר הקורונה. אולם משבר טומן בחובו גם הזדמנויות רבות לשינוי שמוביל לצמיחה. זה קרה בעבר במשברים גדולים וזה קורה אפילו בעיצומו של משבר כמו משבר הקורונה שהופיע ללא סימנים מוקדמים והפתיע בעוצמתו את שוק ההון.

בקשר לכך, לשי סלומון, סמנכ"ל מכירות ושיווק בבית ההשקעות הלמן-אלדובי, דעה חד משמעית שמתמקדת בהזדמנויות העסקיות שמייצרים משברים והוא מסביר מה על גוף מוסדי לעשות כדי לצמוח גם מתוך משבר: "חשוב לפעול מהר, לבצע ניתוח מהיר של השינויים בסביבה החיצונית, זיהוי הזדמנויות העולות מהמצב (ויש הרבה כאלו), בחירה מחדש בשיטות העבודה והמוצרים שיש להתמקד בהם, בניית תכנית פעולה מסודרת כולל מעקב אחר ביצוע, יכולים להיות מנוף לצמיחה תוך ניצול הזדמנויות ממשבר".

סלומון ציין עוד כי "הקורונה הביאה עימה אתגרים אבל גם יצרה הזדמנויות עסקיות רבות שרק מעטים ראו וידעו לנצל אותן".

כלומר, האם ניתן לתכנן מהלכים של מכירות ושיווק מעבר לעתיד הקרוב?

"בהחלט כן, הצפי שלנו הוא שהקורונה תשפיע על הרגלי הצריכה גם לאחר שתחלוף, אולם צריך לזכור שאנחנו מתמחים בחיסכון פנסיוני ארוך טווח. באופן טבעי אנחנו מסתכלים שנים קדימה וחושבים על מוצרים חדשים ארוכי טווח. זאת, בין השאר, בהשקת מוצרים כמו מסלול הפנסיה עוקב מדד ה-S&P500 המיועד למשקיעים בעלי אופק השקעה ארוך מאוד או בהשקת מוצרים אלטרנטיביים שאין להם קורלציה לשווקים. מדובר במוצרי השקעה שאינם מושפעים מהשוק המסורתי ומייצרים אלטרנטיבות השקעה מצוינות ואיכותם מודגשת במיוחד בתקופות משבר. לדוגמה, קרן ההתחדשות עירונית שסיימה זה עתה סבב הנפקה מוצלח מאוד תוך כדי הגל השני".

"הצלחנו בזמן מהיר ביותר לבצע את ההיערכות הנדרשת בכל הגזרות"

כדי לצלוח משבר חריף, כמו זה שזימנה מגפת הקורונה, לתגובה הראשונה חשיבות רבה. סלומון מספר כיצד נערכו בהלמן-אלדובי מבחינת תפעול והפצה כדי לעמוד בפני האתגרים שהציב משבר הקורונה: "רגעי משבר, כמו פרוץ משבר הקורונה, הינם הזמנים בהם הסוכנים והלקוחות צריכים מענה מקצועי כולל ומהיר. הלמן-אלדובי הוא גוף זריז ומהיר. לכן הצלחנו בזמן אפסי לבצע את ההיערכות הנדרשת בכל הגזרות. ברמת התפעול והשירות יצרנו יכולות לעבודה מהבית ובכלל זה חידדנו יכולות שירות ומכירה טלפונית ובשיחות וידאו. לשמחתנו, היינו בין הגופים היחידים שהמשיכו לתת מענה טלפוני רציף גם בתקופת הסגר הראשון. יתרה מכך, ביצענו הסטות משאבים לשירות ותפעול על מנת לשמור על רמת שירות מצוינת,



שי סלומון. "סוכן כיחידה עסקית ועצמאית צריך להיות מוכן לכל מצב" | צילום: עופר חגי'וב

במיוחד בעקבות המשבר הכלכלי והירידות החדות בשווקים כתוצאה מהקורונה, היכולת של הסוכן לדאוג ללקוח והכוונה שוטפת על מנת שהלקוח יעשה את המהלך הנכון ביותר עבורו בהתאם לתקופה."

באילו פעולות נקטתם כדי להרגיע אותם ולסייע להם להפיג את החששות?

"בשל החשיבות הרבה אותה אנו מייחסים לסוכנים, עם פרוץ הגל הראשון של הקורונה הצבנו לעצמו למטרה לעשות ככל האפשר, ובמהירות, ככל הניתן על מנת לסייע להם. הקפדנו להגדיל את המענה הטלפוני, סיפקנו מידע רב כדי להקטין את חוסר הוודאות, צוות הפיקוח יום שיחות והיה זמין אפילו יותר מהרגיל וזאת על מנת לוודא שאנחנו נמצאים שם עבור הסוכנים ולקוחותיהם בכל שעה ובכל נושא. אני מאמין שבסופו של יום יחסים נמדדים דווקא בזמני קושי, ולכן דאגנו לייצר להם כלים נוספים, תכנים מקצועיים, הדרכות זום ובעיקר זמינות מלאה ב-SLA מיידי."

מהן הבעיות שהסוכנים מציפים בתקופת המשבר?

"כאמור, ניתן לחלק את התקופה המאתגרת הזו לשני חלקים - תקופת 'הגל הראשון' שהתאפיינה בריחוק חברתי לצד מפולת בשווקים ותקופת 'הגל השני'. משיחות עם הסוכנים, בפרוץ משבר הקורונה הבנו כי האתגרים המשמעותיים עבורם היו לעזור ללקוחותיהם לפעול בשיקול דעת ולתת לגל לחלוף, וכמובן מי מהלקוחות שהיו צרכים לבצע פעולות דאגנו להיות בזמינות תפעולית מלאה לבצע את הפעולות ב-SLA, אפילו מהיר יותר מזמני שגרה. "התקופה השנייה, 'הגל השני', התאפיינה בעיקר בריחוק חברתי לצד עליות בשווקים לרמות שהכרנו קודם. בתקופה זו, סוכנים שידעו לנצל את הזדמנויות ההשקעה ולהציע ללקוחותיהם לבצע פעולות חזרה לשווקים בטיימינג הנכון, הצליחו לעזור ללקוחותיהם לשמור על כספם בצורה הטובה ביותר. במקרה הזה, סוכנים רבים ביקשו מאיתנו לסייע מול לקוחותיהם במידע מקצועי כדי להשיב ללקוחות את תחושת הביטחון בשוק ולבצע את הצעד הנכון עבורם."

"הסוכנים ידעו לקחת סיכון מחושב והגדילו מכירות למסלול S&P500"

מה גרם לסוכנים להבין שדווקא בשעת משבר אפשר כן לשווק ולהרוויח? אילו אפשרויות פתחתם בפניהם?

"סוכן כיחידה עסקית ועצמאית צריך להיות מוכן לכל מצב שעשוי או במקרה זה עלול לבוא. ראינו סוכנים שעשו מהלימון לימונד, שינו שיטות עבודה וסיגלו לעצמם יכולות דיגיטליות בזמן אפס. בנוסף, סוכנים שמחזיקים בסל המוצרים שלהם מוצרים פיננסיים אלטרנטיביים שלא דווקא מושפעים מהשוק המסורתי, ידעו להציע ללקוחותיהם מוצרים רלוונטיים לתקופה, למשל קרן ההתחדשות העירונית שאנחנו בהלמן-אלדובי מנהלים.

"מניסיוננו, המשבר, לצד החשש, מכיל בתוכו הזדמנויות. לכן הסוכנים שעובדים איתנו ידעו דווקא לקחת סיכון מחושב ולהציע ללקוחותיהם מסלולים המחקים את המדד - והגדילו מכירות למסלול מחקה מדד S&P500, שהמדד שלו קרוב מאוד לנקודה שלפני המשבר ומשלים את ה-V הגדול ביותר בהיסטוריה. סוכנים רבים הצליחו לזהות זאת בטיימינג הנכון ולשווק את מוצרי הבית העוקבים אחר מדד זה, בזמן המתאים."

סלומון מוסיף בעניין ניצול הזדמנויות: "בכל משבר יש איזונים אך גם הזדמנויות, צריך להיות בגישה עסקית נכונה שיוזעת לראות את חצי הכוס המלאה ולהבין מה השתנה בסביבה העסקית ובהתנהגות הצרכנים ולהתאים את דרכי הפעולה והמוצרים בהתאם לשינויים הנ"ל ולגרוף את ההצלחות, במיוחד שרוב המתחרים פחות מתחרים בך."

מדבריו עולה כי בבית ההשקעות לא שוקטים על השמרים, למרות התקופה בה אנו נמצאים: "כאמור, לפני כחודש יצאנו בהשקעה של מסלול מחקה מדד S&P500 בקרן הפנסיה של הלמן-אלדובי ואנו חווים ביקושים משמעותיים מאוד מצד הלקוחות להצטרף למסלול החדש, במקביל לביקוש מצד הסוכנים לצרף את לקוחותיהם למסלול זה. אנו עובדים על מוצרים דומים נוספים שאני מעריך שנוכל להשיק בחודשים הקרובים."

האם אופי המוצרים מושפע מההשלכות של משבר הקורונה על עולם ההשקעות ועולם החיסכון? באיזה עולם תתמקדו?

"משברים בשוק ההון הם חלק מהמשחק, היו ועוד יהיו גם בעתיד. אנו ממשיכים קדימה עם תכנית פיתוח המוצרים שלנו אותה יצרנו עוד טרום המשבר, תוך מיקוד במסלולים פסיביים נוספים לצד הקמת קרנות השקעה אלטרנטיביות נוספות וחדשות."

"משברים בשוק ההון הם חלק מהמשחק, היו ועוד יהיו גם בעתיד. אנו ממשיכים קדימה עם תכנית פיתוח המוצרים שלנו אותה יצרנו עוד טרום המשבר, תוך מיקוד במסלולים פסיביים נוספים לצד הקמת קרנות השקעה אלטרנטיביות נוספות וחדשות"

לפחות כמו שהלקוחות והסוכנים היו רגילים אליה בשגרה". סלומון הוסיף כי בזכות היערכות במהירות הנדרשת, החברה הצליחה להגדיל את כמות הסוכנים שמשווקים עימה."

האם הרגשתם שינוי בהתנהגות הצרכנים שחיבה מחשבה מחדשת במערך המכירות והשיווק?

"כמובן. במיוחד באירוע אקסוגני כזה חשוב מתמיד לתמוך ולשמור על קשר הדוק עם השותפים העסקיים וללמוד מהשטח, לכן הקשבנו לצרכים וביצענו שינוי כיוון משמעותי מהתכניות שהיו לנו בתחילת השנה, תוך ביצוע התאמות מהירות למצב החדש. הדוגמה הפשוטה ביותר הינה תכנית הכנסים השנתית שלנו שעברה להיות דיגיטלית באופן מלא. זאת לאחר שלמזלנו הספקנו לקיים את הכנס השנתי של הלמן-אלדובי לסוכנים ממש ערב פרוץ המגפה. בנוסף, המשבר לא פסח גם עלינו. לכן ביצענו היערכות תקציבית כנדרש, הקפדנו על הגברת התקשורת הדיגיטלית, המידע והתוכן שאנחנו מייצרים לסוכנים והעברנו את כולם לעבודה דיגיטלית."

האם נעשו פעולות הסברה ישירות או כל פעילות אחרת מול הלקוחות?

"לאורך כל התקופה, ואפילו היום, הגברנו את פעולות ההסברה והתאמנו את המידע והמסרים לתקופה. למשל, הגדלנו את כמות הסקירות הנשלחות, הרחבנו את כמות המסרים המצולמים ותמכנו מקצועית בלקוחות ובסוכנים."

האם המשבר שינה את התפיסה הכוללת של מערך המכירות והשיווק בהלמן-אלדובי?

"את התפיסה הכוללת המשבר לא שינה, עיקר הפעילות שלנו הם הפצה עם סוכנים יחד עם זאת ביצענו התאמות לשמירה על קשר מול הסוכנים, מוצרים במיקוד לצד פגישות במרחב הפתוח וכו'."

כיצד אתה מסכרן את כלל פעילות השיווק והמכירות בקבוצה בתקופת המשבר?

"שיווק ומכירות היו תמיד שני מרכיבים המשרתים את אותה המטרה. כראייה אסטרטגית, שהוכיחה את עצמה מהר מאוד במשבר הקורונה, השיווק והמכירות אוחדו כבר בספטמבר 2019, תחת אגף אחד בבית ההשקעות. הסינרגיה, הראייה הכוללת, באו לידי ביטוי בצורה משמעותית בתקופה זו. היכולת לבצע התאמות בשיווק לאור צרכי המכירות המשתנים יחד עם סנכרון מלא לצרכי השטח, לדרישות מערכי ההפצה ולשינויים הדחופים בסביבה החיצונית, היו המפתח להצלחת מערך השיווק והמכירות בהלמן-אלדובי, במיוחד בתקופה המאתגרת שאנו חווים."

"על אף התקופה הגדלנו משמעותית את הקיף העבודה עם הסוכנים"

כאשר מדברים על ערוצי הפצה, לסוכנים משקל רב. המשבר, כמובן, לא פסח גם עליהם. עד כמה הם היו חרדים בתחילת משבר הקורונה, ממה הם חששו?

"הקשר האישי בעבודת הסוכן הינו קריטי להצלחה. לכן, האתגר הגדול ביותר של המפיצים בתקופת הקורונה היה ההתמודדות עם הריחוק החברתי וחוסר היכולת לתקשר 'פנים אל פנים' עם לקוחות קיימים ולקוחות פוטנציאליים.

"נוכחנו לראות שסוכנים שהסתגלו לשינויים והפנימו במהירות את העובדה שיש למצוא פתרונות לעבודה מרחוק, סיגלו לעצמם שגרות עבודה דיגיטליות וכלים דיגיטליים כדוגמת זום, צלחו את גל הקורונה הראשון בצורה סבירה.

"להסתגלות זו יש חשיבות כפולה. מצד אחד היכולת להמשיך ולשווק מוצרים ומצד שני,

תשואה חיובית גם בזמן קורונה

- מנהל תחום משקיעים בטריא מסביר כיצד ממשיכה החברה לייצר גם בתקופת הקורונה תשואה גבוהה ויציבה
 "נראה כי תחושת הכאוס בשוק ההון שהביא איתו הברבור העולמי כבר נרגע, לפחות בפלטפורמת ההשקעות של טריא והמשקיעים הגדולים חוזרים בהמוניהם"

מאת מערכת עדיף

סיכום ביניים לשנת 2020. בזמן ששוק ההון חווה תשואות שליליות מתחילת משבר הקורונה ועד לנקודת זמן זו, **בטריא** מציינים כי היא ממשיכה לשמור על מובילות שוק ה-P2P בארץ, היקף של 2.5 מיליארד שקלים הלוואות פעילות וממשיכה לייצר תשואה גבוהה ויציבה. כיצד ניתן להסביר זאת? **יאיר בן דוד**, מנהל תחום משקיעים בטריא, עומד על הסיבות העיקריות לכך. לפני כן הוא מקדים ומציין: "נראה כי תחושת הכאוס בשוק ההון שהביא איתו הברבור העולמי כבר נרגע, לפחות בפלטפורמת ההשקעות של טריא והמשקיעים הגדולים חוזרים בהמוניהם".

ניהול סיכונים וניהול דינמי

תיק המשכנתאות במערכת הבנקאית אשר לה ניסיון ארוך יותר בתחום זה הוכיח עמידות ויציבות בתשואה במשך עשרות השנים האחרונות. במהלך שנת 2019 קיבלה טריא החלטה לייצר עוגן בתיקי הלקוחות וזאת באמצעות מימון הלוואות של משכנתאות לדירור ושילובם בתיקי ההשקעות של הלקוחות. "ניתן לומר כי החלטה זו של טריא הוכיחה את עצמה במשבר שהחל במרץ 2020, ותרמה באופן משמעותי לייצוב התיק בתקופת המשבר. כחלק מניהול דינמי של תיק המשקיעים בטריא בימים אלו מתבצעת הקטנת חשיפה למשכנתאות והגדלת השקעה במימון הלוואות נדל"ן במח"מ קצר עם שעבוד ראשון והלוואה עד גובה 50% מערך הנכס", מסביר בן דוד. לדבריו, "אם בעבר הייתה הנחת יסוד לפיה ככל שהמוסד הפיננסי גדול יותר ככה הוא מתנהל טוב יותר, משבר הקורונה הוכיח לנו כי בדיוק ההיפך קורה. ישנה חשיבות עצומה למהירות קבלת ההחלטה בוודאי בתקופה זו, ליכולת התגובה מול הסוכנים ומשקיעים ולביצוע בפועל בכל החזיתות: שיקוף המצב, מענה מסביב לשעון, זיהוי צורך ייחודי לתקופה ומענה עליו ועוד. בזכות כל היתרונות האלה הפכנו ל'דוד' של עולם ההשקעות".

יציבות נראית גם בגרייס

הלחץ שפקד את המשקיעים בחודשים מרץ-מאי הביא רבים מהם למימוש נכסים בתיקי השקעות ובקרנות נאמנות במחירי הפסד כפי שקרה במשבר של 2008. בטריא 85% מהלקוחות בחרו להשאיר את השקעתם. "משקל גדול בקבלת ההחלטה של הלקוחות מוסבר בקשר הישיר של הסוכנים והמתכננים הפיננסיים עם הלקוחות. הסוכנים תיווכו ידע בצורה אחראית הסבירו להם את המנגנון ומדוע לא כדאי לממש עכשיו, כך נמנעה תגובה אמוציונלית למשבר", מציין בן דוד.

אחד הסטריסים שחווה שוק ההון בא לידי ביטוי בריבוי בקשות גרייס של הלווים. כשבנק ישראל מאפשר הקפאת הלוואות ומשכנתאות, מהלך שמלווה גם בהד תקשורת, אנשים ממחרים לעשות זאת מבלי להבין בכלל את ההשלכות. בן דוד: "ואכן, היד הקלה על ההדק הובילה לבקשות גרייס של 25% מסך התיקים ובטריא בזמן השיא עמד המספר על 13% שבינתיים ירד ועומד על 7%".



יאיר בן דוד. "בחודשיים האחרונים אנו כבר בקצב גיוס השקעות כמו לפני תקופת הקורונה"

”במשבר הראשון שלה הוכיחה טריא את חוזק ויציבות המודל שלה שהוא לא קורלטיבי לשוק ההון, בנוי על בטוחות חזקות, חיתום קפדני ויכולת להציג פתרונות מהירים שיענו על צרכי המשקיעים”



צילום: Depositphotos

על פי כללים מחמירים יותר מהמערכת הבנקאית המסורתית והמשקיע מקבל ריבית מדי חודש. השקנו אותו בחודש מאי ואנו רואים בכל חודש שיותר משקיעים מצטרפים אליו”, מפרט בן דוד.

ממצרים סיכונים

טריא קיימת מזה חמש שנים ולמעשה טרם חוותה משברים ותהפוכות. בהקשר לכך אומר בן דוד: ”במשבר הראשון שלה הוכיחה טריא את חוזק ויציבות המודל שלה שהוא לא קורלטיבי לשוק ההון, בנוי על בטוחות חזקות, חיתום קפדני ויכולת להציג פתרונות מהירים שיענו על צרכי המשקיעים. כדי שזה יצליח כך, ישנה חשיבות לשני גורמים קריטיים שעליהם מושתתת טריא: טכנולוגיה ואנשים. ההון האנושי המנהל את טריא הינם: צוות היזמים בעלי רקע עשיר בטכנולוגיה, בוגרי יחידת 8200 עם התמחות ייחודית בפיתוח מנועים לזיהוי הונאות רשת, ניטור וניתוח מידע רב מהרשת עבור גופי מודיעין וביון ואנשי מקצוע בעלי ניסיון רב והבנה מעמיקה בפיננסים ורגולציה”.

בהקשר להון האנושי מציין בן דוד: ”לאחרונה הצטרף שחקן משמעותי לבכירי טריא, דודו זקן, לשעבר המפקח על הבנקים, בתפקיד יו”ר ועדת האשראי של טריא וזאת במטרה ליצור סטנדרט גבוה מהסטנדרט הבנקאי ולשמירה על תיק הלוואות יציב”.

מנהל תחום משקיעים בטריא מסכם: ”בכך סוד הצלחתה אשר הופך אותה לאחד הגופים היחידים שצפוי להשיג תשואה חיובית גם בשנת 2020”.

איך ניתן להסביר את הפער?

”שיח ישיר של מחלקת קשרי הלקוחות מול הלקוחות חסך להם תשלום גבוה יותר בטווח הארוך על הגרייס ומבחינת טריא שמרנו על רמת סיכון נמוכה משל הבנקים ובתנאים טובים יותר. השקיפות שלנו מול הלקוחות יצרה מצב של WIN-WIN עבור כולם וזה לא עניין של מה בכך. אנחנו חווים עלייה מתמדת בקצב גיוס השקעות ובחודשיים האחרונים אנו כבר בקצב גיוס השקעות כמו לפני תקופת הקורונה”.

מסלול 24

תנאי השוק המשתנים וחוסר הוודאות מאפשרים יצירתיות גם בפיתוח של מסלולי השקעה חדשים שבאים לענות על הצרכים שנוצרו במשבר.

בן דוד מציין כי כך נוצרה הזדמנות השקעה חדשה למשקיעים במסגרת מסלול חדש ושמו Tarya' הזדמנויות השקעה בנדל”ן - השקעה בהלוואות עד 24 חודשים בריבית שנתית של 7%-9%. ”המסלול מממן הלוואות תוך שעבוד ראשון ויחיד של נכס נדל”ן בישראל והלוואה היא עד לגובה 50% משווי הנכס. התכנית משלמת למשקיע את הריבית מדי חודש, בהתאמה להחזרי הלוואות בתיק.

”המסלול החדש בא לתת מענה לשני אתגרים מרכזיים שמאפיינים מוצרי השקעה בתקופה זו - תשואה יציבה והנולה שמתרחשת בקצב איטי יותר. המסלול תחום בזמן, ההשקעה היא כנגד בטוחות

סוכנים יקרים,

תודה

על שיתוף הפעולה בדרך החדשה לחו"ל,
ההצלחה שלכם היא ההצלחה שלנו



טיפול מסוג אחר

איציק משה, מייסד ומנכ"ל Connect, משווה בין הכיסויים שמציעות חברות הביטוח בתחום הרפואה המשלימה • פרויקט מיוחד




	
כתב שירות - שירותי רפואה משלימה (אלטרנטיבית)	
נספח 1578	
קבועה	
ללא הגבלת גיל כניסה	
<p>מנוי, אשר לפי אבחנת רופא המשפחה או רופא מומחה בתחום רלוונטי (מקור) מצב בריאותו השתנה לרעה לעומת מצבו במועד הקובע, ואשר קיבל הפניה בכתב לקבלת טיפול המבוקש על ידה המכוסה במסגרת כתב שירות זה, יהיה זכאי לקבלת הטיפול על ידי נותן השירות רלוונטי במרפאת ההסדר.</p>	
השירות יינתן באמצעות מרפאה הנכללת במרפאות ההסדר של נותן השירות.	
90 יום	
תכנית ביטוח בריאות תקפה אשר הופקה ע"י החברה, אשר כתב שירות זה מהווה תכנית נוספת הנלווית לה.	
<ul style="list-style-type: none"> ● אקופונקטורה ● רפלקסולוגיה ● שיאצו ● כירופרקטיקה ● אוסטיאופתיה ● הומאופתיה ● פלדנקרייז ● ביו פידבק ● נטורופתיה ● ייעוץ דיאטטי ● שיטת טווינה 	
המנוי ישלם לנותן השירות, שביצע את השירות בפועל, דמי השתתפות עצמית בסכום השווה ל 20% ממחיר השירות שניתן לו על פי מחירון מרפאת ההסדר במועד מתן השירות.	
עד 10 טיפולים בשנת ביטוח.	
אם אישר נותן השירות קבלת שירות שלא במסגרת מרפאת ההסדר, ישלם המנוי ישירות למרפאה שנתנה בפועל את השירות את מלוא הסכום ונותן השירות יחזיר לו כנגד המצאת הקבלה סכום השווה ל-50% מהתשלום הנ"ל, אך לא יותר מ-160 שקלים.	
אבחנת רופא המשפחה או רופא מומחה בתחום רלוונטי (מקור).	
"נטלי" מרחוב דרך השלום 3, תל אביב, 6789203	
השירות לא יינתן בהתייחס לבעיות התמכרות כלשהן ו/או גמילה מהרגלים (עישון, סמים, אלכוהול וכיו"ב). השירות לא יינתן בהתייחס לנושא הרזיה או בעיות השמנת יתר אלא אם ניתנה המלצה מפורשת בכתב לכך על ידי הרופא המטפל במנוי, כי קבלת השירות הינה צורך רפואי ברור. השירות אינו כולל הוצאות של המנוי בגין רכישת תרופות, צמחי מרפא וחומרים אחרים שהומלצו על ידי נותן השירות לצורך הטיפול.	
ראשי: 10.38 שקלים משני: 7.79 שקלים ילד: 6.49 שקלים	
12354	
ילד (עד גיל 20): 6.50 ראשי: 10.40 משני: 7.80	

שם הכיסוי	
מספר נספח	
מבנה פרמיה	
גיל כניסה	
מקרה הביטוח	
סוג התשלום	
תקופת אכשרה	
נלווה למוצר/מוצר בסיס	
הטיפולים המכוסים	
השתתפות עצמית	
מספר טיפולים בשנת ביטוח	
תנאים ושיפוי מרבי למטפל או מכון שאינו בהסדר	
הפניה ע"י	
נותני הטיפול או השירות.	
חריגים מיוחדים	
פרמיה חודשית	
מדד בסיסי	
ממודד ל-06/2020 12377	



	
כתב שירות - רפואה משלימה (2018)	
מבוגר 2258 ילד 2259	
קבועה	
0-85	
מנוי, שניתנה לו הפניה בכתב מרופא המשפחה או רופא מומחה בתחום הרלוונטי, לקבלת שירות עקב מצבו הרפואי, יהיה זכאי לקבל את השירות באמצעות נותן שירות שבהסכם או לשיפוי בגין הוצאות שהוצאו על ידו בפועל עבור השירות (עד לסכום השיפוי המרבי הנקוב בכתב השירות) ובכפוף להוראות כתב השירות.	
זכאות לשירות אצל נותן שירות שבהסכם או שיפוי במקרה של ספק אחר כהגדרתו בכתב השרות	
90 יום	
נספח לכל תכניות הבריאות, הבסיסיות, המשוקות ע"י החברה	
<ul style="list-style-type: none"> ● אוסטיאופתיה ● ייעוץ דיאטטי עקב צורך רפואי ● כירופרקטיקה ● פלדנקרייז ● הומיאופתיה ● שיטת פאולה ● רפלקסולוגיה ● דיקור סיני (אקופונקטורה) ● שיאצו ● שיטת אלכסנדר ● נטורופתיה ● אירווידה ● ביו-פידבק ● פרחי באך ● סוג'וק ● חדרי מלח ● פאלם תרפי ● רייקי ● טיפול במגנטים ● דיקור יפני ● צ'י גונג ● היפנוזה ● הומוטוקסיקולוגיה 	
55 שקלים עבור כל טיפול/התייעצות במרפאת השירות. 75 שקלים עבור כל טיפול/התייעצות בבית המנוי. 50% בקבלת שירותי רפואה משלימה אצל נותן שירות אחר אך לא יותר מ-120 שקלים לטיפול. 50% בקבלת שירותי רפואה משלימה באמצעות קופת החולים במסגרת השב"ן אך לא יותר מ 100 שקלים לטיפול	
עד 16 טיפולים.	
בחר המנוי לפנות לספק אחר יהיה זכאי לשיפוי בסך של 50% מעלות הטיפול, ששולמה על ידו, ועד 120 שקלים לכל טיפול. בחר המנוי לפנות לשב"ן יהיה זכאי לשיפוי בסך של 50% מסכום ההשתתפות העצמית ששולמה על ידו בפועל ועד 100 שקלים לטיפול.	
הפניה בכתב מרופא המשפחה או רופא מומחה בתחום הרלוונטי, לקבלת שירות עקב מצבו הרפואי של המנוי.	
bwell פתרונות לאיכות חיים בע"מ.	
לא יכוסו בעיות התמכרות כלשהן ו/או גמילה מהרגלים. עישון, סמים, אלכוהול, תחומי תחומי הרזיה, בעיות השמנת יתר, שינויי משקל, למעט במקרה בו נקבע על ידי רופא בכתב כי קבלת הטיפול בגין נושאים אלו נובעת מצורך רפואי. וכן הוצאות של המנוי בגין רכישת תרופות, צמחי מרפא וחומרים אחרים שהומלצו על ידי נותן השירות לצורך הטיפול	
ילד (עד גיל 20): 5.7 שקלים בוגר (+21): 17.8 שקלים	
12206	
ילד (עד גיל 20): 5.8 בוגר (+21): 18.00	


	
כתב שירות - שירותי רפואה משלימה (אלטרנטיבית)	
נספח 850	
קבועה	
בהתאם לפוליסת הבסיס	
המנוי יהיה זכאי לשירותים הכלולים בכתב שירות זה אצל נותן שירות שבהסכם בלבד (למעט מקרה חריג כמפורט)	
זכאות לשירותים הכלולים בכתב שירות זה, או לשיפוי (כמפורט) בגין הוצאות שהוצאו בגינם בפועל, במקרים בהם אישר נותן השירות קבלת שירות שלא במסגרת מרפאת ההסדר.	
90 יום (למעט שירותים הנדרשים בעקבות תאונה).	
חייב להירכש על רכיב ניתוחים מהשקל הראשון.	
<ul style="list-style-type: none"> ● אקופונקטורה ● רפלקסולוגיה ● שיאצו ● כירופרקטיקה ● אוסטיאופתיה ● הומיאופתיה ● פלדנקרייז ● ביו פידבק. ● נטורופתיה ● ייעוץ דיאטטי ● שיטת טווינה ● פרחי באך ● חדרי מלח ● עיסוי רפואי (לאחר אשפוז מתאונה) 	
סך של 55 שקלים עבור כל טיפול ו/או התייעצות המבוצע במרפאת נותן השירות שבהסכם. סך של 70 שקלים עבור כל טיפול ו/או התייעצות המבוצע ע"י נותן שירות שבהסכם בבית המנוי.	
עד 12 טיפולים בשנת ביטוח.	
במקרה בו לא קיים נותן שירות שבהסכם ברדיוס של עד 30 ק"מ ממקום מגוריו של המנוי יהא זכאי המנוי לקבל שיפוי חלקי בסך 50% מעלות הטיפול ששולמה על ידי המנוי בפועל ולא יותר מ 100 שקלים לטיפול.	
הפניה בכתב מרופא לקבלת שירות בשל מצבו הרפואי של המנוי.	
הגוף עמו התקשרה החברה לצורך אספקת השירותים כמפורט בכתב שירות זה. נכון להיום חברת טרגט-קר	
לא יכוסו בעיות התמכרות כלשהן ו/או גמילה מהרגלים. (עישון, סמים, אלכוהול), תחומי הרזיה, בעיות השמנת יתר, שינויי משקל, (למעט במקרה בו נקבע על ידי רופא בכתב כי קבלת הטיפול בגין נושאים אלו נובעת מצורך רפואי). השירות אינו כולל הוצאות של המנוי בגין רכישת תרופות, צמחי מרפא וחומרים אחרים שהומלצו על ידי נותן השירות לצורך הטיפול	
ילד (עד גיל 20): 7.63 שקלים בוגר: 12.12 שקלים	
12243	
ילד (עד גיל 20): 7.7 בוגר: 12.25	



כתב שירות רפואה משלימה (אלטרנטיבית)	
נספח 1315	
קבועה (למעט במעבר מילד לבוגר)	
מנוי, שניתנה לו הפנייה בכתב מרופא לקבלת שירות בשל מצבו הרפואי, יהיה זכאי לקבל את השירות, ולאחר אישור הספק ופנייה אליו.	
השתתפות עצמית אצל ספקים שבהסדר.	
90 יום	
נספח לכל תכניות הבריאות הבסיסיות, המשוקות על ידי החברה, למעט תאונות אישיות.	
<ul style="list-style-type: none"> ● אקופונקטורה ● סוג'וק ● עיסוי רפואי (לאחר מקרה אירוע תאונתי) ● רפלקסולוגיה ● שיאצו ● פלדנקרייז ● אוסטיאופתיה ● שיטת אלכסנדר ● ביו-פידבק ● כירופרקטיקה ● הומיאופתיה ● נטורופתיה ● פרחי באך ● חדרי מלח 	
אצל נותן שירות שבהסכם - סך של 60 שקלים לכל טיפול במרפאת נותן השירות, ו-75 שקלים לכל טיפול המבוצע בבית המנוי (לגבי הטיפולים שניתנים לביצוע בבית המנוי בלבד אצל נותן שירות שלא בהסכם (מעל 30 ק"מ) 50% מעלות טיפול ועד לתקרה של 100 ₪ לכל טיפול.	
עד 20 טיפולים בשנת ביטוח.	
במקרה בו לא קיים נותן שירות שבהסכם ברדיוס של עד 30 ק"מ ממקום מגוריו של המנוי יהא זכאי המנוי לקבל שיפוי חלקי בסך של 50% מעלות הטיפול ששולמה על ידי המנוי בפועל, אך לא יותר מ-100 שקלים לכל טיפול.	
הפנייה בכתב מרופא לקבלת שירות בשל מצבו הרפואי.	
הגוף עמו התקשרה החברה לצורך אספקת השירותים כמפורט בכתב שירות זה. נכון להיום חברת טרגט-קר.	
לא יכוסו בעיות התמכרות כלשהן ו/או גמילה מהרגלים (עישון, סמים, אלכוהול), תחומי הרזייה, בעיות השמנת יתר, שינויי משקל, (למעט במקרה בו נקבע על ידי רופא בכתב כי קבלת הטיפול בגין נושאים אלו נובעת מצורך רפואי). השירות אינו כולל הוצאות של המנוי בגין רכישת תרופות, צמחי מרפא וחומרים אחרים שהומלצו על ידי נותן השירות לצורך הטיפול.	
ילד/ה 0-20: 8.50 שקלים בוגר 21-70: 015.0 שקלים מבוגר 71-75: 15.93 שקלים	
12377	
ילד/ה 0-20: 8.62 שקלים בוגר 21-70: 15.25 שקלים מבוגר 71-75: 16.17 שקלים	

שם הכיסוי	
מספר נספח	
מבנה פרמיה	
גיל כניסה	
מקרה הביטוח	
סוג התשלום	
תקופת אכשרה	
נלווה למוצר/מוצר בסיס	
הטיפולים המכוסים	
השתתפות עצמית	
מספר טיפולים בשנת ביטוח	
תנאים ושיפוי מרבי למטפל או מכון שאינו בהסדר	
הפניה ע"י	
נותני הטיפול או השירות.	
חריגים מיוחדים	
פרמיה חודשית	
מדד בסיסי	
ממודד ל-12377 06/2020	



	
רפואה אלטרנטיבית	
נספח 754	
קבועה (קבועה לילד עד גיל 20 ולמבוגר מגיל 21)	
לידה - בהתאם לפוליסת הבסיס	
<p>מנוי שניתנה לו הפניה בכתב מרופא לקבלת שירות בשל מצבו הרפואי, יהיה זכאי לקבל את השירות לאחר תום תקופת האכשרה וכל עוד כתב שירות זה בתוקף. המנוי יוכל לקבל את השירות באמצעות נותן שירות שבהסכם, או לחלופין לקבל שיפוי בגין הוצאות שהוציא בפועל בעבור השירות, בכפוף להוראות כתב השירות.</p>	
<p>זכאות לשירותים הכלולים בכתב שירות זה, או לשיפוי (כמפורט) בגין הוצאות שהוצאו בגינם בפועל, אם בחר המנוי לפנות לנותן שירות אחר.</p>	
90 יום	
נספח לכל תכניות הבריאות, הבסיסיות, המשוקקות על ידי החברה	
<ul style="list-style-type: none"> ● אקופונקטורה (דיקור סיני) ● רפלקסולוגיה ● שיאצו ● סוג'וק ● פאולה ● אוסטיאופתיה ● כירופרקטיקה ● הומאופתיה ● פלדנקרייז ● ביופידבק ● נטורופתיה ● ייעוץ דיאטטי ● שיטת אלכסנדר ● פרחי באך ● פרחי מלח ● חדררי מלח 	
<p>המנוי ישלם לנותן שירות שבהסכם סך של : 50 ₪ לטיפול אצל נותן השרות אצל נותן שירות שלא בהסכם: 50% מעלות הטיפול ועד ל-120 שקלים (לפי מדד 12206)</p>	
עד 16 טיפולים בשנת ביטוח.	
<p>בחר המנוי לפנות לנותן שירות אחר ישפה הספק את המנוי בסך 50% מעלות הטיפול ששולמה על ידי המנוי בפועל ולא יותר מ-120 שקלים לטיפול.</p>	
פנייה בכתב מרופא לקבלת שירות בשל מצבו הרפואי.	
פמי פרימיום בע"מ או כל גורם אחר, כפי שתקבע החברה לצורך כתב שירות זה.	
<p>המנוי לא יהא זכאי לקבלת השירותים עקב בעיות התמכרות כלשהן ו/או גמילה מהרגלים (עישון, סמים, אלכוהול), הרזיית-יתר, השמנת-יתר או שינויים במשקל, למעט אם רופא קבע בכתב כי קבלת הטיפול בגין נושאים אלו נובעת מצורך רפואי.</p>	
ילד (עד גיל 20) : 8.9 שקלים בוגר: 19.0 שקלים	
12206	
ילד (עד גיל 20) : 9.025 שקלים בוגר: 19.26 שקלים	

	
כתב שירות - רפואה משלימה	
נספח 2283	
לידה פרמיה קבועה עד גיל 25 ולאחר מכן פרמיה קבועה כמבוגר בגיל זה.	
לידה	
<p>פתרונות הרפואה המשלימה מהווים חלק נכבד משירותי הרפואה המודרנית. כתב השירות מעניק מגוון טיפולים משלימים לגוף ולנפש, בטיפול בבעיות רפואיות חולפות וכרוניות. לקבלת שירות יש צורך בכתב הפנייה מרופא</p>	
<p>לבחירת המבוטח 4 חלופות לקבלת שרותי הרפואה המשלימה:</p> <p>א. קבלת שירות רפואה משלימה ע"י נותן שירות שבהסכם, במרפאות הספק לכל סוגי הטיפולים שברשימה.</p> <p>ב. קבלת שירות רפואה משלימה ע"י נותן שירות שבהסכם, בבית הלקוח לרשימה חלקית של טיפולים מתוך הרשימה.</p> <p>ג. קבלת שירות רפואה משלימה ע"י נותן שירות שאינו בהסכם,</p> <p>ד. שיפוי בגין הוצאות שהוצאו על ידי המנוי בפועל עבור השתתפות עצמית ששילם לקופת החולים בה הוא חבר במסגרת תוכנית השב"ן.</p>	
90 יום	
ההצטרפות תתאפשר כתוספת על פוליסות פרט בריאות, למעט ת"אש.	
<ul style="list-style-type: none"> ● אקופונקטורה ● רפלקסולוגיה ● שיאצו ● אוסטיאופתיה ● כירופרקטיקה ● הומופאטיה ● פלדנקרייז ● ביופידבק ● טיפול נטורופתי ● ייעוץ דיאטטי ● שיטת פאולה ● שיטת אלכסנדר ● פרחי באך ● שיטת טווינה ● עיסוי רפואי ● עיסוי רקמות עמוק ● עיסוי תאילנדי ● לומי לומי ● סוג'וק ● חדררי מלח ● פיזיותרפיה ● אירוודה 	
<p>בבית הלקוח על ידי ספק השירות - 72 שקלים השתתפות עצמית לגבי חלק מהטיפולים. במרפאת ספק השירות - 47 שקלים השתתפות עצמית. כל ספק חיצוני - 50% השתתפות ועד 140 שקלים.</p>	
עד 20 טיפולים בשנת ביטוח	
כל ספק חיצוני - 50% השתתפות ועד 140 שקלים.	
הפניה בכתב מרופא לקבלת שירות בשל מצבו הרפואי.	
פמי פרימיום בע"מ או כל גורם אחר, כפי שתקבע החברה לצורך כתב שירות זה. או כל ספק חיצוני.	
<p>בעיות התמכרות כלשהן ו/או גמילה מהרגלים (עישון, סמים, אלכוהול), הרזיית-יתר, השמנת-יתר או שינויים במשקל, למעט אם רופא קבע בכתב כי קבלת הטיפול בגין נושאים אלו נובעת מצורך רפואי.</p>	
ילד (עד גיל 20) : 7.33 שקלים בוגר: 19.50 שקלים בן זוג: 17.8 שקלים	
12209	
ילד 7.43 שקלים בוגר 19.77 שקלים בן/בת זוג 18.04 שקלים	

נמצא חיסון ל-400 מיליארד שקלים

אחד מהאפיקים המעניינים והאטרקטיביים בשנים האחרונות, דרכו ניתן להשקיע את הכספים בשוק ההון, הוא קופת גמל להשקעה • אז מה המאפיינים של המוצר שהפכו אותו ל"חיסון" מבוקש עבור הכסף הפנוי?

ה"חיסון" ל-400 מיליארד שקלים

אחד מהאפיקים המעניינים והאטרקטיביים בשנים האחרונות, דרכו ניתן להשקיע את הכספים בשוק ההון, הוא קופת גמל להשקעה.

לפני כארבע שנים ביצע משרד האוצר מהפכה והשיק מוצר חדש: "קופת גמל להשקעה". בתקופה קצרה זו הספיקו מאות אלפי חוסכים לגלות את המוצר ולהפקיד בו כ-17 מיליארד שקלים.

קופת גמל להשקעה הינה מוצר השקעה המיועד לכל אדם המעוניין לחסוך בעבור עצמו, לרבות עבור קטינים.

אז מה המאפיינים של המוצר שהפכו אותו ל"חיסון" מבוקש עבור הכסף הפנוי?

הכסף זמין לרשותך

כפי שציינו קודם, משבר הקורונה חידד את הצורך של הציבור בניזילות כספים. קופת גמל להשקעה נותנת מענה מצוין לצורך זה, מכיוון שבניגוד למוצרי חיסכון אחרים, היא מאפשרת לחוסך למשוך את הכספים הצבורים בכל עת, ללא מגבלה ומבלי לשלם קנס.

בהקשר זה, חשוב לציין, יתרון נוסף והוא שבניגוד למכשירי חיסכון אחרים, רק בעת משכית הכספים (ולא במהלך תקופת החיסכון) ינוכה מס רווחי הון של 25% על הרווחים הריאליים שנצברו. זוהי למעשה הטבת מס שעשויה להיות שווה הרבה מאד כסף.

השקעה בשוק ההון לכל דורש

קופת גמל להשקעה מאפשרת לחוסך להשקיע בשוק ההון באמצעות מגוון רחב של מסלולי השקעה, כגון: מניית, אג"ח, חו"ל ועוד. מסלולי ההשקעה בעלי רמות סיכון שונות ומאפשרים לחוסך גמישות בהתאמה לצרכיו, למגמות בשווקים ולתקופות חיסכון שונות.

ומה אם החוסך מעוניין לשנות מסלול השקעה? אין בעיה! ניתן לנייד בכל עת את הכספים למסלול השקעה אחר. גם פה ישנה הטבת מס מכיוון שבניגוד למוצרים אחרים, ניד זה אינו מהווה 'אירוע מס' או במילים אחרות - בעת ניוד הכספים למסלול ההשקעה החדש לא ישולם מס רווח הון, כך שהכסף והרווחים למעשה "ממשיכים לעבוד" עבורנו במלואם עד למועד משכית הכספים.

ובהקשר זה יצוין, כי לאחרונה אישרה ועדת הכספים בכנסת ישראל את האפשרות לנייד את הכספים בין החברות המנהלות. גם ניוד מסוג זה לא יהווה 'אירוע מס'.

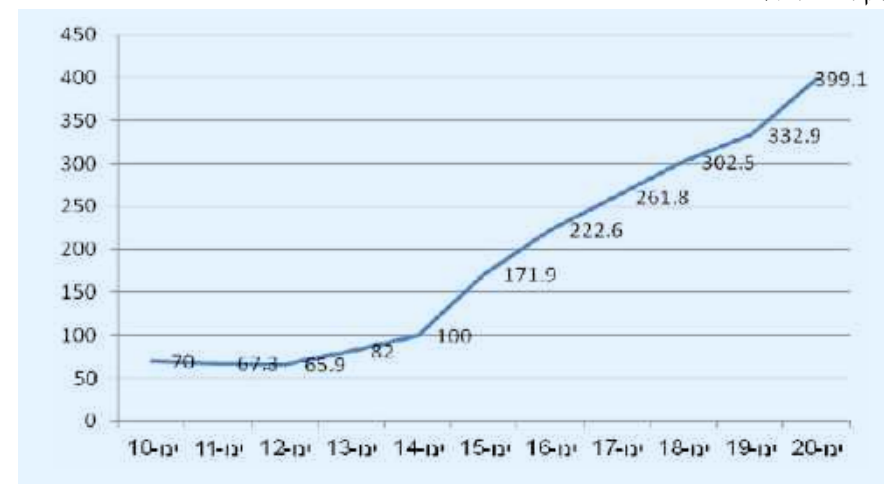
ואם כבר דיברנו על תשואות, כדאי לדעת שניתן להשוות באופן אובייקטיבי בין ביצועי הקופות השונות, וזאת באמצעות אתר הגמל-נט של משרד האוצר. אגב, באמצעות אתר הגמל נט תוכלו להיווכח בעצמכם כי התשואה המצטברת של כל מסלולי ההשקעה בקופות הגמל להשקעה ממועד הקמת המוצר, דצמבר 2016 ועד יוני 2020, עומדת על כ-16.42%⁽¹⁾

אייל סיאני



כידוע, בעקבות משבר הקורונה, חלק גדול ממשקי הבית בישראל מצא את עצמו ללא עבודה או בחל"ת. בנוסף, חלק מ"ברי המזל" שנתרו עם עבודה נאלצו להתמודד עם ירידה משמעותית בהכנסות. כל זה הוביל את אותם משקי בית לחפש מקורות כספיים אחרים, אך למרבה הצער, מקורות אלו לא תמיד היו בנמצא, וזאת מכיוון שלא תמיד קיימת המודעות "לחסוך גרוש לבן ליום שחור". גם מי שהשכילו לחסוך לא תמיד עשו זאת באופן הנכון. למה הכוונה?

לפני כחודש פרסם בנק ישראל נתון מפתיע מאוד - כ-400 מיליארד שקלים של הציבור "שוכב" בחשבונות העו"ש ולמעשה לא מניב תשואה. הנתון היותר מפתיע הוא שלפני 10 שנים בלבד, במאי 2010, היקף הכספים בחשבונות העובר ושב היה כשישית מזה ועמד על כ-70 מיליארד שקלים בלבד!



האם אכן חשבון העו"ש הוא אלטרנטיבה טובה ונכונה לכספים פנויים? לא בהכרח. אחת מהאלטרנטיבות הקיימות לחיסכון היא השקעה בשוק ההון. כך לדוגמה, באם אותם 400 מיליארד שקלים היו מושקעים בשוק ההון ומניבים תשואה שנתית נטו של 4%, אזי בתקופה של עשור הם היו מניבים רווחים של קרוב ל-200 מיליארד שקלים!

(1) הנתונים לעיל נכונים לחודש יוני 2020 על פי נתוני אתר גמל-נט.

העתיד עוד לפנינו

לפני כשנתיים פורסם מחקר⁽²⁾ של אוניברסיטת בן גוריון - המרכז לפנסיה, ביטוח ואוריינות פיננסית. במסגרת המחקר הוצג ממצא מטריד ביותר לפיו שיעור התחלופה, קרי - היחס בין גובה הפנסיה לשכר האחרון ערב הפרישה הצפוי להתקבל בעתיד יהיה 35% לגברים ו-29% לנשים.

ממצא זה מחזק ביתר שאת את הצורך הבסיסי לחסוך באופן עצמאי לעת פרישה. אז כמובן שישנם מכשירי חיסכון רבים, אך בקופת גמל להשקעה ישנן שתי הטבות מס ייחודיות שהופכות אותה למכשיר חיסכון אולטימטיבי גם למטרה זו, כפי שיפורט להלן:

חוסך בקופת גמל להשקעה יוכל לנייד, החל מגיל 60, את כספי החיסכון שלו מקופת גמל להשקעה לקופת גמל לקצבה, לצורך קבלת פנסיה חודשית. אז מהן הטבות המס הנלוות לפעולה זו?

ראשית - בעת ניוד הכספים לקופת גמל לקצבה לא ישולם מס רווח הון על הרווחים שנצברו. הטבה זו עשויה להיות שווה כסף רב לחוסך. להלן דוגמה להמחשה עבור חוסך שהפקיד מידי שנה 70 אלף שקלים במשך 15 שנה.

חיסכון במוצר ללא פטור ממס רווח הון של 25%			חיסכון בקופת גמל להשקעה		
פנסיה צפויה	מס רווח הון	סכום חיסכון לאחר 15 שנה	פנסיה צפויה	מס רווח הון	סכום חיסכון לאחר 15 שנה
₪ 6,306	₪ 70,413	₪ 1,331,651	₪ 6,658	-	₪ 1,331,651

* הנחות בסיס: תשואה שנתית נטו של 4%, אינפלציה 0%, מקדם המרה לקצבה: 200

הטבת המס השנייה היא שהקצבה שתשולם לחוסך מקופת גמל לקצבה תהיה כולה פטורה ממס ("קצבה מוכרת" בעגה המקצועית) - הן ממס הכנסה והן ממס רווח הון. בהקשר זה יצוין, כי אך לאחרונה אישרה ועדת הכספים של כנסת ישראל את האפשרות לנייד מקופת גמל להשקעה לקופת גמל לקצבה לצורך קבלת פנסיה חודשית.

להפקיד בכל עת

לאור הטבות המס הייחודיות שבמוצר זה, קבעה המדינה תקרת הפקדה באופן בו הסכום השנתי המרבי שניתן יהיה להפקיד לקופת גמל להשקעה יעמוד על 70,000 שקלים לכל חוסך בכל שנת כספים, צמוד למדד בתחילת כל שנה לעומת מדד 1 ביולי 2016 (נכון לשנת 2020 - 71,337 שקלים).

יודגש כי תקרת ההפקדה היא לפי תעודת זהות (ולא לפי חברה מנהלת/מסלול השקעה). כך לדוגמה, משפחה בת 5 נפשות רשאית להפקיד בגין שנת 2020 באופן מצטבר לקופת גמל להשקעה סך של 356,685 שקלים.

יש מגוון דרכים לבצע את הפקדת הכספים, כגון: העברה בנקאית, הרשאה לחיוב חשבון ושיק. כמו כן, ניתן להפקיד באופן חד פעמי או בהפקדות תקופתיות - לפי רצון החוסך.

פשוט וקל!

כל שנדרש בכדי להצטרף לקופת גמל להשקעה הוא למלא טופס הצטרפות. ניתן כמובן ואף רצוי להיעזר בבעל רישיון פנסיוני לצורך כך. כדאי לדעת שחברות מנהלות רבות מאפשרות להצטרף לקופת גמל להשקעה באופן דיגיטלי באמצעות אתר האינטרנט שלהם. בחלק מהחברות השירות הדיגיטלי הורחב עד כדי כך שתוכלו למלא טופס הרשאה לחיוב חשבון בו תמלאו את הסכום אותו ברצונכם להפקיד מידי חודש ולאחריו החברה המנהלת תעשה עבורכם את כל העבודה ותפעל מול הבנק בכדי לדאוג שהכסף אכן יופקד, כפי שביקשתם.

יתרונות המוצר

נזילות - ניתן למשוך את הכספים בכל עת

דחיית תשלום מס רווח הון עד למועד משיכת הכספים

קבלת הכספים כקצבה חודשית פטורה ממס החל מגיל 60

מגוון מסלולי השקעה

מעבר בין מסלולי השקעה ללא תשלום מס רווח הון

אלטרנטיבת חיסכון לילדים

שקיפות נתוני הקופות באתר הגמל-נט ובאתרי החברות המנהלות

תכנון הורשה - ניתן למנות מוטבים בחשבון

גמישות בהפקדות - ניתן להפקיד בכל עת

* הכותב הינו סמנכ"ל ומנהל מקצועי, פסגות קופות גמל ופנסיה בע"מ

פסגות קופות גמל ופנסיה בע"מ, האמור כפוף להוראות הדין ותקנון הקופה. הכספים ניתנים למשיכה תוך 4 ימי עסקים (לא כולל 3 ימי העסקים הראשונים בתחילת כל חודש) והכל בכפוף לתקנון ולהוראות הדין, כפי שיעודכנו מעת לעת ובכפוף לתשלום מס רווח הון כדן. פטור ממס הכנסה וממס רווח הון יתאפשר החל מגיל 60, באמצעות משיכת הכספים כקצבה וזאת ע"י העברתם לקופת גמל לקצבה ובהתאם להוראות הדין. אין באמור לעיל כדי להוות תחליף לייעוץ/שיווק פנסיוני בידי יועץ/משווק פנסיוני בעל רישיון ע"פ דין המתחשב בנתונים ובצרכים המיוחדים של כל אדם. חברת פסגות קופות גמל ופנסיה בע"מ עוסקת בשיווק פנסיוני (ולא בייעוץ פנסיוני) ולה זיקה למוצרים הפנסיוניים המנוהלים על ידה. האמור אינו מהווה ייעוץ מס על ידי יועץ מס. אין באמור התחייבות להשגת תשואה כלשהי. ט.ל.ח.

(2) מחקר שכותרתו: קרנות הפנסיה החדשות בחינת יחס התחלופה והתנהלות המבוטחים, פורסם בחודש יולי 2018. למחקר לחצו כאן

סוכן הביטוח - ההבדל הגדול בין משבר 2008 למשבר 2020

במשבר הקודם התנהגות הלקוחות פגעה בחיסכון הפנסיוני שלהם בצורה משמעותית • במשבר הנוכחי אנו רואים התנהגות בוגרת ואחראית יותר של הציבור - בין היתר, בזכות סוכני הביטוח אשר ממלאים תפקיד חשוב בהתנהלות הכלכלית של הציבור

הפנסיוני של הלקוחות בצורה משמעותית. במשבר הנוכחי אנו רואים התנהגות בוגרת ואחראית יותר של הציבור. התנהגות זו באה לידי ביטוי בשיקול דעת במשיכות כספים, פחות לחץ ופנייה למוקדי השירות של הגופים, יותר הקשבה לאנשי המקצוע וקבלת החלטות שקולות ולא תחת לחץ. התנהלות אחראית זו היטיבה עם החוסכים במכשירים הפנסיוניים וזאת לאור התיקון שחל בשוקים. התנהגות זו, הינה בין היתר, בזכות סוכני הביטוח אשר ממלאים תפקיד חשוב בהתנהלות הכלכלית של הציבור שבאה לידי ביטוי במתן מענה מקצועי, קיום פגישות שירות להמשך הכיסוי הביטוחי לאור הפסקת ההפקדות וקיום פגישה פנסיונית עם תחילת עבודה חדשה לשם שמירת רצף הפקדות (בהתאם להוראות החוק).

אם בשנת 2008 המעורבות של סוכן הביטוח בתיק ההשקעות של הציבור הייתה נמוכה, הרי כיום, המעורבות שלו גבוהה והוא ממלא תפקיד חשוב ביותר בניהול הנכסים הפנסיוניים של הציבור.

אנחנו במנורה מבטחים, נמשיך להעמיד את הכלים המתקדמים ביותר לסוכני הביטוח הכוללים: העשרה מקצועית, פיתוח מוצרים מתקדמים, העמדת כלים דיגיטליים ומערך שירות מקצועי עבורם וביחד נצא מחוזקים וחזקים מאירועי הקורונה.

* הכותב הינו משנה למנכ"ל מנורה מבטחים פנסיה וגמל
צילום: יעל צור

איתי יעקב

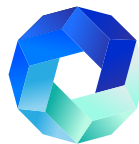


משבר הקורונה הפוקד את מדינת ישראל ואת העולם כולו אינו פוסח על שוק החיסכון הפנסיוני. בחודשים האחרונים אנו עדים לתנודתיות בשוקי ההון בארץ ובעולם, עובדה אשר השפיעה על היקף הנכסים הפנסיוניים של הציבור. בנוסף, שיעור האבטלה בארץ גבוה ועובדה זו משפיעה ישירות על היקף ההפקדות לפנסיה ופועל יוצא מכך על גובה החיסכון הפנסיוני. השחקנים המרכזיים בענף הביטוח והפנסיה חייבים להתאים את עצמם למציאות החדשה, אשר בסבירות גבוהה תלווה אותנו גם לתוך שנת 2021.

בהסתכלות על משברים קודמים ובייחוד על המשבר של שנת 2008, אנו רואים הבדלים גדולים בהתנהגות הלקוחות במשבר 2008 ביחס להתנהגותם במשבר הנוכחי.

בשנת 2008 היינו עדים למשיכה אגרסיבית של כספים מהמוצרים הפנסיוניים השונים, ומעבר למסלולים סולידיים תוך קיבוע הפסדים בתיק החיסכון הפנסיוני. עובדות אלה פגעו בחיסכון





מתנת הצטרפות לסוכנים חדשים



לרגל תקופת הקורונה המסלקה יוצאת בהטבה מיוחדת לסוכנים חדשים:
10 בקשות מידע מכל הגופים **ללא עלות** + 100 ת.ז בדיווח פרודוקציה חודשי
ללא עלות - למשך שנה!*

לקבלת פרטים נוספים, בדיקת זכאות ותנאי ההטבה במלואם,
צרו קשר עם מוקד השירות שלנו: 076-8020400

*להטבה זכאים סוכנים שהצטרפו (או יצטרפו) לשירות במהלך 2020. לקבלת פרטי ההטבה במלואה ותנאיה נא פנו למוקד המסלקה.

ביג דאטה - ביג אייג'נט

חברות הטכנולוגיה הענקיות מוכנות להשקיע מיליארדים כדי לרכוש את הידע הזמין בראשו, במחשבו או במשרדו של הסוכן • סוכן שידע לאפיין את לקוחותיו לפי פרמטרים מוגדרים יוכל לחזות את פעולותיהם מראש ויצבור פער אדיר על מתחריו



יריב ינאי

הלכה למעשה, אף בינה טכנולוגית או נוסחאות ביג דאטה טרם הצליחו לדעת או להגיע לממדי ההיכרות שקיימות בין הסוכן ללקוחותיו באופן הרגשי והשיתופי שנקרם במהלך השנים. או נגיד זאת הפוך, חברות טכנולוגיה שמפתחות את הכלים הללו היו מוכנות להשקיע עוד מיליארדים רבים של דולרים כדי לרכוש את הידע הזמין בראשו, במחשבו או במשרדו של הסוכן.

לכן, אם החברות הללו משתמשות בשמות מפוצצים כמו big data; a.i; b.i, הסוכן יכול להחזיר בשלו עם יכולות של t.s (תיק סוכן).

מעבר לכך, הסוכן היום יכול להפעיל גם את כישוריו על לקוחותיו. נכון, זו לא דאטה רשומות של מיליונים, אך באמצעות ניסיון של שנים בצבירת ממשקים ושאלות מול לקוחות, הסוכנים היום יכולים לצפות את צרכי המבוטחים ואף להקדימם. וסוכן שרוצה להתאים עצמו לקידמה ולמנוע זליגת לקוחות מתיקו צריך לבצע פעולה פשוטה: להתחבר למחשבו ולהיות פעולות ביטוחיות ברורות שקרו בעבר לפי היררכיית לקוחות. כך הוא יוכל לחזות אלו לקוחות עתידיים שלו צפויים לעשות את אותן פעולות שוב.

הדוגמאות לכך הן רבות. החל מהעולמות הפנסיוניים והפיננסיים כגון: הפקדות, פדיונות, הגדלה או הקטנת כיסויים, תביעות או אי מימוש של כיסוי, וכלה בדרישות כגון הרחבת פוליסת רכב לנהגים צעירים, הרחבת כיסוי תכולה, ביצוע שינויים בפוליסת העסק ועוד.

כל משאבי הדאטה יושבים אצל כל סוכן ובאפיון פשוט, על סמך ניסיונו, יכול הלקוח לקבל חיזוי תנועות אישיות או עסקיות מהסוכן האישי שלו. כמובן שמי שרוצה לדייק את עצמו יותר יכול לחתוך את מאגר הלקוחות לרמת סגמנטים ברורים דוגמת גילים, מצב משפחתי, מגדרים, עונות בשנה, סטטוס עיסוקי ועוד.

העוצמה בתהליך זה אינה רק החיזוי, האפקט יכול לקבל אחיזה ברורה ומיידית, ואסביר את הקסם:

ברגע שסוכן ביצע אפיון ברור של צרכי לקוחותיו לפי פרמטרים שקבע, הוא לא צריך להמתין ולראות מה העתיד מנבא לו, אלא בלחיצת כפתור קטנה הוא יכול לרוץ מספר שנים אחורה על התיק שלו ולזהות הלכה למעשה אלו לקוחות "נצבעו" בפרמטרים שהוא הגדיר. כל נתון נוסף שהוא יוסיף לאפיון זה יאפשר לו לדייק את מנגנון ה"ביג דאטה" שלו ולצפות את מהלכיהם של לקוחותיו.

סוכן שישכיל להצטרף לפעולה בדרך זו, יחד עם התממשקות עם חברת ביטוח בעלת יכולות דיגיטליות, יצבור מומנטום ופער אדיר על מתחריו ובדרך יהנה מאפקט של תדמית חדשנית ואפשרויות מכירה אפקטיביות ללקוחותיו.

בעתיד הקרוב סוכנים שפועלים ב-go ביטוח דיגיטלי יוכלו ליהנות מפיצ'ר (תוסף) ייחודי בדשבורד הסוכן, בו יוצגו לסוכן, למעט האינפורמציה המסורתית שנהוג להציג היום, גם נתונים ענניים ואנליטיים ברמת תנועות לקוחות.

הלקוחות של היום מצפים מכל חברה שבה הם פעילים שתקדים ותחזה את צרכיהם ותשלים את תנועותיהם. יעילות ומהירות ודייק זה שם המשחק.

זהו בדיוק זמן של סוכני הביטוח להתאים עצמם לעידן הדיגיטלי.

* הכותב הינו מנהל פיתוח עסקי וחדשנות, הכשרה חברה לביטוח

בשנים האחרונות אנו עדים להשקעות אדירות שמבצעות חברות הענק העולמיות בממשקים דיגיטליים. גוגל, פייסבוק ודומיהן מובילות ומספחות אליהן כל מיזם ושירות חדש שצץ בתחום הדיגיטלי. השקעות אלה מגוונות ומעניינות ומרמזות לנו על העתיד לבוא או ליתר דיוק על ההווה שאנו חיים בו.

עם זאת, ההשקעות הפעילות והתוססות ביותר שייכות לעולמות של חיזוי התנהגות לקוח. מדובר בהשקעות שמטרתן לפצח את הפורמולה בשלל נתונים שכל היצרנים רוצים לדעת לטובת המרת דאטה והפיכתה ללקוח או ניהול לקוח באופן של רייטינג או איתור לקוח פוטנציאלי ואפילו שימור לקוחות.

מתוך אותן השקעות, המסקרנות ביותר לעולם הביג דאטה, כולם מחפשים את האלגוריתמים שידעו לאתר באופן גנרי את המכנה המשותף בעולם דאטת הלקוחות. מעין נוסחה שתדע לשזור קו אחיד בין לקוחות דומים בהתנהגויות, בדרישות ובפרופיל רווחיות. בשפה המקצועית זה נקרא look alike - בניית מחסני לקוחות זהים בהתנהגות צרכנית והתאמת דרכי פעולה מזדויקים לאותם לקוחות. בכך ניתן לבצע חידוד וחיסכון משאבי בספקטרום של תהליכים (מכירה, שירות, שיווק, תפעול וכו').

תחומי האיסוף הם רבים ומגוונים וכל פרט שהלקוח מייצר וחושף נאסף ונצבר במחשבים רבי העוצמה הללו, אשר מנתחים ובונים נוסחאות ייתכנות וזיהוי "נושמות". דוגמה לאיסוף נתונים מתחילה מדברים שגרתיים כגון, גיל, שכר, סוג הרכב ודירה ויכול להגיע לרמות פרטניות דוגמת כמה זמן הלקוח בוחה במסך, היכן הוא לחץ ובאיזו עוצמה. וכן, אם שאלתם גם ניתן לזהות האם עשה זאת ביד ימין או שמאל ובאילו שעות ביום.

כל טלפון חכם או מחשב יודעים לספק את המידע הזה ולכן העיתוי לקבלת מידע זה הוא מושלם. אנו עדים להפעלת היכולות האלה בסקטורים רבים שכבר משתמשים במערכות אלה. לדוגמה: כרטיסי אשראי, עולם הפינטק, רפואה, משאבי אנוש ואף מערכות ביטחוניות לחיזוי תהליכים פלילים וביטחוניים.

כמובן שאירועים אלו מגיעים גם לעולם הביטוח שצועד במהרה ובנמרצות לכיוון התחום המסקרן הזה, והכיוון הוא לא רק לזהות התנהגויות אלא למצוא מקורות רווח נוספים בשכבות הפעילות של הלקוחות או השותפים העסקיים.

אולם בפועל נשאלת השאלה הפשוטה - כיצד הסוכן הסטנדרטי יכול להתמודד מול חברות הטכנולוגיה הענקיות הללו?

למעשה התשובה היא מאוד פשוטה, ואסביר. ברגע שאנו יודעים שמושקעים מיליארדים בתחום הדאטה, בפועל המשמעות היא שהסוכן יושב היום על מכרה זהב - דאטת תיק הלקוחות שלו.



הפניקס מציגה: פנסיה WELL עם דמי ניהול משתנים היורדים על פי הצבירה האישית

דמי הניהול מתעדכנים בהתאם לסכום היתרה הצבורה בקרן הפנסיה המקיפה:

דמי ניהול מצבירה	דמי ניהול מפרמיה	עד	מ
0.20%	1.70%	150,000	0
0.15%	1.70%	300,000	150,000
0.10%	1.70%	500,000	300,000
0.08%	1.70%	700,000	500,000
0.07%	1.70%	950,000	700,000
0.06%	1.70%	1,200,000	950,000
0.05%	1.70%	9,999,999	1,200,000

לפרטים נוספים בדבר תנאי ההטבה לחצ/י כאן
או פנה/י למנהל המכירות שלך בהפניקס

כשזה חשוב לך זה חשוב לנו

אין באמור לעיל בכדי להוות ייעוץ או המלצה או חוות דעת מכל סוג שהיא לרכישה או הצטרפות למוצר והוא אינו מהווה תחליף לייעוץ אישי הניתן בכפוף לחוק. כל האמור הנו תמצית בלבד ומשמש כמידע בלבד וזכויות המבוטח יהיו בהתאם לתנאי הפוליסה ו/או התקנון וסייגיהם ובכפוף להליך חיתום כמקובל בחברה. המוצרים מנוהלים ע"י הפניקס חברה לביטוח בע"מ והפניקס אקסלנס פנסיה וגמל בע"מ (להלן: "החברות"). החברות עוסקות, בין היתר, בשיווק פנסיוני ולהן זיקה למוצרים פנסיוניים המנוהלים על ידן. "פנסיה WELL" כוללת פנסיה, ריסק ומטריה ביטוחית לקרן הפנסיה. המוצר ריסק הנו ביטוח חיים ריסק למקרה מוות צמוד למדד. העלאת דמי ניהול תהא בהתאם להוראות כל דין.

השפעת הקורונה על דיגיטציה של עולם הביטוח והפיננסים

המגפה יצרה שינוי תרבותי בכל הקשור לשימוש באמצעים ישירים, פעילות מבוזרת וניהול מערכות יחסים בריחוק פיזי - שינוי שצפוי לבוא לידי ביטוי גם אחרי סיום סאגת המגפה • החברות עברו קפיצת מדרגה טכנולוגית, בעיקר באמצעות רכישה והטמעה של מוצרים המאפשרים טרנספורמציה דיגיטלית • מכאן, חלק מההשקעות הנדרשות בוצע ונדרש להשלים את המהלך



בני שיזף

וברור גם בשלב ייזום הפעולה וגם בשלב קבלת המשוב - הפתרון הנדרש, וכל התהליך בוצע באופן אוטומטי לחלוטין, ללא תיווך או חלקי ביצוע שאינם ממוחשבים בדרך - יכול להיקרא "דיגיטציה". במסגרת זו אפשר למצוא דיגיטציה של תהליך/תהליכים, כאשר התהליכים האחרים עדיין לא עונים להגדרה המלאה. היה וכל התהליכים העיקריים מבוצעים בדרך זו, רק אז חברה תוכל לקרוא לעצמה "חברה דיגיטלית" בלי שזה יחשב "פייק ניוז". האבחנה חשובה מפני שרק תהליכים שעברו "דיגיטציה" מלאה יאפשרו השגת המטרות שהוצגו בפתח.

מה הבעיה?

הבעיה, בדרך כלל, מורכבת משני אלמנטים, שניהם שייכים לעבר. האחד הוא התרבות הארגונית ותהליכי העבודה הקיימים והשני הוא "מערכות הלגסי", מה שנקרא ברוב המקומות "מערכת הירוקה". אותן מערכות נכתבו לפני שנים רבות ומשרתות את מוצרי הבסיס עד היום. כמובן שהשניים קשורים זה בזה בקשר גורדי, המערכות הישנות והמסובכות תומכות בתהליכי עבודה ונהלים ישנים ועתידי עבודה ידנית וההפך.

איך עובד התהליך הקיים?

הדרך לקשר בין מבצע הפעולה (הפקה, שינויים, ביטולים, גבייה וכד') ובין הלקוח מורכבת בדרך כלל ממספר מפרקים ובתחילתה-סופה, מוקד/סוכן/פקיד שירות - גורם אנושי אשר מתווך את הפעולה ללקוח.

העיוות מתחיל בפרשנות של הגורם המתווך לבקשה/צורך של הלקוח. במקום לתת ללקוח בעצמו, בשפתו, להגדיר את הצורך שלו, אנחנו משתמשים בגורם מתווך. הגורם המתווך, באופן טבעי, יצייר תמונת צורך שונה מזו שהלקוח באמת רצה.

בשלב השני, הגורם המבצע של הפעולה (זה יהיה פשוט יחסית אם יש רק אחד ומורכב הרבה יותר אם יש יותר מאחד) נותן פרשנות משלו לתמונת הצורך של הלקוח שהציג המתווך (סוכן/מוקדן/פקיד שירות).

לכך, נוספות היכולות, או ליתר דיוק אי היכולת של "מערכת הלגסי" לתמוך בבקשה. במרבית המקרים, מבצע הפעולה יציע את הפתרונות שיש לו במערכת, גם כאשר הם לא בדיוק מה שהלקוח ביקש.

נוסיף את שרשרת התיווך בחזרה ללקוח ונקבל תוצאה לא נכונה בעליל.

עכשיו, או שהלקוח יוותר, יישאר מתוסכל ולא ימשיך בתהליך, או שהוא ידרוש תהליך חוזר מתוך תקווה לקבל תוצאה קרובה יותר לצרכיו. כך, בדרך כלל, עובדים התהליכים הקיימים.

עידן הקורונה. כנראה, כשבעוד שנים, כאשר ננתח את האירועים של התקופה שאנחנו חיים בה והשינויים שהיא יצרה באורחות חיינו, נתייחס אליה כאל "עידן הקורונה". האירוע הזה יהיה "נקודת ארכימדס" של שינויים רבים בחיינו. אחד מהם הוא בתחום הדיגיטציה של תהליכים. האם הקורונה יצרה תהליכים חדשים והתנהגויות חדשות בתחום הדיגיטציה או שהיא האיצה מאוד את הטרנספורמציה הדיגיטלית שהייתה נדרשת בכל מקרה? זו שאלה מעניינת, אולם אין לה השפעה של ממש על הכיוונים אליהם צריך להתקדם בהינתן המצב הקיים. בעולם הפיננסי, הכיוונים האלו ברורים. מצד אחד, להעניק ללקוח יכולת לפעול מול החברה/הסוכנות באופן מדויק, זריז, בהיר, שקוף ונגיש בכל שעה ובכל מצב. מצד שני, להקטין משמעותית את עלות ביצוע התהליכים. המחיר - השקעה משמעותית בביצוע הטרנספורמציה הדיגיטלית.

למה אנחנו קוראים דיגיטציה ומה זו דיגיטציה באמת?

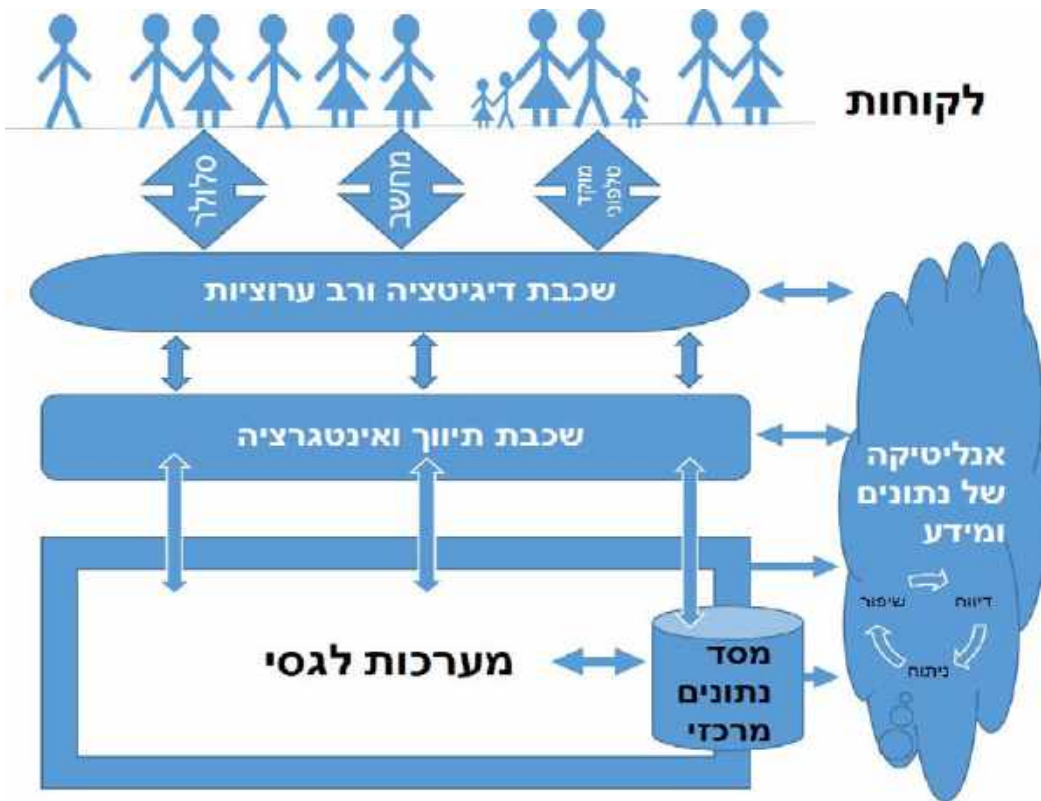
כאשר, לכאורה, הקשר בין החברה ללקוח נעשה באמצעים דיגיטליים, אנחנו נוטים לראות את זה כ"דיגיטציה" של הפעולות. חברה/סוכנות שמאפשרת ללקוח לבצע את כל פעולות השירות, לקבל את כל המידע שהוא צריך ולרכוש מוצרים, דרך המחשב או הסלולר, תכנה את עצמה "חברה דיגיטלית". השאלה, האם זה באמת כך?

כלים דיגיטליים הם בסופו של דבר כלי עבודה. כך גם המרכיב האנושי בתהליך, מערכות המחשב, הטלפון והמערכות התומכות בשירות הטלפוני, אנשי המוקד וכד'. השימוש באמצעים דיגיטליים כחלק מהתהליך, אינם "דיגיטציה".

מה כן יחשב "דיגיטציה"?

על פי תפיסתי, רק מצב שבו הלקוח יכול ליצור את כל התקשורת הנדרשת לו עם החברה/הסוכנות באמצעות המחשב/הסלולר, כולל קבלת כל הנתונים הדרושים לו באופן בהיר

תרשים לוגי של מבנה המערכות:



מדובר בהשקעות משמעותיות עבור השחקנים השונים בשוק. מרביתם נמצאים במצב בו הם ערוכים באופן חלקי. חברות רבות רכשו מוצרים המאפשרים תקשורת דיגיטלית, רב ערוצית, עם הלקוחות ואף יצרו אינטגרציה חלקית עם "מערכות הלגסי". הבעיה היא, שעל מנת ליצור תוצאה משמעותית, צריך לעבור מסה קריטית של תהליכים ה"מהונדסים" מקצה לקצה כהתהליכים דיגיטליים.

נושא נוסף הוא האנליטיקה. ליכולת לבצע אנליטיקה של הנתונים, כתימה בתהליכים הדיגיטליים וכבסיס לשיפור מתמיד של התהליכים, יש תפקיד מכריע. למרבית החברות והסוכנויות אין יכולת כזו או יש יכולת חלקית ביותר. פיתוח של היכולות האלו, בנוסף לשכבת הדיגיטציה ולשכבת התיווך והאינטגרציה, הם האתגרים המרכזיים בביצוע של "טרנספורמציה דיגיטלית".

והקורונה?

מגפת ה-Covid-19 יצרה שינוי תרבותי בכל הקשור לשימוש באמצעים ישירים, פעילות מבוזרת וניהול מערכות יחסים בריחוק פיזי. שינוי זה צפוי לבוא לידי ביטוי גם אחרי סיום סאגת המגפה. שחקנים רבים בשוק רכשו בתקופה זו מוצרים ומיומנויות המאפשרים תקשורת דיגיטלית עם הלקוחות. למעשה, החברות עברו קפיצת מדרגה טכנולוגית, בעיקר באמצעות רכישה והטמעה של מוצרים המאפשרים טרנספורמציה דיגיטלית. מכאן, חלק מההשקעות הנדרשות בוצע ונדרש להשלים את המהלך.

תמיכה ראויה בסוכנים, תדרוש פיתוח תהליכים דיגיטליים גם במבנה של B2B2C, כלומר לאפשר תהליכים אשר מגיעים מחברת הביטוח לצרכן הסופי, דרך הסוכן ב-"White label", וכך לאפשר לסוכנים ליהנות מפירות המהפכה הדיגיטלית.

* הכותב הינו מייסד "B.P.O. Ltd Make it smart"

מדוע ש"דיגיטציה" תפתור את זה?

התהליך שעבר דיגיטציה מלאה לא מאפשר פרשנויות וגמישויות שלא נלקחו מראש בחשבון ותוכנו כן. על מנת לייצר את הטרנספורמציה, מתהליך קיים לתהליך דיגיטלי, יש חובה להתחיל מהלקוח. יש להתחיל בהבנה מדויקת של הצורך ולהציג את הנתונים לקבלת החלטות על ידי הלקוח בדרך בהירה ומובנת.

בהמשך, צריך להתאים את התהליך והמערכות למגבלות הפעולה הישירה מול הלקוח (מסמכים נדרשים וכד') תוך שימוש חכם במידע קיים על מנת לדייק את התהליך. לאחר מכן, יש להשיג את התוצאה הרצויה מ"מערכות הלגסי" ולהעביר את תוצאות הביצוע ללקוח. עצם החשיבה והעריכה של התהליך, מקצה לקצה, משנה משמעותית את מהירות, איכות ועלות הביצוע. ככל שיתור תהליכים מרכזיים עוברים "דיגיטציה", כך ההשגה של היעדים - זריזות, דיוק ונגישות ללקוח מחד והפחתת עלויות מאידך - מתקרבת.

האם המשמעות היא שתוך זמן קצר כל החברות יהפכו להיות דיגיטליות באופן מלא?

כנראה שלא. האתגר הוא בתכנון ובפיתוח. על מנת להגיע למצב המיוחל, יש להשקיע השקעות משמעותיות בתכנון ובפיתוח של ה"טרנספורמציה הדיגיטלית". תהליך דיגיטלי חייב להיות אינטואטיבי, בשפה פשוטה ונהירה ללקוח, להיות שקוף ולהכיל את כל הנתונים שהלקוח צריך על מנת לקבל החלטות, להיות אמין ויציב טכנולוגית, מהיר וזמין ללקוח בכל זמן ובכל אמצעי שנוח לו.

- השינוי ייווצר ממספר מרכיבים:
1. הכנת "מערכות הלגסי" בכל הקשור לאיכות, לשלמות ולנגישות של הנתונים וכן בכל הקשור לדיוק של חישובי המערכת.
 2. יצירת יכולות אנליטיות לניתוח המידע לצורך התהליכים הדיגיטליים.
 3. תכנון והתאמה של כל תהליכי העבודה העיקריים, למצב של תהליכים דיגיטליים.
 4. הקמת "שכבת מגע דיגיטלית" מול הלקוחות והצרכנים השונים.
 5. הקמת שכבת תיווך ואינטגרציה בין השכבה הדיגיטלית ובין "מערכות הלגסי".
 6. יצירת מעגל בקרה, דיווח ושיפור של התהליך.



ניהול סיכוני ביטוח והשלכותיו בעידן הקורונה

בזמן שכולם מצמצמים עלויות וביטוחים כדי להקטין הוצאות, עלינו להיות אוזן קשבת ומנהלי סיכונים נבונים אשר מסייעים ללקוחותינו לרכוש ביטוחים בצורה נבונה ונכונה עם מינימום פגיעה במערך הקיים או בחשיפת הלקוח

להגיב לכל פנייה בנושא הביטוח בצורה נאותה, חדה, עניינית ולהגיש ללקוח פתרון אשר מתאים לתקופה זו. גישה אחת אומרת לבטח קטסטרופות, גישה שנייה אומרת לבטח בהתאם למצבו הכלכלי של הלקוח (שצריך בסופו של יום לשלם את הפרמיה) וגישה שלישית אומרת לבחון תצורות ביטוח יצירתיות מאוד.

עו"ד ארז קדם



להלן מספר השקפות ופתרונות:

● **פוליסות חבויות על בסיס הגשת התביעה** - אחריות מקצועית, חבות מוצר וביטוח דירקטורים - בעיקרון לא מבטלים פוליסות אלו על בסיס הגשת תביעה, שכן כל ביטול ימנע כיסוי לתביעה שתוגש לאחר ביטול הכיסוי גם אם המבוטח רכש כיסוי 20 שנים קודם לכן.

הפתרון הוא לרכוש למבוטח אשר הפסיק את פעילותו פוליסה RUN OFF. פוליסה מסוג זה באה להעניק למבוטח כיסוי ביטוח על כל תביעה שתוגש במהלך תקופת ביטוח ה-RUN OFF בגין כל פעילות העבר שלו והכיסוי כמובן יהיה בהתאם לתנאי הפוליסה וחריגיה.

במקרים כאלו מומלץ מאוד להימנע מהעברת המבוטח ממבטחת אחת לשנייה אלא אם אין ברירה אחרת. קיימים מקרים בהם המבוטח מקטין את פעילותו והכנסתו. במקרה כזה אני ממליץ לנסות להקטין את עלויות הביטוח על ידי הגדרת השתתפות עצמית וגבול אחריות, אך בכל זאת להמשיך ולבטח את עצמו.

● **פוליסות עסקיות** - לפני ביטול כיסוי יש לוודא כי ניתן לבטל את הכיסוי ולשים לב אם אין חוזה שכירות או הסכם מימון אשר יכול למנוע ביטול הכיסוי. ניתן להקטין את הפוליסה לחבות מעבידים עקב פיטורי עובדים, ניתן אולי לשקול הקטנת גבולות אחריות בצד ג' עקב הקטנת משמעותית בפעילות, ניתן להקטין אובדן הכנסות/אובדן תוצאתי בעסקים ולחסוך בעלויות הפרמיה, ניתן להגדיל משמעותית השתתפויות עצמיות ולבחון הקטנת עלויות הביטוח, בשיתוף עם המבוטח ובידיעתו.

יש סוגי פוליסה שניתן לעשות התאמות בסוף תקופת הביטוח ולקבל החזרי פרמיה, כמו חבות מוצר ואחריות מקצועית, אובדן הכנסות לעסק ואובדן תוצאתי ואז לקבל החזר פרמיה, אך בשום פנים ואופן לא לבטל אוטומטית.

● **פוליסות לעבודות קבלניות** - בפוליסות לעבודות קבלניות מתרחשים דברים רבים בשנה האחרונה, מעליות של פרמיות הביטוח והשתתפויות עצמיות בצורה משמעותית ובהוספת חריגים על אלו הקיימים. שלא כמו בעבר, כאשר המבטחות יכלו לסייע בהסרת חריגים או עידון החריגים, קשה מאוד עד בלתי אפשרי להסיר חריגים גם תמורת פרמיה נוספת.

אחת הדוגמאות להקשחת שוק ביטוח הקבלנים היא שמבטחות מתנות כיסוי לנוק בזדון בשמירה ככל שלא עובדים באתר. במשבר הקורונה הרבה קבלנים פשטו רגל או סתם נעלמו מאתר העבודה מאחר ולא כלכלי להם להמשיך בעבודה. חלקם אף לא חזר והיזמים ו/או

אנחנו עמוק בתוך תקופת משבר הקורונה, שלדעתי היא גם הזדמנות טובה למי שמפיק ממנה לקחים, מסיק מסקנות ומגיב מייד לכל שינוי ומגמה.

במאמר זה אתמקד בשינויים העסקיים בעולם הביטוח בתחום הרכוש והחבויות מצד סוכן הביטוח, הלקוחות המבוטחים וכמובן המבטחות אשר מנצלות הזדמנויות מצד אחד ומסייעות למבוטחים מצד שני - ולא ניתן להתעלם מהקשחת תנאי הביטוח עקב שוק עולמי אשר מקשיח את עמדותיו.

בחודשים האחרונים אני מבחין שמבוטחים רבים נעים בחוסר ודאות, במטרה להבין את המצב החדש שנוצר, וגם סוכנים אשר מתייעצים איתנו על סוגיות שונות שלא הורגלנו להתמודד איתן קודם לכן. הסוגיות שעולות הן סגירת עסקי המבוטח, הקטנת מחזורי מכירות, פיטורי עובדים, הוצאת עובדים לחל"ת, הפסקת עבודות בפוליסה לעבודות קבלניות והתמודדות מול המבטחות בזמן חזרה לעבודות הקבלניות, ביטול כיסויים שלא ניתנים לביטול עקב שעבודם לבנק אשר לא מאשר ביטול כיסוי וכיוצ"ב. ישנם גם מבוטחים אשר מגדילים את תפוקת העסק על ידי הוספת שירותים, השכרות של משרדים ומרלוגים לאחסון מלאי גדול.

לאחרונה אני נחשף לתקיפות סייבר רבות על לקוחות קטנים כגדולים וההתמודדות עם או בלי ביטוח - התלבטויות של לקוחות האם לרכוש כיסוי זה לצד הפרמיה הגבוהה יחסית או לרכוש כיסוי זול יותר על סמך תנאי כיסוי פחות טובים. היכן האיזון? מה הסיכון מול היקף הכיסוי? מה עלות/תועלת בין אם לרכוש כיסוי זה או לא לרכוש?

בזמן שכולם מצמצמים עלויות וביטוחים כדי להקטין הוצאות, עלינו להיות אוזן קשבת ומנהלי סיכונים נבונים אשר מסייעים ללקוחותינו לרכוש ביטוחים בצורה נבונה ונכונה עם מינימום פגיעה במערך הקיים או בחשיפת הלקוח.

לכל שינוי כאמור לעיל יש השלכה מאוד גדולה על המבוטח, הן בפן הביטוחי ותנאי הפוליסה והן מבחינת עלויות תמחור הביטוח או ביטול כיסויים עקב צמצום או סגירת עסק.

מה עושים?

כל מבוטח נבחן לגופו, וגישה מנהלי הסיכון ו/או הסוכנים צריכה להיות שונה ממה שהורגלנו אליה עד כה.

יש לשקול כל הרחבת כיסוי, ביטול כיסוי או המשך כיסוי לגופו ואין שום דבר אוטומטי - השוק משתנה, הלקוחות משתנים, חברות הביטוח משנות נוסחי פוליסות וגישות, ובהתאם צריכים



4. במצב הפיננסי כיום יש לבחון הסרת כסויים פחות הכרחיים, כמו שבר מכני ציוד אלקטרוני, כספים, סחורה בהעברה, נאמנות עובדים וזאת לאחר בחינת העסק עם המבוטח.

● **הכנה שונה לפגישה עם מבוטח** - אתם חייבים להבין כי ההכנה לפגישה עם לקוח בעת הזו שונה מאוד מאשר לפני המשבר. בהכנת פגישה שהייתה לי עם סוכן אצל מבוטח שלו, הסוכן טען כי הוא לא מרגיש בנוח לבוא כעת ולהסיר כסויים ולעמוד מול המבוטח במצב הלא נעים אם הלקוח ישאל אותו "למה חיכית למשבר כדי להסיר כסויים ולהתייעל". ההתמודדות עם המבוטח קשה יותר, אם כי מכילה יותר רגש ואמפתיה.

כדאי מאוד להקשיב ללקוח ורק לאחר מכן לתת תשובות. בפגישה הסברנו למבוטח שבאנו ממקום של בדיקה ודייק העסק בזמן משבר וכל מה שאנחנו מעוניינים הוא לבחון מחדש את כל מערך הביטוח ולדייק אותו. ההרגשה של הסוכן לאחר הפגישה הייתה הרגשת שליחות והערכה עצמית גבוהה, במיוחד כאשר המבוטח כל כך העריך את הכנות והערכה למלאכתנו במיוחד בזמן זה. אני מציע שתפגשו עם הלקוחות, תדייקו את הפוליסות ללא חשש, כדי להעניק ערך וסיוע, במיוחד בעת הזו.

● **העשרה** - עכשיו, כאשר יש זמן פנוי כי נפגשים פחות, את ה"זמן כביש" ניתן לנצל ולהמשיך ללמוד, כי את כל מה שאנחנו יודעים, צריך לדייק יותר, משום שהלקוחות שואלים שאלות מדויקות יותר וכדאי ומומלץ לתת תשובות נכונות ומדויקות יותר בזמן אמת. יש הרבה מאוד קורסים כרגע, גם קורסים דיגיטליים שאני ממליץ לכם להעשיר באמצעותם את הידע המקצועי. זה הזמן וזה הרגע. השוק הוא של מקצוענים שמספקים פתרונות מדויקים ונכונים - אם לא עכשיו, אי מתי?

מאחל לכולנו יישום קל ותקופה שבה באמת נלמד להפוך את הלימוד ללימודנה. זכרו - בזמן משבר נמדדים העסקים, בין בעצמם ובין על ידי הלקוחות שלהם, והתגובה העסקית שלנו תקבע את העתיד הכלכלי שלנו ושל לקוחותינו התלויים גם במערך הביטוח שלהם.

* **הכותב הינו מנהל סיכונים מוביל בביטוח רכוש וחבויות בתחום העסקי, מרצה מבוקש והבעלים של האקדמיה הפרקטית לביטוח**

הדירים נותרו ללא המשכיות לעבודה ובפרויקטים של תמ"א 38/1 - חיזוק מבנים מפני רעידת אדמה, הדירים נותרו חסרי אונים.

במקרה של הפסקת עבודה צריך לעדכן מיידית את המבטחת, שכן זה שינוי מהותי בסיכון. המבטחות דורשות לנקוט באמצעי מיגון שונים, אך נכונים, וחשוב מאוד לשים לב כי ככל שלא טופל סעיף הפסקת עבודה בפוליסה לעבודות קבלניות, אז תוך 90 ימים הפוליסה פוקעת ומבוטלת אוטומטית ככל שלא חוזרים לעבודה באתר העבודה.

במקרה שטיפלנו, הצלחנו להסדיר את הביטוח לאחר הפסקת עבודה של 90 ימים מבלי שהמבוטח עדכן את המבטחת על הפסקה זו, ורק לאחר שנשלח סקר מטעם חברת הביטוח וכן מולא תצהיר של המבוטח כי לא נגרמו תביעות ו/או נסיבות. אבל המבטחת הוסיפה חריגים ומגבלות לכיסוי ואף הגדילה השתתפויות עצמיות.

חובה להיות ערניים למקרים של הפסקות עבודה ולדעת לטפל בהם בצורה מאוד יסודית, אחרת כל תביעת ביטוח תידחה וחבל.

● **ניהול סיכונים אמיתי ולא ממקום של מכירה** - כיצד בתקופה זו מדויקים יותר את פוליסות הביטוח העסקיות ומטפלים בצורה מדויקת מול המבוטח ומול המבטחות ובכל זאת מבלי לוותר על כסויים מהותיים:

1. בוחנים עם המבוטח כי לא הוסיף או הסיר פעילות עסקית ומטפלים בהגדרת העיסוק בצורה יסודית. ככל שהמבוטח הסיר סוג שירות יתכן שהמבטחת תוכל לצמצם בעלויות בשל הקטנת הסיכון, וככל שהגדיל את הסיכון או הוסיף שירותים, זה חייב לבוא לידי ביטוי בהגדרת פעילות נכונה ובהוספת כסויים נוספים. לדוגמה, חנות לממכר מחשבים החלה בהתקנת מחסנים וכבלי תקשורת בבתי לקוחותיה, לכן יש צורך מידי לדייק את העלויות ואף להרחיב כיסוי בצד שלישי בעבודות בבית הלקוח.

2. בוחנים שפעילות העסק לא מוזגה לתוך עסק משלים או גדול יותר, וכן שהפעילות נותרה באותו מקום ולא הועברה למקום אחר בשל סיום תקופת השכירות או ביטול הסכם שכירות או מעבר לעבודה מהבית. יתכן והמבוטח החל לערוך הדרכות בזום לקבוצות למידה בין בפילאטיס ובין בהעברת סדנאות ומוודאים כיסוי הולם לפעילות מסוג זה.

3. בוחנים הקטנת גבולות אחריות והגדלת השתתפויות עצמיות לצורך הקטנת עלויות הביטוח.

מעצבים פרטיות בעסקים

“עיצוב לפרטיות” מנחה עסקים להתייחס להגנת הפרטיות בכל שלבי התפתחות של העסק • היתרונות: מזעור סיכוני פרטיות ובניית אמון עם הלקוחות, זיהוי בעיות עתידיות, הגדלת המודעות בקרב המעורבים בעסק לסיכונים לגבי המידע, צמצום החשיפה לסנקציות ולתביעות ולפגיעה בתדמית העסק מול הלקוחות



עו"ד שלומי הדר

כללי

הפרטיות ואשר שמה לנגד עיניה את זכות הפרטיות של הפרט. לרשות הגנת הפרטיות סמכויות אכיפה פלילית ומנהלית המופעלות מול כלל המגזרים במשק. יש לה מודיעין, סמכויות תפיסה, יש לה חוקרים, היא מקבלים תלונות ומידע מהמון גורמים וממפה את המשק כולו

מהלך מרכזי וחשוב הושלם בשנים האחרונות בהתקנת **תקנות הגנת הפרטיות (אבטחת מידע)**, **התשע"ז-2017 ('התקנות') שנכנסו לתוקף במאי 2018** אשר משתרעות על כל פעילות עיבוד של מידע אישי (מצב משפחתי, הכשרה, מצב אקונומי ועוד).

ניהול מאגר מידע מחייב לאור התקנות הקפדה על רמות אבטחה, ניהול הרשאות, הגדרת אירוע אבטחה וחובות דיווח. התקנות מחייבות ביצוע עריכת ביקורות תקופתיות, כתיבת נהלים ובמקרים מתאימים ביצוע סקר סיכונים ומבדקי חדירות למערכות העסק.

האחריות לעמידה בהוראות התקנות חלה על בעל מאגר המידע; על הגורם שמחזיק במאגר המידע בשינויים המחויבים; ועל ממונה פנים ארגוני על אבטחת מידע אשר יהיה כפוף לגורם הנושא משרה הבכירה.

הפרה של מי מכללי האחריות הכלולים במסגרת התקנות גוררת עמה סנקציות שונות.

עיצוב לפרטיות (Privacy by Design)

גישה בינלאומית שדוגלת בעיצוב לפרטיות, מנחה עסקים להתייחס להגנת הפרטיות בכל שלבי התפתחות של העסק, מבניית מערכת מחשוב לאחסון מידע, דרכי הגישה למידע, התייחסות מתאימה לסוגיה זו בהסכמים מסחריים, במכירה או רכישת פעילויות, העברת שליטה ואחריות, כתיבת נהלים ועוד.

יתרונותיה של גישה ה"עיצוב לפרטיות", אם כן, הם בין היתר, במזעור סיכוני פרטיות ובניית אמון עם הלקוחות, זיהוי בעיות עתידיות, הגדלת המודעות בקרב המעורבים בעסק לסיכונים לגבי המידע.

וחשוב לא פחות מכך - הכרת המחויבויות ממילא תביא גם לצמצום החשיפה לסנקציות ולתביעות ולפגיעה בתדמית העסק מול הלקוחות.

דבר נוסף וחשוב לא פחות הוא, כי מעבר ליצירת נכס שווה ערך ותוספת למוניטין של העסק, הגנה ראויה על מאגר המידע אשר במקרים רבים הוא הסוד המסחרי המרכזי של העסק, מאפשר לבית העסק ליהנות מטענה לגול סוד מסחרי - עוולה מסחרית שלצדה פיצוי ללא הוכחת נזק בסכום של עד 100,000 שקלים לכל הפרה. תנאי לסוד מסחרי הוא שנעשו הפעולות הדרושות להגנה על הסוד המסחרי ולטעמנו עמידה בתקנות אבטחת המידע הן תנאי חשוב לשם כך. אם כן, לאחר הדברים לעיל, ההמלצה היא:

- לפעול לרישום מאגר מידע.
- לתכנן את ההסכמים והקמת העסק, כך שהמידע יהיה מוגן ובעל ערך מוסף לשימושים נוספים דוגמת דיוור ישיר, פניות שיווקיות ועוד.
- בדיקה לגבי עמידת העסק בתקנות הגנת הפרטיות (אבטחת מידע).

* **הכותב הינו עו"ד ממשד ג'ון גבע, הדר ושות' עורכי דין ומגשרים. משמש חבר ועדת הגנת הפרטיות בלשכת עורכי הדין**

ההתפתחויות הטכנולוגיות המודרניות - הכללות, בין היתר, מאגרי מידע עצומים המכילים נתונים אישיים רבים, שירותים מבוססי אינטרנט, רשתות חברתיות, מכשירים סולריים, שירותים מבוססי מיקום ומצלמות המותקנות במרחב הציבורי - משנות באופן משמעותי את אורח חיינו כאנשים פרטיים ובאותה נשימה ממש יש לה השלכות רחבות על בעלי עסקים, גדולים כקטנים.

ראוי לציין בהקשר זה מספר נושאים משמעותיים ואשר מצדיקים את שינוי ה-DNA של העסקים והכרה בזכות הפרטיות, גם כדי להכשיר נכס משמעותי וחשוב כמו DATA וגם כדי לבנות תשתית נכונה וחוקית שתאפשר לעסק לייצר ערך משמעותי בניהול המידע - זאת מתוך מחשבה והנחה שרוב העסקים היום נשענים על מידע ממוחשב על אודות לקוחות (קיימים או פוטנציאליים) ואף מידע הנוגע לספקים.

טעם נוסף לאמור הוא הסיכון שאי הסדרה חוקית של המידע עשוי לגרום סנקציות מרשות הגנת הפרטיות ואף תביעות ייצוגיות.

רישום מאגר מידע

כאשר מדברים על מידע יש לבחון שני דברים:

א. החובה לרישום מאגר מידע.

ב. הדרכים להגן על המידע או במילים אחרות אבטחת המידע.

כיום, רישום מאגר המידע לא כרוך בתשלום אגרה שנתית כבעבר אך יש להקפיד מאוד על אופן הרישום של המאגר, כולל התייחסות לגופים או נותני שירותים שמחזיקים במידע של העסק הרלבנטי, כולל שרתים חיצוניים בעבודה עם ענן, אנשי מחשוב ועוד.

פריצות סייבר

תחילה, אי אפשר להתעלם מפריצות סייבר הפוקדות ארגונים וחברות; תשלומי כופר שנאלצו בעלי עסקים לשלם כדי למנוע אובדן מידע ממוחשב; ופרשיות כמו זו של פייסבוק שנתנה גישה לצדדים שלישיים למידע על אודות משתמשים.

בישראל הטיפול בתופעות אלו מקבל מבט וטיפול שונה על ידי שני גופים מרכזיים ומשמעותיים. האחד, הרשות הלאומית להגנת הסייבר שלנגד עיניה הסייבר בכללותו הכולל מידע שהוא לאו דווקא פרטי והשני, הרשות להגנת הפרטיות (לשעבר רמו"ט), הפועלת מכוח חוק הגנת

מס' 1
בענף



כלל פנסיה מבטיחה, ומקיימת!

מאז השקתה, הצטרפו לפנסיה מבטיחה של כלל ביטוח ופיננסים עשרות אלפי לקוחות חדשים!

הצטרפו גם אתם והציעו ללקוחותיכם להצטרף למוצר הראשון בענף המאפשר: מודל דמי ניהול ידוע וקבוע מראש עד למועד הפרישה, ושיעור דמי ניהול הפוחתים ככל שהיתרה הצבורה בקרן גדלה.

זוכת מוצר השנה בנבחרי השנה של עדיף.

לפרטים פנו למפ"ע שלכם במרחב

התכנית מיועדת למצטרפים חדשים ולעמיתים קיימים המעבירים הפקדות שוטפות לקרן הפנסיה "כלל פנסיה" ובתנאי שבחשבון העמית בקרן המקיפה לא מונה יועץ פנסיוני. בהתאם למודל, שיעור דמי הניהול יעלו או ירדו, בהתאם לשינויים שיחולו ביתרה הצבורה בקרן. האמור לעיל מהווה תיאור כללי בלבד של המודל והוא כפוף לתנאי ההצטרפות ל"פנסיה מבטיחה". כלל פנסיה וגמל בע"מ.



אילו ערכים מוספיים נותנות כיום החברות לסוכנים, אם בכלל?

לצערי התשובה היא כמעט אפס • אולי 1 בסולם ארנון עד 10 • מבצעים יש לרוב, "אללה מסתערים" נשמע מכל צד וכיוון, עוד קצת ריסקים, עוד קצת בריאות, עוד ניווד ועוד ועוד - ובואו נסחט את הלימון עד הסוף, ועוד טיפה ועוד טיפה • ומה מעבר לזה?



יובל ארנון

יש לכל סוכן מספר צמתיים מול לקוחותיו, בין היתר שני מקומות חשובים בהם ניתן לסוכן להציג ערכים מוספיים ללקוחותיו וזאת מעבר לדברים שוטפים במהלך חיי הפוליסה, כמו טיפול בתביעות, שינויים, התאמות ועוד. מקום אחד הוא בקליטת לקוח חדש, מקום נוסף הוא במסגרת פגישת שירות תקופתית לכל לקוח. בשני הצמתיים האלו ניתן לייצר לכל סוכן ערכים מוספיים גדולים מאוד, והשאלה היא האם החברות יודעות להעמיד לטובת הסוכן כלים מתאימים לעשות זאת, מעבר לנתונים הקיימים כיום במערכות החברות אליהם חשוף הסוכן בעבודתו השוטפת? האם סוכן מקבל עזרה בעריכת מעין תכנון פיננסי או אם ניקח מלשון החשבונאות "מאזן בוחן" ללקוח הן בהצטרפותו לראשונה ללקוחותיו או בעת קיום פגישת שירות?

הרגולציה כיום מחייבת כל בעל רישיון לבצע מספר פעולות מול הלקוח באירועים שונים ובתחומים שונים. זו חובה ועליה אין לוותר. אבל מה מעבר לזה? איזה מכניזם מעמידות החברות לטובת הסוכנים ליצירת ערך מוסף בתהליך זה מול הלקוחות? ערך מוסף אשר בסופו של יום לא רק ישמר לקוח לאורך זמן ויחזק/ישפר/ישדרג את מערך ביטוחיו, אלא בסופו של יום יגרום ללקוח להתייחס לסוכן שלו כבעל מקצוע שלא נופל מאף בעל מקצוע אחר אשר מוכר ידע מקצועי בתמורה לתשלום - ידע מקצועי מוכח אשר בעזרתו מקבל הלקוח תועלות, ובמבחן עלות/תועלת ללקוח יהיה משתלם להכניס ידו לכיסו ולשלם לסוכן הביטוח. ואולי החברות בכלל לא מעוניינות לפתח תחום זה אשר אם יביא את הלקוח לשלם לסוכן בגין שירותיו, התלות של הסוכנים בחברות תלך ותפחת ואז איך ינותבו למבצעים וידורבנו למכירות?

כלים מתאימים במקום מבצעים

אולי במקום לצאת השכם והערב במבצעים שונים ומשונים אשר מחייבים תוכנת מעקב משוכללת אחרי כל האפשרויות, אולי במקום זה יבואו חברות הביטוח לסוכניהם הוותיקים והנאמנים ויתנו בידיהם כלים מתאימים ליצירת ערך מוסף ללקוח? להעביר את הלקוח חוויה אחרת אשר בסופה ידע להעריך יותר את סוכנו ואף לשלם לו תמורה ראויה בגין זה? אין לי ספק שאם החברות היו פונות מחר לסוכנים שלהם ומציעות להם ערכים מוספיים ומהלכים מיוחדים אשר ניתן ליישם מול הלקוחות, ולא בהכרח מול כולם, זה היה נותן להן לא מעט "נקודות". אבל באותה מידה שחברות אשר ידעו בעבר לשלוח סוכנים לבדיקות בשם "סקר מנהלים" שעוסקות בסופו של יום במניעה והחשיבות שלהן אדירה לכל אחד ולא רק לסוכנים המצטיינים, אפשר גם להציע לכל סוכן ולפי קריטריונים שונים "סקר מנהלים" ללקוחותיו אבל בתחום הפנסיוני/פיננסי וביטוחי. במקום רק להתחרות למי יש יותר גדול כל הזמן ומי משלם הכי הרבה עמלה וזה בסיס הכוח היחיד שלו בדרך כלל, יש לעבור לעולם של תועלות איתן ניתן לייצר מול הלקוח חוויה שונה, ערך מוסף גדול ובסופו של תהליך כולם יצאו מרוצים - הלקוחות, הסוכנים וגם היצרנים. כן גם הם ייהנו, ולא רק משימור תיק יותר טוב אלא ביצירת תדמית של חברה מקצועית שיש לה מה להציע לסוכניה מעבר לעוד עמלה בסיסית או קיטום פרמיה מטיב. ותחשבו על זה.

* יובל ארנון "דו"ח מצב"

בשנים האחרונות דובר הרבה ונכתב אף יותר על הערך המוסף שידע סוכן ביטוח מקצועי לתת ללקוחותיו או שאינו יודע, ואם אכן מסוגל לייצר ערך מוסף מוכח ונהיר ללקוח. האם יוכל לגבות בגין ערך זה גם תשלום כפי שגובה כל בעל מקצוע אחר, כך שבסופו של תהליך המוצר יהיה משני ואילו הידע המקצועי יהיה העיקר?

במציאות זו, בה סוכנים מחפשים השכם והערב כיצד לפתח מיומנויות שיתנו ערך מוסף ללקוחותיהם, נשאלת השאלה אילו ערכים מוספיים נותנות כיום החברות לזרוע ההפצה שלהן, הוותיקה והנאמנה - סוכני הביטוח?

האם החברות היום עוזרות לסוכן לפתח מיומנות מקצועית מול לקוחותיו או לפתח בעיקר מיומנות טכנולוגית לעבודה מול מערכות החברות? האם החברות היום עוזרות לסוכן ליצור מרכז ידע מול לקוחותיו או לפתח בעיקר העברת ידע לסוכנים על תכניות אותן רוצות לקדם? האם החברות נותנות כיום כלים מקצועיים המתאימים למציאות חדשה ולטווחים ארוכים, או לתת בעיקר פרסים על קידום מכירת מוצרים ובהסתכלות לטווח קצר?

בשנות ה-80 העליזות, חברת הפניקס הוליכה פרויקט בניצוחו של מרדכי הרשקוביץ ז"ל. כשותף לצוות, התפקיד שלנו היה להוציא ספר הנחיות, "הספר האדום", ובו מדריך לסוכן כיצד לנהל את משרדו, ממספר הכיסאות במשרד ועד מספר הפקידות לכל כמות של מכירות ועוד. הסוכן היה מבחינת החברה הדבר הכי חשוב, והיה ברור לכולם: ככל שהסוכן יתפקד יותר טוב, יהיה רווחי יותר, כך גם יראה תיק הביטוח שלו, המוטיבציה תגדל ועוד ועוד, ושני הצדדים ירויחו, גם החברה וגם הסוכן.

מאז עברו הרבה שנים ודברים רבים השתנו. הסוכנים כבר אינם זרוע ההפצה היחידה שיש לרוב החברות, ובחלק מהמוצרים כבר לא נדרש הלקוח לסוכן לצורך רכישתם. חברות ישירות מכל סוג תופסות יותר ויותר מקום בעולם ובארץ, ובמציאות שכזו איזה ערך מוסף מקבלים הסוכנים כיום מחברות הביטוח אשר תודות לסוכנים יכולות היום להשקיע בכביש 6, בנדל"ן בכל העולם ועוד ועוד? מה מקבלים הסוכנים היום בדיוק?

לצערי התשובה היא כמעט אפס. אולי 1 בסולם ארנון עד 10. מבצעים יש לרוב. "אללה מסתערים" נשמע מכל צד וכיוון, עוד קצת ריסקים, עוד קצת בריאות, עוד ניווד ועוד ועוד - ובואו נסחט את הלימון עד הסוף, ועוד טיפה ועוד טיפה. ומה מעבר לזה?

צמתיים עם ערכים מוספיים

לצערי, לא ראיתי בשנים האחרונות מחשבה מעבר לאיזה מבצע, לקידום מוצר או טכנולוגיה למיפוי תיק שלא פעם מפותחת לצורך שירות הישירים של החברה, וזולגת גם לסוכנים. אילו מכשירים וכלים מעמידות החברות לטובת הסוכנים לצורך יצירת ערך מוסף אמיתי אצל לקוחותיהם?

שחם ביטוח הבית שלך

בית הסוכנים הוותיק והגדול פותח את דלתותיו לסוכנים המעוניינים להזניק את הקריירה שלהם לגבהים חדשים.



מקסימום חדשנות
מעטפת טכנולוגית מתקדמת



מקסימום ליווי ותמיכה
מקצועית ומשפחתית



מקסימום שירותים
מעטפת רחבה לכל ענפי הביטוח



מקסימום וותק
48 שנים של פעילות

מעטפת מלאה לסוכן



שירותי תפעול



ריבוי יצרנים ושיתופי פעולה



התנהלות נכונה תואמת רגולציה



בואו לצמוח איתנו!

info@shaham.co.il | 03-9206753

היתרון האנושי
חברה בת מקבוצת מגדל

שחם
ביטוח

מכירה ורכישה של תיקי ביטוח

עולמם של סוכני הביטוח הוא דינמי, משתנה וטומן בחובו הלכות, חובות ואף שינויים והזדמנויות • מהי הדרך הנכונה לביצוע עסקאות, תוך שמירה על ערכו של הנכס הכלכלי החשוב של הסוכן, שהינו תיק הביטוח?



עו"ד ניצן הראל

אפשרות נוספת, היא כאשר סוכן או תאגיד מבקשים למכור תיק ביטוח באופן חלקי בלבד. כך לדוגמה, סוכן המנהל תיק ביטוח חיים ואלמנטרי ומעוניין למכור תיק אלמנטרי בלבד. במקרה כזה, פרט לנקודות הרלוונטיות לכל עסקת רכישה אחרת, עולות שאלות כגון רשימת הלקוחות, התייחסות מתאימה לנושא אי תחרות ואפילו שאלות תפעול טכני מול מערכת ניהול הלקוחות וביצוע הפרדה תקין. לאחר שמגדירים מהו הממכר, יש לתת את הדעת ולהגיע להסכמה לגבי נקודות רלוונטיות נוספות, וביניהן:

תקופת ליווי - כאשר תיק הביטוח נרכש מסוכן או תאגיד ותיק, שלקוחותיו מכירים אותו ו/או את עובדיו, יש משמעות רבה לתקופת ליווי של הסוכן המוכר, עד להעברת מלוא הטיפול ככל הניתן באופן חלק לסוכן הרוכש. ליווי התיק משמעותי עוד יותר, כאשר מדובר ברכישת תיק אלמנטרי. נושא זה חייב לקבל התייחסות רחבה ומפורטת במסגרת ההסכם, על מנת שיהיה ברור לשני הצדדים מהן התחייבויותיו של המוכר, לרבות תקופת הליווי המדויקת, תחומי אחריותו במהלך הליווי וכן התמורה בגינה.



כוח אדם - לעתים מעסיק הסוכן המוכר עובדים ו/או פקידי ביטוח לאורך שנים רבות ולקוחות התיק באים איתם במגע שוטף, תוך יצירת קשרי עבודה והיכרות. במקרים אלו, ניתן לשקול ולהוסיף לתנאי העסקה עצמה במסגרת ההסכם את העסקת העובדים על ידי הקונה, וזאת כמובן בהסכמתם של העובדים. מאידך, ככל שהרוכש אינו מעוניין בהעסקת העובדים, יש לתת את הדעת בהסכם לסיום העסקתם אצל המוכר באופן שלא יגרור השלכות על פעילות תיק הביטוח ועל הרוכש.



תמורה - לכל עסקה ועסקה התמורה הרלוונטית לפי מאפייניה השונים, בין היתר, סוגי הביטוחים, זהות היצרנים, ותק הסוכן ועוד. בעניין זה חשוב גם לבחון מהו המנגנון לחישוב התמורה המתאים וקיימות אפשרויות מגוונות לכך. כמו כן, כפי שהוסבר לעיל, יש משמעות לעניין האפשרות לליווי של הסוכן המוכר. לעיתים, משולמת התמורה לאורך תקופה ארוכה ולעיתים בתשלומים בודדים בלבד או בתשלום אחד. השוני נובע מסיבות שונות ומגוונות ויש לו גם משמעות בכל הקשור לשינויים בשווי התיק במהלך הזמן, לנושא הליווי והצורך, ככל שקיים, בביצוע בדיקות התאמה כאלו ואחרות בהתאם להתפתחויות השונות. הנושא מקבל משנה תוקף לאור מצב המשק נכון להיום, שכן תיק אשר הוערך בעבר על בסיס הכנסות מסוים עובר שינויים, לעיתים דרמטיים לאור מצבם הכלכלי של המבוטחים. נושאים כמו פיטורין, עזיבות עבודה,



סוכני הביטוח נדרשים פעמים רבות לא רק למקצועיות בתחומם, אלא לדריכות וחריפות עסקית על מנת לקדם את מעמדם, יעילותם והיקף פעילותם המקצועית. לאור זאת, מתרחשות עסקאות רבות בין סוכני וסוכנויות הביטוח, שכוללות מגוון רחב של פעילויות, לרבות הקמת תאגידים, הקמת שותפויות או יצירת פעילויות משותפות בין סוכנים, העברות ומכירות תיקי ביטוח, הסכמים לשירותי תפעול ועוד. במאמר זה נעסוק בעסקאות מכר ורכישת תיקי ביטוח תוך מתן דגש לתקופה המיוחדת בה נמצאים כולנו החל מחודש מרץ 2020.

אחת העסקאות הנפוצות בקרב סוכני הביטוח הינה מכירת/העברת תיק הביטוח. במקרים אלו יש ליתן תשומת לב והתייחסות לשורה ארוכה של נושאים הרלוונטים לעסקה ובעלי השלכות על התנהלות הצדדים בעתיד, ולהלן נציג את העיקריים שבהם:

מהו הממכר? - אמנם מדובר בתיק ביטוח, אולם למונח זה עשויות להיות הגדרות שונות ואפשרויות שונות למימוש זכויות המכר/רכישה בגינו. כך לדוגמה, במקרה בו תיק ביטוח נמצא בבעלות סוכנות ביטוח תאגיד, ניתן לבצע עסקה במניות התאגיד ולא דווקא רכישה של התיק עצמו. במסגרת עסקה כזו, נותר תיק הביטוח בבעלות התאגיד וכך גם הלקוחות, המוניטין, מאגרי המידע וכו'. סוג עסקה שכזה טומן בחובו יתרונות וחסרונות. למשל: עסקת מניות תייתר מחד את הצורך להחתים לקוחות על ייפוי כוח לצורך עמידה בדרישות הרגולטוריות בעניין, ומאידך יש לבחון היטב את מצבו של המשפטי והכלכלי של התאגיד הנרכש, לרבות התחייבויותיו, מוניטין תלונות ו/או תביעות עבר, באם התקיימו והיבטי מיסוי רלוונטיים.



אפשרות שנייה היא לרכוש את תיק הביטוח עצמו, כך שלקוחותיו יהפכו ללקוחות רוכש התיק. במקרה זה, יש לתת את הדעת במסגרת העסקה לגורמים רבים המשפיעים על התנהלות הרוכש והלקוחות, לרבות דרישות בירוקרטיות שונות של היצרנים להעברת תיק הביטוח, החתמת ייפוי הכוח של הלקוחות אשר ניתנו לסוכן הביטוח המוכר, שימוש בשם הסוכן ובמוניטין והרשימה עוד ארוכה וחשובה.



צילום: depositphotos

סודיות ואי תחרות - בעסקאות מכר, מדובר בשניים או יותר צדדים, אשר לכל אחד מהם מידע סודי משלו, הכולל, בין היתר, רשימות לקוחות, אסטרטגיות מכירה, תנאי תשלום, עמלות ועוד. לנושא זה חשיבות רבה ומכרעת לעסקה ועל הצדדים להתחייב באופן ברור ומוסכם לגבי "מותר ואסור" בשימוש במידע



שייחשף בפניהם במסגרת העסקה ואף המשא ומתן עצמו. בעסקת המכר חשובה מאין כמוה התחייבות הצדדים לאי תחרות בממכר, בעיקר של המוכר. כאמור לעיל, כשמדובר בתיק חלקי, הופך הנושא למשמעותי ומרכזי עוד יותר. בכל מקרה חשוב להגדיר את ההתחייבות באופן מדויק וברור, על מנת שלא לפגוע מבלי לשים בזכויות יסוד כמו חופש העיסוק.

הגענו עד כאן ולא התייחסנו לנושאים נוספים חשובים, כגון: סעיפי שיפוי לעניין מחדלים ואחריות, נוסחאות התאמה, מאגרי מידע, שעבודים, העברות בעלות בתאגיד לרבות קבלת היתרי שליטה מיוחדים מרשות שוק ההון, תמחור ועוד רבים וחשובים.

סוכנים שביצעו עסקאות בעבר וחוו השלכותיהן, יודעים לרוב לשאול את השאלות הנכונות ומכירים בחשיבות הייצוג והליווי המשפטי לעסקאות כאלה. אחרים, בבואם לקראת רכישת תיק ביטוחי, מופתעים בדרך כלל מכמות השאלות והנושאים אותם יש להסדיר במסגרת עסקאות אלה, אשר על פניו נחזות כפשוטות.

אז מה עושים? לשם ביצוע עסקת מכר/רכישת תיק ביטוח באופן אחראי ויעיל, מומלץ לקבל ייעוץ וייצוג משפטי מטעם משרד עורכי דין ותיק ובעל ידע מקיף וניסיון רב בסוגי העסקאות הללו בתחום הביטוח בפרט, אשר ייתן התייחסות ומשמעות למלוא מאפייני וצרכי העסקה והצדדים.



חשוב לזכור: לרוב אנחנו יודעים ומבינים איך מתחילים את התהליך אך אין דרך לדעת כיצד תתקדם ותסתיים העסקה, וכאן בדיוק טמונה החשיבות של הסכם מותאם לעסקה ולצדדים.

* עו"ד ניצן הראל, משרד עו"ד קן-דרור הראל ושות' (מסמך זה אינו מהווה ייעוץ משפטי ואינו מחליף אותו)

מצוקה כספית, חל"ת וכו', יש וישפיעו על שווי תזרים העמלות לתקופה מסוימת ובוודאי שיש לתת על כך את הדעת, מה עוד שמדידת איכות נכונה אמורה להתבצע לאורך זמן ולא על בסיס נקודתי קצר מועד.

היבטי מיסוי - נושא התמורה קשור באופן ישיר להיבטי המס השונים החלים או אמורים לחול על העסקה. לגבי כל צד לעסקה קיימות השלכות מיסוי, אותן על הצדדים לבחון, בטרם ביצוע וחתימת העסקה, על מנת לקבוע במסגרת ההסכם את מנגנון העסקה המיטיב ביותר עם כל אחד מהם. את היבטי המס יש לבחון בהתייעצות עם רו"ח שילוה לאחר מכן את המוכר/הרוכש מול רשויות המס. נושא זה משפיע גם על הדרך בה משולמת התמורה, על מרכיביה השונים.



בטחונות - כאשר נקבע מנגנון תמורה מתמשך, קרי בתשלומים עתידיים, אזי למעשה נוצר מצב בו תיק הביטוח עובר לבעלות הרוכש, בעוד שהמוכר טרם קיבל את מלוא התמורה. במקרים אלו, יש לתת את הדעת ולקבוע מראש מנגנונים ובטוחות כלפי המוכר לשמירה על קניינו. בטוחות נדרשות גם במצב דברים הפוך, קרי כאשר מועברת תמורה טרם השלמת העברת הממכר.



ביטול הסכם - לאחר שהגיעו הצדדים להבנות ונחתם ההסכם הסופי, עלולות להתעורר בעיות ותקלות העשויות להביא לביטול ההסכם, בין היתר בכל הקשור לביצוע תשלומים וחובות מיידים של הצדדים. חשוב מאוד לקבוע בהסכם מנגנונים ואפשרויות מתאימות לביטול ההסכם וכן ליישוב סכסוכים, במקרה הצורך.



מצבי פטירה ואכ"ע - לזהות הצדדים יש כאמור חשיבות רבה לעסקה (יחיד/ים או תאגיד) וכאשר מדובר ביחיד שהופך ללא זמין, כמו במקרים של אבדן כושר עבודה לטווח ארוך או חו"ח מוות, על הצדדים לקבוע מנגנון להמשכיות. גם כאן קיימות אפשרויות רבות, הכרוכות במאפייני הצדדים הרלוונטיים - כל עסקה והפתרון המתאים לה.



איך לחתוך בבירוקרטיה הישראלית ולפשט את ניהול הכספים לאחר הפרישה?

ניהול תיק הפרישה הוא הזדמנות יוצאת מן הכלל לסדר את התיק הפנסיוני ולהפוך אותו קל יותר לניהול

- מספר דרכים שיעזרו לפורשים להתנהל נכון ולהפוך את פרישתם למעושרת



אייל רחוביץקי

4 **לפעמים עדיף לרכז קצבאות במקום אחד למרות ויתור על מקדם מובטח.** הכוונה היא שפורש שיוצא עם מספר רב של קצבאות יצטרך בכל שנה להוציא טפסי 101 לכל חברה ותיאום מס חדש בכל שנה. זה הופך למורכב יותר עם השנים, לא בגלל הרגולציה או מס הכנסה שדווקא משתפר, אלא בגלל הגיל וחוסר הרצון להתעסק בזה. ובמידה ויש צורך ברואה חשבון או יועץ מס, כל היתרון היחסי של עוד 20-10 שקלים לחודש בוטל אל מול ההוצאות הנוספות או המיסוי הגבוה.

5 **להגיע להורשה כמו שצריך.** לכל פורש, בטח בתקופה כמו שלנו, חשוב להעביר את הכספים שלא נשתמש בהם לבני/בנות הזוג שלנו או לילדים. לסדר את תיק הפרישה אומר לבחור את המוצרים הנכונים ולא להיקלע למצב בו מאות אלפי שקלים הופכים לקצבה - פשוט כי לא השארנו את הכסף במקום הנכון. ומצד שני, יש מקרים שזה בהחלט יכול להיות הפתרון, שכן קצבת שארים פטורה עד לתקרה. לכן יש מקרים שבדיוק היא הפתרון למיסוי גבוה של פיצויים.

6 **בחירה במוצרים הנכונים ולא להתפתות לגימיקים שיווקיים כמו הפקדה לתיקון 190.** בכל שבוע שואלים אותי האם נכון להפקיד לתיקון 190. התשובה הארוכה שיש לי כוללת לרוב מספר שאלות לגבי התכניות למימוש הכסף בשנים הקרובות, הסיבה בגללה רוצים לנעול אותו, הסבר שזו קופת גמל לכל דבר ועניין לצורך ניהול ההשקעות ולהסביר גם את היתרונות וגם את החסרונות. למשל, אם רוצים קופת גמל כדי לחסוך מס ולהשאיר ליורשים את הכסף ושהיורשים לא ייקחו אותה כקצבה (ובחלק מהמקרים רק כך יהיה פטור מלא) הפקדה לתיקון 190 רק תסבך את היורשים. הפקדה רגילה לקופת גמל תהיה פטורה ממס במקרה הורשה (מס רווחי הון לאחר 3 חודשים) בניגוד למיסוי של 15% מהרווחים. בקיצור, לא כל מה שנוצץ הוא באמת זהב וחשוב לבדוק לפני שנועלים כסף לשנים רבות.

7 **להשאיר תיק מסודר במחשבה לעתיד.** ההמלצה שלי היא ליצור תיק חירום שיש בו את פירוט הכספים, חשבונות בנק, פוליסות ביטוח בריאות, חיים ורכוש וגם את פירוט התכניות הפנסיוניות כולל מינוי מוטבים. כל זאת ליד הצוואה ויפוי הכוח המתמשך. כך שאם וכאשר יקרה משהו אתם מסודרים וגם יורשיכם מסודרים. חשוב לרשום בתיק את אנשי הקשר שלכם - סוכן הביטוח, מנהל הכספים, עורך הדין ורואה חשבון. כדי שאם יתערור צורך כלשהו, ניתן יהיה לקבל מענה בצורה קלה.

לסיום, חשוב לעזור לפורשים להתנהל נכון. זו מצווה וגם מפתח לקידום העסק. כך גם אתם תזכו לצאת לפרישה מעושרת.

* הכותב הינו חבר הוועדה לפיננסים בלשכת סוכני הביטוח; מומחה בתכנון פרישה בסיריוס תכנון פרישה

"זה לא יהיה קל יותר בעוד חמש שנים", אני מוצא את עצמי מסביר לפורש מספר פעמים בכל שבוע. ניהול תיק הפרישה הוא הזדמנות יוצאת מן הכלל לסדר את התיק הפנסיוני ולהפוך אותו קל יותר לניהול. זה באמת לא יהיה קל יותר בעוד כמה שנים. לרוב תיק נשאר מבולגן, יישאר מבולגן עד להורשה או שיטופל בהמשך על ידי אחד הילדים. לאחר כמה חודשים של עבודה הפורש יבין שאולי אפשר היה לעבוד קצת אחרת. במאמר זה נציע מספר דרכים שיעשו את החיים קלים לפורש ולעזור לו להפוך את הפרישה שלו למעושרת.

1 **טיפול בכספי פיצויים בסמוך לפרישה.** אחת הבעיות היא להשיג אישורים ישנים ממעסיקים שכבר מזמן לא קיימים או שפשוט לא שמרו מסמכים מלפני 40-20 שנה. לכן, כחלק מניהול תיק הפרישה נכון לתת מענה לכל כספי הפיצויים כשניתן, ולזכור כי בניגוד לתגמולים שבמקרה הגרוע ביותר אם לא טופלו יועברו להורשה (פטורים ברוב המקרים ממס), כספי הפיצויים ממוסים גם לאחר פטירה. לכן רצוי לא להשאיר בעיות ליורשים.

2 **הכנת תיק להיוון וסדר בקופות.** פורשים רבים מגיעים לפרישה עם ערב רב של קופות גמל, קרנות פנסיה וביטוחי מנהלים. חלק מהכספים ניתנים למשיכה וחלק חייבים במס. תחילת תהליך פדיון בתוך מספר שנים מול מספר רב של יצרנים ובמיוחד בנקודה בה זקוקים לכסף, מתגלה כבעיה חמורה מאוד. ניהול פדיונות מול 6,5 ויותר יכולה להתגלות כסיט שאינו נגמר ואפילו כשקיבלתם אישור מפקיד שומה להיוון החלק החייב, זה עדיין מורכב. אחת הדרכים להקל היא לבחור יצרן אחד ולרכז אצלו את כל הקופות הקטנות. רצוי יצרן שידע גם לאחד את הכספים למוצר יחיד. כך קל יותר לנהל וקל יותר למשוך כשצריך.

3 **צמצום יצרנים ומוצרים לצורך שליטה נכונה ברמות הסיכון.** כאשר התיק מתפזר ומתחילים לחתוך את הקופות למספר מסלולים, התיק הופך לבלתי אפשרי לניהול. לא לנו אנשי המקצוע - לפורש שלנו שמקבל עשרות דוחות כל רבעון וכבר פוחד לפתוח אותם. לרוב הוא לא יודע מה רמת הסיכון האמיתית בתיק שלו ובמוצרים ויהיה לו קשה מאוד לשלוט ולעדכן כשירצה שינוי. לכן יש לפשט.

Content Marketing

שיווק באמצעות תוכן לפעילים בענף הביטוח והחיסכון



ציר הפעילות האפקטיבי ביותר להשגת לקוחות חדשים
וטיפוח לקוחות קיימים.
עכשיו גם אצלך!

לשיחת היכרות 03-9076000

www.Anet.co.il | info@Anet.co.il

עדיף
ביטוח | פנסיה | פיננסים

מגפת הקורונה חידדה את חשיבות המענה המקצועי של הסוכן הפיננסי ללקוח

דינמיקת העבודה של הסוכן משתנה ובמקביל גם הענף חווה שינויים • הסוכן נדרש להתאים את עצמו למצב החדש, להתעדכן באופן יומיומי בנעשה בשוקי העולם ולבחון את תיקי לקוחותיו לעיתים תכופות



לידור לבקוביץ

הביטוחים, הוא מגיע לפגישה מוכן עם השוואות, בדיקות, ושאלות רלוונטיות ומהותיות בנוגע לחסכונותיו וכיסוייו. הוא דורש שקיפות הרבה יותר רחבה. כאשר סוכן פנסיוני/פיננסי מקצועי יענה לשאלותיו וצרכיו של הלקוח ה"חכם", ייווצר אמון בין הצדדים ובכך יישמר תיקו של הלקוח לאורך זמן. לכן מקצועיות הסוכן חשובה ביותר.

חובתו של הסוכן, מעבר להבנת צרכיו של הלקוח, היא להבין כיצד משקיע הלקוח את כספו ובאילו מסלולי השקעה החליט להפקיד את חסכונותיו. על הסוכן להיות בקיא בפיזור הנכסים בחברות השונות וכמו כן להבין את הסיכונים הכרוכים במסלולים השונים. אילולא יבין הסוכן הפיננסי את אופן ההשקעה של לקוחותיו, תוך כדי התחשבות ברמת הסיכון, עשויים להיווצר הפסדים משמעותיים בתיק המנוהל וכמו כן בצבירות העתידיות של הלקוחות. הסוכן הפיננסי המקצועי יתעדכן באופן קבוע במתרחש בכלכלות העולם ובשוקי ההון המקומיים והגלובליים. בתחילת שנת 2020 נכנסה לחיינו מגפת הקורונה אשר הובילה לתהיות רבות לגבי מצב הכלכלות בעולם ולגבי שוקי ההון. בתור סוכן ביטוח פיננסי ופנסיוני, כמובן שהיה עליי לבדוק את הפוליסות והפוזיציות של לקוחותיי, ולהיערך למקרה של ירידות חדות. שיחות טלפון מלקוחות מודאגים הגיעו בלי סוף עם בקשות לנייד, שינוי מסלולי השקעה ואף פדיונות של כספים מחשש לירידות קיצוניות. תפקיד סוכן הביטוח, בנוסף להיותו איש מקצוע, הוא להיות אוזן קשבת לצרכיו ולדאגותיו של הלקוח ולעיתים אף לספוג מילים לא נעימות.

הלקוח חזר לחיך

לפני כשבוע הגיע למשרדי לקוח בן 65, נשוי, רם קומה, מראה קשוח, לאחר שפטר מעבודתו בעקבות משבר הקורונה. החברה שבה עבד צמצמה את כמות העובדים ולצערנו הוא נכלל ביניהם. לפני פיטוריו נהג להשתכר בכ-11,000 שקלים ברוטו, משכורת הקרובה לשכר הממוצע במשק וכרגע הוא מקבל קצבת ביטוח לאומי ומענקי מדינה שונים. תוך כדי השיחה החלו לזלוג ללקוח דמעות והוא הרגיש מובד. החיך חזר כאשר הצגתי לו תמונה רחבה של הפוליסות הפנסיוניות שלו ואפשרויות שמירת זכויות ביטוחיות.

מדינת ישראל נמצאת כיום בשיעור אבטלה של כ-21.6% עקב פיטורים של עובדים, סגירת עסקים והוצאת עובדים לחופשות ללא תשלום, כאשר חלקם לא יחזרו לשוק העבודה בעתיד הקרוב ויהיה עליהם למצוא מקור הכנסה אחר. המדינה מעניקה סיוע פיננסי בצורות שונות, שלרוב אינו מספיק להוצאות משק בית ממוצע. כתוצאה כך, מתקשרים לקוחות למשרדנו ומבקשים לפדות את חסכונותיהם הפנסיוניים על מנת שיוכלו להתקיים כלכלית, לשלם חובות ולעיתים להרגיש שכבודם אינו נרמס. זוהי תקופה עמוסה מאוד עבור סוכן הביטוח אשר עליו לטפל בטפסי עזיבות עבודה, אך מצד שני זוהי זכות גדולה ותחושת שליחות להיות מי שאליו יפנו בעת משבר. זוהי תחושת סיפוק עבור שני הצדדים.

דינמיקת העבודה של הסוכן משתנה ובמקביל גם הענף חווה שינויים. הסוכן נדרש להתאים את עצמו למצב החדש, להתעדכן באופן יומיומי בנעשה בשוקי העולם ולבחון את תיקי לקוחותיו לעיתים תכופות. מכל האמור ניתן להסיק שתפקיד הסוכן הפיננסי הוא תפקיד מרתק בעל שינויים כמעט תמידיים המצריך חיבור ואהבה למקצוע.

* הכותב הינו סגן יו"ר ועדת פיננסים, לשכת סוכני הביטוח בישראל

ענף הביטוח בישראל מהווה את אחד מהענפים הרחבים במשק והוא כולל מאות אלפי עובדים. לענף זה מצטרפים מדי שנה סוכנים חדשים המעוניינים לפתח קריירה בתחום, אך לא כולם בוחרים בתחום הפיננסי.

סוכן הביטוח הפיננסי הינו מקצוע מרתק הכולל בתוכו מגוון רחב של תחומים, הוא נדבך חשוב בחייו של כל אדם בישראל כי הוא איש המקצוע שילווה את לקוחותיו ומשפחותיהם בשלבים משמעותיים בחיים ויהיה זה שישפיע על סך החסכונות וקצבת הזקנה העתידיים.

למרות האתגרים הרבים איתם נאלץ להתמודד הסוכן, כגון שינויים רגולטוריים תכופים, תהליכי עבודה ארוכים יותר, תחרות מול קולגות וחברות ישירות, מעבר המשרדים להתנהלות דיגיטלית והבנה רחבה יותר של הלקוחות לגבי המוצרים אותם מוכר - המקצוע נותן סיפוק רב ותחושת שליחות.

אנו עדים להצטרפות סוכנים חדשים לענף הביטוח, אך אנו רואים ירידה בהצטרפות סוכנים פיננסיים חדשים. תהליך מכירה של מוצר פנסיוני הפך למורכב ודורש מאמץ רב, כאשר מנגד התגמול בעדו נמוך יותר ביחס לשנים קודמות ומוצרים אחרים. לדוגמה, על מנת לצרף לקוח לקרן פנסיה, על הסוכן לבקש צילום של ת.ז., לזהות את הלקוח, ולהחתימו על נספח א' שהוא יפני כוח לקבלת מידע, תוך כדי עריכת בירור צרכים. לאחר חתימת הלקוח, נדרש לשדר את הבקשה לקבלת מידע לאתר המסלקה של משרד האוצר, המידע יתקבל עד שלושה ימי עסקים. לאחר קבלת המידע, יש לנתח את תיקו הפנסיוני של הלקוח ולהסביר את השינויים הרצויים בתיקו במסמך הנמקה מלא ומפורט. אם ללקוח יותר ממוצר פנסיוני אחד והחליט הסוכן ביחד עם הלקוח שלא לבצע שום שינוי באחד המוצרים, צריך הסוכן לנמק מדוע לא ביצע את השינוי ולהחתימו. זהו תהליך העשוי לקחת זמן רב בעבור כל לקוח ובכך להגביל את הסוכן מלייצר הכנסה ממוצרים ומלקוחות אחרים.

להיות אוזן קשבת

בחודשים האחרונים, בעקבות התפרצות מגפת הקורונה, נאלצו סוכנים רבים לשנות את אופן עבודתם על ידי העברת פגישותיהם עם לקוחות, מפגישות פרונטליות לדיגיטליות. מצב זה חסך לסוכנים זמן עבודה יקר ערך בכך שלא נאלצו לנסוע לפגישותיהם וכך יכלו לתעל את עבודתם. תהליכי המכירה נעשו באמצעות תוכנות וירטואליות שונות, כגון תוכנת זום, ונראה שלרוב הסוכנים לא הייתה בעיה להסתגל למצב החדש. למרות זאת, מספר לא מבוטל של סוכנים התקשו להתנהל טכנולוגית ואף הפגישה ותהליכי המכירה היו קשים להם עקב דינמיקה בין-אישית שונה אליה היו צריכים להסתגל.

עם התקדמות הדיגיטל התקדמה גם הבנתו של הלקוח בנוגע למוצרי הפנסיוניים ושאר מוצרי

ביטוח צ.מ.ה

ביטוח רכב

UNET
יונט פתרונות - סוכנות ביטוח כללי בע"מ

ביטוח עסקים

ביטוח קבלנים

ביטוח דירות

ביטוח משאיות

יונט מתרחבת וגדלה

אתם מוזמנים להצטרף ולבדוק
את הפתרונות המקצועיים והאיכותיים שלנו
נשמח לעמוד לרשותכם: efic@unet.co.il



שלמה אייזיק
מנכ"ל ומייסד קבוצת יונט



אפי כהן
מנכ"ל יונט פתרונות

קבוצת

UNET

03-5336920

03-5638200

קבוצת יונט

unet.co.il

משרד ראשי המלאכה 6, חולון 5881503

לקוחות בנסיבות פגיעות - ותכנון פיננסי

החוק מגדיר אדם חסר ישע כמי שאינו יכול לעזור לעצמו במצבים מסוימים • אנשים שמנסים להתמודד עם בעיות מורכבות ועם קשיים, שהמשאבים שלהם מוגבלים, יכולים להיות מוגדרים כ"פגיעים" • קשה מאוד לאתר בכל המצבים לקוחות "פגיעים" ולכן המפתח להצלחה נמצא הן בתהליך והן בעבודה מקצועית מול הלקוח



דן דובר

בהתאם לאינטרס של הלקוח וליישם מתודולוגיה של תהליכים ונהלים אשר לוקחים בחשבון נסיבות מיוחדות ותכנון בהתאם.

הבנת התהליך וההליכים המוצעים

השלב הראשון והחשוב ביותר בתהליך הוא שיחה, יצירת אמון, הכרה של היעדים, הערכים, הפחדים והאתגרים של הלקוח. מה המציאות של המשפחה? באיזה שלב בני המשפחה נמצאים במסע החיים שלהם? מהן מטרות החיים שלהם? מה הם רוצים להשיג? אילו משאבים יש להם וכיצד ניתן להתאים מטרות אלה למשאבים שלהם?

השלב הבא יהיה לשקף העברת מידע אודות סיכון ולוודא שהלקוח מבין שהוא יכול גם להפסיד כסף. בתהליך זה אנחנו רוצים להבין מה יכול לקרות למשפחה בתרחיש של נפילת שוק.

תהליכים אלו נקראים "מחקרי רגישות" (sensitivity studies) שבהם אנחנו יכולים להסביר ללקוח שלנו מה ההסתברות למשבר בשוק הפיננסי (ירידה של מעל 30% בשוק), איך זה ישפיע על חייו ואם יש לו את היכולת להיחשף לסיכונים שוק בכלל.

השלב הבא יהיה להבין איך המשפחה רואה את החשיפה לסיכון. רק לאחר שהלקוח מבין את הצורך בסיכון ואת היכולת לשאת סיכון, הוא יכול להתייחס לשאלה זו.

דבר זה מוסבר בצורה הטובה ביותר לא על ידי הגדרת קטגוריות כגון סיכון או תנודתיות, אלא על ידי הבנת הסבירות שיתרחש אירוע (בהקצאת נכסים זו עם שיעורי תשואה צפויה ההסתברות להשגת מטרות החיים שלך הם... וההסתברות של משפחתך לאבד את כספם היא...).

בעצם אמינותו של המתכנן הינה מהמעלה הראשונה. היא הדבר החשוב ביותר והמשמעותי על מנת לא לפגוע בלקוח פגיע/חסר ישע.

בנוסף לכך, חשוב לעבוד עם הלקוח בכל התחומים של חיי המשפחה.

1. הבנה ומיפוי של הנתונים הפיננסיים.
2. בניית הקצאות נכסים ומיפוי מלא של נכסי המשפחה והתחייבויות של המשפחה.
3. מחקרי רגישות.
4. יצירת הכנסה פסיבית כחלופה להכנסה מעבודה.
5. תכנון מס.
6. העברת עושר בין דורי.

סטנדרט של התאמת המוצר ללקוח (שקיים היום) וסטנדרט של נאמנות - מה ההבדל ביניהם?

סטנדרט של "התאמת המוצר ללקוח" (Suitability Standard): בסטנדרט זה איש המקצוע מציע ללקוח מוצרים מתוך רשימת מוצרים של חברות שהוא מייצג אותן בלבד. איש המקצוע מתוגמל מתוך המוצר על ידי היצרן של המוצר.

סטנדרט של נאמנות מוחלטת ללקוח (Fiduciary Standard): בסטנדרט זה איש המקצוע חייב לשים את טובת הלקוח לפני טובתו האישית ולהבין את המציאות הכלכלית והערכית של כל לקוח בפני עצמו ולהיות מתוגמל על ידי הלקוח שלו ולא על ידי היצרן. במקרה זה, זה יכול להיות מתוך המוצר (אחוז מההשקעה) או לפי שעות עבודה או כל דרך אחר המוסכמת בין הלקוח לבין היועץ.

* הכותב הינו חבר בוועדת הסטנדרטים והסמכות של הקהילה האירופאית. יו"ר של חברת ניהול קרנות נאמנות ויו"ר של חברת תכנון פיננסי המתמחה בתחום הבינלאומי. ממייסדי עולם התכנון הפיננסי בארץ

רגולטורים ברחבי העולם מודאגים מכך שצרכנים אשר נמצאים בנסיבות פגיעות אינם מקבלים טיפול ראוי מאנשי המקצוע שמייעצים להם בתחום הפיננסי וההשקעות. ברור שחייבת להיות מתודולוגיה שאנשי מקצוע יכולים לבצע באופן גלובלי, שתעניק לציבור את הביטחון, כדי שאף אחד לא ינצל את המציאות שהם נמצאים בה. האתגר הגדול ביותר הוא קודם כל להגדיר מיהו לקוח פגיע.

מי הם לקוחות פגיעים (חסרי ישע)?

החוק מגדיר אדם חסר ישע כמי שאינו יכול לעזור לעצמו במצבים מסוימים, אך לא כל אחד יודע מה הפירוש מבחינת המשפט הפלילי. אדם חסר ישע הוא אדם שלא יכול לדאוג לצרכים שלו ולבראות שלו. בדרך כלל זה יכול להתרחש אם אותו אדם הוא צעיר מאוד (תינוק או קטין) או שהוא מבוגר מאוד. אך בעצם, כל אדם במצב מסוים יכול ליפול תחת ההגדרה.

חסרי ישע יכולים להיות גם אנשים חולים מבחינה פיזית או נפשית, אנשים הלוקים בשכלם ועוד. האישור כי אדם הוא אכן חסר ישע נמדד על פי היכולת הפונקציונלית שלו. אם הוא אינו מתפקד בחייו ואינו שולט בהם, הוא חסר ישע.

ההגדרה של צרכן פגיע הוא משהו אשר בשל הנסיבות האישיות או המציאות האישיות שלו, חשוף לניצול של אחר. אנו צריכים להבין האם האדם שעומד מולנו יכול להיות חסר ישע. הוא לא בהכרח יראה את עצמו כפגיע.

כדי לאפשר לאנשי מקצוע לזהות את האדם הפגיע או פגיעות פוטנציאלית ולקבוע סדרי עדיפויות, יש להשתמש בגישה של גילוי עובדות. לדוגמה, אם לקוח בתקופת משבר/שכול/מחלה - זה יכול להיחשב לגורם סיכון. בנוסף, שינויים פתאומיים בנסיבות החיים של הלקוח יכולים להיות אינדיקטור לפגיעות.

אנשים שמנסים להתמודד עם בעיות מורכבות ועם קשיים, שהמשאבים שלהם מוגבלים, יכולים להיות מוגדרים כפגיעים. לחץ יכול להשפיע על המצב הנפשי של האדם ועל יכולתו לנהל את הכספים או לקבל החלטות בדת. בתנאים כאילו, של התמודדות אדם עם סוגיות מורכבות המועבר כמסמכים מורכבים, נדרשת הבנה או קבלת שירות עם תהליכים מורכבים. אלה יכולים להשפיע על הסיכויים של משפחות להשיג את המטרות שהן שואפות להן, ולאבד את השליטה על הנכסים שלהן וכך גם על הגורל שלהן - ולמצוא את עצמנו כאנשי מקצוע מקבלים החלטות במקום הלקוח ואולי לא לטובתו.

מודל התאמת המוצר ללקוח או מודל של נאמנות מוחלטת ללקוחות

קשה מאוד לאתר בכל המצבים לקוחות "פגיעים" לפי ההגדרה שלעיל ולכן המפתח להצלחה נמצא הן בתהליך והן בעבודה מקצועית מול הלקוח.

ביצירת מתודת עבודה של פתרונות למציאות של לקוח "פגיע", זה תרגיל כמעט בלתי אפשרי. הרי במצבים אלו הלקוח לא מאורגן במחשבותיו ויש סיכון שתהליך קבלת החלטות לא תקין. מהו התהליך המתאים? כיצד אנו מגדירים אדם במצב פגיע? מהו מוצר מתאים?

הפתרון המציאותי ביותר הוא יצירת תקן נאמנות למקצוע שבו ידרש, בגיבוי חקיקה, לפעול רק

השקעה בטוחה ויציבה

בפלטפורמת ההשקעות הגדולה בישראל

בואו לגלות איך להרחיב

את מגוון הלקוחות שלכם בהשקעה עם Tarya



תשואה יציבה



הלוואות
מאובטחות



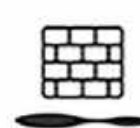
שקיפות



טכנולוגיה
חדשנית



פיזור גבוה



יציבות



ישראל 2020 - עולם העבודה מול אתגרי מגפת הקורונה

המגפה לא פסחה על עולם העבודה שהשתנה וממשיך להשתנות ללא הכר • עו"ד עופר יוחננוף סוקר את המגמות המרכזיות בעולם העבודה החדש ומנסה להעריך את ההשלכות וההשפעות העתידיות

עבודה מאורגנת



איש איננו חסין מההשלכות הכלכליות של הקורונה. הביקושים התכווצו בצורה דרמטית. מה שיוצר מקומות עבודה הוא כוח הקנייה של הציבור, וכשההכנסה של הציבור מצטמקת, אם כתוצאה מהוצאה לחל"ת או מפטורים, גם ההוצאה קטנה והפעילות העסקית יורדת.

במהלך המשבר ראינו, כי אמנם אין חסינות לאיש, אבל לעובדים המאורגנים הייתה כרית ביטחון הרבה יותר גדולה מאשר עובדים שלא מאורגנים. גם קורונה לא מצליחה לערער יותר מדי את העובדים המאורגנים. תופעה זו יכולה לתת בוסט עצום להתארגנויות חדשות במקומות שעד היום טרם חוו התארגנויות וגם לעבות התארגנויות קיימות.

ארגוני העובדים



ארגוני העובדים ספגו מכה כלכלית בירידה משמעותית בהכנסות מדמי חבר או מדמי טיפול ארגוני, עקב הוצאת עובדים לחל"ת או פטורים. היה ברור שנדרש כאן משהו חדש כדי לא להישאר מאחור.

ואכן, לאחרונה הקימו הסתדרות העובדים הכללית החדשה והסתדרות העובדים הלאומית יחידות לטיפול בציבור העצמאים. ציבור שלא זכה קודם לטיפול מארגוני העובדים, מקבל עכשיו התייחסות נפרדת, וכמובן שלשיקול הכלכלי של הכנסה מציבור שבעבר הוזנח לחלוטין על ידי ארגוני העובדים, יש כאן מקום מכריע.

ארגוני העובדים הם בעלי כוח עצום בשוק העבודה, אבל מתמודדים לאחרונה עם תמורות לא פשוטות שמזיזות להם את הגבינה. ההסתדרות הכללית, שמאז קום המדינה שאבה כוח פוליטי ממפלגת העבודה (וגלגוליה הקודמים, מפא"י והמערך), עלולה למצוא את עצמה לאחר הבחירות הבאות ללא אחיזה פוליטית בבסיס הכוח הפוליטי החדש שלה, אם יתאמתו הסקרים, שבהם העבודה לא עוברת את אחוז החסימה. הסתדרות העובדים הלאומית, מבית מדרשו של זאב ז'בוטינסקי, תנסה להעמיק שורשים ולבסס מקור כוח בליכוד, היום מפלגת השלטון.

לארגוני העובדים מצפה תקופה לא פשוטה, המחייבת התאמות והכרה של המצב החדש, בו מעסיקים עומדים בפני קריסה ואי אפשר להעמיס עליהם עוד ועוד ללא סוף. ימים יגידו כיצד תתורגם הבנה זו במסגרת המשאים ומתנים שמקיימים ארגוני העובדים בבחינת הדרישות שהם יציבו למעסיקים.

אני ממליץ ללקוחותיי היום לנסח הסכמים באופן שכל הסכם עבודה קיבוצי יהיה מותנה בתוצאות עסקיות. חלף הזמן של טייסים אוטומטיים ותוספות שאינן קשורות כלל לביצועים העסקיים. אם החברה מצליחה, יהיו גם העובדים, אבל זה לא יהיה מסלול חד כיווני שמנותק לחלוטין מהתוצאות העסקיות.



עו"ד עופר יוחננוף

החל מחודש מרץ 2020, עם התפרצות מגפת הקורונה בישראל, חיינו קיבלו תפנית עצומה. השינויים באו לידי ביטוי גם בעולם העבודה, שהשתנה וממשיך להשתנות ללא הכר. מה שהיה הוא בוודאות לא מה שיהיה.

מעשית, מגפת הקורונה כפתה התייעלות על המעסיקים. בימים של צמצומים ומגבלות על כמות העובדים במסגרת תקנות שעת חירום של הממשלה, מעסיקים נוכחו לדעת שניתן להשיג את אותה התפוקה, או תפוקה דומה בקירוב, עם מצבת כוח אדם נמוכה יותר. הדבר בא לידי ביטוי בכך שנכון לשעת כתיבת שורות אלו בישראל כ-850 אלף מובטלים, מספר שיא במשבר הכלכלי החמור ביותר שפקד את ישראל מאז ומעולם.

הבעיה היא, שגם אם יימצא, בעזרת השם, חיסון לקורונה, וההתייחסות אל הקורונה תהיה כמו אל שפעת, וגם אם הביקושים של הציבור יחזרו להיות ברמה של טרום מגפת הקורונה, עדיין תישאר מסה עצומה של מובטלים. המעסיקים מצליחים להגיע לאותה תפוקה פחות או יותר עם רמה נמוכה יותר של כוח אדם.

אמנם, המדינה מצאה פתרון למימון חלקי של אותם מובטלים או אותם עובדים שהוצאו לחופשה ללא תשלום, בדמות תשלום דמי ביטוח לאומי עד לחודש יוני 2021, אבל גם מועד זה יגיע בסופו של דבר והתשלומים של המדינה לא יימשכו לנצח.

יש המבקרים צעד זה של המדינה, בטענה שניתנה רשת ביטחון לעובדים, שמעקרת את התמריץ שלהם לחזור לעבודה. מקבלים כסף מהמדינה בלי לעבוד.

חשוב עוד להבין, שהתשלום של המדינה היום הוא על חשבון זכויות עתידיות. כלומר, מי שנמצא בחל"ת ומקבל כסף מהמדינה, אם בשלב מסוים יוחלט לסיים את העסקתו, לא יהיה זכאי למימון נוסף של דמי אבטלה. מה שמקבלים היום הוא מתוך הזכאות העתידית. כמו כן, חשוב עוד לזכור, שהכספים שמגיעים מהביטוח הלאומי הם פחותים מהמשכורת שמעביר המעסיק מדי חודש לחשבון הבנק. מדובר במקסימום של 70% מהשכר ובתקרה שאינה עוברת את הסך של כ-10,000 שקלים לחודש. כאמור, מדובר בפתרון חלקי בלבד.

במאמרי זה אסקור את המגמות המרכזיות בעולם העבודה החדש, אנסה להעריך השלכות וההשפעות עתידיות.



ארגוני המעסיקים



עוד לפני שנחתה עלינו מגפת הקורונה חל פיצול בארגוני המעסיקים. התאחדות התעשייתיים, שבמשך עשרות בשנים הובילה את נשיאות המגזר העסקי (בשמה המוכר יותר, לשכת התיאום של הארגונים הכלכליים) פרשה מהארגון לטובת ארגון מעסיקים חדש, הכולל אותה, את איגוד לשכות המסחר, התאחדות החקלאים ולשכת רואי החשבון. התעשייתיים ולשכות המסחר הם הגופים הגדולים ביותר במשק, שמעסיקים הכי הרבה עובדים והתוצר שלהם הוא הגדול ביותר.

כל אחד משני ארגוני המעסיקים מגיש תכניות עצמאיות לממשלה ואין בין הגופים תיאום. כל אחד מהם טוען לבכורה. חבל שזה המצב, כי המגזר העסקי חייב להיות מאוחד ולא מפוצל. אי אפשר לגבש מתווה אחד של המעסיקים, כי כל אחד מהארגונים שם את הדגש במקומות אחרים. כמובן שקיימת גם חפיפה, אבל אין קול אחד של המעסיקים. בינתיים כל ארגון חתם, בנפרד, על הסכם קיבוצי מול הסתדרות העובדים הכללית בעניין דמי הבראה. הפיצול הזה לא טוב למעסיקים.

עבודה מהבית



משברים מייצרים הזדמנויות חדשות. עולם העבודה משתנה משמעותית בכל הקשור לעבודה מהבית. האתגר גדול. המציאות כפתה סיטואציה שהייתה נפוצה בעיקר בחברות הייטק אבל כיום קיימת בכל המשק - עבודה מהבית. יש הטוענים כי אין תחליף לאינטראקציה אנושית פיזית ושהדבר יוצר סיעור מוחות שמגביר את הפריור וכי שיחות הזום, שחוסכות לא מעט זמן של נסיעות, אינן משיגות את אותו אפקט. בנוסף, יש הטוענים כי אין דין עבודה מהבית כדין עבודה מהמשרד מבחינת הפיקוח. כמובן שמדובר גם בשאלה של אמון, וברור שהיו עובדים ישרים שיעשו את העבודה מהבית בדיוק כמו מהמשרד, אבל יהיו גם עובדים שיתפתו לנצל את הנוחיות של הבית. מן הצד השני נשמעות טענות שאומרות שגם כאשר עובדים מגיעים פיזית לעבודה, אי אפשר לפקח כל הזמן על מה שהם עושים ואין יכולת לנטר עובדים שמשוטטים שעות ברשת האינטרנט או יוצאים להפסקות צהריים ארוכות. לעבודה מהבית יתרונות מבחינת הפחתת העומסים בכבישי הארץ וזיהום האוויר. אפשר להוסיף עוד גם את החיסכון בעלויות של המעסיק. עבודה מהבית מקדמת תהליך של דיגיטציה

של עולם העבודה. היא יכולה גם לסייע באיזון טוב יותר של יחסי עבודה-בית והמרוץ המטורף שכולנו מנהלים בכמה חזיתות בחיים. ייתכן שהפתרון יהיה עבודה במספר מצומצם של ימים מהבית. אני מניח שוועדי העובדים ינסו למשוך הטבות נוספות לעבודה מהבית (שכן חלק מההוצאות, כמו חשמל, עובר למימון העובדים) אך כאמור מדובר יותר במצב של ניסוי ותעייה, כל מקום עבודה והמודל המתאים לו ולעובדיו. גם נושא זה יעבור קשיי הסתגלות, עד שיגיעו אל המודל הנכון והרצוי של התאמה בין צרכי המעסיק לצרכי העובדים.

יחסי העבודה השוטפים



החשש מהעתיד וחוסר הוודאות משותף למעסיקים ולעובדים. לטעמי, במציאות ההזויה שנכפתה עלינו זה בדיוק הזמן להפגין חמלה, שיקול דעת וערבות הדדית. לא למהר לפטר, לא למהר להוציא לחופשה ללא תשלום. כל עובד ועובדת הם עולם ומלואו עם משפחה ועם התחייבויות. חשוב יותר תמיד שיתוף הפעולה לטובת הצלחת מקום העבודה. מעסיקים לא יפטרו עובדים שהם צריכים כדי שהעסק ימשיך לשרוד. הקורונה כן נתנה גושפנקה לצמצום בשומנים ולהתייעלות שבמצב רגיל ארגוני העובדים או בתי הדין לעבודה היו מקשים יותר לבצע. כל עובד צריך להעריך היום יותר מתמיד את מקום עבודתו. מקום עבודה זה לא דבר מובן מאליו. כל עובד ועובדת חייבים לעשות הכל על מנת להוכיח את תרומתם לעסק ולשמור את מקום העבודה שלהם. אם קודם היד הייתה קלה על ההדק בהוצאת אישורי מחלה או בניסיונות להכיר בתאונות כתאונות עבודה, היום כולם חושבים כמה פעמים לפני הוצאת האישור, מתוך ידיעה שיש הרבה מאוד עובדים אחרים שמתדפקים על הדלתות ומעוניינים בתפקיד. לעניות דעתי, יצר ההישרדות של המעסיק ושל העובדים ינצחו. החיים דינמיים וחזקים מהכול. עולם העבודה עובר ויעבור שינויים, אבל לא בהכרח שאלו יהיו שינויים לרעה.

* **הכותב הינו עו"ד ונוטריון, מומחה ליחסי עבודה דיני עבודה וניהול סיכונים בעולם העבודה; לשעבר היועץ המשפטי ומנהל המחלקה למשפט עבודה בהתאחדות התעשייתיים בישראל**

איך יראו הימים שלאחר הקורונה?

התובנות שלי באשר לחזרה מהקורונה מתבססות על כך שהאדם הוא ייצור חברתי ומשום כך, רוב בני האדם מתאוששים מנפילות, קמים על רגליהם וממשיכים לשעוט אל עבר חלומם



רם אמית

הן ברמת הפרט והן ברמת המדינה. למרות הראיית שחורות, במעקב אחר הנדבקים בקורונה, החולים הקשים, המונשמים והמורדמים אני דווקא רואה את החזרה לשגרה שפויה, זאת בשונה ממסבירים שונים הטוענים שהחזרה לפעילות תהא חזרה לעולם אחר.

התובנות שלי באשר לחזרה מהקורונה מתבססות על כך שהאדם הוא ייצור חברתי ומשום כך, רוב בני האדם מתאוששים מנפילות, קמים על רגליהם וממשיכים לשעוט אל עבר חלומם. כאשר מומחים מעולם הרפואה אומרים שהם אינם יודעים מספיק אודות הקורונה ואינם מסוגלים לנבא ניבוי מושכל וחד משמעי מה דרך הטיפול, הרי שהם, ורק הם, יכולים להשיא עצות הנוגעות להימנעות מהדבקה ואת דרך הטיפול בהימנעות. בנוסף, רק הם יודעים עד כמה שניתן וכיצד לטפל בחולים על בסיס הסימפטומים המתגלים אצל נפגעי המחלה.

מה אם כן הבעיה? הבעיה היא תרגום והמרת המחלה לפוליטיקה. במאמר זה אתייחס דווקא להתנהלות המדינה והמעסיקים וכיצד לעניות דעתי שני אלה מדרדרים את מדינת ישראל לקטסטרופה כלכלית חברתית.

לשם תזכורת, מיד עם גילוי המחלה והתפשטותה הכריזה "המדינה" על סגר גורף בכל המשק, בכל הישובים ובכל המגורים היצרניים. מהלך זה גרר אחריו השבתה של כ-1.3 מיליון עובדים שחלקם הוצאו לחל"ת וחלקם חמור מכך - פוטרו.

משמעות העבודה מהבית

מעסיקים גדולים ובינוניים ניצלו את המצב כדי לערוך רה-ארגון: הוציאו עובדים לחל"ת ו/או העתיקו את העבודה לבתי עובדים, שמשמעותה בין היתר חיטון בשטחי משרדים, בארנונה, בחשמל ובהוצאות נלוות כמו ניקיון. הוצאות אלה גולגלו לעובדים שיעבדו מביתם ללא היסוס או ללא תמורה נאותה. יתרה מזאת, קודשה העבודה מהבית. המהלך לא נעשה תוך כדי בחינה חברתית או פסיכולוגית השואלת שאלה בסיסית עד כמה המהלך טוב לעובד ובאיזו מידה המעסיק לא ייפגע בטווח הארוך.

כנראה שיש עובדים שעבורם עבודה מהבית היא פתרון אידיאלי (הייתי אומר כמו מקדשי הצמחונות, הטבעונות וההימנעות מחיסוני ילדיהם). אני סבור שמדובר במיעוט של אנשים שסביבת העבודה שלהם, הסינרגיה וסייעור המוחות לא בדיוק מתאימים להם. לדעתי, המפסיד הגדול הוא המעסיק. הוא יקבל תוצרים חד ממדיים שאינם מושלמים, הוא יאבד את רוח החברה, את גאוות העובד וכך גם את נאמנותו.

העובד, לעומת זאת, יתקשה לפעול ביעילות מול מטרות הארגון ודעתו תהא מוסחת בין טיפול בילדים וצרכי הבית, ובכך גבולות יום העבודה לא יהיו ברורים. קשר אינטרנטי עם עמיתיו יהיה אקראי ותועלתו שולית.

מה כן? העובד ימשיך להשתכר וזה חשוב בפני עצמו.

רבים מקוראי מאמר זה יהיו משוכנעים שהכותב הינו אופטימיסט בלתי נלאה או שמא לוקה באי ראיית המציאות.

אני, לעומת זאת, חושב שרוב הכותבים בנושא "הימים שלאחר הקורונה" מושפעים מפוליטיקאים שהחיות שלהם קשורה קשר עמוק להפחדה ולזריעת בהלה. הנימוק שלי פשוט ביותר. ראש ממשלה המסביר עד כמה אנו נמצאים במשבר עמוק שאינו תלוי בו אלא בכוחות טבעיים חסרי שליטה ועד כמה הציבור יסבול מהמצב הזה מבחינה בריאותית ויותר מזה מבחינה כלכלית ועד כמה הוא עסוק בטיפול בבעיות. הוא בעצם פועל בשיטת ה-WIN-WIN.

ולמה? אם מצב הבריאות וההשתלטות על מחלת הקורונה לא יצלח ואם המצב הכלכלי יחמיר, הרי הוא אמר את זה ולכאורה הכין את הציבור, ולכן הוא מנהיג בעל שיעור קומה הרואה את הנולד. אם בחלוף הזמן שיעורי ההדבקה ירדו ומספר החולים והמיתות מהמחלה ירדו ומתוך כך ניתן יהיה לשקם את המשק מבחינה כלכלית, הרי לכם מנהיג כל יכול, נערץ ומה שנקרא על ידי הבוחרים "אין עליו, מלך המלכים" - והרי לכם WIN-WIN.

חלפו שישה חודשים וכנראה אנחנו עוד רחוקים משיפור במצב והאור שבקצה המנהרה לא נראה. אני לא רופא ולא עוסק במדע הרפואה ו/או באחד הנושאים שיש להם קשר כלשהו למעבדות וחיסונים וכול כיצא באלה.

אני גם לא כלכלן מקרו שכל חייו מנתח מערכות כלכליות ומייעץ למומחים מה לעשות ומה לומר. אני אדם פשוט, הסובר שהוא מכיר היטב את הטבע האנושי, את צרכי בני האדם, את שאיפותיהם ואת הרצונות הגלויים וחלק מהסמויים שלהם.

כמו כל אחד מכם, אני שומע רדיו, צופה בטלוויזיה, מאזין לפרשנים מכל הסוגים. כהערת אגב, לאחרונה הפחתי משמעותית במינון הצפייה והאזנה מחד כדי לא להיכנס למלנכוליה ומאידך כי פשוט נמאס לי מראי השחורות. זה פשוט משעמם וחוזר על עצמו כמו לעיסת יתר של מזון.

הבעיה היא תרגום והמרת המחלה לפוליטיקה

יחד עם זאת, אין להתעלם מעובדות. למעלה ממיליון עובדים נפלטו ממחזור העבודה. חלקם הגדול, כ-800 אלף פוטרו והפכו להיות מובטלים ועוד כ-200 אלף בחל"ת. המשק הפסיק לייצר. החובות של הפרט נערמים אולם בתום משבר הקורונה ואולי לפני הסוף - חובות צריך להחזיר,



במתן תשובות סטנדרטיות שאינן מהוות פתרון לשואל. הדבר נכון גם בפניית סוכני ביטוח לחברות, פניות שנענות בקצב איטי במיוחד ולעיתים בחוסר מקצועיות. לשאלה האם אני רואה אור בקצה המנהרה? תשובתי האופטימית חיובית. אנו כרגע בעיצומו של תיקון טכני. אם קיים סגר הוא סלקטיבי, יותר ויותר עסקים חוזרים לפעילות מבוקרת, מעסיקים מחזירים עובדים מחל"ת וחלקם הקטן הפסיקו את העבודה מהבית. יחד עם זאת, שיעור המובטלים מדאיג, בין היתר משום שישנו ציבור שקבלת דמי אבטלה נוח לו כל עוד הוא נמשך. לחלקם אין עבודה וייקח זמן רב עד אשר הם ישולבו מחדש במערך העובדים במשק. האמירה שיש צורך בהסבה מקצועית למאות אלפי עובדים היא בדיחה גרועה. האם עד חודש מרץ 2020 העובדים היו כשירים לבצע את עבודתם ואילו מחודש מרץ הובהר ש-800 אלף עובדים חייבים בהסבה מקצועית כדי לחזור למעגל העבודה? הכל פוליטי והמדינה היא המפסידה הגדולה. סוגיה זו לא טופלה נכון. צריך היה לשקול באופן רציני את סוגיית התשלום למעסיקים בגין השארת העובדים והחזרת עובדים למערך העבודה. יש מדינות שכך מטפלות בסוגיה זו. מה שברור הוא, שאם זה היה כך המשק היה חוזר מהר יותר לפעילות והמדינה הייתה יוצאת נשכרת. במקום לתת בונוסים למעסיקים שלכאורה ירד מחזורם (שורת הרווח השתפרה), צריך להטיל סנקציות על מעסיקים שאינם מחזירים עובדים למערכת. למרות כל זאת, אני מאמין שהשכל הישר יחזיר את המנהיגות הכלכלית-חברתית למסלול חיובי. זו הדרך לחלץ את אזרחי ישראל מחרפת הדלות והעוני.

* הכותב הינו מתכנן פיננסי מורשה CFP

השאלה הקשה יותר היא מדוע ולפתע פתאום מעסיקים החליטו לפטר כ-800 אלף עובדים? האם הם פתאום נוכחו לדעת שמאות אלפי העובדים שפוטרו לא רצויים בארגון? הם לא מיומנים, לא יעילים? לא! הרי ברור שזה ניצול הזדמנות המעיד על כישלון המעסיקים שלא דאגו לאורך כל ימות השנה לאמן את העובדים ולשמור על רמתם המקצועית. ואגב, היכן היו והינם ההסתדרות, ועדי העובדים? מי הגן או מגן על העובדים מפני השערורייה הזו? עד לא מזמן, כל ארגון דאג לקיים ימי כיף לעובדים ולבני משפחותיהם, ימי עיון וכן דאג לקשר חיובי בין המנהלים לעובדים ובין העובדים לבין עצמם. מה קרה? האם הסתבר שאין עוד צורך בזה?

כן, הסגר הבלתי מבוקר עשה ועושה רק רע. מעגל הסוציומטים גדל. מהלך המשפיע על כל הסביבה החברתית. מבט אחר, אופטימי, הוא כאשר רק נוצר פתח צר המאפשר קירוב חברתי, הציבור יוצא לנשום אוויר ולפגוש בני משפחה, חברים ומכרים. ראו את בתי הקפה והמסעדות, את שמחת הפגישה החברתית.

מענה איטי ולעיתים לא מקצועי ברמת השירות

לא אוכל שלא לגעת בעולם הביטוח. אין לי נתונים הנוגעים למספר העובדים בחל"ת ומספר המפוטרים בחברות הביטוח, בבתי ההשקעות, בבנקים ובשאר הממסד הפיננסי. דבר אחד אני יכול לומר, רמת השירות של ממסד זה ירדה פלאים. דווקא היום, כאשר הציבור נמצא במצוקה ומבקש מענה - אין מי שיענה לו. מוקדי השירות ברמה נמוכה. מיומנים שם

Chance / Change

בני האדם הם יצורים חברתיים שזקוקים לאינטראקציות • מגפת הקורונה שהציבה אתגרים להמשך הרצף בפעילות, גם הביאה לפתרונות יעילים, שבאים לידי ביטוי לאו דווקא בנוכחות פיזית • יש משחק חדש והכללים שלו שונים ממה שהכרנו והורגלנו אליהם



גיליה משולם

אמון בעזרת שפת גוף. אלה דברים שלא בהכרח "עוברים מסך" דרך הזום, אבל הם ילכו ויתפתחו ככל שהמגפה תגבר ואנשים יעדיפו להמעיט במפגשים שאינם מחוייבים המציאות. **עבודה מהבית** - בתקופה הנוכחית, לטכנולוגיה יש פתרונות רבים המתאימים לעולם שאחרי הקורונה. אפשר לחבר את כל העובדים כדי שיעבדו מהבית, שישמרו על סביבת עבודה מבלי לצאת מהבית, מבלי להתקרב לעובדים נוספים או ללקוחות. ניתן לחבר עובדים למערכות של חברות הנותנות שירות, כמו חברות הביטוח ובתי ההשקעות. נכון שנדרשות הגנות מיחשוביות ברמה גבוהה מאוד על מנת לאפשר לעובדים לתת שירות ללקוחות מחד ולעבוד מול חברות הביטוח מאידך. גם בתקופה שלפני הקורונה זה היה אפשרי, אך תפס חלק קטן מאוד מהפעילות של העובדים. לעבודה מהבית יש יתרונות רבים כגון שעות עבודה אפקטיביות יותר, זמן הנסיעות נחסך, יש פחות רעשים סביבתיים, אם כי יש לקחת בחשבון שנדרשת התארגנות של סביבת עבודה המוקדשת לנושאי העבודה, התייחסות של בני הבית לזמן העבודה. יחד עם זאת, אפשר להצביע על כך ששעות העבודה מנוצלות טוב יותר. יש פחות אינטראקציות עם עובדים נוספים, פחות שיחות מסדרון, הפסקות עישון ואוכל. הצלחה של עבודה מהבית יכולה להתקיים אם יש מחויבות ואפשרות למדידת תפוקות. חשוב להדגיש כי עבודה מהבית אינה משמעותה "לעבוד כשמזדמן". פירושה שמירה על מסגרת שעות עבודה כפי שהיתה בעידן טרום הקורונה. אפשר לפתח זאת גם לשעות עבודה שלא כמקובל - וזה עשוי להיות השינוי המבורך כלפי לקוחות. לדוגמה: "שעות משרד" מאוחרות יותר - אחר הצהריים או בערבים. זאת על חשבון שעות בוקר חופשיות - בתיאום עם המשרד. הלקוחות יוכלו ליהנות משעות קבלת קהל ארוכות יותר, לנוחותם ולנוחות העובד שהחל לעבוד בשעות מאוחרות יותר בבוקר. הכל בתיאום מראש כמובן.

ב. ניהול מרחוק

ניהול מרחוק דורש מחויבות של שני הצדדים, הן של העובד והן של המעסיק. נדרשת תשומת לב רבה יותר מצד מנהלים מאחר ואין פגישות פיזיות (פגישות עבודה) ב"חדרו של המנהל" או ב"חדר הישיבות". הפגישות הופכות להיות וירטואליות דרך הזום ולכן נדרש מיקוד בזמן הזום, בתכנים ובמשימות המדווחות. בשלב זה, כשהניהול מתבצע מרחוק, נעלמים הרגלים שהיו בעבר ושימשו לעזר למנהל ולעובד, כגון שיחות מסדרון, מפגשים בחדר/פינת האוכל, ישיבות אישיות וצוותיות ודרכים נוספות אפשריות להעברת מסרים אישיים וכד'. כאן, המחויבות משחקת תפקיד ראשי. העובד מצידו, אמנם נמצא בסביבת הנוחות שלו, אך הגדרת שעות עבודה כמסגרת שחשוב לעמוד בה עשויה לעזור הן לעובד והן למעסיק לשמור על שגרת עבודה. כלי מדידה הם כלי ראשון במעלה למנהל כאשר העובד נמצא בביתו. הפתגם "רחוק מהעין, רחוק מהלב" יכול לשמש גם לטובה. העובד מצידו מקבל חופש מוחלט בעשיית עבודתו, ניהול התהליכים, אך נמדד בתפוקות. זה הזמן להשית נהלי עבודה ברורים על העובדים ולבצע בקרה מרחוק על הפעילות. לסיכום, אם ניקח את הכותרת, נבין שבעזרת שינוי אות אחת בלבד נוכל ליהנות מההזדמנות ולהשיג שינוי גדול. המגפה שאילצה אותנו לשינויים מלאכותיים, פתחה בפנינו אפשרויות חדשות ורבות בעולם העבודה, אבל לא רק. chance / change.

* הכותבת הינה יועצת ארגונית

שינוי/הזדמנות. תזווה קטנה הגורמת לשינוי גדול. שנת 2020 תירשם בדפי ההיסטוריה כשנת מפנה. השינוי מקורו במגפת הקורונה שהביאה אותנו לחשוב וליצור דרכי התנהלות שונות, בכל תחומי החיים. המגפה אילצה רבים מאיתנו להתנהל אחרת, לקבל שירות בטלפון, במייל - מבלי לטרוח ומבלי לצאת מהבית. נושא הריחוק החברתי בא לידי ביטוי הן בפן המשפחתי והחברתי והן בפן התעסוקתי. ההנחיות לשמירת מרחק, גם בתוך משרד, מביאות אותנו לחשיבה מחדש: האם הכרחי שנהיה בקשר פיזי? כבר שנים רבות מקובל לנהל חלק מהפעילות שלנו, שלא בהכרח באינטראקציה פיזית. אם נבחן את תחום הקניות - הרי שאפשר להזמין ברשת, כולל משלוח, כמעט כל דבר. שנים רבות שמקובל להזמין פרחים דרך הטלפון/אתר. בין אם מקבל המשלוח הוא המזמין עצמו, בין אם בחר לשמח את אחד מחבריו או לקוחותיו. איך הייתם מרגישים אם לקוח מרוצה היה שולח "זר פירות" - מגוון פירות חתוכים באופן מזמין? הרי זו מחווה מקסימה, טעימה ובעיקר מרגשת. המשלוח יכול להגיע לכל מקום. למשרד או לבית הלקוח/העובד/המנהל. בנוסף, מקובל כבר שנים להזמין ביגוד, והנעלה, קוסמטיקה, וכלה במזון. עובדה ידועה היא כי שירותי השליחויות עלו וטיפסו לאין ערוך בתקופת הקורונה. אז חייבים להיפגש? עוצב לומר, כפי הנראה לא חייבים. נכון שבני האדם הם יצורים חברתיים שזקוקים לאינטראקציות, רק שמגפת הקורונה הציבה אתגרים להמשך הרצף בפעילות והביאה לפתרונות יעילים, שבאים לידי ביטוי לאו דווקא בנוכחות פיזית. יש משחק חדש והכללים שלו שונים ממה שהכרנו והורגלנו אליהם. דוגמאות לשינויים בענף העבודה:

א. שינוי בתפיסת המיקום של העובד

עומדות בפנינו מספר אפשרויות:

1. הדרך המסורתית. עבודה מהמשרד. אך לא חייבים.
2. פגישות דרך הזום. לדעת, בערבון מוגבל. מתאימות לסיטואציות מסוימות בלבד.
3. עבודה מהבית.

עבודה מהמשרד - כפי שהיה בעבר, באמצעות נוכחות עובדים בשעות מסוימות במשרד. תקופת הקורונה הביאה למצב שמשרדי סוכן וסוכנויות רבות מצאו לנכון בעקבות השינוי הנגרם מתקופה זו ומההנחיות הבריאותיות, לפעול לצמצום מפגשים פיזיים והם צמצמו את שטחי המשרדים, משום שאפשר ל"היפגש" אחרת. במשרדים מסוימים הציעו את שיטת העבודה בקפסולות. לפי חלוקה לימי עבודה מהמשרד וימי עבודה מהבית. המשמעות היא צורך מופחת בעמדות עבודה, על כל ההוצאות הנחשקות המשתמעות מכך. **פגישות דרך הזום** - ניתן לנהל פגישות וישיבות דרך הזום. לראות את כל הנוכחים ולשמוע אותם, לנהל ישיבה באופן מסודר ומובנה, שהרי הגדרת פגישת הזום מוגבלת בזמן ויש להיערך לכך. להערכת, שיחות "מכירה" עדיין בחיתוליהן, שכן יש משמעות רבה לנוכחות הפיזית, ליצירת

EFP

תכנון פיננסי ללא גבולות

הוסף ערך כלכלי ללקוח שלך

מיסוי בינלאומי

השקעות אלטרנטיביות

ניהול סיכונים

תכנון פרישה

קיימות

השקעות חברתיות

שליטה מרחוק

המציאות מחייבת לשלוח עובדים לעבוד מרחוק • מנהלים ובעלי עסקים זכאים לחלוטין לדעת מה העובדים שלהם עושים בזמן שעות העבודה • יחד עם זאת, לתת לעובד תחושה שלא סומכים עליו זהו דבר שלא תורם למוטיבציה שלו כלל וכלל • החוכמה היא למצוא את האיזון

כרגע, המציאות מחייבת לשלוח עובדים לעבוד מרחוק. זהו כורח המציאות ולכן צריך לדעת כיצד לנהל את האופרציה הזאת באופן הנכון ביותר. יש ליצור הזדמנויות בהן העובדים יכולים להיפגש פנים אל פנים. לא לוותר על פגישות תקופתיות במשרדי הארגון ואף לשמור על רציפות של פגישות. "לא לוותר על זה!"

תחושת שייכות

העובדים צריכים להרגיש שהם חלק מהארגון והארגון חלק מהם. יש לשמור על המוטיבציה של העובדים ועל מורל גבוה. מעבר לבידוד החברתי וחוסר השייכות שהעובד חש, ישנו היבט נוסף שצריך להילקח בחשבון: השליטה מרחוק. מניסיוני האישי, נושא הבקרה על עבודת העובדים הוא נושא די רגיש משום שאלמנט האמון קשור בו. למעסיק קשה לשחרר עובדים לעבוד מביתם משום שהמעסיק רוצה לראות את העובדים מתעסקים בענייני העבודה ולא מתעסקים בזמן זה בדברים אחרים. בהחלט מובן ולגיטימי, אך מההיבט של העובד התחושה היא שלא סומכים עליו ולא נותנים בו אמון. ועם תחושות קשות כאלה המוטיבציה והתפוקה של העובד יורדות.

בעל עסק מחויב לפקח על העובדים שלו. אם לא יעשה זאת הוא בהחלט חסר אחריות. מנהלים ובעלי עסקים זכאים לחלוטין לדעת מה העובדים שלהם עושים בזמן שעות העבודה ועד כמה ההספק שלהם מיטבי ואכן תואם את ציפיות המעביד. יחד עם זאת, לתת לעובד תחושה שלא סומכים עליו זהו דבר שלא תורם למוטיבציה שלו כלל וכלל. ישנם מקומות עבודה שבקרת העובדים מתבצעת ברמה של תזוזת עכבר. ברגע שישנה הפסקה של למעלה מ-15 שניות בתזוזת העכבר, המעסיק מייד מיודע על כך. דבר שיכול לגרום לאי נעימות מול העובד.

החוכמה היא למצוא את האיזון, את "שביל הזהב". מעסיק חכם ידע לעשות זאת. הוא חייב להיות רגיש לעובדה שלעובד לא קל לעבוד מהבית ולהתחשב בכך שהפרדה בין סביבת העבודה לחייו הפרטיים כמעט ולא קיימת. לא לכל עובד יש חדר עבודה סגור או חלל פנוי לעמדת עבודה שקטה ומבודדת. לעיתים ישנם ילדים שמסתובבים בבית ויכולת הריכוז מוגבלת. ובין כל הקשיים האלה העובד לחוץ מאוד מעצם הידיעה שבדוקים אותו ומבקרים את עבודתו כל הזמן, אם כן, מה עושים?

מניסיוני האישי, הסוד להצלחה בשליטה מרחוק מסתכם במילה אחת: גמישות! מעסיקים חייבים לגלות גמישות בשעות העבודה. אם ישכילו לעשות זאת, הם יצליחו לרתום את העובדים להצלחה ולהספקים גבוהים. מעסיקים אינם יכולים לצפות מעובדים לעבוד כמו ביום עבודה רגיל. תנאי השטח אינם מאפשרים זאת. כל עובד צריך לזהות את זמני העבודה הכי יעילים שלו ביום ולבצע חלוקת עבודה. בהתאם לכך צריכה להיעשות הגדרה ברורה של תפוקות ושל לוח זמנים לכל עובד ויש להיצמד לכך. מעסיק שישכיל לעשות זאת יצליח למקסם את יכולותיו של העובד, את תפוקותו והחשוב מכל את שביעות רצונו. וכך העובד יגיע בחדווה מידי בוקר ליום עבודה כפי שצוין בשירו של אריק איינשטיין:

"הבוקר בא...הבוקר בא אז תגיד תודה...שלוש ארבע ולעבודה"

* הכותבת הינה מומחית בהכשרת רפרנטיות ושיפור תהליכי עבודה



כרמית אפרמיה

יצאנו לקמפינג. ארבע משפחות, כולן עם ילדים בחתך גילים שונה. אנו יוצאים מדי שנה ונהנים בצוותא: הילדים משחקים יחדיו ונהנים מאוד האחד בחברת השני. השנה קרה דבר מוזר, תמוה ודי עצוב מבחינתי. הילדים לא תקשרו, חשתי שהם לא נהנים באמת. צפיתי מהצד ולא האמנתי שסיטואציה כזאת יכולה לקרות. תהיתי ביני לבין עצמי: "מה קרה פה?"

הילדים שלנו נמצאים כבר מספר חודשים בבית. רוב שנת הלימודים נעשתה בלמידה מרחוק ללא אינטראקציה חברתית וללא הגעה למוסדות החינוך. אין לי ספק שמצב זה השפיע על הכישורים החברתיים והתקשורתיים של ילדינו. ההקבלה בין עולם הילדים לעולם המבוגרים חופפת בתקופת הקורונה בהיבטים רבים, דוגמת: הלמידה מרחוק וההשלכות שלה על העולם החברתי. ישנם מחקרים רבים על תרבות הלמידה הארגונית בבתי הספר, ואף רבות נכתב על תחום ה"התנהגות הארגונית" במקומות העסקה.

מהי התנהגות ארגונית?

התנהגות ארגונית היא התנהגות אנושית הן של יחידים והן של קבוצות בארגון. מחקרים רבים נכתבו אודות ההיבטים של התנהגות אנושית-ארגונית במטרה למקסם את האפקטיביות של העובד ואת רווחתו.

עידן הקורונה שונה את פני התנהגות הארגונית בכל העולם. ביום בהיר הקורונה פרצה לחיינו וגרמה לזעזועים עסקיים רבים. בעלי עסקים וארגונים נדרשים להתאים את התרבות הארגונית שלהם להלך הרוח הנוכחי משום שאם לא יעשו כן "מגדל הקלפים" שלהם יקרוס באבחת יד. רבים נוטים לחשוב שמה שהפך לכורח המציאות, בלית ברירה יהפוך לקבע. כולם מדברים על עולם תעסוקה עתידי חדש בעקבות מגפת הקורונה וכי מה שהיה הוא לא מה שיהיה. אני תמהה ושואלת את עצמי: "האמנם?"

ב-18 באוגוסט 2020 פורסמה ידיעה בעיתון גלובס: "בניגוד למגמה של עבודה מרחוק; אמזון מרחיבה משרדים ומוסיפה אלפי משרות. היכולת להתחבר לבני אדם, היכולת של צוותים לעבוד יחד במצבי אד הוק אפשרו לעשות זאת בצורה וירטואלית, אבל דבר זה אינו ספונטני. אנחנו מצפים לחזרה למשרדים". לעומת אמזון, פייסבוק וטוויטר כבר הכריזו שהן מאמצות את הגישה של עבודה מרחוק לטווח ארוך.

בני אדם הינם יצורים חברתיים. אין ספק כי הקשרים החברתיים מהווים תשתית לחיי הנפש. העדר קשרים חברתיים יכול לגרום לתחושות קשות של בדידות ועצב. מחקרים רבים מראים שעובדים שיש להם חברים במקומות עבודה מגיעים לתוצאות טובות יותר בעבודה. הם הרבה יותר שמחים ומרוצים וההספקים שלהם מיטביים.

חדש וייחודי בקרן הפנסיה של הלמן-אלדובי

מסלול השקעה במדד S&P500

המדד שעשה 14.57% תשואה בממוצע בשנה*



**כל הסיבות לבחור במסלול מחקה מדד S&P500
גם עבור קרן הפנסיה של הלקוחות שלך**

✓
המדד משקף את הכלכלה
האמריקאית שמוסיפה
לצמוח ולהפגין עוצמה

✓
המדד מייצר פיזור השקעות
רחב, חוצה מגזרים ומאגד
תחומים רבים: פיננסים,
טכנולוגיה, תעשייה ועוד

✓
המדד המוביל בארה"ב,
ויש הטוענים שבעולם כולו.
כולל את 500 המניות בעלות
שווי השוק הגדול ביותר בארה"ב

לפרטים נוספים: *8030 | hag.co.il

*התשואה המצוינת היא תשואת המדד בלבד, ויובהר כי זוהי לא תשואת מסלול ההשקעה. התשואה היא בממוצע בשנה לתקופה: 31.12.2019-1.1.2010. אין במידע על תשואות עבר בכדי להצביע על תשואות שתושגנה בעתיד. מקור הנתונים: מערכת הבלומברג. האמור לעיל אינו מהווה המלצה או ייעוץ כלשהו, ואינו מהווה תחליף לייעוץ/שיווק פנסיוני בידי יועץ/משווק בעל רישיון על פי דין, המתחשב בצרכים ובנתונים של כל אדם, אלא נועד לשמש כהבהרה וכהסברה בלבד.

למה אתה לא חוזר אלי? כל הטעויות שסוכני ביטוח עושים בעידן הקורונה

מחקרים מצביעים על כך שמרבית האנשים לא מסוגלים לחולל שינויים גדולים ללא גיבוי וליווי חיצוני • כל מנהל צריך מישהו שירוץ איתו. מישהו חיצוני שיעזור לך לפרוץ את גבולות החשיבה ולהביא את העוצמות האישיות שלך לידי ביטוי • מנהיגים אמיתיים נמדדים ביכולתם לגייס אנשים טובים לידם כדי להפוך רעיונות למציאות מנצחת



גילי ראובני

שהמיתון שלח אותם הביתה. תגדירו קריטריונים ברורים לקליטת עובדים והכינו תכנית חניכה להטמעתם בארגון בצורה המיטבית.

עובדים טובים הם המראה של המנהל.

ניהול ומנהיגות ברמה ובסדר גודל שונה ממה שהארגון היה רגיל עד כה הם צו השעה. **תקלטו למערכת עובדים יוזמים עם ברק בעיניים וסכין בין השיניים**, כאלו שאם סוגרים בפניהם את הדלת יכניסו אתכם דרך החלון.

עובדים טובים זה עסק של המנהל - הפעלה נכונה, מטרות ברורות, סדר יום אפקטיבי וכלים למעקב ובקרה. תפוקה גבוהה וביצועי שיא הם נגזרת של ניהול מקצועי נכון, עם הנחיות ברורות, גבולות מוגדרים יחד עם אמון ומחויבות. עובדים טובים הם המפתח לעסק שרוצה לצלוח קשיים ומכשולים.

ניהול ומנהיגות - בתקופות משבר אנשים הולכים אחרי מנהיגות אמיצה וערכית. מנהיגות שידועת להציב מטרות ולהציע דרך להשגתן.

● **לקוחות** - המשבר גורם ללקוחות להיות יותר מפוחדים ומכווצים. יחד עם זאת, בתחום הביטוח הם מצפים שהסוכן ישמור איתם על קשר, יבין את החששות ויספק פתרונות שמתמודדים עם קשיי התקופה.

האם זה אפשרי?

בהחלט.

לקוחות ימשיכו לרכוש ביטוחים ברמה כזו או אחרת אצל מי שידע לפנות אליהם נכון, להציג באופן ברור ומובן את הצרכים והתועלות (סוכני ביטוח רבים לא מבינים עד כמה הציבור לא מכיר, לא מודע, ולא מבין ביטוח מהו - ובעיקר את החשיבות שלו והתועלות שהוא מעניק למבוטחים).

● **הסוכן / המנהל** - ראשית, נדרש כאן שינוי מחשבתי ותפעולי כאחד. איך סוללים דרכים חדשות במציאות המאתגרת? איך מפתחים מוצרים ונכנסים לשוקים שאחרים עדיין לא שם? איך מניעים ומעצימים את העובדים כדי שכל שקל שמשקיעים יביא שניים.

מחקרים מצביעים על כך שמרבית האנשים לא מסוגלים לחולל שינויים גדולים ללא גיבוי וליווי חיצוני.

כל מנהל צריך מישהו שירוץ איתו. מישהו חיצוני שיעזור לך לפרוץ את גבולות החשיבה ולהביא את העוצמות האישיות שלך לידי ביטוי.

מנהיגים אמיתיים נמדדים ביכולתם לגייס אנשים טובים לידם כדי להפוך רעיונות למציאות מנצחת.

* **הכותבת הינה יועצת ארגונית ומאמנת עסקית מתמחה בהובלת שינויים בתקופות משבר. יועצת הלשכה ובעלת מעל 20 שנות ניסיון בליווי סוכני ביטוח. מנכ"ל Great Business Results - לחלום בגדול, להעז, להצליח!**

הצלחה בזמן משבר היא שילוב של שלושת הגורמים האנושיים בביטוח:

✓ המנהל / סוכן הביטוח.

✓ עובדי המשרד.

✓ הלקוחות.

שילוב נכון בין שלושת הגורמים הללו הוא אמצעי לשרוד בתקופת משבר.

המצב גרוע. הקורונה כאן לתקופה ארוכה. גם סוכני הביטוח כבר חשים את המיתון ויחשו אותו הרבה יותר במרוצת החודשים הקרובים. הדברים יבואו לידי ביטוי בביטולי פוליסות, אי חידוש פוליסות קיימות, אי פתיחה של פוליסות חדשות, פיגורים ודחייה בתשלומים.

המשמעות - כל מה שלא יהיה נחוץ וחיוני ביותר, עלול להידחות לימים של אחרי...

מיתון, להזכירנו, הוא גם ביטוי של חרדה עתידית, של חוסר ביטחון איך יראה המחר. השפעתו הפסיכולוגית גדולה לעיתים מהשפעתו הממשית. האם יש מה לעשות נגד זה? האם אפשר להיערך אחרת?

כן!!!

עוצרים.

חושבים.

למרות הקושי ואי הוודאות - משנים כיוון ומשפרים התנהלות.

סוכן ביטוח שלא יגבש דרכים חדשות ופתרונות יצירתיים לא ישרוד את התקופה.

חלק מהסוכנים יתייאשו מייד בהתחלה, אחרים קצת מאוחר יותר, אחרי ששרפו כסף שהביאו מהבית... ויש סוכנים נבונים שידעו להפוך את המשבר להזדמנות.

(אם נגמר לכם הסוס של הביטוח, אל תהססו למכור את התיק כבר עכשיו, לפני הייאוש הגדול שלכם ושל הלקוחות).

אילו פעולות שיטתיות מומלץ לבצע - מייד:

● **עובדים** - חייבים להתאים את כמות העובדים להיקף העבודה. לצמצם ברגע שיש ירידה. את העובדים הטובים חייבים לטפח. עכשיו על אחת כמה וכמה. ניתן לדרוש הרבה יותר מכל עובד, לקבל 150% (זו לא קלישה).

אין מקום לבינוניות. עובד שלא יוכל לספק את הסחורה, לעמוד בדרישות החדשות, נאלץ להיפרד ממנו. צריכים עובדים חדשים? שוק העבודה מוצף באנשים טובים בעלי ידע וניסיון

OUT OF THE BOX

מביאים את לונדון ולויידס לסוכני
הביטוח מעשירים לסוכן את ארגז
הכלים והמוצרים בתחום החבויות



Out
of
the
Box.

מחוק לקופסא
סוכנות לביטוח (2002) בע"מ

www.ootb.co.il | igal@ootb.co.il

ביטוח יצירתי? על המשמעות של "להיות יצירתי וחדשני" בענף הביטוח

במצב בו נדרש כיס עמוק כדי לייצר ארגון רזה ויעיל אך גם שירותי, בתחרות הסמויה והגלויה בין חברות הביטוח לסוכנים על כיסו של הלקוח, אין לסוכני הביטוח סיכוי אל מול כיסיהן העמוקים של החברות • ובכל זאת יש מה לעשות



טל דן

בין חברות הביטוח לסוכנים על כיסו של הלקוח, אין לסוכני הביטוח סיכוי אל מול כיסיהן העמוקים של החברות.

על אחת כמה וכמה כל זמן שהתדמית של סוכני הביטוח כ"שוקה" מונצחת השכם והערב מעל מסכי המדיה ומרצדת ללא הפסק אל מול עיניו של הלקוח.

מה יכולים לעשות סוכני הביטוח במצב זה?

שני דברים. וכל אחד מהותי וחשוב לא פחות מחברו.

1 תהיו יצירתיים, תעצימו את חוויית הלקוח.

2 תהיו יצירתיים, מתגו את התועלת שהנכם מייצרים ללקוח.

כולם מדברים היום על חוויית לקוח, אולם רבים מקרב הסוכנים עוד לא הפנימו כי המשמעות של צמד מילים זה היא היכולת של ארגון לא רק טיפול ומענה לבעיות וצרכים שעולים בצורה דינמית לאורך זמן אלא גם קיום אינטראקציות יזומות בנקודות מפגש שונות: פרה-מכירה, תהליך המכירה, ולאחר המכירה באמצעות שירות, שימור ושדרוג הערך והתוצרים עבור הלקוח.

התוצאה של העצמת חוויית לקוח באה לידי ביטוי במספר נקודות:

✓ הגדלת רמת שביעות רצון לקוח קיים.

✓ הקטנת אחוז לקוחות נוטשים.

✓ הגדלת רמת הנאמנות של לקוח קיים.

✓ וכמובן, הגדלת מכירות מלקוחות קיימים.

גיבוש תהליך חוויית לקוח הוא תוצר של מחקר אבחון וניתוח באמצעות אנליזה הממפה את התנהגות הצרכנים:

✓ סקר לקוחות, ובניית תרשים תגובות בהתאם לתוצאות הסקר.

✓ יצירת תגובות אוטומטיות ככל הניתן בנקודות המפגש במסע הלקוח

(פתרונות טכנולוגיים בערוצים תקשורת שונים).

✓ הקמת תשתית ומתודולוגיה מקוונת להרחבת מעגל הלקוחות.

✓ בניית תהליכים פנים ארגוניים בין המחלקות השונות בהתאמה לצננית חוויית לקוח.

✓ הטמעת התהליך אל מול כלל עובדי הסוכנות - באמצעות הדרכות סדנאות ליווי ותמיכה.

✓ ניתוח תוצאות, הסקת מסקנות ובקרה - ניהול ואופטימיזציה.

לשם כך, תידרשו להבין ולהכיר את הלקוח ברבדים ורזולוציות שעד כה לא היו בקדמת הבמה השיווקית והשירותית:

מה הלקוח רוצה?

"תעשו לי את זה פשוט, יעיל, זמין ורצוי שיהיה כיף, הכירו אותי, צפו את הצרכים שלי,

תנו לי את מה שאני צריך (ורק את מה שאני צריך), איך שאני רוצה, מתי שאני רוצה ואיפה שאני רוצה."

בשורה התחתונה, תהליכי ניתוח התנהגות צרכנים ומידע מסוג זה מאפשרים לכל נותן שירות - החל מרמת חברת הביטוח, דרך סוכנויות ועד לסוכן העצמאי - לגבש דרכי פנייה וערוצים יצירתיים שיקנו את לב הלקוח, ידברו אל ההיגיון שלו ויחזקו את הקשר אל ספק השירות ממקום של רצון ועל בסיס יציב ולא ממקום של הצעת מחיר זולה ואשר אורך חייה הוא עד להצעה השיווקית הזולה עוד יותר של המתחרה שלך.

*הכותבת הינה מנכ"ל ISSUE, יועצת ארגונית לסוכנויות ביטוח, מרצה ומלווה לפיתוח עסקי

ב-2019 עבר הבכור שלי לגור עם חברתו ברמת גן. שני צעירים בני 26 ו-23 נמרצים ומלאי מוטיבציה להתנפל על החיים. החיים עם רכב ברחובות מדינת תל אביב הפכו לבלתי נסבלים ועל הפרק עמד קורקינט חשמלי. כאחת שמבינה סיכון מהו, הדבר הראשון שעשיתי היה לחפש ביטוח מתאים. עשיתי גוגל וגיליתי ברוב שמחה כי יש דור צעיר בענף הביטוח שהבין שטמון פה צורך ובנו פתרון. אין באפשרותי לנקוב בשמה של הסוכנות שהקימו ב-2019, אך זו קמה נטו מתוך קריאת השוק, הבנת הפוטנציאל הגלום, הבנת הצורך והנגשת פתרון יצירתי, כשהוא מונגש כך שיהא מותאם לקהל היעד. בתוך שלוש דקות נרכשה פוליסה. לא ישירות בחברת ביטוח אלא באמצעות הסוכנות. אחרי הכל, הילד ינק מגיל אפס את ההבנה כי מבוטח אינו יכול למצות את מלוא זכויותיו ללא סוכן ביטוח שיעשה את המלאכה בעבורו, שהרי לחברת הביטוח אין שום אינטרס לשפות את המבוטח בקרות אירוע ביטוחי במלוא זכויותיו.

תמורות ושינויים מרחיקי לכת

ומדוע אני מספרת לכם על כך?

הרגולציה, וכמובן גם הקורונה, העבירו את ענף הביטוח תמורות ושינויים מרחיקי לכת. חברות הביטוח וסוכנויות הביטוח נאלצות לחשב מסלול מחדש היות ופרמטרים רבים נכנסו לזירת הפעילות והזיזו את הגבינה מחדש.

רכישת פוליסת ביטוח הפכה להיות קלה, נגישה ופשוטה, ניתן להשוות מחירים, חלק מהפוליסות אחידות, וההחלטה אצל איזו חברה לרכוש ביטוח נעשית על פי שיקולי מיתוג או מחיר וכך - קל ופשוט להפוך למבוטחים.

המשמעות הגדולה ביותר של השינויים האחרונים בענף הינם שהמבוטח כבר אינו לקוח שבוי. לא של הסוכן ולא של חברת הביטוח. תנועת הלקוחות כבר הגיעה ל-40% והמגמה רק הולכת ומתעצמת. הלקוח הפך להיות הצייר המרכזי סביבו מסתובבים כל הגורמים הפועלים בענף - והתחרות בין הסוכנים לחברות ובין לבין עצמן גוברת, המחירים יורדים, ולכאורה יש בידי הלקוח את כל הסיבות לחיך. האמנם?

שחיקת המרווחים לכל אורך שדירת נותני השירות כתוצאה מהתחרות שגוברת הביאה לכך שחברות הביטוח משנסות מותניים, מכניסות ידן לכיס ומוציאות תקציבי עתק על אוטומציה של תהליכים על מנת שאפשר יהיה לצמצם כוח אדם ועם זאת לשפר את חוויית הלקוח. הן יודעות את מה שכולנו יודעים - שידו של הלקוח הפכה כבר מזמן להיות קלה על המקלדת. הגורם האנושי היה ונשאר פקטור מרכזי בתהליכי קבלת החלטות של הלקוחות. צמד מילים המשחק לשני הצדדים - הלקוח כבן אנוש המופעל מרגשות, חושים, אסוציאציות, תפיסות עולם, רצונות ומאווים, ומולו נותן השירות שכלל שיפגין יותר יחס אישי, הבנה לצורך של הלקוח שלו וגישה אנושית כך יצליח יותר במשימה הקשה המוטלת עליו - לקוח מרוצה.

סוכן מול חברת ביטוח

במצב בו נדרש כיס עמוק כדי לייצר ארגון רזה ויעיל אך גם שירותי, בתחרות הסמויה והגלויה

למקצוענים בביטוח מנוי עדיף

שומר אותך
מעודכן ומקצועי
בכל מקום ובכל זמן

מוסיפים לך ערך

עדיף TV

מתחם תוכן המרכז שידורי
לייב, תכני וידאו ופודקאסטים

הנחות והטבות על כל מוצרי עדיף

שבועון עדיף

מרחיב ומעמיק נושאים
אשר על סדר היום

עדיף עכשיו

שירותי מבדקים בנושאים
ותחומים על פי בחירה

ניודלטר יומי

מרכז את אירועי היום

עדיף ב-WhatsApp

קבלת מידע מקצועי ועדכונים חשובים בזמן אמת

גישה לפורטל עדיף

איתור מידע מקצועי

דוחות, חוזרים והנחיות, פסקי דין ועוד...

מרכז מומחים משיבים

מומחים עונים על שאלות מקצועיות שלכם

לפרטים נוספים 03-9076000 | info@anet.co.il

תודה

ליותר מ-1,000 סוכנים ויועצים
שהתקדמו לעידן דיגיטלי חדש

לאתר הוועידה