

משנים מיקוד

עולם הביטוח הכללי הופך מורכב יותר ויותר מזה המסורתי אליו הורגלנו שנים רבות • ההאצה הטכנולוגית בשנה האחרונה חוללה שינויים משמעותיים - במבנה הפוליסות ובערוצי השיווק, אבל יותר מתמיד הציפה את חשיבותם של ביטוחי הסייבר בצל האיומים המתגברים ברחבי הרשת

גיליון מיוחד

לרגל כנס אלמנטר
ה-15 של עדיף



רשות שוק ההון, ביטוח וחסכון בדקה ומצאה:
חברת הביטוח
הכי מתחשבת בעסקים
בזמן משבר הקורונה: מגדל

מתוך מדד הסולידריות של חברות הביטוח 8.12.20

בין הפעולות שנבחנו:

- ✓ הגדלת הנחות במועד חידוש הפוליסה
- ✓ הנחה למבוטח שנדרש בבידוד
- ✓ מתן אפשרות הקפאה וצמצום כסויים של הפוליסה
- ✓ גמישות מול צרכי בית העסק המשתנים
- ✓ מתן הדרכה למבוטחים בנושא הגשת תביעות

מגדל מתחייבת להמשיך לסייע ללקוחותיה העסקיים והפרטיים גם בתקופות קשות.

טוב שיש מגדל מאחוריך.

מגדל חברה לביטוח בע"מ

הפניקס DRIVE מוצר השנה

בענף הביטוח הכללי



אתם
עומדים
מאחורי
הזכייה
שלנו

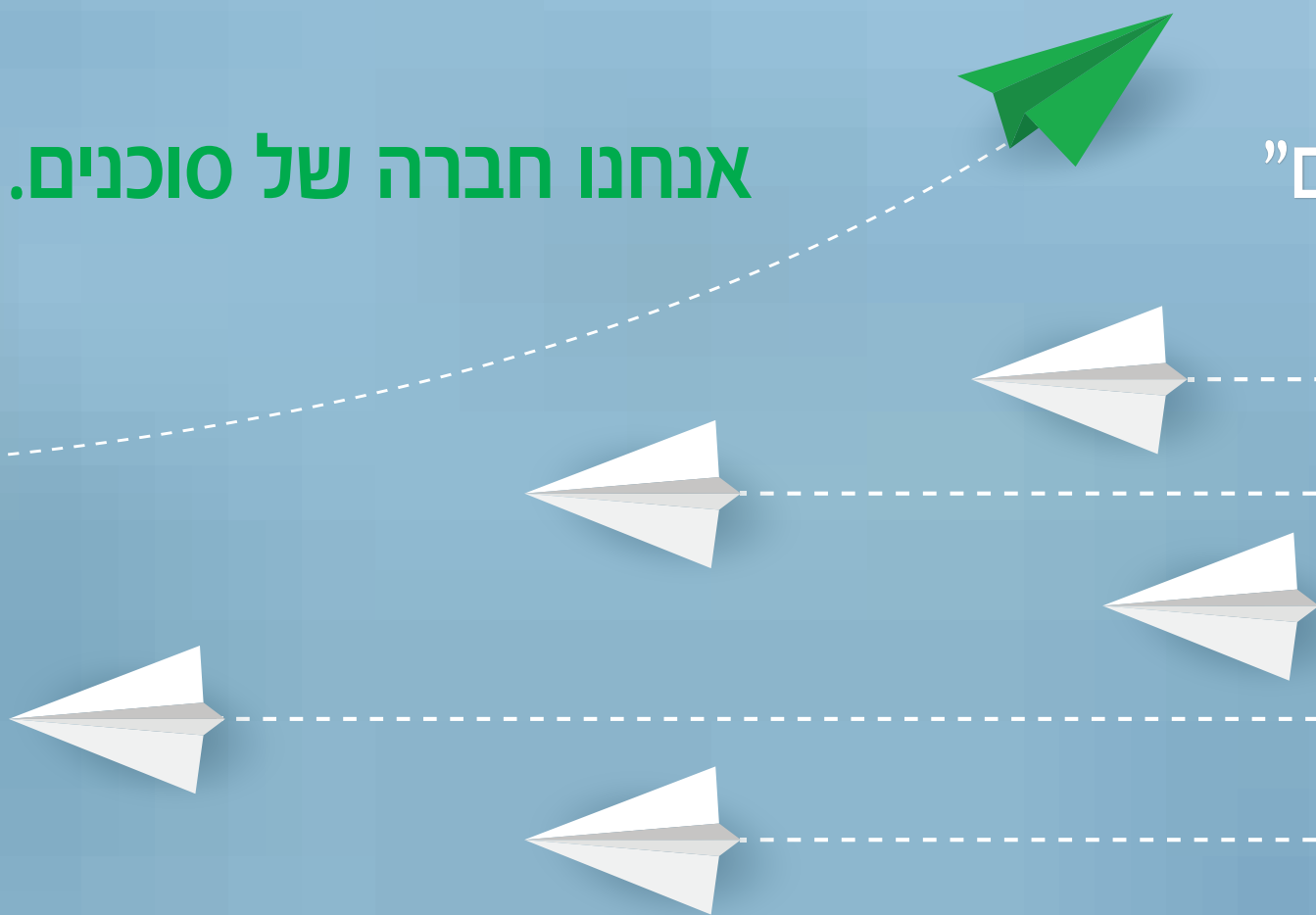
הפניקס DRIVE - ביטוח רכב דיגיטלי מתקדם
המאפשר לשלם את הביטוח המקיף לפי שימוש.
לא נסעת - לא שילמת*



*רכישת ביטוח "הפניקס DRIVE - מקיף לפי קילומטרים" כרוכה בתשלום עבור חבילת בסיס ובכפוף לתנאי הפוליסה וסייגיה

אנחנו חברה של סוכנים.

כשכולם "ישירים"



שלמה ביטוח. חברת סוכנים אמיתית!

לאכול את העוגה ולהשאיר אותה שלמה אף פעם לא היה כוס התה שלנו. לכן, כשאנחנו אומרים שאנחנו חברת סוכנים אמיתית, אנחנו מתכוונים לכל מילה. סוכני הביטוח שלנו הם הלקוחות הישירים שלנו. בכל תקופה ובטח בתקופה מאתגרת זאת. נמשיך לעמוד לצד הסוכנים, עם כל הכלים, המקצועיות, השירות והיחס שרק שלמה ביטוח יכולה להעניק. בתקווה לתקופה קלה יותר לכולם וכנס פורה ומוצלח לכולנו. שלמה ביטוח.



שומרים על מה שחשוב



כלל סייבר למשפחה **בלעדי**

כיום אנו מחוברים מכל מקום ובכל זמן וכך עולה החשיפה שלנו ושל ילדינו לסכנות ברשת. בדיוק בשביל זה התאמנו עבורכם ביטוח ייחודי וראשון מסוגו בארץ.

כלל סייבר למשפחה מעניק מוקד שירות 24\7, שיפוי כספי, החזרי הוצאות בגין שירותי ייעוץ של מומחי סייבר, ייעוץ פסיכולוגי ופסיכיאטרי, ייעוץ משפטי ועוד.



גניבת כספים
מקוננת



הונאה, התחזות והוצאת
כספים במרמה ברשת
("פישנינג")



שחזור מידע דיגיטלי
ודרישות כופר



גניבת זהות
ושימוש בפרטים
אישיים



שיימינג, הטרדות
ובריונות ברשת

אל תשאירו את לקוחותיכם חשופים

כלל
ביטוח ופיננסים

קופון הנחה לכל סוכן וקבלת מלוא העמלה גם בהפקת ביטוח בדיגיטל
לפרטים נוספים במסלול הירוק 3710* שלוחה 2

בכפוף לתנאי החברה והפוליסה | כלל חברה לביטוח בע"מ



8 | קורה בין השורות

רועי ויינברגר

הוקרה מיוחדת לעו"ד אריה אריאלי

10 | "אני לא מתבייש להכניס את הידיים לבוץ. סוכן? לקוח? עובד? אני אמצא זמן לכולם"

סמנכ"ל בכיר, המשנה ליועץ המשפטי הראשי בהפניקס, בריאיון חגיגי לרגל קבלת מגן הוקרה על פעילותו, בכנס אלמנטר ה-15 של עדיף

ראיונות 1X1

16 | "סייבר נתפס כסיכון עלום שמתעתע בך. עד שהוא לא מתממש, אתה לא נותן את דעתך לסכנות הטמונות בו"

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

20 | "חשוב לדעת - מתקפה ברשת מתרחשת בממוצע בכל 19 שניות"

אתי חנן, סמנכ"לית, חתמת ראשית ומנהלת תחום מטה חטיבת ביטוח כללי בכלל ביטוח ופיננסים

24 | "קבוצת הפניקס מפעילה ומיישמת סטנדרטים בינלאומיים של שירות דיגיטלי וחדשני, כחלק מתפישה לתת את הפתרון והשירות הטוב ביותר"

קרן גרינט, משנה למנכ"ל ומנהלת מערך התביעות, התפעול והשירות בהפניקס

28 | "מבטחי המשנה הופכים זהירים יותר, אך עדיין לא מוותרים על הקפסיטי בארץ"

אניה שלזינגר, מנהלת מערך העסקים ומבטחי משנה בהכשרה חברה לביטוח

32 | "רק לסוכני הביטוח יש את הידע, הניסיון והחוצפה החיובית למען הלקוחות"

מיקי קופל, מנכ"ל קופל גרופ



צילום: פאביאן קולדורף

עו"ד אריה אריאלי. הוקרה מיוחדת

34 | "מתוך הבנה מעמיקה של צורכי הסוכן הובלנו מהפכה חדשנית שמאפשרת ללקוחותיהם ליהנות מחוויית שירות"

אייל גורן, מנכ"ל Blue מבית פמי פרימיום

מגמות בביטוח

36 | Embedded insurance - המפץ הגדול בעולם הביטוח

שני הרפז, נטע קלמפרט, נדב פסנדי ועינב אביטל - חטיבת הפיננסים של אדקט מחקר

38 | חוסר יציבות ועלויות מחירים - תמונת מצב של שוק ביטוח הדירקטורים העולמי

עו"ד שי רוזנבלום, סמנכ"ל תחום FinPro במארש ישראל

איומי סייבר

40 | "הקפצה הקפצה - אירוע סייבר!"

עומר חרמון, מנהל השותפויות האסטרטגיות והפיתוח העסקי בקריטיקל אימפקט

עורך ראשי: רועי ויינברגר ■ סמנכ"ל תוכן: הדס דרוך ■ עורך המגזין: אילן פיש ■ סמנכ"ל שיווק ומכירות: יובל נוראל ■ גרפיקה: מיקי בסון ■ תמונות אילוסטרציה ושער: Depositphotos ■ מו"ל: עדיף תקשורת בע"מ רח' האורן 12 מושב גגשימים 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.



הזווית המשפטית

56 | לידים בשקל

עו"ד שלומי הדר, עו"ד ממשרד ג'ון גבע, הדר ושות' עורכי דין ומגשרים

58 | משקיע תבע את החזר השקעתו בחברת סטרטאפ מבעלי המניות הנוספים

עו"ד רועי גאליס, שותף במשרד עו"ד בן חיים, כהן, גאליס, ומתמחה בליטיגציה וביטוח

המשרד החדש

60 | משרד הביטוח ההיברידי

גיליה משולם, יועצת ארגונית המתמחה בענף הביטוח

61 | הדרך המהירה ליצירת שגרה מנצחת

גילי ראובני, יועצת ארגונית ומאמנת עסקית בכירה בענף הביטוח

חשוב לדעת

48 | השלכות קשות בנוגע לחידוש ביטוח בצורה אוטומטית

עו"ד ארז קדם, יועץ ביטוח מוביל והבעלים של האקדמיה הפרקטית לביטוח

50 | כיצד מושפעת כיום ותושפע בעתיד עבודת הסוכנים מכישורי הלקוחות

יובל ארנון, מנהל חטיבת הסוכנים בחברת מדיהו

52 | איך לתבוע מבלי לתבוע

דורון הורנפלד, בעלים של פרמיום ביטוח ו-claim

54 | אליס בארץ הפלאות כמשל לתכנית עבודה

רוני קרפל, יועץ ומלווה עסקי לסוכנויות ביטוח

42 | ביטוח סייבר - החוליה המקשרת שבין הדירקטוריון לבין חדר השרתים

עו"ד ריטה בעל-טכסא, עו"ד ומגשרת, מומחית בביטוחי דירקטורים וסייבר

עתיד עולם הביטוח

44 | דרוש חוזה חדש בין צלעות המשולש הקדוש

ירדן פלד, בעלים - אריסטו - נגיעות זהב דיגיטליות

46 | שוק הביטוח הישראלי צמא לתחרות

אריה אברמוביץ, נשיא לשכת סוכני הביטוח לשעבר

47 | סוכן ביטוח ב"סמבטיון" הביטוח האלמנטרי

רם אמית, C.F.P. מתכנן פיננסי מורשה ויועץ ביטוח בריאות סיעוד ואובדן כושר עבודה



תבטחו את עצמכם

לפני שנה, פחות כמה ימים, קיימנו בעדיף את כנס האלמנטר הקודם שלנו. זה היה הכנס הענפי האחרון שהתקיים כסדרו. מי האמין אז, כשהתחילו לצוץ הדיווחים על מחלה מסתורית שמגיעה מסין, שבקרוב העולם כולו יסתגר בבתים. שהמפלגה הגדולה ביותר בבחירות הקודמות, חמישה חודשים בלבד לפני כן, תתנדנד על גבול אחוז החסימה. ומי היה מאמין שבעוד כמה חודשים מהיום נישאר ככל הנראה בלי שניים מבתי ההשקעות הגדולים בארץ.

אז נכון, מפני אירוע כזה שמתרחש פעם במאה שנים, אף אחד לא יכול להתגונן. אבל יש בהחלט לא מעט סכנות שכן אפשר להתגונן מפניהן, ויפה שעה אחת קודם.

קוראים יקרים, כולנו כאן עוסקים בביטוח, וכולנו גם מבוטחים בעצמנו. לכן, כולנו מבינים את החשיבות בלבטח את עצמנו מבעוד מועד מפני סכנות קיימות. סכנות שכבר הפכו מוחשיות. זו העצה שאתם נותנים למבוטחים שלכם ומי כמוכם צריך להכיר בחשיבות שלה.

קחו לדוגמה את מודלי התגמול החדשים של סוכני הביטוח, שבשנים האחרונות אנחנו עדים לצמצום מתמשך בעמלות. אם לא די בכך, שני מהלכים עתידיים צפויים לשנות עד בלי היכר את מודלי העמלות הנהוגים כיום. התהליך הראשון הוא כבר כמעט ודאי, והוא נובע מהתכניות של רשות שוק ההון. הממונה, ד"ר משה ברקת, ואנשי הפיקוח שתחתיו, מכוונים את הסוכנים למודל של עמלה אחידה, שקרוב לוודאי תהיה נמוכה מהעמלות המשולמות כיום.

התהליך השני, לפחות על פי חששות שמעלים בחודשים האחרונים סוכנים, הינו קץ עמלות ההיקף, תהליך שעל פי הרשתות החברתיות צפוי להתרחש בחודשים הקרובים.

ישנם לא מעט סוכנים שכבר ביטחו את עצמם לקראת התהליכים הללו והחלו לגבות שכר טרחה. הם לא חיכו לגזרות רגולטוריות או להחלטות מצד היצרנים. אין בכוונתי להיכנס כאן לשאלה איזה המודל הראוי ביותר, ובוודאי שאין כאן קריאה לזנוח את המאבק למען פרנסת סוכני הביטוח. אך אין ספק שהתכוננות לקראת ההולך לבוא תאפשר לצלוח את השינויים מרחיקי הלכת הללו, אם וכאשר הם יתרחשו.

דוגמה נוספת הממחישה את היכולת של גורמי ההפצה לבטח את עצמם, נעוצה בכך שעולם הביטוח התפתח מאוד בשנים האחרונות, תחומי הפעילות התרחבו והפוליסות הפכו מורכבות יותר. כיום ברור לכל שאי אפשר להתמקצע בכל התחומים ולתת לבד מענה לכל הדרישות של הלקוח. משום כך יעשו נכון סוכנים שלא יחכו לרגע בו הלקוח יבקש לרכוש כיסוי בתחום שהם לא עוסקים בו. בוודאי יעשו נכון אם לא ימכרו לו ביטוח בתחום שהם לא מקצועיים בו.

לכן כדאי ליצור כבר עכשיו שיתופי פעולה שיאפשרו ללקוחות הגנה של 360 מעלות. שיתופי פעולה עם סוכנים אחרים, עם עורכי דין, עם יועצי מס. גם חברות ביטוח מציעות, כמובן, לקבל לידים בתמורה לעמלה. אל תתנו ללקוח שמחפש one stop shop לכל הביטוחים שלו לחמוק מכם, רק כי לא נערכתם מראש לתת לו את מה שהוא רוצה.

לפני סיום, אני רוצה לשתף אתכם במשהו קטן אך משמעותי מבחינת ההיערכות שלנו, בעדיף, לכנסים. לפני כל כנס אנחנו עורכים ישיבת סיכום. כן, שמעתם נכון. ישיבת סיכום ולא ישיבת היערכות מקדימה. כולנו יחד, כל המערכת, מתכנסים והולכים לאחור - מסיום הכנס - אל תחילתו. כדי לוודא שהתכנים היו מעניינים, כפי שאנחנו מבייחים ויודעים לקיים. כדי לוודא שמספר המשתתפים - שהגיעו לאולם בימי הכנסים הפיזיים, או הצופים - בימינו אנו בכנסים הדיגיטליים, תאם את המספר שרצינו. כדי לוודא שהאורחים שלנו, אתם - הצופים ונותני החסויות, קיבלתם מענה ראוי למה שציפיתם מאיתנו.

ההכנה הזו מאפשרת לנו לסתום עוד כמה חורים. להיות שלמים עם עצמנו ולספק לכם את המוצר השלם והטוב ביותר, כפי שעדיף יודעת להציע. היא מאפשרת לנו לבטח את עצמנו ככל האפשר.

קריאה מהנה.

רועי ויינברגר,
עורך ראשי, עדיף

עדיף TV בשיתוף "שגריר רשת מוסכים" משיקים
סדרה חודשית עם טיפים פרקטיים

טיפול מקיף

סוכנים, מבוטחים והרכב שביניהם

בקרו בפרק ראשון בסידרה

איך מגדילים רווחיות בתחום הרכב
עם רן גבאי, סמנכ"ל תפעול ושירות, שגריר.





עו"ד אריה אריאלי | צילום: פאביאן קולדורף

"אני לא מתבייש להכניס את הידיים לבוץ. סוכן? לקוח? עובד? אני אמצא זמן לכולם"

עו"ד אריה אריאלי הגיע בטעות לעולם הביטוח • 40 שנה לאחר מכן, כשמאחוריו אלפי תביעות ביטוח, מאות הופעות בבתי משפט, עשרות פוליסות שסייע בכתיבתן, הוא זוכה להוקרה על פעילותו בכנס אלמנטר ה-15 של עדיף • בריאיון מיוחד הוא מסביר על השליחות שבתפקיד, על השינויים שעבר עולם הביטוח, הצורך בשמירה על הסוכנים ומדוע נשאר בהפניקס במשך כל הקריירה

מאת רועי ויינברגר, מערכת עדיף

עו"ד אריה אריאלי מוכר בעולם הביטוח כאחד מעמודי התווך של הייעוץ המשפטי בחברת הפניקס. הוא ייצג את החברה בבתי המשפט מאות פעמים, כתב אין ספור פוליסות ומלווה את החטיבות השונות בחברת הביטוח כבר ארבעה עשורים. אבל מחוץ להפניקס לא הרבה יודעים שאריאלי הוא גם 'חצי איש רווחה' בחברה. כאשר חס וחלילה מתרחש אסון במשפחת עובד או עובדת, הוא תמיד הראשון לעזור.

"אני לא מרגיש בנוח לדבר על עצמי באופן אישי", הוא מצטנע. "מטבע הדברים, בחברה של כ-3,000 עובדים ברור כי מעת לעת יהיו לאנשים בעיות קשות. התמודדות עם קשיים בחיי החברה, הרפואה וגם כאשר בני משפחה או חברים הולכים לעולמם. אני עוסק בזה לא מעט, נותן משענת ומזור, ומלווה אותם במשך כמה שנים. אני שמח שאני יכול לסייע", מספר עו"ד אריאלי בריאיון חגיגי לרגל קבלת אות הוקרה בכנס ה-15 של עדיף בענף הביטוח הכללי.

לצד הסיוע לעובדי הפניקס, הוא משמש גם כיו"ר ועדת התרומות וקשרי קהילה בחברה. "הפניקס רואה עצמה כמחויבות להיות מעורבת בנושאים חברתיים. אנחנו תורמים לכל מיני מיזמים - בחינוך, רפואה, הכנת בני נוער לצבא ועוד, וגם מאמצים יחידה צבאית במסגרת 'אמץ לוחם'. אנו מקדישים לכך משאבים מאוד מכובדים ורציניים. אני עצמי מתנדב בכמה עמותות ורותם את הפניקס לשם כך."

“לאורך השנים קיבלתי פניות מחברות ביטוח אחרות ומשרדי עורכי דין להצטרף אליהם. לעולם לא אדע אם עשיתי את הבחירה הנכונה, אבל דבר אחד בטוח - אני שמח בחלקי. היה לי חופש בלתי רגיל ואני מטביע את חותמי בכל כך הרבה תחומים, אז כיף לי. בהפניקס רוצים אותי ומסכימים שאמשיך. אני בן 69 ויש לי את העונג והרצון להמשיך ולתרום במלוא אוני וזה מה שאני עושה כל היום”

מספרים שפעם עולם הביטוח היה משפחתי יותר. אתה בחרת לעסוק במיוחד בתחום ביטוחי החיים ואבדן כושר העבודה, שם דחפת לכך שאנשי הביטוח מחד והמבוטחים מנגד לא יסיימו את תפקידם עם תשלום התביעה, אלא שאפת לכך שהמבוטח יחזור למסלול העבודה. סוג של עזרה חברתית בשיקום. האם זה עוד קיים היום?

“אני חושב שבעולם ביטוחי החיים, בלי לפגוע בענפי פעילות אחרים, יש גם היבט של שליחות. אתה אמור להיות שם כאשר המבוטח או משפחתו נמצאים במצוקה. הכיסוי הרווח ביותר במסגרת ביטוחי החיים הוא אבדן כושר העבודה ואכן הוא רווי בתביעות. זהו כיסוי הכרחי, אין ספק, כי הוא נותן לתא המשפחתי מענה זמני או קבוע להמשיך ולהתנהל באופן סביר מבחינה כלכלית. הבעיה היא שחלק מהעוסקים בתחום לא מספיק הבין שעיקר השיקום של המבוטח שנפגע הוא לחזור למעגל העבודה. זה קרדינלי לשיקום שלו עצמו בתוך התא המשפחתי. כי אב או אם שיושבים בבית בחוסר מעש פוגמים בשלמות המשפחתית ובמצב הרוח של כל המשפחה.

“עשיתי מאמצים עליונים, ואני מוכרח לומר שהיו לי הרבה הצלחות לאורך השנים, לשכנע מבוטחים לחזור לעבודה. שכנעתי מבוטחים להגיע אלי לפגישה עם בני או בנות הזוג שלהם, על מנת להסביר להם עד כמה החזרה למעגל החיים חשובה. אנשים מפחדים שאם הם יחזרו לעבודה, חברת הביטוח תפסיק להם את הקצבה, ולכן הרגעתי אותם והצעתי להם תמריץ כלכלי. אמרתי להם שאנחנו נשלים את הסכום שהם מקבלים כקצבה מעבר למשכורת שהם מקבלים מהמעסיק, כך שהם לא יפסידו ולו שקל אחד מהחזרה למעגל העבודה. אם אתה יודע לגשת לאנשים, לא רק משפטית ולא רק על פי תנאי הפוליסה, ולחשוב מחוץ לקופסה, אתה יכול להגיע ל-win-win שבו כולם מרוצים. אני מאמין שהיום עוד פועלים כך, אך חושש שלא עושים זאת מספיק”.

“היינו הראשונים ללוות את המכירות בחוות דעת משפטית”

הוא הגיע לעולם הביטוח לפני 40 שנה, וכמו הרבה מאוד מהפעילים בענף, גם אצלו היה מדובר בטעות. “הייתי עורך דין צעיר שהחל התמחות במשרד מאוד מכובד, והיה לי הכבוד הגדול להישאר בו גם כעורך דין מהשורה. עם זאת, בתוך פרק זמן קצר החלטתי לעזוב את תחום עריכת הדין כי רציתי לעבוד במה שאני אוהב - להיות חקלאי, כי נולדתי וגדלתי כבן של פרדסן. “כעבור זמן מה, ביום בהיר אחד, ראיתי מודעה בעיתון שמחפשים אקדמאים לתפקיד ניהולי. התקשרתי ואמרו לי שהמודעה היא מטעם הפניקס. שאלתי מה זה הפניקס? אמרו לי חברת ביטוח, ואנחנו פותחים קורס סופר ויזורים. שאלתי מה זה ואחרי שהסבירו לי אמרתי שזה לא בשבילי למכור פוליסות, אין לי ידע ואין לי ניסיון. לקראת תום השיחה כנראה שפלטתי את המילה עו”ד ורגע לפני שהסתיימה השיחה המזכירה אמרה לי “אל תסגור”, כי היא שמעה

תעודת זהות

שם: עו”ד אריה אריאלי

גיל: 69

מצב משפחתי: נשוי + 5 ילדים (שלוש בנות ושני בנים) ו-14 נכדים (בימים אלו צפויה בעזרת השם להיוולד נכדה נוספת). שני בניו משרתים בצה”ל בדרגת סא”ל, אחד טייס והשני איש שייטת 13

שנים בענף הביטוח: 40



מעולם לא סירבתי להיות מעורב. מרדכי אמר פעמים רבות שאם אריה היה אישה הוא היה כל הזמן בהיריון. אני לא יודע להגיד לא. סוכן? לקוח? עובד? אני אמצא זמן לכולם. "ברור שיש גם תביעות שדחינו לאורך השנים, אבל גם לדחות תביעה צריך לעשות בצורה מכובדת, תשובות לגופו של עניין ולא של אדם. כמובן שלא כולם יצאו מרוצים, אבל השתדלתי מאוד, ואני מאמין שברוב רובם של המקרים, אכן עשינו זאת. "לצערי עולם התביעות רווי בהונאות, אבל למרות זאת תמיד חשוב לתת למבוטח תשובה עניינית ומכובדת. כל שצריך לעשות הוא לבדוק האם המבוטח אכן עומד בתנאי הפוליסה ואם כן הוא יקבל את תגמולי הביטוח בדין ולא בחסד, ואני חוזר ומדגיש זאת בפני המבוטחים. אני אומר שמי שקנה פוליסה של הפניקס קנה מוצר מחייב ולא מוצר נחות שהוא רכש בשוק. אני מתעסק בעיקר בעולם ביטוח החיים והבריאות, מקום בו קיימת רגישות יתר מאחר שמדובר על חולים, נכים אלמנות ויתומים, עם קושי נפשי בשעת משבר, ולכן הרגישות מחויבת המציאות".

מה מיוחד בהפניקס שגרם לך להישאר בחברה 40 שנים?

"מסיבה מאוד פשוטה - זה מקום עבודה שהפך להיות לי לבית. היחסים בתוך החברה תמיד היו טובים ונעימים, וגם כשהיו אי הבנות או אי הסכמות הכל נעשה בצורה מאוד מכובדת. התפקיד והעבודה שלי מאוד מגוונים כי אני עוסק בהרבה תחומים - בייעוץ משפטי, תביעות,

"חוץ מהמילה ביטוח כמעט ואין קשר או דמיון בין העבר להווה. העולם השתנה לחלוטין וזה בא לידי ביטוי כמעט בכל דבר - בכיסויים הביטוחיים, בתנאי הפוליסות ובמיוחד ברגולציה מאוד מאוד כבדה שבמהלך השנים הפכה ליותר ויותר מכבידה. שלא תבין לא נכון, לרגולציה יש הרבה יתרונות, למרות שמקובל בעולם הביטוח רק לבוא בטענות. המפקח על הביטוח, ביד הקשה שלו, עושה הרבה דברים טובים, לא תמיד במועד ובמינון הנכון, אבל עולם הביטוח נהייה הרבה יותר משוכלל והמחויבות שלנו למבוטחים גדלה לאין ערוך"

שבמחלקת רכישה היעוץ המשפטי עוזב ומחפשים לו מחליף. אמרתי לה שדווקא זה יכול להתאים לי וביקשו שאשלח קורות חיים. אמרתי לה איזה קורות חיים, אני בא אליכם ועליתי על האוטובוס.

"אחד מהמראיינים היה מרדכי הרשקוביץ ז"ל, שהלך לעולמו לפני כשנה וחצי. הוא ניסה לשכנע אותי ללכת לקורס מפקחים ואמרתי לו שזה לא מתאים לי בשום פנים ואופן ונפרדו דרכינו. עבר כחודש והמוכירה של מרדכי התקשרה ואמרה שהיא שמחה לבשר שהתקבלתי לעבודה. שאלתי לאיזה תפקיד והיא השיבה כי אינה יודעת. ביקשתי ממנה שתלך למרדכי ותשאל אותו. היא חזרה צוחקת ואמרה שהתקבלתי לתפקיד שביקשתי. הגעתי לריאיון שני ואחרי שסיכמנו הכל, אמר לי מרדכי שהתקבלתי לעבוד בתור היועמ"ש של מחלקת הרכישה, אבל את התפקיד אתחיל רק בעוד חצי שנה כי הוא שולח אותי לקורס מפקחים. הוא אמר לי: 'אני רוצה להיות זה שמלמד אותך ביטוח ולא שתלמד במקומות אחרים, אלא תצמח אצלנו מלמטה.

"אחרי הקורס אכן התחלתי את הקריירה שלי בהפניקס כיועץ המשפטי של מחלקת הרכישה, ואז המצאנו את הרעיון ללוות את המכירות בחוות דעת משפטיות. היינו החברה הראשונה והיחידה לעשות זאת, וההחלטה הזו הביאה לנו פעילות עסקית ענפה מאוד. כעבור מספר שנים פרצה פרשת פ.י.ט, התביעה הגדולה ביותר בישראל בזמנה, שהוגשה נגד שורה של גופים, כולל הפניקס, על סך 120 מיליון שקלים. עם הגשת התביעה הזו התמנתי ליועץ המשפטי של החברה כולה, ומאז אני מלווה את הפניקס בתחומים שונים, רבים ומגוונים בעולם הביטוח".

"גם כאשר דוחים תביעה, אפילו אם מדובר בהונאה, צריך לעשות זאת בצורה מכובדת"

יש שיאמרו שאריאלי הוא עוף מוזר בנוף היעוץ המשפטי הישראלי, במובן החיובי של המילה, נוף בו יועצים משפטיים רבים מפעילים מרחוק גורמים אחרים ולא יוצאים לשטח או לבתי המשפט. אריאלי, לעומתם, עמד בראש מחלקת ליטיגציה ותביעות ביטוח החיים של הפניקס עברו דרכו.

"הופעתי בבתי המשפט במאות רבות של תיקים. היתרון של יועץ משפטי שלא נמצא במגדל השן ונותן עצות, אלא נמצא בתוך עולם הביטוח הוא אדיר. זה אפשר לי לסגור מעגל, כי אחרי שתמכתי בעולם המכירות בפן המשפטי והייתי מעורב בכתיבתן של פוליסות רבות, סגרת את המעגל כשהופעתי בבתי המשפט. עד עצם היום הזה אני לא מתבייש להכניס את הידיים לבוץ.



צילום: באדיבות הפניקס חברה לביטוח

“לצערי עולם התביעות רווי בהונאות, אבל למרות זאת תמיד חשוב לתת למבוטח תשובה עניינית ומכובדת. כל שצריך לעשות הוא לבדוק האם המבוטח אכן עומד בתנאי הפוליסה ואם כן הוא יקבל את תגמולי הביטוח בדיון ולא בחסד, ואני חוזר ומדגיש זאת בפני המבוטחים. אני אומר שמי שקנה פוליסה של הפניקס קנה מוצר מחייב ולא מוצר נחות שהוא רכש בשוק. אני מתעסק בעיקר בעולם ביטוח החיים והבריאות, מקום בו קיימת רגישות יתר מאחר שמדובר על חולים, נכים אלמנות ויתומים, עם קושי נפשי בשעת משבר, ולכן הרגישות מחויבת המציאות”



ע"ד אריאלי יחד עם מנכ"ל הפניקס אייל בן סימון, היועץ המשפטי של החברה מני נאמן, יו"ר ועד העובדים אורן שמידוב והרב גרוסמן | צילום: באדיבות הפניקס חברה לביטוח

כבדה שבמהלך השנים הפכה ליותר ויותר מכבידה. שלא תבין לא נכון, לרגולציה יש הרבה יתרונות, למרות שמקובל בעולם הביטוח רק לבוא בטענות. המפקח על הביטוח, ביד הקשה שלו, עושה הרבה דברים טובים, לא תמיד במועד ובמינון הנכון, אבל עולם הביטוח נהיה הרבה יותר משוכלל והמחויבות שלנו למבוטחים גדלה לאין ערוך.

“מנגד, בשנים האחרונות קם 'מוצר' חדש - עולם התביעות הייצוגיות, והוא נמצא באינפלציה דוהרת. לעניות דעתי, העולם הזה פועל בצורה לא מספיק מבוקרת ומאוזנת. הוא אמנם עושה גם דברים טובים לציבור המבוטחים כי החברות משתפרות לאור התביעות, אבל הוא יצא משליטה. יש כמות כל כך גדולה של תביעות ייצוגיות שזה עלול לחזור כבומרנג למבוטחים.

“העולם הזה מאוד קשה ומורכב ודורש אמצעים אדירים. לשמחנתו הרבה, אין משק מפותח שיכול לפעול ללא ביטוח והיום על כל צעד ושעל אתה צריך להיות מבוטח. ראה את הצורך העדכני ביותר - הסייבר. אני מדבר לא רק על הפניקס אלא על כל עולם הביטוח שמשקיע הון עתק בהכנה להתמודדות עם מתקפות סייבר, כי אנחנו מחזיקים במאגרי מידע מאוד רגישים. לכן אנו משקיעים הרבה מאוד בנושא של הגנה על מאגרי המידע שלנו. מיליוני דולרים בשנה. זה הופך את עולם הביטוח של היום להרבה יותר מורכב מאשר בעבר.

“מבחינה משפטית, אני יכול להגיד שבתה המשפט אינם מסייעים לנו להתגבר על קשיים, כי הרבה פעמים נקודת המוצא היא שאנחנו 'הרעים' והכיס העמוק. לצערי הרב עמדתי לא אחת ולא שתיים מול שופטים ואמרתי להם שבחברות ביטוח עובדים גם אנשים עם ישרה, חוכמה, הגינות ואפילו עם רגישות. לא תמיד הם קיבלו את זה. עשינו ואנחנו עושים מדי יום מאמצים עליונים לסיים תיקים בפשרות על מנת שלא לגרום אנשים לבתי משפט, כך שהנושא של תביעות והגינות הוא בראש מעיינינו. כפי שציינתי, חייבים לנהוג בהגינות כלפי המבוטחים ואנו עושים מאמצים עליונים לעמוד בכך, לא בתור סיסמה וזאת למרות שאין אדם מעיד על עיסתו. הנושא הזה חשוב לנו מאוד וכך אנו פועלים.

גבייה, ליטיגציה, כתיבת פוליסות, טיפול בעובדים, טיפול במבוטחים, מה צריך יותר? “לאורך השנים קיבלתי פניות מחברות ביטוח אחרות ומשרדי עורכי דין להצטרף אליהם. לעולם לא אדע אם עשיתי את הבחירה הנכונה, אבל דבר אחד בטוח - אני שמח בחלקי. היה לי חופש בלתי רגיל ואני מטביע את חותמי בכל כך הרבה תחומים, אז כיף לי. בהפניקס רוצים אותי ומסכימים שאמשיך. אני בן 69 ויש לי את העונג והרצון להמשיך ולתרום במלוא אוני זה מה שאני עושה כל היום”.

אנחנו רואים שהיעצים המשפטיים מתמקדים היום יותר בעולם של הממשל התאגידי ופחות בעולם של תביעות ביטוח. מדוע?

“אתה צודק. ההבדל המהותי הוא שבניגוד לעבר, הרוב המוחלט של רווחי חברות הביטוח מגיע היום משוק ההון ולא מהביטוח. לכן נושא שוק ההון הפך להיות דרמטי בחברות הביטוח. השילוב הנכון והראוי של יועץ משפטי בעולם הביטוח הוא מישוהו שיודע לשלב את שני העולמות האלו ולא יכול להיות יועץ משפטי אחד שעולמו רק בביטוח או רק בשוק ההון. צריך שילוב חכם ומאוזן בין שתי המסגרות”.

“אמרתי לא פעם לשופטים שגם בחברות ביטוח עובדים אנשים עם ישרה, חוכמה, הגינות ואפילו עם רגישות”

אריאלי מלווה כאמור את ענף הביטוח כבר ארבעה עשורים, בהחלט פרק זמן שמאפשר לו פרספקטיבה רחבה על השינויים שעברו על עולם הביטוח הישראלי. “חוץ מהמילה ביטוח כמעט ואין קשר או דמיון בין העבר להווה”, הוא אומר. “העולם השתנה לחלוטין וזה בא לידי ביטוי כמעט בכל דבר - בכיסויים הביטוחיים, בתנאי הפוליסות ובמיוחד ברגולציה מאוד מאוד



◀◀◀ המשך מעמוד קודם

מנוהלת על ידי סוכן. הסוכן אוגר ידע רב וניסיון וצריך הרבה פעמים לטפל בפוליסה במהלך שנותיה ולכן חייב שהוא יהיה לצדך בעצה ובליוי מקצועי. אבל אם בעבר כל אדם שרצה לרכוש פוליסת ביטוח ידע שהדרך לעשות זאת היא לפנות לסוכן, היום העולם השתנה וכל חברות הביטוח הפכו להיות חברות שמשווקות פוליסות גם באופן עצמאי. השינוי הזה בשוק העמיד בפנינו אתגרים מאוד רציניים ומורכבים. אנחנו לא חברת ביטוח ישרי, שלא תהיינה אי הבנות, אלא חברה שעושה גם ביטוח באופן ישיר.

"לגבי הסוכנים עצמם, עצם המעבר לדיגיטציה הינו התמודדות מורכבת עבורם. השירות באמצעות הדיגיטציה תפס תאוצה, אז בדומה לשינויים שעברו על עולם הביטוח, חוץ מהמילה סוכן הכל השתנה. ההתמודדות, הידע, הכלים, השירות שהוא נותן ומקבל מאיתנו; הכל השתנה והפך להרבה יותר מורכב וקשה. לא לחינם קמו בתי סוכנים שידעם לאגד מספר רב של סוכנים ולתת להם סיוע מקצועי. סוכן שלא יודע לזרום עם העולם הדיגיטלי ימצא עצמו מהר מאוד מאחור, כלומר סוכני הביטוח חייבים ללמוד ולהתעדכן, אבל אני חוזר ומדגיש שסוכני הביטוח לעניות דעתי לא ייעלמו, כי עולם הביטוח צריך אותם והמבוטחים צריכים אותם. לא בכל המוצרים, כי יש מוצרים שהסיוע שלהם כמעט לא נדרש, אבל בביטוחים מורכבים אחרים צריך אותם מאוד."

איך שומרים על עניין וגם על אנושיות אחרי 40 שנים בתפקיד?

"קודם כל אני בא כל יום לעבודה כמאמר השיר 'עם צליל מנדולינה בלב'. אני מאוד נהנה, העבודה מאוד מגוונת והסיפוק הכי גדול הוא שאני יכול לתת תשובות מקצועיות להרבה מאוד אנשים במגוון תחומים. אני מגיע למשרד בסביבות 6:15 בבוקר, כך שאני יוצא בחשכה מהבית וחוזר לקראת חשיכה. אני פשוט מרגיש שאני מאוד אפקטיבי ופרודוקטיבי, ולמי שמצליח לסייע, אין סיפוק גדול מזה. אני מסוגל ורוצה להמשיך ולתרום גם בהמשך בחברת הפניקס."

"יש פעמים שחברים אומרים לי שהם קיבלו שירות טוב מחברת ביטוח אחרת וזה משמח אותי לשמוע שאנשים מבינים שבחברות הביטוח אפשר גם לקבל שירות טוב. יש תכניות שלמות, ברדיו ובטלוויזיה, שמספרות את סיפורם של אנשים שנפגעו מהתנהלות חברת הביטוח, אבל אנשים שוכחים שאת הרוב המוחלט של התביעות פותרים ומסלקים בהסכמה. ברור שיש מדי פעם חילוקי דעות וגם זה קורה, אבל החוכמה היא לנהל את חילוקי הדעות האלה בצורה מכובדת. כשאתה צריך לנהל תביעות שקשורות לנפש ולגוף - באבדן כושר עבודה, בבריאות, כמו ניתוחים, השתלות, אתה חייב לגייס כוחות נוספים ולחשוב מחוץ לקופסה ולנסות לפתור את התביעות בצורה חכמה. אנחנו לא חפים מטעויות ואני מקווה שאנחנו יודעים להתגבר גם על הטעויות האלה בצורה מכובדת ורגישה. אני חושב שהטיפול בתביעות הללו הוא היהלום שבכתר - היינו לתת את השירות הכי הוגן ונכון לאנשים במצוקה, כי בשביל זה הם קנו את פוליסות הביטוח."

"חוץ מהתואר סוכן כל עולם הסוכנים הפך מורכב וקשה הרבה יותר"

אחד הדברים שמאפיינים את עו"ד אריאלי לאורך השנים הוא הקשר העמוק והרצוף שלו עם סוכני הביטוח במישור המקצועי והשירותי.

כיצד אתה רואה את השינוי שחל בעולם הסוכנים?

"ראשית, הסוכנים ידעו ויודעים עד עצם היום הזה שהם יכולים לפנות אלי בכל בעיה, לאור העובדה שבמשך שנים רבות העברתי להם הרצאות וסייעתי להם בפתרונות ובדו שיח מול החברה. מעבר לכך, ברור לכולם שעולם הסוכנים השתנה בצורה דרמטית, ולו מהסיבה הפשוטה ביותר - הדיגיטציה. אנחנו משוכנעים שסוכני הביטוח חשובים מאוד לענף וגם אנחנו כאנשי חברות הביטוח משתמשים בסוכן ביטוח. גם פוליסת ביטוח המנהלים של עבדך הנאמן

מוסיפים לך ערך

עדיף עכשיו

שירות מבזקים בנושאים ותחומים על פי בחירה

הנחות והטבות על כל מוצרי עדיף

איתור מידע מקצועי

דוחות, חוזרים והנחיות, פסקי דין ועוד...

עדיף ב-WhatsApp

קבלת מידע מקצועי ועדכונים חשובים בזמן אמת

ניוזלטר יומי

מרכז את אירועי היום

שבועון עדיף

מרחיב ומעמיק נושאים אשר על סדר היום

מרכז מומחים משיבים

מומחים עונים על שאלות מקצועיות שלכם

עדיף TV

מתחם תוכן המרכז שידורי לייב, תכני וידאו ופודקאסטים

גישה לפורטל עדיף

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



למקצוענים בביטוח

מנוי עדיף

שומר אותך מעודכן ומקצועי בכל מקום ובכל זמן



דירה

- ✓ דירה בקליק
- ✓ חידושי דירה בדיגיטל
- ✓ ממשק סקרים נסיכ"ה

עוזרים לכם
לעזור ללקוחותיכם,
מרחוק



רכב

- ✓ הפקת רכב בדיגיטל
- ✓ חידוש רכב בדיגיטל
- ✓ הוספת נהג נוסף
- ✓ מחולל והפקת רכב בדיגיטל (כגון באפי)
- ✓ ממשק חיתום דיגיטלי הר הביטוח
- ✓ איתור דגם לפי רישוי



שירות, תפעול, תביעות

- ✓ ממשק דיגיטלי מלא לטיפול בתביעות רכב/דירה
- ✓ קבלת שירות באמצעות נציג תביעות ושירות דיגיטלי
- ✓ ספר תעריפים ומחירון לוי יצחק

”סייבר נתפס כסיכון עלום שמתעתע בך. עד שהוא לא מתממש, אתה לא נותן את דעתך לסכנות הטמונות בו”



שלומי נחום
| צילום: סיון פרג'

משנה למנכ”ל מגדל ומנהל חטיבת ביטוח כללי מדבר על החשיבות הרבה של ביטוחי סייבר כחלק מהגנת העסק מפני איומים ותקיפות, מציג את מכלול השירותים שמגדל מעניקה למבוטחים לניהול נכון של משבר סייבר ומפרט את התהליך שעל מועמד לביטוח לעבור כדי שיוכל לרכוש כיסוי

מאת אילן פיש, מערכת עדיף

למרות הנזקים ההרסניים שגורמים אירועי סייבר, שיעור ביטוחי הסייבר אינו נוסק. שנת 2020, 'שנת הקורונה', הביאה עמה האצה בשימוש באמצעים דיגיטליים ועבודה מהבית - ובה בעת הפכה הזירה הדיגיטלית הנרחבת כר פורה לתקיפות סייבר שהלכו והתגברו, הן בהיקפן והן ברמת התחכום שלהן. למרות זאת, היקף הכיסויים לא עולה בהתאמה להיקף התקיפות והאיומים.

”הסייבר הוא אחד מהסיכונים היותר משמעותיים שיש היום לכל חברה עסקית במשק הישראלי ובכלל בעולם, אבל זה סוג של כיסוי ללא יחסי ציבור. אם נגדיר אותו - הוא כיסוי עם מודעות מאוד נמוכה”, מתאר את המצב **שלומי נחום**, משנה למנכ”ל מגדל ומנהל חטיבת ביטוח כללי, ומסביר: “אם אני אקביל את הסיכון לתקופה שבה אנחנו חיים, אז יש לו ממשקים עם הקורונה. זה סוג של סיכון בלתי נראה, הוא לא מייצר נזק מוחשי כמו הנזקים הקונבנציונליים המסורתיים שאנחנו מכירים כמו אש, פריצה, נזקי גוף וכדומה - נזקים שאפשר לחוש אותם, לאמוד אותם ולטפל בהם בשיתות המסורתיות. מדובר בסיכון שהוא עלום, שנמצא אי שם במרחבי הרשת והוא מתעתע בך. עד שאירוע סייבר לא קורה אתה לא נותן את דעתך באמת לסכנות הטמונות בו”.

נחום מציין כי “לאורך השנים המודעות הייתה מאוד נמוכה. בתקופה האחרונה, ואם נייחד את זה לשנה האחרונה, אנחנו רואים שבעקבות מלחמת סייבר שמתקיימת בעולם והרבה מאוד קבוצות האקרים שעובדות כדי לפרוץ את מערכות ההגנה של חברות מאחורי הקלעים - רואים יותר ויותר מקרי תקיפה שגורמים נזקים כבדים מאוד לחברות. מדובר על נזקים שונים, החל מפגיעה תדמיתית ומבוכה משמעותית לחברה, המשך בגניבת מידע סודי משמעותי והעברתו למתחרים, גניבת מידע פרטי של לקוחות ומכירתו, פגיעה בהמשכיות העסקית של החברה וכמובן אירועים של כופר, סחיטה וכדומה”.

”האירועים שחוונו בשנה האחרונה, ההתגברות של אירועי התקיפה, והעובדה שהם

"האירועים שחווינו בשנה האחרונה, ההתגברות של אירועי התקיפה, והעובדה שהם הפכו להיות שכיחים יותר - הגבירו את המודעות של אנשים וחברות קודם כל לצורך הראשוני להתגונן בפני אירוע אבטחת מידע וסייבר וכן לרכוש כיסוי שיגן עליהם", אומר נחום.

הפכו להיות שכיחים יותר - הגבירו את המודעות של אנשים וחברות קודם כל לצורך הראשוני להתגונן בפני אירוע אבטחת מידע וסייבר וכן לרכוש כיסוי שיגן עליהם", אומר נחום.

האם העלייה במודעות הביאה לעלייה משמעותית בהיקף העסקים שרוכשים פוליסות סייבר?

"יש עלייה. אני לא יכול להגיד שהיא משמעותית וזו אחת הסיבות שיש צורך להגביר את המודעות של העסקים לצורך הביטוח סייבר. זו אליה וקוף זה. מצד אחד יש אירועי סייבר משמעותיים בשנה האחרונה. ראינו את האירוע בתעשייה האווירית ובחברות נוספות במשק. מצד שני אנחנו נמצאים בזמן קורונה' שבו עסקים צמצמו פעילות - וחלקם נסגרו - והם נמצאים באתגרים כלכליים לא פשוטים ומנסים למצוא את הדרך לצמצם עלויות וכיסויים ביטוחיים, וכיסוי סייבר הוא לא כר פורה כרגע למכירה לאור המצב. אני מניח שאם היינו היום בשגרה ולא היינו חווים היום את הקשיים הכלכליים האלה, היינו חווים התנפלות של עסקים לרכישת הכיסוי".

"מבוטח צריך להתגונן כאילו אין לו ביטוח"

אחת התופעות בתקופת הקורונה הייתה ההרחבה המשמעותית בהיקף העבודה מהבית. בקרב עסקים וארגונים רבים, הצורך למעבר לעבודה מהבית, חלקית או מלאה, הוא צורך משמעותי להמשך הקיימות העסקית. אבל הוא הציף בעיה אקוטית של הצורך לספק הגנה לממשק העבודה מהבית כדי להמשיך את שגרת העבודה.

"בכל אחד מהכיסויים הביטוחיים, בכל אחד מהסיכונים הביטוחיים, המבוטח נמצא בקו הראשון. המבוטח צריך לדעת בכל פעם שהוא פותח את המחשב שמאחורי הקלעים נמצאים האקרים שפורשים את הרשת שלהם ורק מחכים לטעות. זה יכול לבוא לידי ביטוי בדואר האלקטרוני, באתר האינטרנט, ברשת המחשבים, בהורדת קבצים מהשרת ועוד. מבוטח צריך להתגונן כאילו אין לו ביטוח ועל אחת וכמה כאשר מדובר על עבודה מהבית, שם עשויה להיות חולשה", מפרט נחום את הסכנות האורבות.

כיצד ניתן להתגונן בשוק הפרטי מפני הסכנות שהצפת, בקשר להגנה ולרכישת כיסוי סייבר פרטי?

"מבחינתנו, כשמבוטח מיישם את הקו הראשון של ההגנה כמו שאנחנו מצפים, אז הוא בר ביטוח. כשאנחנו מוכרים את ביטוח הסייבר למבוטחים, התהליך שונה מתהליך רכישת ביטוח רגיל. בתהליך רכישת ביטוח סייבר, המועמד לביטוח עובר סקר של חברת אבטחת סייבר שאנחנו התקשרנו אתה. מדובר על סקר סייבר יקר שבדרך כלל אם מבוטח ירצה לבצע אותו בשוק הפרטי, זה יעלה לו כמה אלפי שקלים, אבל במסגרת מגדל ניתן לבצע את הסקר הזה כחלק מההצעה לביטוח והרצון להתקבל לביטוח סייבר ללא עלות נוספת.

"במסגרת הסקר הזה, אנחנו מפנים את המבוטח לאתר של חברת סאיטה עמה אנחנו עובדים. זהו אתר מאוד ידידותי וקל להפעלה והוא מבצע שם את הסקר. במסגרת הסקר בודקים את אתר האינטרנט של המבוטח, מאבחנים כשלים, בוחנים את נהלי האבטחה שלו בשאלון קצרצר דיגיטלי, בוחנים את הדואר האלקטרוני שלו ושל העובדים כדי לבחון את החשיפות. בודקים את רשת המחשבים ובוחנים את נושא הורדת הקבצים מהשרת, אבטחת המידע, וחומת האש' של הארגון. בסופו של תהליך, שכולו דיגיטלי, פשוט מאוד ואורך זמן קצר מאוד, המועמד לביטוח מקבל הודעה אם הוא בר ביטוח או לא בר ביטוח. לאחר שהוא מקבל ציון עובר, הוא בר ביטוח וניתן לרכוש פוליסת ביטוח.

"במידה והוא לא עומד בציון המינימלי, כלומר התגלו כשלים שונים, אנחנו משקפים אותם למועמד לביטוח באמצעות חברת האבטחה ומה נדרש ממנו על מנת להשלים את הפערים. חברת האבטחה כמובן מלווה אותו על מנת שישלים את הפערים במטרה להגיע לברות ביטוח. כפי שהגדרתי, התהליך הזה שונה, מאחר ומדובר על ביטוח מיוחד שבו החיתום שונה מהחיתום הקונבנציונלי שאנחנו מכירים".

"ביטוח סייבר בגובה העיניים"

הריאיון עם נחום מתמקד בפוליסה שמכוונת לעסקים קטנים ובינוניים. "יש גם פוליסות שמכוונות לעסקים מאוד גדולים. הן לא הפוליסות הסטנדרטיות, אלא פוליסות 'Tailor Made' שמתכוונות בעיקר על ידי נוסחים וכיסויים שמגיעים ממבטחי משנה מסוימים, שמתמחים בתחום והם תופרים את הפוליסה למבוטח לפי מידתו".

"הפוליסה שמיועדת לעסקים הבינוניים והקטנים היא בעיקר פוליסה אחידה המאפשרת גמישות בבחירה של סכומי הביטוח - החל מ-250 אלף שקלים ועד שני מיליון שקלים", מסביר נחום ומוסיף: "זו פוליסה שמותאמת לעסקים הללו, נותנת להם מענה מאוד רחב. לצורך העניין, הפוליסה הזו נותנת מענה למקרה ביטוח כשיש אירוע של פריצה באבטחה, כשיש הפרת סודיות בנתונים אישיים של מבוטח, כיש פגיעה בצד ג' שהפרטים שלו דלפו החוצה וכמובן אירוע סייבר.

"בכל אחד מהאירועים האלה צריך כמובן להיגרם נזק למבוטח, אחרת לא קרה דבר. במידה וקרה אחד מאלו ולמבוטח נגרם הפסד רווח גולמי לצורך העניין, אז הוא יהיה משופה בפוליסה. בנוסף, ככול ויש לו עלויות והוצאות על מנת לטפל באירוע האבטחה, להחזיר את מערכת המחשב לקדמותה, לתפעל את המערכת, לשחזר את המידע, לרבות הוצאות משפטיות - כל המכלול הכרוך בהחזרת העסק למסלול מכוסה בתוך הפוליסה הזו במידה וקרה אחד מאירועי הביטוח.

"כמובן שגם אירוע של סחיטה כלול בפוליסה. מהנתונים שיש לנו, ב-50% מאירועי הסייבר שנתבעו היו אירועים של סחיטה. המבוטח מקבל סיוע לנהל את אירוע הסחיטה - לא משנה איך הוא ייגמר. גם הוא נדרש לסיים את האירוע הזה בתשלום. כמובן שהוא ישופה בהתאם לפוליסה שהוא קנה".

על הפוליסה של מגדל לעסקים קטנים ובינוניים הוא אומר: "הפוליסה שאנחנו בנינו ופישטנו אותה להבנה ולרכישה - זו פוליסה שנותנת מענה רחב, נכון ומדויק לעסקים קטנים ובינוניים, מונגשת היום לכל אחד מהסוכנים של מגדל ולכל אחד מהמבוטחים שמעוניין להיות מבוטח בסיכון הזה".

ציינת קודם שישנן השלכות שונות לתקיפת סייבר על העסק - כספיים ותדמיתיים. איזה גורמים פועלים בעת ניהול אירוע של משבר סייבר כדי למזער את הנזקים השונים שנגרמים?

"אנחנו מבינים, לפני הכל, שמבוטח באירוע סייבר נדרש לעזרה ראשונה ב-72 השעות הראשונות. אלה השעות הקריטיות בהן נקבע אופי האירוע ודרכי הטיפול בו לכן אנחנו מעניקים לו סוללת מומחים ששכרנו עבור האירוע הזה. בשחת טלפון אחת הוא מגיע למוקד שבו מומחים שנותנים לו ייעוץ וסיוע ב-72 השעות הראשונות כיצד לנהל את האירוע. היועצים הם שונים ומגוונים: יועץ סחיטה, מומחה אבטחת מידע, יועץ למקרה שיש לו חשיפה בעולם, גם מומחה בהיבט הרגולטורי שיינתן לו מענה, חברת יחסי ציבור שתעניק לו סיוע ראשוני, רואה

“לצערי, אני חושב שאנחנו נמצאים בתקופה של האצה של תהליכי תקיפה בינלאומיים - בוודאי כבר לא מדובר על ההאקר המקומי. ככל שמבוטחים יבינו את קו ההגנה שלהם בצורה טובה וירכשו ביטוח לכיסוי נזקים, הם ישמרו על העסק שלהם טוב יותר כי תקיפת סייבר זו לא שאלה של האם, אלא מתי זה יקרה”



חובה לעסק שלהם. המוצר שאנחנו מנגישים להם הוא באמת מוצר פשוט שיאפשר להם ליישם זאת ביתר קלות.”

“זו לא שאלה של האם, אלא מתי”

באשר לכיוון שאליו מתפתח הנושא של ביטוחי סייבר, אומר נחום: “זה טבעי שכל שכמות האירועים תגדל והנזקים שייגרמו למבוטחים יהיו משמעותיים יותר - הדרישה לביטוח סייבר תגדל. זה רק עניין של זמן. זו לא שאלה של האם, אלא מתי. לצערי, אני חושב שאנחנו נמצאים בתקופה של האצה של תהליכי תקיפה בינלאומיים - בוודאי כבר לא מדובר על ההאקר המקומי. ככל שמבוטחים יבינו את קו ההגנה שלהם בצורה טובה וירכשו ביטוח לכיסוי נזקים, הם ישמרו על העסק שלהם טוב יותר כי תקיפת סייבר זו לא שאלה של האם, אלא מתי זה יקרה”.

האם בסופו של דבר בעלי עסקים יבינו שביטוח סייבר הוא 'מאסט'?

“אני חושב שכן. ראיתי כמה עסקים שחוו אירוע סייבר, כולל סחיטה. הם היו ללא כיסוי ביטוחי כי הם לא רכשו. זו חוויה מאוד מאוד לא נעימה עם עלות מאוד גבוהה. זה רק ממחיש את הצורך בכיסוי הביטוחי”.

חשבון, שמאי לאומדן נזק ואפילו עורך דין שמתמחה בתחום הזה. “כל סוללת המומחים הזו עומדת ב-72 השעות הראשונות לרשות המבוטח במסגרת הפוליסה, כחלק מגבול האחריות שהוא קנה וללא השתתפות עצמית. במידה והמבוטח ירצה להמשיך עם אותה חברה, הוא יוכל במסגרת הכיסוי הביטוחי ולפי גבול האחריות שיש לו בפוליסה. אני מזכיר שבאירוע כזה נדרשת סוללה של מומחים שתסייע לו להתמודד עם האירוע. הסיוע צריך להיות מיידי ומגוון מאחר ומדובר על אירוע מאוד מורכב”.

כיצד לדעתך ניתן לעורר את המודעות לרכישת ביטוח סייבר, שכפי שצינת מדובר על נזק שלא רואים אותו?

“המשפט שאני הכי הייתי רוצה שיהיה שגור בפי הסוכנים הוא 'אנחנו עושים ביטוח סייבר בגובה העיניים'. כיסוי סייבר מובן, פשוט, קל מאוד לתפעול ולמכירה. הסוכנים ומהבוטחים צריכים להבין שיש פה סיכון אמיתי לא פחות מכל סיכון קונבנציונלי אחר המוכר להם. הוא כבר לא סיכון שאפשר להתעלם ממנו והוא כמובן נוסף לסיכונים המסורתיים שאנחנו מכירים ומתמודדים איתם היום. אני סבור שסוכני הביטוח צריכים לפעול ביתר שאת כדי להגביר את המודעות בקרב המבוטחים. עליהם להציע את הכיסוי לכל אחד מהמבוטחים העסקיים ככיסוי

כל כתבי השירות
לרכבים, דירות ועסקים
במקום אחד!

KOPELL
group
שירות של אלופים

אנו משווקים את מוצרינו למעלה מ-20 שנה,

אך ורק באמצעות סוכני הביטוח

סוכני הביטוח בחרו בנו ארבע שנים ברציפות
במקום ה-1 בסקר הלשכה
בהפקת כתבי שירות מחוץ לפוליסה!

☎ *5676 📷 📺 🌐 kopellgroup.co.il

"חשוב לדעת" - מתקפה ברשת מתרחשת בממוצע בכל 19 שניות"

סמנכ"לית, חתמת ראשית ומנהלת תחום מטה חטיבת ביטוח כללי בכלל ביטוח ופיננסים, סוקרת את הסכנות האורבות ברשת, למבוגרים ולילדים כאחד, ומדגישה את החשיבות שברכישת פוליסת סייבר • לדבריה, הדיגיטציה הפכה לגורם משמעותי בתחום הביטוח הכללי: "התחרות בין החברות מתאפיינת לא רק בכיסויים ובמחיר, אלא בנגישות לרכוש כיסויים בערוץ הדיגיטלי"

מאת אילן פיש, מערכת עדיף

"על פי מכון מחקר ברנדמן שערך מדגם ארצי בקרב 500 אנשים בגילאי 21-55: 75% מרגישים שהם חשופים לסכנות ברשת במידה רבה או בינונית, 43% נתקלו לפחות במקרה אחד של הונאה ברשת, פגיעה זדונית או בריונות ברשת. רובם חוששים שיפלו קורבן לפגיעה כלכלית ולגניבת מידע. הורים לילדים חוששים מפגיעה בנפשם ובמעמדו החברתי של הילד". את הנתונים המדאיגים מתוך המחקר מציגה **אתי חנן**, סמנכ"לית, חתמת ראשית ומנהלת תחום מטה חטיבת ביטוח כללי בכלל ביטוח ופיננסים.

חנן מרחיבה בקשר לסכנות: "ברשת אורבות, כאמור, סכנות רבות למבוגרים ולילדים כאחד. הסכנות הבולטות הן בעיקר: גניבת זהות, שיימינג ובריונות רשת, פשינג, פשעי כופר וגניבת כספים. כיום, רוב המכשירים בבית מחוברים לרשת. הטלפונים הניידים, הטאבלטים, המחשבים, הלפטופים והאפליקציות אליהם אנחנו צמודים במשך רוב היום, חושפים אותנו להמון סכנות יום יומיות. כל המידע הכי אישי ורגיש שלנו נמצא על המכשירים שלנו: מיילים, תמונות, מסמכים, פרטים אישיים שחשוב להגן ולמנוע שימוש בהם לרעה כאמצעי סחיטה, הפצה או לפגיעה אישית.

"כל חיבור כזה הוא חלון לעברייני רשת, דרכו הם יכולים לחדור למידע הכי אישי ואינטימי שלנו - סיסמאות, תמונות, סרטונים, מסמכים וכספים. חדירה זו עלולה להוביל לנזקים כספיים ונפשיים, במיוחד כשיש ילדים בבית החשופים לשיימינג ולבריונות ברשת. "אומנם ברוב המחשבים הביתיים נעשה שימוש בתוכנת אנטי וירוס הפועלת באופן אוטומטי בכדי למנוע חדירה על בסיס תבניות שונות, אך לצערנו אין די בכך. חשוב לזכור שהביטוח מכסה גם מקרים של שימוש על ידי תוקף במידע קיים ופתוח ברשתות, מקרים של שיימינג, הטרדות או התחזות ושליחת קישורים במסרון או במייל אשר אינם תלויים בטיב האנטי וירוס".

אתי חנן
| צילום: יח"צ

"ניכר כי העסקים הקטנים והבינוניים אינם מעריכים דיים את שווי המידע והנכסים הרוחניים שברשותם ולכן אינם אומדים נכונה את הסיכון לפריצת סייבר והיקף הנזק שעלול להיגרם לעסק עצמו וללקוחות או לספקי העסק. הדרך לעורר את השוק הינה להעלות מודעות לסיכון על ידי פרסום של אירועי סייבר, ועל ידי עידוד הסוכנים במסגרת ביצוע התאמת צרכים ללקוח להציע גם ביטוח סייבר. הדרך הנכונה היא לערוך השתלמויות לסוכנים בנושא ולהעמיק את הידע שלהם בכיסויים שמעניקה הפוליסה"

"חשוב לדעת - מתקפה ברשת מתרחשת בממוצע בכל 19 שניות", מדגישה חנן מדוע קיים צורך באמצעים שונים נגד אותם אימים. אחד מהם הוא ביטוח סייבר.

"תחום הסייבר, בקרב בעלי עסקים וגם לקוחות פרטיים, עדיין מדשדש"

בחודש דצמבר האחרון יצאה כלל ביטוח בקמפיין חדש לביטוח סייבר למשפחה. חנן מפרטת מה מציעה החברה במסגרת הפוליסה. "אנו בכלל ביטוח ופיננסים היחידים בישראל שמציעים פתרון ביטוחי כולל המגן עלינו ועל משפחתנו מפני מתקפות סייבר. הביטוח שלנו חדשני מאוד ואנו השלישיים בעולם להציע אותו. הפוליסה שלנו מעניקה מעטפת מגן הכוללת שיפוי כספי, החזרי הוצאות בגין שירותי ייעוץ של מומחי סייבר, ייעוץ פסיכולוגי ופסיכיאטרי, ייעוץ משפטי ועוד".

הכיסוי, מסבירה חנן, כולל:

- ✓ שחזור מידע (תמונות, סרטונים וקבצים דיגיטליים).
- ✓ טיפול בשיימינג, הטרדות ובריונות ברשת.
- ✓ טיפול באירועי גניבת זהות.
- ✓ טיפול באירועי הונאה, התחזות והוצאת כספים במרמה ברשת ('פשינג').
- ✓ דרישת כופר.
- ✓ הכיסוי כולל פיצוי כספי כנגד גניבת כספים אונליין.
- ✓ טיפול של המומחים - מוקד פעיל 24/7.

חנן מונה יתרונות נוספים למוצר:

- ✓ ניתן לרכוש את הביטוח כמוצר עצמאי, גם אם אין ביטוח נוסף בכלל ביטוח ופיננסים.
- ✓ ניתן לרכוש ללא חיתום - ללא בדיקות מיוחדות וטפסים להעברה.
- ✓ ניתן לרכוש לכל המשפחה - עד 8 נפשות באותה הפוליסה ובאותו המחיר.
- ✓ אין מגבלה על כמות המכשירים.
- ✓ הכיסוי ניתן גם כאשר הפריצה אירעה במכשיר שאינו בבעלות המבוטח.

האם מספר המצטרפים עומד בקנה אחד עם הצפי שלכם?

"אני שמחה לומר שלמרות שהתחלנו בשיווק המוצר רק בחודש יולי אשתקד, סיימנו את שנת 2020 עם כמות פוליסות גדולה ב-28% מעל היעד שנקבע, כשרוב המכירות הינו לכיסוי משפחת".

לעיתים לאירועים מתוקשרים יש השפעה רבה על הגברת המודעות וההכרה שאין לדחות דברים שחשוב לבצעם מוקדם ככל האפשר. חנן: "האירוע בשירביט המחיש לציבור עד כמה הוא חשוב ומה פוטנציאל הנזק שעלול להיגרם מאירוע סייבר. גניבת המידע האישי עודדה גם ציבור שלא התעניין במוצר וחשב ש'לי זה לא יקרה', לרכוש ביטוח סייבר כדי להגן עליו ועל משפחתו. בעיקר התחדדה ההבנה שאם חברות גדולות ומאובטחות נופלות קורבן למתקפה, אז האזרח הפרטי פגיע פי כמה וכמה".

יחד עם זאת, נראה שתחום הסייבר, בקרב בעלי עסקים וגם לקוחות פרטיים, עדיין מדשדש ולא עומד בצפיות בקשר לשיעור הרכישות של הפוליסות. "ניכר כי העסקים הקטנים והבינוניים אינם מעריכים דיים את שווי המידע והנכסים הרוחניים שברשותם ולכן אינם אומדים נכונה את הסיכון לפריצת סייבר והיקף הנזק שעלול להיגרם לעסק עצמו וללקוחות או לספקי העסק", מסבירה חנן ומציינת: "הדרך לעורר את השוק הינה להעלות מודעות לסיכון על ידי פרסום של אירועי סייבר, ועל ידי עידוד הסוכנים במסגרת ביצוע התאמת צרכים ללקוח להציע גם ביטוח סייבר. הדרך הנכונה היא לערוך השתלמויות לסוכנים בנושא ולהעמיק את הידע שלהם בכיסויים שמעניקה הפוליסה".

"הדיגיטציה מיעלת ומקצרת את תהליכי התפעול של המוצר"

הדיגיטל הפך לגורם משמעותי בתחום הביטוח הכללי. התחרות בין החברות מתאפיינת לא רק בכיסויים ובמחיר, אלא בנגישות לרכוש כיסויים בערוץ הדיגיטלי. אז עד כמה הערוץ הזה הפך

משמעותי בתחרות וכיצד הוא בא לידי ביטוי בכלל ביטוח? חנן: "כלל ביטוח ופיננסים מתקדמת מאוד בחדשנות ביטוחית ובפיתוח מוצרים דיגיטליים. מדיניות החברה הינה הנגשת כל הכלים הדיגיטליים בראש ובראשונה לסוכנים. לפיכך, את כל המוצרים החדשניים שלנו בביטוחי פרט ובסייבר ניתן לרכוש בדרך דיגיטלית גם באמצעות הסוכנים. המהפכה הדיגיטלית שלנו הינה בעיקר עבור סוכני הביטוח. אנו מעניקים קישורים ייעודיים למוצרים לסוכני הביטוח בכדי שיוכלו לדוור ללקוחותיהם.

"במכירות במשרדי סוכן אפשרנו לסוכנים המשתמשים במחוללי השוואת מחירים במשרד, להפיק פוליסה ישירות מהמחולל ללא צורך להיכנס למערכת ההפקה שלנו ולהקיש מחדש את פרטי הביטוח.

"בהשקת מוצר הסייבר שמנו דגש גדול על הנגשתו למכירה באמצעות האונליין שלנו כשהציפייה הייתה שרוב המכירות יהיו בערוץ זה. במקביל הפצנו לסוכני הביטוח קישור דיגיטלי ייעודי לסוכן. להפתעתנו, 80% מהמכירות של המוצר בוצעו על ידי סוכני הביטוח, מה שמעיד על העובדה כי בהחדרת מוצר חדש לשוק יש חשיבות למקצועיות של הסוכן במתן הסבר ללקוח על המוצר ועל הצורך בו.

"השוק נפתח בשנים האחרונות לחברות דיגיטליות ישירות ולעבודה באמצעות אגריגטורים שהם כלי להשוואת מחירים בין החברות השונות. מגמה זו מאפשרת שקיפות של המוצרים ללקוח, השוואת התמחור בין החברות השונות ומאיצה את התחרות בשוק. היעילות התפעולית בערוץ זה והיכולת לפנות לפלחי שוק רווחיים, מאפשרת הגשת תנאים אטרקטיביים יותר למי שרוכש בערוץ זה".

עד כמה החיתום מושפע מהדיגיטציה?

"הדיגיטציה מיעלת ומקצרת את תהליכי התפעול של המוצר, ולמעשה בתהליך קצר ופשוט תוך מענה על מספר קטן של שאלות, ניתן לקבל הצעת מחיר ואף לרכוש ולשלם על הפוליסה באתר. טפסי הפוליסה נשלחים ללקוח באמצעים דיגיטליים. הדיגיטציה מאפשרת לנו להגיש מוצרים פשוטים וסגורים, ובשל כך מאפשרת לנו לקצר ואף לוותר בחלק מהמקרים על תהליכי חיתום כגון: ויתור על טפסי הצעה, סקרים, דרישות מיגון וכו".

אילו השלכות הביאה עמה תקופת הקורונה על החיתום?

"בתקופה של חוסר ודאות ממושך עקב מגפת הקורונה העולמית, עסקים רבים נקלעו לקשיים

“המגמה העולמית של עלייה בפשיעת הסייבר תימשך, ארגונים שספגו מתקפות סייבר עשויים להגיע לקריסה כלכלית. אנו צופים עלייה בתביעות בתחום זה וכפועל יוצא עלייה בביקוש לביטוחי סייבר. כיום, הפרמיה המוצעת לביטוחים אלו נמוכה באופן יחסי לגבול האחריות המוצע ולסיכון הציפייה היא כי בשנים הקרובות הפרמיות לביטוחים אלו יתייקרו, ולכן ההמלצה להקדים לרכוש ביטוח במצב התמחור הנוכחי”



“בביטוח הכללי ניתן לצפות למגמות של פיתוחים טכנולוגיים ביטוחיים נוספים, בתחום הפרט בעיקר, אך גם בעולמות הסייבר והעסקים הקטנים. בהיבט של ביטוח משנה ניתן לצפות להמשך מגמת ההתקשחות בעיקר בתחום ההנדסי, הימי וביטוח הדירקטורים”.

מה התכניות של כלל ביטוח ופיננסים בתחומים אלו בשנה הקרובה?

“בנוגע לביטוח סייבר אנו רואים חשיבות גדולה בכיסוי הביטוחי הייחודי הזה עבור בני המשפחה, ולכן אנו מתכוונים להוסיף את כיסוי הסייבר ככיסוי נוסף בפוליסת הדירה שלנו, תוך מתן הטבות ללקוחות הדירה לרכישת הכיסוי.

“בנוסף, מעבר לכיסוי סייבר שאנו מציעים במסגרת פוליסת בתי עסק, יצאנו לאחרונה בשיווק פוליסת סייבר גם ללקוחות שלא מבטחים אצלנו בבית עסק בגבולות כיסוי משמעותיים בתהליך חיתום מהיר ופשוט. בענף הרכב אנו עומדים לצאת בחודשים הקרובים במוצר רכב חדש המבוסס על התנהגות נהג.

“אנחנו מתמידים בפיתוח מוצרים התואמים מאפייני לקוח קצה, תוך שימת דגש על חדשנות ודיגיטציה בהתאם למגמה הקיימת בשוק הביטוח הישראלי והעולמי”.

כספיים ולא הצליחו לעמוד בהתחייבויות הכספיות שלקחו. כלל ביטוח ופיננסים עמדה לצד לקוחותיה והרחיבה את הפוליסות לעבודה מהבית ללא עלות, דחתה או הקפיאה תשלומים, אפשרה פריסת תשלומים בתנאי מזומן, אפשרה השבתה של הפוליסות, נתנה הקלות בדרישות המיגון, הקפיאה פוליסות של תחום האירועים ותעשיית הבידור”.

“בביטוח הכללי ניתן לצפות למגמות של פיתוחים טכנולוגיים ביטוחיים נוספים”

באשר לשנת 2021, חנן צופה את המגמות שהיו בעולמות הסייבר והביטוח הכללי. “המגמה העולמית של עלייה בפשיעת הסייבר תימשך, ארגונים שספגו מתקפות סייבר עשויים להגיע לקריסה כלכלית. אנו צופים עלייה בתביעות בתחום זה וכפועל יוצא עלייה בביקוש לביטוחי סייבר. כיום, הפרמיה המוצעת לביטוחים אלו נמוכה באופן יחסי לגבול האחריות המוצע ולסיכון. הציפייה היא, כי בשנים הקרובות הפרמיות לביטוחים אלו יתייקרו, ולכן ההמלצה להקדים לרכוש ביטוח במצב התמחור הנוכחי.”

חממו מנועים...!

כי בקרוב תכירו את ביטוח הרכב הדיגיטלי
שמעניק לצעירים הרבה יותר!

Ayalon Young

משתלם לנהוג בטוח

הגיע הזמן לקבל יותר הטבות,
ליהנות מיותר אפשרויות, והכי חשוב:
לחסוך יותר בכל שנה בתשלום הביטוח!

כל הפרטים בקרוב...



”קבוצת הפניקס מפעילה ומיישמת סטנדרטים בינלאומיים של שירות דיגיטלי וחדשני, כחלק מתפישתה לתת את הפתרון והשירות הטוב ביותר ללקוחותיה ולסוכניה”

משנה למנכ”ל ומנהלת מערך התביעות, התפעול והשירות בהפניקס, מספרת על הקשר שהיא מקיימת עם חברות ביטוח מובילות בחו”ל ומציינת: “אנו למדים מניסיוןן של חברות ביטוח מהמובילות בעולם וחברות טכנולוגיה פורצות דרך ממגוון תחומים ושירותים, במטרה לגבש וליישם את הגישה המתקדמת ביותר ללקוחותינו ולסוכנינו. לעיתים אף חולקים עמן רעיונות ופלטפורמות עליהם עבדנו”

מאת אילן פיש, מערכת עדיף

שנת 2020 תיזכר כמובן כשנת הקורונה, אך לא רק. המשבר הכלכלי והתעסקותי שהביא עמו הנגיף חייב את העולם להיערך באופן שיאפשר להמשיך ככל שניתן את השגרה בכל התחומים. כך, פיתוחים טכנולוגיים רבים, שאפשר שהיו באים לעולם רק בעוד מספר שנים, הקדימו את זמנם והפכו ציר מרכזי בהתייעלות וביכולת לשרוד של לא מעט גופים וארגונים.

ענף הביטוח לא היה שונה מענפים אחרים. גם הוא התאים את עצמו לתנאים החדשים ואימץ טכנולוגיות חדשות כדי לצלוח את המשבר. “ענף הביטוח נשאר מאחור בשנים האחרונות בהיבטי הטכנולוגיה המתקדמת בארץ ובעולם וביחס לסקטור הפיננסי. קיימת התפתחות טכנולוגית גם בתחום הסטרטאפים בעולם בכלל, ובתחומי השירות והתביעות בפרט, כאשר תחומים אלו נמצאים בליבת העשייה. אנו רואים התפתחות ענפה וכלים מתקדמים שמאפשרים שיפור משמעותי של השירות שאנו מעניקים לסוכנים וללקוחות, כאשר החוכמה היא לדעת להשתמש ביכולות אלו באופן מיטבי במקומות הנכונים”, מסבירה **קרן גרניט**, משנה למנכ”ל ומנהלת מערך התביעות, התפעול והשירות בהפניקס.

גרניט מבקשת להדגיש: “הפניקס דורגה בשנת 2019 במקום הראשון במדד השירות הדיגיטלי של רשות שוק ההון, ביטוח וחסכון. הרשות בודקת ומדרגת את רמת השירות הדיגיטלי של חברות הביטוח, שמונגשת באמצעות כלים דיגיטליים המשתקפים, בין היתר, באתרים השיווקיים של החברות, באתרי המידע האישי וביכולת מתן החיוויים למבוטחים. כל אלה נושאים שפיתחנו בצורה משמעותית בשנתיים האחרונות, ובנוסף יישמנו תהליכי טרנספורמציה

קרן גרניט
| צילום: ענבל מרמרי

"ניתן כמובן לשכלל את מודלי התמחור והחיתום על ידי שימוש גדול יותר בדאטה ובכלים אנליטיים לניתוח הנתונים באופן פרסונלי. היום אנחנו רואים יותר מוצרי UBI בתחום הרכב, מוצרים שמתמחרים ופועלים לפי השימוש ברכב של כל מבוסט. אני חושבת שאנחנו רק בתחילת הדרך בעולם הזה"

היום, תשעה חודשים אחרי, השגנו הצלחה באמצעות קיצור משמעותי בזמני הטיפול, שיפור איכות הטיפול, תהליכי עבודה משופרים ותהליכי בקרה ומדידה משמעותיים. הדבר יצר עבורנו יכולות מדידה ובקרה מיידיות להערכת רמת השירות והטיפול בפניות בכל זמן נתון. שביעות הרצון של הסוכנים עלתה ואנחנו מקבלים תגובות טובות מאוד מהסוכנים. גם הפרודוקטיביות עלתה. אין ספק שזו דרך הפעולה הנכונה ושיטת הפעלה חכמה ויעילה יותר. בנוסף, סוכנים קטנים שהלכו לפני כן לאיבוד בתוך המערכת, נהנים היום משירות בזמינות גבוהה ומיידית. זה למעשה המפתח להצלחת המהלך."

במסגרת הקמת התכנית החדשה, חלו גם שינויי תפקידים בחברה ולכל יחידה מונה מנהל. גרניט מסבירה את הצורך במינוי מנהל לכל יחידה ועד כמה זה היה חיוני: "מנהל שהיה אחראי על מספר תחומים ביחד - פרט, עסקים וקשרי סוכנים הפך היום למנהל מומחה ומקצועי בהתאם ליכולות שלו, ביחידה הספציפית שבה הוא מטפל. אני מאמינה גדולה ביכולות ניהול כדי להביא ערך בסופו של דבר גם לסוכן וגם ללקוחות."

"השוק העולמי הולך לתמחור פרסונלי"

במסגרת הרצון לייצא את עבודת הסוכנים ואת הממשק אתם, השיקה הפניקס בחודש דצמבר האחרון את 'חדר תביעה דיגיטלי' שמהווה את 'מרכז התביעה' לסוכן הביטוח. במסגרת זו יכול הסוכן לקבל מידע ולבצע פעולות בתביעות המוגשות על ידו לחברה, מרגע פתיחתן ועד לסיום הטיפול בהן. גרניט מסבירה: "הפניקס, בתצורה ייחודית מכל חברות הביטוח, הבינה, כי הדרך הנכונה לתקשר את התנהלות התביעה וסטטוס הטיפול בה, הן לסוכנים והן ללקוחות, היא באמצעות שיקופם בתביעה הספציפית."

"חדר התביעה שלי", כשמו כן הוא, נותן אינפורמציה נקודתית וספציפית על התביעה המטופלת, משקף את סטטוס התביעה, מכיל את כל המסמכים שהפניקס שלחה או קיבלה מהסוכן ומהלקוח ומאפשר ליצור קשר באופן ישיר עם המיישב הספציפי שאחראי על התביעה. בכל נקודת זמן, 24/7, אפשר להתעדכן בנוגע לתביעה הרלבנטית. אנחנו מקבלים חיוניים טובים מאד גם מהסוכנים וגם מהלקוחות על חדרי התביעה."

"חדר התביעה משולב עם פתיחת תביעה דיגיטלית. הפתיחה הדיגיטלית קיימת כבר בתחומי החיים, הבריאות, הפנסיה והרכב. עכשיו אנחנו מתקדמים לתחום הדירות. בסופו של דבר אנחנו רוצים לכסות את כל תחומי הפעילות של החברה. גם בפתיחת תביעה דיגיטלית וגם בחדרי תביעה לסוכנים."

האם ישנם תחומים שבהם נדרשתם לבצע שינויים בחיתום?

"ביצענו שינויים רבים והתאמות אל מול הסוכנים והלקוחות, תוך הבנת הקשיים שלהם בתקופת הקורונה. הפניקס הקדימה תשלום עמלות וסיפקה לסוכנים פלטפורמות יותר קלות."

דיגיטלית רוחביים.

"הפניקס פיתחה אפליקציות לעולם המוצרים הביטוחיים וגם לעולם התביעות והשירות, דוגמת תשלום תביעות בביט, פתיחת תביעה וניהול התביעה באופן דיגיטלי לרוחב התחומים השונים ומקצה לקצה עד לשלב תשלום התביעה, ביטוח רכב 'הפניקס DRIVE' - ביטוח מקיף המבוסס על נסועה, 'הפניקס צעיר' שהיה בין הפיתוחים הראשונים שיצאו לשוק, 'AIR DOCTOR' - טיפול דיגיטלי בתביעות נסיעות לחו"ל ללא צורך בתשלום לרופא בעת הצורך ועוד."

"התייעלנו באופן מהותי גם בהתייחס לפעילויות הפנים של החברה במטרה להעניק שירות טוב יותר ואיכותי יותר. הפעלנו שימוש בטכנולוגיות מתקדמות כגון RPA (Robotic Process Automation), טכנולוגיית OCR המאפשרת קריאה ותרגום של מסמכים. טכנולוגיות אלה מאפשרות לייצל, לשפר, ולקצר זמני טיפול בצורה דרמטית."

"אני חייבת להדגיש כי בתקופת הקורונה האצנו באופן משמעותי את ההשקעה בדיגיטציה. תקציבים רבים הופנו לעולמות השירות והטיפול בפניות. אנחנו מזהים לאורך הזמן עלייה דרמטית בשימוש באמצעים טכנולוגיים אצל מבוסטים וסוכנים. העולם הטכנולוגי קיבל תפנית ואנחנו כמובן מתאימים את עצמנו לדרישות ולשינויים שאנחנו רואים, ומעניקים את הפלטפורמה המתאימה לדרישות אלה."

"זיהינו שתחום העסקים הבינוניים דורש התמחות מיוחדת"

כחלק מהפיתוח הטכנולוגי והדיגיטלי בחברה, השיקה הפניקס בחודש יולי 2020 תכנית חדשה עבור הסוכנים בשם 'הפניקס PRO' שמטרתה לתת מענה לכלל הצרכים השירותיים והתפעוליים של הסוכנים. במסגרת התכנית מופעלות יחידות מומחים, מתוך מטרה לאפשר לחברה להמשיך ולשתף פעולה באופן יעיל וישיר עם ציבור הסוכנים, ביצוע פעולות חיתום ושירות בהתאם להתמחויות וקיצור זמני ההפקה."

גרניט: "הפניקס PRO זה מהלך כולל שהפניקס עשתה בתחומי האלמנטרי, החיים והבריאות. יש לנו שאיפה שבאה לידי ביטוי כמעט בכל המדדים, למצוינות בשירות, גם לסוכן וגם למבוסט. אנו בוחנים את עצמנו כל הזמן כדי לראות איך אנחנו יכולים לחדש, להשתפר ולשפר. חלק ממהלכים אלו באו לידי ביטוי ב'הפניקס PRO'."

מה הביא עמו המהלך?

"הפניקס PRO יצר התמקצעות והתמחות בעולמות האלמנטרי. מהלך זה עשירנו גם בתחומי חיים ובריאות. בהתייחס לביטוח כללי, הפרדנו את תחום הפרט מתחום העסקים, כך שיש חתמים ויחידות ייעודיות לנושאי הפרט ויחידות ייעודיות לנושאי העסקים. בתחומים אלו קיימות תתי התמחויות לפי נושאים, דוגמת צוות קולקטיבים ויחידת העסקים הבינוניים המטפלת בעסקים מעל 10 מיליון שקלים. זיהינו כי תחום זה דורש התמחות מיוחדת וטיפול מקצועי ייעודי המתאפשרים באמצעות הקמת היחידה."

"אנחנו מבינים שבעולם של מרווחים הולכים ויורדים, גם סוכנים שואפים ליעילות וגם החברות שואפות ליעילות. ההתייעלות במישור זה התבצעה במהלכי העברת סמכויות לידי הסוכנים, כך שהסוכן יכול לפעול באופן עצמאי במשרדו. הבנו כי לא קיים צורך אמיתי שסוכן יחפש את חתמת החברה כדי לקבל הנחה של 10% בפוליסת רכב. היום יש לו את היכולת לבצע זאת לבד במשרדו. מוצר 'הפניקס זהיר' השתכלל והשתדרג מבחינה חיתומית ותפעולית, הסוכנים יכולים היום למכור פוליסות זהיר באופן עצמאי פשוט וקל וללא תלות בחתמי החברה."

"בנוסף, הקמנו יחידת מנהלי תיקי סוכנים (מתסי"ם). אנשי היחידה נמצאים בשטח ומגיעים פיזית למשרדי הסוכנים, קשובים לסוכנים ומזהים את הצרכים שלהם בזמן אמת, מדריכים ומלווים אותם בכל מה שצריכים, ודואגים לשקף ולהעביר לחברה היוזן חוזר, במטרה לפשט, לייצל, ולסייע בכל הקשור למותן השרות, רואים את זה כמעט בכל פעולה שאנחנו עושים."

כתשעה חודשים אחרי - האם אפשר לבחון את יעילותה של התכנית? האם היא עומדת בצפיות שלכם?

"בהחלט. כמו בתחילתו של כל תהליך שינוי, עם השקת המהלך חווינו קשיים. בתחילת הדרך היה קושי אצל העובדים והסוכנים בהסתגלות ובהטמעת שיטת העבודה החדשה. יחד עם זאת,

“המטרה שלי היא ליצור מצוינות בתחומי התביעות, התפעול והשירות, ופריצת דרך בשירות יוצא דופן לסוכנים. המטרה היא לעזור לסוכן להתייעל, לפעול באופן עצמאי תוך הפחתת התלות שלו בגורמי החברה ולהעניק לו פלטפורמה דיגיטלית נגישה”



שיוצג להם חייו או סטטוס תביעה ללא תלות במיישב התביעה הרלבנטי, ובוודאי מעדיפים להעביר מסמכים בצורה דיגיטלית, במישרין ובנוחות. יחד עם זאת, זה לעולם לא מחליף דיאלוג, רגש או אינטראקציה באזורים ספציפיים. “אנחנו משתדלים לספק מידע באופן יזום למבוטחים, הרבה לפני שפונים אלינו, ולייצר פלטפורמות שיהפכו את הסוכנים לעצמאים יותר, בשילוב עם אמפתיה, פתיחות ורגישות. ברמה האישית אני זמינה לסוכנים בנייד, במיילים, בכל דרך בלתי אמצעית. גם המנהלים שלי עובדים תחת האסטרטגיה הזו. כל אחד מוזמן תמיד לדבר איתנו בשיח פתוח”.

עד כמה חשוב ונחוץ לאגד תחת קורת גג אחת את התביעות, השירות והתפעול?
 “אני חושבת שזה אחד המהלכים המוצלחים והטובים התורמים לשביעות רצון שנעשו בחברה. גם מערך התביעות ממוקד שירות ותפעול. יש היום סינרגיה בין השירות, התפעול והתביעות בכל מה שקשור לטיפול בתהליכי הלקוח ובתהליכי הסוכן מקצה אל קצה, בראייה רוחבית של כלל התחומים. “שלושת המערכים האלו הם הקו הראשון בחוויית השירות של הלקוח והסוכן, ואני רוצה להוביל את הפניקס למצוינות בתחומים אלה, ולחוויית שירות יוצאת דופן. להערכתך, הסוכנים והלקוחות שלנו כבר מרגישים את השינוי”.

מהם היעדים של הפניקס לשנה הקרובה בכל אחד מהתחומים עליהם את מופקדת?
 “המטרה שלי היא ליצור מצוינות בתחומי התביעות, התפעול והשירות, ופריצת דרך בשירות יוצא דופן לסוכנים. המטרה היא לעזור לסוכן להתייעל, לפעול באופן עצמאי תוך הפחתת התלות שלו בגורמי החברה ולהעניק לו פלטפורמה דיגיטלית נגישה. “כחלק מהתכנית האסטרטגית של החברה, הפניקס בוחנת את עצמה ברמה הבינלאומית של חברות ביטוח מקבילות. מתקיים שיח שוטף עם חברות הביטוח המתקדמות והמובילות ביותר באירופה ובארה”ב. אנו רואים ולומדים מהנעשה שם, ומיישמים אצלנו. גם חברות הביטוח מחו”ל, באופן מפתיע, מקבלות מאתנו לא מעט רעיונות, לא מעט פלטפורמות עליהן עבדנו, כמו למשל שיטת ההפעלה של תביעות בנתיב המהיר, המסולקות בתוך עשרה ימים, עם אפשרות לסילוק מהיר בשיחת הטלפון הראשונה”.

קיימנו מפגשים רבים עם סוכנים מעולמות הביטוח השונים, יצרנו פריסת תשלומים נוספת ללקוחות, הקפאנו דרישות חוב ועצרנו טיפולים משפטיים. כל אלה נעשו כדי להתאים את הטיפול שלנו לרוח התקופה ומתוך הבנה של צרכי הסוכנים והלקוחות. היום הסוכנים זוכים לסמכויות רבות וכתוצאה מכך אנחנו רואים צמיחה בהפקות דיגיטליות. כמובן שהחברה קשובה כל הזמן לצרכים שמשתנים בקצב מאוד מהיר, וערוכה לתת מענה מתאים לסוכנים וללקוחות”.

עד כמה לדיגיטציה יש השפעה על החיתום?

“השוק הישראלי בכלל, וגם הפניקס, מבצע שימוש במודלי תמחור די פשטניים שלא השתנו לאורך השנים באופן משמעותי ולא הותאמו לצרכי הלקוחות. במסגרת התכנית האסטרטגית של החברה, תחקרנו ובדקנו יכולות ומודלי תמחור חדשניים ועדכניים שנמצאים מעבר לים ומבטאים את המגמה של השוק העולמי שהולך לתמחור פרסונלי, מותאם יותר לצרכי המבוטח ולפרופיל הספציפי שלו. “ניתן כמובן לשכלל את מודלי התמחור והחיתום על ידי שימוש גדול יותר בדאטה ובכלים אנליטיים לניתוח הנתונים באופן פרסונלי. היום אנחנו רואים יותר מוצרי UBI בתחום הרכב, מוצרים שמתומחרים ופועלים לפי השימוש ברכב של כל מבוטח. אני חושבת שאנחנו רק בתחילת הדרך בעולם הזה”.

“הדיגיטציה לא סותרת, אלא צריכה לבוא בשילוב עם קשר אישי”

כאמור, שנת 2020 הפכה את העולם ליותר דיגיטלי, באופן שגם הפחית את הצורך בקשר ישיר עם הלקוחות. אז מהו השילוב הנכון, האופטימלי, בין המגע האנושי לחדשנות הטכנולוגית בהיבט של השירות? על כך עונה גרניט: “צריך לשלב בין השניים. עולם התביעות, למשל, הוא עולם שיש בו רגישות מאוד גדולה, לסוכנים ולמבוטחים. אנחנו מחליפים כיום את המגע ביותר ויותר שיחות זום, אבל אין ספק שאין תחליף לקשר אישי באזורים אלה, שמחייבים מגע אנושי וקשר בלתי אמצעי. “עדיין, הטכנולוגיה והדיגיטציה משדרגות ומשפרות הרבה מאוד פעמים את האינטראקציה. הדיגיטציה לא סותרת, אלא צריכה לבוא בשילוב. אני חושבת שסוכנים ולקוחות מעדיפים

שירביט

חברה לביטוח



IS THE
Best
FOR YOU!



בכל מסלול שתבחרו שירביט מעניקה לכם ביטוח רכב עם הכיסויים הרחבים ביותר במחירים מוזלים!



בצטרכו אבטחה ואבטחה!

"מבטחי המשנה הופכים זהירים יותר, אך עדיין לא מוותרים על הקפסיטי בארץ"

מנהלת מערך העסקים ומבטחי משנה בהכשרה חברה לביטוח, עם התחזית שלה לעולם ביטוח העסקים בשנה הקרובה • "הקורונה הייתה הזרז לתהליכים ש'מתבשלים' כבר הרבה זמן: התחרות תגבר, היצירתיות תתחזק והטכנולוגיה תמשוך אליה גם את התחום העסקי" • על השנה החולפת: "למרות הקשיים הצלחנו לשמור על תיק הביטוח העסקי ובסקטורים מסוימים אף גדלנו"

מאת אילן פיש, מערכת עדיף

"הקורונה הינה סיכון קיים שהתממש והזכיר לכולנו כי טבעם של סיכונים קיימים הוא להתממש בין אם במוקדם ובין אם במאוחר. יתרה מכך, נראה כי כיום הסיכון הלא מוכר והלא ידוע הוא הסכנה עצמה", מציינת **אניה שלזינגר**, מנהלת מערך העסקים ומבטחי משנה בהכשרה חברה לביטוח, שמשבירה על ההשלכות שהיו למשבר הקורונה על תחום ביטוח העסקים בקרב חברות הביטוח, סוכנים ומבטחים.

לדבריה, "מקרה הקורונה מדגיש את אלמנט אי הוודאות ושולח תזכורת מצלצלת לעולם הביטוח ש'סיכון' אינו מילה שימושית שנלקחה מאיזה ספר ללימודי ביטוח, אלא איום שמתגשם ומתממש, ולעתים אף מפתיע בהיקף חשיפתו. אנחנו יודעים לטפל בגידור הסיכונים הידועים, יש לנו כלים לנהל אותם ולהתמודד איתם.

"בכל הנוגע לחשיפת חברות הביטוח, הרי שההשפעה של הסיכון על הביטוחים הקלאסיים הינה מוגבלת יחסית ותלויה בסוג הפוליסה/הכיסוי. יחד עם זאת, היו חברות שנאלצו להתמודד עם החשיפה בגלל ניסוחי הפוליסות וסעיפים בעייתיים.

"מבחינת תיק הפרמיות, נוכח השלכותיו של משבר הקורונה והסגרים שהוטלו על אזרחי המדינה, הרי שהפעילות העסקית פחתה בחלק ניכר מהתחומים במשק. כ-90,000 עסקים פשוט רגל או נסגרו, חלק לא מבוטל אף שינו את מהות עיסוקם, את פעילותם והתחילו לנהל את הסיכונים באופן שונה. אין חולק כי המשבר הכלכלי הכה בלא מעט עסקים קטנים ובינוניים, בדגש על עסקים בתחום הבילוי, הנופש והספורט. כל הנ"ל הוביל לתהליכים הפוכים מאלו שהכרנו לפני המשבר: לא מעט פוליסות/כיסויים בוטלו, בחלק מהפוליסות הלקוחות נאלצו לצמצם את הכיסויים למינימום, חלק גדול מהמבטחים נקלעו למצבים בהם אין באפשרותם לשלם פרמיה, אך הם עדיין מחויבים כלפי צדדים שלישיים לשמור על תנאי הביטוח תקפים.

"כפועל יוצא מכך, הרי שהסוכנים אשר בתקופת טרום קורונה ריכזו את פעילותם/התמחו בסוגי ביטוח מעולם הספורט, בילויים או תירות - הושפעו באופן משמעותי מהפגיעה בעסקים הנ"ל. הסוכנים שפיזרו את הסיכונים בתיק הביטוח וייצרו פורטפוליו מגוון - הצליחו לאזן ולשמור על תיק".

"הפגיעה הקשה הייתה מן הסתם בעסקים הקטנים והבינוניים"

שלזינגר מתארת כיצד הכשרה פעלה בתחום העסקים בעת המשבר - בפעילות הפנים ארגונית ומול הסוכנים והלקוחות: "הכשרה הייתה למעשה החברה הראשונה שיצאה במהלך תמיכה לעסקים/המבטחים אשר עלולים להימצא במצב כלכלי לא פשוט ממש עם פרוץ המגפה. הקמנו צוות טיפול בפניות בעקבות המשבר, פתחנו תיבה לפניות הלקוחות והסוכנים. בחלק מהעסקים ניתנו הנחות בשיעור ניכר, או דחיות תשלום למספר חודשים. בחלק מהפוליסות

אניה שלזינגר
| צילום: יח"צ



סייענו ללקוחות להקטין חשיפות מיותרות מחד, ומאידך לאפשר לרכוש כסויים אשר להם זקוק המבוטח לאור המצב החדש. במקביל אפשרנו לבצע הקפאות ביטוח לתקופות הנדרשות וגם לדחות תשלומים בהתאם לצורך של הלקוח. חשוב לציין, כי בדירוג שבצעה רשות שוק ההון בקרב חברות הביטוח השונות, נמצא כי הכשרה זכתה במקום השני כחברה המתחשבת והכי סולידרית בלקוחותיה וסוכניה בתקופת המשבר.

מה היו ההבדלים בין עסקים קטנים ובינוניים לבין עסקים גדולים?

"הפגיעה הקשה הייתה מן הסתם בעסקים הקטנים והבינוניים. העסקים הגדולים איתנים פיננסית ורובם הצליחו להתמודד עם קשיי המשבר, הגם אם חלקם היו סגורים בגלל המגבלות. בחברתנו לא נצפתה השפעה שלילית על תחום העסקים הגדולים והקבלנים. בשני התחומים הצלחנו לשמור על התיק הקיים וגם לגדול".

מה התחזית שלך לעולם ביטוח העסקים בשנה הקרובה?

"הקורונה הייתה הזרז לתהליכים ש'מתבשלים' כבר הרבה זמן: התחרות תגבר, היצרניות תתחזק והטכנולוגיה תמשוך אליה גם את התחום העסקי. מבטחי המשנה הופכים זהירים יותר, אך עדיין לא מוותרים על הקפסיטי בארץ".

"השוק הישראלי תלוי במבטחי המשנה והמגמה לא משתנה"

עוד אין לדעת כמה זמן נאלץ לחיות לצד הקורונה - ואין זה משנה באיזה תחום. כך גם תחום העסקים - עד כמה הוא למד "לחיות" לצד הקורונה וכיצד זה בא לידי ביטוי? על כך עונה שלזינגר: "כל נזק חדש מייצר חריג חדש בפוליסה וכך למעשה פתרנו את החשיפה. למדנו לחיות עם הריחוק החברתי והעבודה מהבית ועשינו את ההתאמות לביטוחי עסקים קטנים ובינוניים אשר עברו לעבודה מהבית. כך, לצד הקורונה התפתחה פה טכנולוגיה שלמה של עבודה באונליין, אך מנגד עלו סיכונים הסייבר אשר ייצרו לנו חשיפה חדשה לסיכון וגם איתם אנחנו לומדים להתמודד".

משבר יכול גם לייצר הזדמנויות. האם זה תקף גם לביטוח העסקים לאור משבר הקורונה?

"ודאי. המשבר זימן לנו הזדמנות הלכה למעשה לעצור ולבחון את הדרך, האם היא עדיין נכונה לנו ולאן פנינו מועדות. חלק מהסיכונים הפכו לתמרור אדום (קורונה, סייבר) והכריחו לחשב מסלולים מחדש ואף להתעמק בפתרון לבעיות שעלולות להופיע גם בעתיד".
למשבר הקורונה הייתה השפעה גם על הולם ביטוחי המשנה, בארץ ובעולם, ושלזינגר מציינת בקשר לכך: "הקורונה האיצה מגמות שכבר החלו לפני כן. הריביות בשוק ההון היו נמוכות, תעריפי הביטוח בסקטורים מסוימים היו נמוכים והמשיכו לרדת ונזקי הטבע נהיו שכחים ועוצמתיים יותר. לפני המשבר, עודף ההון בתעשיית הביטוח, ללא פתרונות אחרים להשקעה, השאיר את המצב יציב מבחינת ההיצע. עם פרוץ המשבר הרבה מבטחים בחו"ל הפכו לשונאי סיכון והחליטו לצמצם את החשיפות ובמקרים מסוימים לא לקנות סיכונים כלל. חברות עם נתונים 'משכנעים' הצליחו לחדש את החוזים ואף זכו לתנאים טובים יותר ביחס למתחרות.
"בסך הכל נראה כי מבטחי המשנה שמרו על הקיבולת שלהם בשוק הישראלי, כאשר עליות המחירים בעולם מנעו מחלק ממבטחי המשנה לשמור על הקיבולת הקיימת ולהגדיל אותה בשוק הישראלי. חלקם האחר דווקא החליט להגדיל את הקיבולת ולהיות שחקן משמעותי יותר בשוק הישראלי".

האם שוק הביטוח הישראלי תלוי יותר מבעבר במבטחי משנה?

"השוק הישראלי תלוי במבטחי המשנה והמגמה לא משתנה. כיום, חלק מהחברות מנהלות את הסיכון באופן שונה מאשר בעבר ובחורות להעביר יותר סיכונים למבטחים ולצמצם את החשיפות הישירות שלהן. מהלך כזה מייצר, מן הסתם, תלות במבטחי משנה מחד, ומאידך מצמצם חשיפה לסיכון לחברות".

"יש יותר סיכונים בלתי נראים"

למרות המשבר בשנה האחרונה, הכשרה לא ויתרה על מוצרים נישתיים. שלזינגר מסבירה על תפיסת העולם שעומדת מאחורי פיתוח מוצרים מסוג זה: "להכשרה מגוון פתרונות בתחום

"מוצרים נישתיים מייצרים בעיני פתרון אולטימטיבי לכל הצדדים: למבוטח, למבטח ולסוכן. המבטח יוצר תכנית מקיפה ללקוח עם מקסימום כסויים אפשריים ובתנאים טובים כאשר הוא מנהל את הסיכון מראש ולא בתביעה, הלקוח מקבל מוצר שלם עם כל הכיסויים הנדרשים והנחוצים בתנאים טובים והסוכן יכול למכור את המוצר ולדעת שזהו האופטימום עבור הלקוח. בסופו של דבר נישה שווה מומחיות והתמחות בסיכון מסוים אשר שווה רווח. ולכל צד הרווח הוא שונה כמובן, אבל כולם מרוויחים"

העסקי בכלל. כך למשל, הכשרה הייתה הראשונה שפנתה לעסקים ספציפיים ועבורם השיקה ביטוח לעסקים קטנים ובינוניים. אנחנו אוהבים להתייחס אליו כתחום הביטוחים המיוחדים, אשר תופס יותר תאוצה. הלקוחות רוצים לקבל מוצרים שנותנים מקסימום כסוי לחשיפה, באופן מהיר וזמין וממשיהו שמכיר היטב את תחום העיסוק שלהם ומתמחה בכך.
"מוצרים נישתיים מייצרים בעיני פתרון אולטימטיבי לכל הצדדים: למבוטח, למבטח ולסוכן. המבטח יוצר תכנית מקיפה ללקוח עם מקסימום כסויים אפשריים ובתנאים טובים כאשר הוא מנהל את הסיכון מראש ולא בתביעה, הלקוח מקבל מוצר שלם עם כל הכיסויים הנדרשים

”הקורונה האיצה מגמות שכבר החלו לפני כן. הריביות בשוק ההון היו נמוכות, תעריפי הביטוח בסקטורים מסוימים היו נמוכים והמשיכו לרדת ונזקי הטבע נהיו שכיחים ועוצמתיים יותר. לפני המשבר, עודף ההון בתעשיית הביטוח, ללא פתרונות אחרים להשקעה, השאיר את המצב יציב מבחינת ההיצע. עם פרוץ המשבר הרבה מבטחים בחו”ל הפכו לשונאי סיכון והחליטו לצמצם את החשיפות ובמקרים מסוימים לא לקנות סיכונים כלל. חברות עם נתונים ‘משכנעים’ הצליחו לחדש את החוזים ואף זכו לתנאים טובים יותר ביחס למתחרות”

אינו הסיכונים הקלאסיים אישר עמם השוק כבר יודע להתמודד בשגרה, אלא הסיכונים ‘המתחבאים’, כגון סייבר, קורונה וכו”.

מה התכניות של הכשרה לשנה הקרובה בתחום ביטוח עסקים?

”אנחנו מתכוונים להמשיך לגדול ולהתפתח בכל הענפים העסקיים תוך כדי שמירה על חיתום נכון, השאת רווח לחברה וחיוק הקשר עם הסוכנים הפעילים בתחום, וכן להדק את הקשר עם יועצי הביטוח. יש לנו כבר כמה תכניות מעניינות לסוגי עסקים מגוונים וכמובן נמשיך לייצר מוצרים חדשים אשר יתנו פתרון ביטוחי הולם ומקיף ללקוחותינו. השנה אנחנו מעוניינים להנגיש את הכשרה לסוכנים בתחום העסקי, על ידי יצירת עצמאות בחלק מהפעולות אשר בצעו, ובכוונתנו להקל על התהליכים כדי ליצור מסלול מכירה מהיר יותר”.

הנחוצים בתנאים טובים והסוכן יכול למכור את המוצר ולדעת שזהו האופטימום עבור הלקוח. בסופו של דבר נישא שווה מומחיות והתמחות בסיכון מסוים אשר שווה רווח. ולכל צד הרווח הוא שונה כמובן, אבל כולם מרוויחים”.

”השנה האחרונה הייתה ללא ספק מאתגרת. היא לימדה אותנו לדעת להשתלב במצבי קיצון ולהיות יצירתיים עם הלקוחות, הסוכנים והעובדים, ולדעת לבצע אדפטציה מהירה לכל מצב”, מציינת שלדינגר כשהיא מסכמת את פעילות מערך העסקים בשנה החולפת. “למרות הקשיים הצלחנו לשמור על תיק הביטוח העסקי ובסקטורים מסוימים אף גדלנו. למדנו שהסיכון קיים ואנחנו חייבים לחשוב כל הזמן על הדרך להתמודד איתו - ולהתמודד עם סיכון זה לאו דווקא להחריג אותו, אלא לחשוב על הדרך האופטימלית לטפל בו אחרי שמגדירים אותו. גם הסיכונים עצמם משתנים והיום ישנם יותר סיכונים בלתי נראים כשהאיום הממשי

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

כל הדרכים זורמות ל-blue



blue מובילה את העולם החדש והמתקדם בניהול נזקי מים ובשירותי דרך וגרירה

אנחנו ב-blue מובילים תפיסה חדשנית בתחום השירותים בביטוח כללי, על בסיס היכרות מעמיקה עם המשולש "חברת ביטוח-סוכן ביטוח-מבוטח". בעולם השירותים שלנו נהנה כל גורם בשרשרת התביעה או האירוע הביטוחי ממעטפת שירותית מלאה, שקופה ודיגיטלית, בדגש על מקצועיות, אמינות, הוגנות וזמינות.

בכל מקום, לכל צורך, אנחנו כאן - מחויבים לעשות את זה פשוט, בשבילך.

לתיאום פגישה ולפרטים נוספים, התקשר ישירות:

אייל גורן, מנכ"ל blue

052-4656060 

EyalG@blue-il.co.il 



”רק לסוכני הביטוח יש את הידע, הניסיון והחוצפה החיובית למען הלקוחות”

מנכ”ל קופל גרופ לא רואה את עולם הביטוח האלמנטרי מתנהל ללא סוכנים וטוען כי לכאורה הם לרוב כבולים וחלקם מאוימים על ידי חברות ביטוח לעבוד עם ספקי שירות בתוך הפוליסה • “אין בושה בלתת עמלות, יש בושה למי שלא רוצה לשלם מספיק עמלות וליהנות מזרוע שיווקית הזולה ביותר בעולם”

מאת אילן פיש, מערכת עדיף

“אני חושב שהתחרות בין החברות היא רק על פיתוח מוצרים חדשים, טכנולוגיה שרוקמת בתוכה את כל עולם השירות. המחירים למוצרים הסטנדרטיים כבר ירדו לתהום שרק התייעלות מחזיקה אותם והאקטואריה שבשנתיים האחרונות מתאזנת. המוצרים החדשים שאנו מפתחים הם ארגז כלים חדש לסוכן הביטוח להציע מוצרים ופתרונות ללקוחות מחד - ומאידך הכנסה לסוכן הביטוח ולנו שמעלה את ערך החברה ואת הערך ללקוחות”

כפי שקופל גרופ ממציאה כל תחילת שנה לסוכני הביטוח שלה שבו היא מצהירה באמצעות עו”ד ג’ון גבע שהוא האורים והתומים בנושא המשפטי בביטוח, שאנו עומדים בדרישות החוזר. מאוד פשוט”.

איך אתה רואה את החמש השנים הבאות?

“אני חושב שהתחרות בין החברות היא רק על פיתוח מוצרים חדשים, טכנולוגיה שרוקמת בתוכה את כל עולם השירות. המחירים למוצרים הסטנדרטיים כבר ירדו לתהום שרק התייעלות מחזיקה אותם והאקטואריה שבשנתיים האחרונות מתאזנת. המוצרים החדשים שאנו מפתחים הם ארגז כלים חדש לסוכן הביטוח להציע מוצרים ופתרונות ללקוחות מחד - ומאידך הכנסה לסוכן הביטוח ולנו שמעלה את ערך החברה ואת הערך ללקוחות”.

מה צפוי לנו ב-2021?

“אנו מפתחים כרגע מערכת CRM חדשה לסוכני הביטוח בישראל על מנת שהעבודה מולנו תהיה יותר דיגיטלית, עכשווית, צופה את העתיד ואנו בדרך להביא בפניהם עולם חדשנות שלא היה קיים - גם שירות פנים חברה וגם שירות לעולם החיצון באמצעות סוכני הביטוח שלנו”.

מה תרצה לומר לסיום?

“כל מי שחולם שהעולם האלמנטרי יהיה ללא סוכני הביטוח, שימשיך לחלום חלומות. עובדתית, אזרחים במדינת ישראל רוכשים באמצעות סוכן ביטוח. בעת המקרה, האירוע, רק סוכני הביטוח יכולים לשכב על הגדר למען הלקוחות. יש להם את הידע, הניסיון והחוצפה החיובית הזו למען הלקוחות. אין בושה בלתת עמלות, יש בושה למי שלא רוצה לשלם מספיק עמלות וליהנות מזרוע שיווקית הזולה ביותר בעולם”.

מיקי קופל
| צילום: בנימין אדם

משבר הקורונה לא מנע מחברת סטארט שירותי רכב לחצות בשנת 2020 את רף 250 אלף המנויים, ובחברה מציינים כי זו השנה הטובה ביותר מאז היווסדה. החברה פעילה זה 20 שנים מול סקטור סוכני הביטוח בישראל ומשווקת את שירותי הדרך לקהל לקוחותיה רק באמצעות זרוע זו.

מיקי קופל, מנכ”ל קופל גרופ והבעלים של סטארט שירותי רכב, מסביר כיצד דווקא בשנה כה מאתגרת החברה הצליחה להגיע לתוצאות עסקיות מצוינות: “ההסבר הוא פשוט מאוד. הקורונה היטיבה עם רוב העוסקים בענף. מי שלא שם, פשוט צלל והתחבא מאחורי הקורונה. מי שידע להבליט את היתרונות שלו, לדבר עם הלקוחות שלו ולתת ערך מוסף, צמח וגדל. נושא נוסף הוא שישראלים רכשו יותר רכבים. אנשים לא השתמשו בתחבורה הציבורית - באוטובוסים וברכבות - ורכשו כל רכב אפשרי, אם זה מחברות הליסינג וההשכרה, מאנשים פרטיים, רכבים חדשים - הכל מהכל. אנשים לא מדברים על זה, אבל בקורונה, למעט אפריל, אנשים נסעו יותר, חד משמעית”.

מהי נקודת המשבר לדעתך?

“אני חושב שאם היה קשה בשלוש השנים האחרונות לגייס כוח אדם, בשנה האחרונה זה היה הרבה יותר קשה. אני הגדלתי את מצבת כוח האדם בחברה ב-35%, אבל מאוד קשה לגייס אנשים לעבודה בימים שממשלת ישראל עשתה את הטעות הגורפת שנקראת חל”ת - עד יוני 2021. אני הייתי עושה זאת אחרת. הייתי מתגמל את המעסיקים שלא מוציאים לחל”ת ואת העובדים שממשיכים לעבוד, ורק את הענפים שבאמת נפגעו הייתי מתגמל כפול”.

איך אתה רואה את נושא הסדרת כתבי שירות מאז שיצא החוזר ותיקונו? קרה משהו בענף?

“אני חושב שהמצב הפך ליותר בוטה מצד חברות הביטוח הקושרות את השירות לביטוח. לא כולן, אבל רובן בהחלט. ראיתי מיילים עם אימים לכאורה מצד בכירים בחברות ביטוח שנשלחו לסוכנים, שאם הם לא יעבדו עם הריידרים בתוך הפוליסה ולא יפנו למוסכי הסדר יסגרו להם את המספרים”.

מה בעצם המהות של החוזר ותיקונו לדעתך?

“חופש הבחירה, חופש העיסוק, תחרות חופשית למען הלקוחות והצרכנים שהם ה- END USES בעצם. סוכן ביטוח והלקוח יכולים על פי חוזר הסדרת כתבי שירות לבחור את ספק השירות, אבל לרוב הם פשוט כבולים, אזוקים וחלקם גם מאוימים”.

מהי ההמלצה לסוכן הביטוח בנושא חובתו לעבוד עם חברה חיצונית שהיא לא חברת ביטוח?

“החוזר מדבר על חובת סוכן הביטוח להחזיק בערבות ביטוח ביצוע או שיטת תשלומים מוגדרת בהתאם לחוזר המחייבת את הספק להקנות לסוכן הביטוח. פה סוכן הביטוח לא יכול לבחור. הוא חייב לעבוד עם ספקים אשר איתנים פיננסית ומציבים רף כמבוקש על ידי הפיקוח. חובתו של סוכן הביטוח להחזיק מזכר

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

“מתוך הבנה מעמיקה של צורכי הסוכן הובלנו מהפכה חדשנית שמאפשרת ללקוחותיו ליהנות מחוויית שירות”

מנכ"ל Blue מבית פמי פרימיום מסביר בריאיון ראשון למגזין עדיף מה עומד מאחורי החיבור של תחומי נזקי המים ושירותי הדרך והגרירה תחת קורת גג אחת ואילו כלים מעניקה החברה לסוכנים ולמבוטחים

מאת רועי ויינברגר, מערכת עדיף

“בנינו תהליכים שמתממשים בזמן אמת מול הלקוח, הסוכן וחברת ביטוח בו-זמנית, כאשר בכל שלב בניהול התביעה הסוכן יודע מה קורה והמבוטח נהנה משירות מקצועי, אמין ומהיר. כל זאת, יחד עם עוד היבט מהותי מבחינתנו והוא המגע האישי, הנחישות והמחויבות לטיפול במבוטח ובסוכן הביטוח”

צועק על הסוכן ומתלונן על השירות שהוא קיבל. אני גם יודע כמה חשוב לסוכן המוניטין שלו, לטובת שמירה על לקוחות קיימים וגיוס לקוחות חדשים. מתוך הבנה מעמיקה של צורכי הסוכן, החלטנו להוביל תהליכים חדשניים, שתואמים את הציפיות שלו ומאפשרים ללקוחותיו ליהנות מחוויית שירות אמיתית.”

מה סוכן הביטוח מצפה לקבל מחברת ניהול שירותי ביטוח?

“הסוכן רוצה שקט תעשייתי ולקוחות מרוצים. הוא מצפה מחברת הניהול לתת ללקוחותיו שירותים מהירים, מקצועיים ואמינים, שישחררו אותו מהתעסקות בתביעה ובבירוקרטיה מצד אחד, ויפנו לו את הזמן למכירות מצד שני. לכן, בנינו תהליכים שמתממשים בזמן אמת מול הלקוח, הסוכן וחברת ביטוח בו-זמנית, כאשר בכל שלב בניהול התביעה הסוכן יודע מה קורה והמבוטח נהנה משירות מקצועי, אמין ומהיר. כל זאת, יחד עם עוד היבט מהותי מבחינתנו והוא המגע האישי, הנחישות והמחויבות לטיפול במבוטח ובסוכן הביטוח. “אומר זאת כך: מדובר במהפכה טכנולוגית ושירותית, שבה המבוטח נהנה ממלוא זכויותיו הביטוחיות ומשירות מצוין, בעוד שהסוכן נהנה מיכולת שליטה מרחוק ומחיסכון עצום של זמן ועלויות תפעוליות. הכל פשוט, זמין ומתעדכן עבורו בזמן אמת, כך שהוא יכול להיות שקט שהלקוח שלו בידים טובות ואמינות. מובן מאליו, שחוויית שירות חיובית תורמת לחיזוק הקשר של הסוכן עם לקוחותיו ולשדרוג משמעותי של תדמיתו, כמי שעומד בחזית השירות והטכנולוגיה.”

אייל גורן

לחברות הניהול בנזקי צנרת ומים יצא בעבר מוניטין מאוד לא מחמיא, דבר שהוביל בשנת 2017 לרפורמה גדולה מאוד שהובילו ברשות שוק ההון, ביטוח וחסכון, מתוך מטרה לעשות סדר בתחום. “אכן, אנחנו מדברים על עולם ישן, לא מפוקח, לא שקוף ולא טכנולוגי. אופן הפעילות המיושן פגע בתדמית כל השחקנים ובעיקר במבוטחים, שנדרשו ברגע האמת, בקרות מקרה הביטוח, להתמודד עם שירות לקוי, איכות ירודה של עבודה ועוגמת נפש גדולה”, מסביר אייל גורן מנכ"ל Blue מבית פמי פרימיום, שרוצה לעשות מהפכה שירותית וטכנולוגית בעולם נזקי המים, ובמקביל גם בתחום שירותי הדרך והגרירה.

מהו היקף התביעות השנתי בנזקי מים ובשירותי דרך וגרירה?

“בתחום המים אנחנו מדברים על היקף עצום של 8%-10% מכלל הדירות המבוטחות בישראל, שמתמודדות עם לפחות נזק מים אחד בשנה. בחשבון פשוט, וככלל שיש בישראל כ-2 מיליון דירות מבוטחות, מספר התביעות בגין נזקי צנרת ומים בלבד עומד על 180,000-200,000 בשנה(!). במקביל, בתחום שירותי הדרך והגרירה, אנחנו מדברים אפילו על היקפים גדולים יותר ומאות אלפי מקרי ביטוח בשנה, בכל נקודה בישראל.”

אז מה קרה בשנתיים-שלוש האחרונות?

“הפיקוח הוציא חוזר במהלך 2017, שהסדיר את פעילות חברות ניהול ש'שרבבים בהסדר'. החוזר קבע כי האחריות על הטיפול בנזקי צנרת ומים תינתן כחלק מכיסויי פוליסות הדירות של חברות הביטוח. מטבע הדברים נדרש זמן ליישום ההוראות החדשות שנקבעו, אולם לצד היישום הנדרש, הבנו כי עלינו לעבור מהר מאוד מעולם ישן לעולם חדש ומתקדם, תחת עיקרון של WIN-WIN לכל גורם בשרשרת ניהול התביעה - המבוטח, הסוכן וחברת הביטוח.”

מגע אישי, נחישות ומחויבות לטיפול במבוטח ובסוכן

גורן עצמו צמח מכור ההיתוך של שוק הביטוח ומבין לעומק את הצרכים של כל גורמי השוק. הוא החל את דרכו כסוכן ביטוח ומתוך היכרות מעמיקה זו החליט להתמקד בעולם השירותים בשוק הביטוח ובאתגר הטכנולוגי ככלי לשיפור חוויית הלקוח.

כיצד סוכן הביטוח נהנה מהעולם השירותים החדש של Blue?

“כמי שהיה לאורך שנים רבות סוכן ביטוח, אני מבין טוב מאוד את עבודת הסוכן. אני יודע מה זה כאשר לקוח



שירות זה חדשנות וחדשנות זו הכשרה!



ביטוח דירה
נוח ונגיש לסוכנים



WhatsApp
שירות לקוחות
דרך הסמארטפון



דשבורד לקוחות
אזור אישי
לניהול הפוליסה



טפסים דיגיטליים
למעקב ושליפה
מהירה בכל רגע



ביטוח עסקים
מגוון רחב לביטוחי נישה
לעסקים קטנים ובינוניים

סוכנים יקרים, תנו ללקוחות שלכם ליהנות משירות אישי ומגוון כלים דיגיטליים וחדשניים שיעשו להם ולכם, חיים הרבה יותר קלים.

Embedded insurance - המפץ הגדול בעולם הביטוח

שימוש בטכנולוגיות חדשניות מאפשר לחברות הביטוח וכאלה שאינן מתחום הביטוח, להציע ללקוחותיהן מוצרי ביטוח מותאמים אישית במעמד הרכישה • טסלה, WeWork, וולמארט ואמזון הן רשימה חלקית של החברות שנכנסו לתחום



מאת שיר הרפז, נטע קלמפרט, נדב פסנדי ועיב אביטל

תכנית זו, אשר הינה נגישה ללקוחות באופן מקוון, מאפשרת לנהגים המבוטחים לגשת למסמכי הפוליסה שלהם בכל עת מכל מכשיר, ולבצע בהם שינויים באופן מיידי - החל מהוספת נהג חדש ועד שינוי כתובת, מבלי שתיגבה עמלה או השקעת זמן בפנייה למוקד. הפרמיות מתעדכנות בזמן אמת על פי כל השינויים שביצעו.

חברת הרכב החשמלי **טסלה** בחרה בכיוון מעניין אף יותר. בחודש ספטמבר האחרון הקימה טסלה חברת ביטוח משלה - **Tesla insurance** והחלה להציע ביטוח רכב במעמד הרכישה בתהליך דיגיטלי פשוט ונוח שניתן לבצע **בתוך פחות מדקה**. החברה פרסמה כי הביטוח יהיה בעלות מחיר תחרותי המוזיל את עלויות הביטוח ב-20%, ובמקרים מסוימים אף 30%. במסגרת זאת, טסלה מציעה כיסוי מקיף לנוקים גופניים ונוקי תאונות, הגנה כספית מפני גניבת רכב ועוד. זאת, כפי שמציגה החברה, בתשלום חודשי נוח ללא עמלות או חיובים נוספים, כאשר לקוחותיה רשאים לבטל או לשנות את פוליסת הביטוח בכל עת.

לא רק חברות הרכב הגדולות מנצלות את היכולת להציע ביטוח המוטמע במוצר

חברת **VanMoof** ההולנדית, המוכרת **אופניים חכמים**, מאפשרת רכישת ביטוח הכולל הגנה נגד גניבות, תחזוקה והגנה מפני נזקים וגישה ל"רופאי אופניים" לטובת תיקונים. רכישת הביטוח מתבצעת דרך האפליקציה של החברה והכיסוי מגובה על ידי חברות ביטוח באמצעות שימוש בפלטפורמות B2B2C מבוססות API. שימוש בפיננסים המוטמעים בקרב חברות התוכנה צפוי להוביל להגדלת ההכנסות פר

עם צפי הכנסות של יותר משלושה טריליון דולר במהלך העשור הקרוב, הביטוח המוטמע (Embedded insurance) הופך את הפרדיגמה, לפיה **ביטוח אינו נמכר, אלא נקנה על ידי הלקוח ונבנה בהתאם לצרכיו**. מעתה, צרכנים יכולים לרכוש ביטוח המבוסס על ניתוח נתונים שנאספו עליהם על ידי ספקים צד שלישי, כשהוא מוצע להם **כתוספת בנקודת המכירה, גם עבור הרכישות הפשוטות ביותר**.

ביטוח מוטמע מהווה חלק ממגמה רחבה יותר שנקראת פיננסים מוטמעים (Embedded finance). המושג מתייחס לשילוב והצעת שירותים פיננסיים בתוך שירותים ומוצרים שונים, בהקשרו של המוצר הנרכש בנקודת המכירה. הדבר מושג על ידי טכנולוגיה המאפשרת לארגוני צד שלישי לספקי שירות לשלב מוצרי ביטוח ושירותים פיננסיים מותאמים אישית, בין אם כתוספת משלימה למוצר הליבה (לדוגמה ביטוח לרכב במעמד רכישת רכב) ובין אם כמוצר בפני עצמו. **ביטוח מוטמע** מקל על הלקוח, משפר את חוויית הקנייה ולמעשה מייצר עבורו את תהליך החיפוש והשוואת המחירים, שלעיתים תכופות נתפס כמסובך בשל פער בהבנת המוצר והיכרות השוק. השימוש בנתוני לקוחות שנאספו בעבר מייצל את תהליך הגשת הבקשה ואישורה, ומאפשר התאמה מרבית של מוצרי הביטוח לצרכי הלקוח.

הביטוח המוטמע כחלק מתהליך הרכישה

תחום הרכב והתחבורה. שיתוף פעולה של קבוצת BMW בבריטניה וחברת הביטוח **Wrisk**, הוליד בחודש דצמבר 2019 את הכיסוי הביטוחי "MINI Flex Car Insurance". במסגרתו, רכישת מכונית MINI חדשה שנמכרת בנקודות המכירה **מזכה את הרוכש בביטוח רכב חינם לתקופה של שלושה חודשים**. בתום תקופה זו, הביטוח מחודש באופן אוטומטי באמצעות מנוי חודשי.

לספק שירותי ביטוח לשוכרי WeLive, בנייני המגורים הקהילתיים שהחברה משכירה. שותפה נוספת של Lemonade, היא חברת Landlord studio, חברה המציעה כלי ניהול שוכרים לבעלי נכסים. שיתוף הפעולה מאפשר ל-Lemonade הטמעת שירותי ביטוח לטובת בעלי דירות.

בנוסף, בתחום השירותים הפיננסיים, Lemonade חברה לפינטק הייעוץ הפיננסי SoFi בכדי להציע ללקוחותיו גישה למוצרי ביטוח בתחומי השכרות רכב וביטוחי חיים.

פנייה לקהלים חדשים

ביטוח מוטמע יכול לאפשר הגעה לקהלים לא מנוצלים שיתכן ונחשפים לביטוח בפעם הראשונה. BIMA המציעה ביטוחי בריאות באפריקה, היא דוגמה מצוינת להטמעת מוצרי ביטוח במחיר סביר. החברה מציעה מוצרי ביטוח באמצעות אפליקציה לטלפונים סלולריים במסגרת שיתופי פעולה עם ספקיות רשת, מפעילי ארנקים דיגיטליים וחברות חיתום מובילות. התקשורת מול לקוחות החברה נעשית אף היא באמצעים דיגיטליים הכוללים תקשורת ישירה דרך האפליקציה, הודעות SMS ושימוש ב-WhatsApp. המוצר של BIMA הצליח לצמצם את פער ההגנה של 35 מיליון אפריקאים, כאשר 75% מלקוחות החברה זוכים לגישה לביטוח לראשונה בחייהם.

דוגמה מרכזית נוספת היא חברת Ant Group הסינית, המנהלת פלטפורמת אינשורטק עצמאית לשירותים ומוצרי ביטוח. החברה פונה לשוק לקוחות גדול ולא מנוצל שנמצא באזורים כפריים ובעל הכנסה נמוכה, שלא זכה להתייחסות מצד מבטחים מסורתיים. כדי שתוכל להציע לקהל הלקוחות מוצרים ושירותים אופטימליים, החברה מתמקדת בהגברת מודעות הלקוחות לחשיבותו של הביטוח ובהבנת צרכיהם. שיתוף הפעולה הקיים בין Ant Group ל-90 חברות ביטוח שונות, מעניק היצע רחב של שירותים ומוצרים, כך שכיום החברה מציעה למעלה מ-2,000 מוצרים מותאמים אישית בתחומים שונים. כתוצאה מכך, זרוע הביטוח של Ant היא המבטחת המקוונת הגדולה ביותר בסין עם למעלה מ-500 מיליון לקוחות ונתח שוק של 13%.

הגורם המאפשר

המגמה מתאפשרת הודות למינוף של ארבע טכנולוגיות דיגיטליות שכבר משנות את התעשייה העולמית ואת תעשיית הביטוח בפרט. ראשית, האינטרנט המקנה קישוריות בין צרכני הקצה לפלטפורמות הדיגיטליות ובין חברות הביטוח לחברות המוצר. שנית, טכנולוגיית הענן, המקנה כוח מחשוב ויכולת עיבוד של כמות נתונים עצומה (big data) בזמן אמת. הטכנולוגיה השלישית הינה המעבר הגובר לשימוש ורכישה באמצעי המובייל במהלך השנה החולפת, אשר אפשר זמינות ונגישות לרכישת ביטוח ותקשורת עם הלקוח בכל מקום ובכל זמן. לבסוף, טכנולוגיית API היא זאת המאפשרת ליזמים ליצור עסקים חדשים הקשורים להחלפת ערך. טכנולוגיות אלה תרמו ליצירת מערכות אקולוגיות דיגיטליות חדשות, המטשטשות את הגבולות בין מגזרי השוק המסורתיים, מתאימות בעילות גבוהה את ההיצע לביקוש, מאפשרות רמות חדשות של חדשנות ומציעות פתרונות יצירתיים לבעיות חדשות וותיקות תוך הפיכה של צרכים למוצרים.

בפרספקטיבה רחבה יותר, טכנולוגיות אלו מייצרות ומעבדות מאגרי נתונים לכדי תובנות קריטיות בזמן אמת אודות הפעילות והאינטרסים של המשתמשים ובכך מאפשרות לשחקניות טכנולוגיות להיכנס לשוק הביטוח ולשנות אותו מקצה לקצה. החברות הראשונות שהשכילו לזהות את המגמה הצליחו להיכנס לשווקים חדשים ללא תחרות כלל וזכו לחנך את השוק ולייצר בסיס לקוחות נאמן.

לסיכום, הביטוח המוטמע משמש ככלי עבור חברות בכדי לספק ללקוחות חוויית קנייה חיובית ומותאמת אישית. יתרונות המגמה מורגשים היטב בקרב כל הצדדים המעורבים בה: המבטחים נהנים, בין השאר, מגישה בעלות נמוכה לביסי לקוחות חדש וגדול, סיוע בחדשנות מוצרים, דיוק בתמחור מוצרים ושיפור תוצאות החיתום בעקבות גישה לנתוני צד שלישי. היצרנים והסוחרים נהנים מהרחבת היצע השירותים האפשריים אשר מייצרים עבורם ערוצי הכנסה נוספים; והצרכנים יוכלו לרכוש ביטוח המותאם לדרישותיהם בקלות רבה יותר. עם הנגישות החדשה של מוצרי ביטוח לקהלי יעד חדשים, ניתן יהיה לצמצם את פער הביטוח ולכסות צרכים חדשים בעילות רבה יותר.

* הכותבים הינם מחטיבת הפיננסים - אדקיט מחקר וייעוץ

לפרטים נוספים ותגובות ניתן לפנות לנדב פסנדי, ראש חטיבת הפיננסים, אדקיט.
Nadav_p@adkit.co.il



לקוח פי 5-2. כתוצאה מכך, אנו עדים לכניסה משמעותית של ענקיות הטכנולוגיה לתחום הביטוח בפרט ושילוב מוצרים פיננסיים מוטמעים כחלק מתהליך השירות.

אמזון Pay הכריזה ביולי בשנה שעברה כי החלה למכור ביטוח רכב בהודו, עם תהליך הרשמה דיגיטלי מלא האורך כשתי דקות בלבד. הביטוח כולל שירותים כמו תביעות ללא טרחה וללא ניירת, איסוף הרכב בתוך שעה בעת אירוע ביטוחי, שירות תביעה מובטח למשך שלושה ימים ואחריות לתיקון למשך שנה בערים נבחרות, כמו גם קבלת החזר תשלומים מיידי לתביעות בעלות נמוכה.

Shopify, פלטפורמת המסחר האלקטרוני, מציעה ללקוחותיה העסקיים והפרטיים מוצרים פיננסיים כגון הלוואות, פלטפורמת תשלומים נוחה וכן שירותי בנקאות הכוללים ניהול תזרים ומעקב הוצאות. ניתוח נתוני הלקוחות אשר נמצאים בחזקתה של החברה מאפשר התאמת המוצרים לצרכי הלקוח וייעול תהליכי החיתום על ידי ניהול סיכונים המאפשר הפחתת עלויות. בשל כך, ניתן לצפות כי Shopify תנצל מעמדה כספקית שירותים פיננסיים ותציע גם שירותי ומוצרי ביטוח. כיום החברה מרוויחה מעל 500 מיליון דולר לשנה משירותים פיננסיים ללקוחותיה, ומראה צמיחה של יותר מ-50% בשנה.

קמעונאית הענק **וולמארט**, אשר מציעה מגוון שירותים ומוצרים לטיפול בבעלי חיים, הכריזה בסוף שנה שעברה על הרחבת השירות והיצע המוצרים. בתוך כך, הוסיפה וולמארט למכלול המוצרים ביטוח לבעלי החיים (Walmart Pet Insurance) אשר מוצע בנקודות המכירה ומזכה את הרוכשים בהנחה של 10% ממחיר הביטוח הרגיל.

בתחום הנדל"ן, חברות אינשורטק היו מהירות לזהות את הפוטנציאל והתאימו את המוצרים שלהן להטמעה. חברת הביטוח **Lemonade** חברה לשותפים דוגמת **WeWork** על מנת

חוסר יציבות ועליות מחירים - תמונת מצב של שוק ביטוח הדירקטורים העולמי

פרמיות הולכות ומאמירות מהוות בעיה משמעותית שתשפיע על היכולת של החברות לרכוש גבולות האחריות מספקים ובכך תיפגע ההגנה שלה יזכו דירקטורים • מנגד, המבטחים מנסים להגן על עצמם לאור ההפסדים המשמעותיים שרובם רשמו בשנים האחרונות • השילוב הנפיץ של שתי המגמות הללו צפוי לאפיין את שנת 2021 שתהיה ככל הנראה שנה מורכבת למבוטחים ומבטחים כאחד



עו"ד שי רוזנבלום

❖ **אירועי סייבר** - שנת 2020 התאפיינה בכמות חריגה של אירועי סייבר משמעותיים, שהובילו לתביעות נגד הנהלת החברה על אי היערכות נכונה להתמודדות עימן.

❖ **מיתון כלכלי עולמי** - חברות רבות צפויות לא לשרוד את המשבר הכלכלי ויתכנו תביעות רבות בגין פשיטות רגל.

❖ **שינוי רגולטורי** - שינוי הממשל בארה"ב ושינויים ברשות לני"ע האמריקאית יכולים להוביל לשינוי במגמת התביעות הייצוגיות. גם בבריטניה צפויה להתפרסם בזמן הקרוב רגולציה חדשה שתקבע אחריות אישית מוגברת של דירקטורים בגין הליכי ביקורת של דוחות כספיים, שתגביר עוד יותר את החשיפה של דירקטורים ונושאי משרה בחברות לתביעות אישיות.

❖ **פעילות שיא של הנפקות ו-SPAC ב-2020** - צפוי גידול משמעותי בתביעות ייצוגיות בארה"ב בגין הנפקות וגיוסי SPAC שנחשבים מסוכנים יותר ובעלי שיעור תביעות גבוהים.

פרמיות הולכות ומאמירות מהוות בעיה משמעותית שתשפיע על היכולת של החברות לרכוש גבולות אחריות מספקים ובכך תיפגע ההגנה שלה יזכו דירקטורים בחברות רבות ברחבי העולם, אשר ימצאו את עצמם חשופים ללא כיסוי ביטוחי מספק או שיאלצו לעזוב את תפקידם. מנגד, המבטחים מנסים להגן על עצמם לאור ההפסדים המשמעותיים שרובם רשמו בשנים האחרונות בדחיפה של הפרמיות מעלה, חיתום מחמיר וקפדני, העלאת ההשתתפויות העצמיות וצמצום הקיבולת.

השילוב הנפיץ של שתי המגמות הללו צפוי לאפיין את שנת 2021 שתהיה ככל הנראה שנה מורכבת למבוטחים ומבטחים כאחד.

בעוד שלברוקרים בתחום ביטוח הדירקטורים צפויה עוד שנה מאתגרת, ישנו יתרון לברוקרים הגדולים והמובילים בעולם שיכולים באמצעות הקשרים עם המבטחים, הניסיון הרב, היצירתיות והחשיבה מחוץ לקופסה לספק ללקוחותיהם פתרונות ביטוח איכותיים ותחרותיים גם בסביבת שוק מורכבת ובלתי יציבה כפי שצפויה לנו גם בשנת 2021.

* הכותב הינו סמנכ"ל תחום FinPro במארש ישראל

שוק ביטוח הדירקטורים העולמי עבר עוד שנה קשה שהתאפיינה בעליות מחירים וצמצום קיבולת על ידי מבטחים. מגפת הקורונה הובילה לחוסר ודאות כלכלית, כשעסקים רבים בכל רחבי העולם נאנקו תחת ההגבלות הקשות וההשבתות שארכו תקופות ארוכות בסבבי סגרים. המגבלות על התנועה וגלי הפיטורים הנרחבים הובילו את כלכלת העולם למיתון כבד. אווירת חוסר היציבות והמשבר הכלכלי השפיעו מאוד על מבטחים שהעדיפו לא לקחת סיכונים בשנה מורכבת שכזו וצמצמו מאוד את התיאבון הביטוחי שלהם לעסקים חדשים. מנגד, מבטחים המשיכו לסגת מתחום ביטוח הדירקטורים - לא חידשו פוליסות או יצאו מהתחום לחלוטין. צעדים אלו יצרו עודפי ביקוש לקיבולת ביטוחית וכשההיצע מוגבל התמחר עולה, השתתפויות העצמיות עולות והתנאים מצטמצמים.

שוק הביטוח הישראלי נתמך ברובו על ידי שוק הביטוח הבריטי, ובבריטניה נוצרה מצוקה קשה במיוחד לאור התמחרים המאמירים של ביטוח הדירקטורים. לאחרונה פורסם ב-Financial Times כי בכירי ממשל ואנשי עסקים בריטים הביעו דאגה עמוקה לאור הגידול הדרמטי בפרמיות ביטוחי הדירקטורים בממלכה ובעקבות זאת הם אף פנו למבטחים במדינה, מכיוון שקיבלו פניות רבות מעסקים המתקשים לעמוד בנטל עלויות ביטוח הדירקטורים. הדבר עלול להביא לכך שדירקטורים ייוותרו חשופים לתביעות אישיות, אך גם המבטחים עלולים לצאת נפגעים מתהליך שיגרע מהשוק את החברות הקטנות.

על פי נתוני מארש, ברוקר הביטוח הגדול בעולם, המחיר הממוצע של ביטוחים פיננסיים ומקצועיים בבריטניה עלה בשנה האחרונה ב-90%, בעוד שהפרמיות של שוק ביטוח הדירקטורים עלו בממוצע השנה בלמעלה מ-100% ביחס לשנה שעברה, שגם היא התאפיינה בעליות מחירים משמעותיות.

בנוסף לכך, נראה שמגמה זו לא עוצרת והפרמיות של ביטוחי הדירקטורים צפויות להמשיך ולעלות גם בשנה הקרובה. הדבר נובע ממספר סיבות:

❖ **השלכות Covid19** - מבטחים צופים גל תביעות מבעלי מניות ורגולטורים לגבי החלטות שהתקבלו בחברות במהלך תקופת המגפה ולאור התוצאות הקשות של ההשבתה הכלכלית שחוו השווקים בשנה החולפת.

❖ **היצע מוגבל** - מבטחים רבים הפסיקו להציע ביטוחי דירקטורים בשנה החולפת ויתכן כי מבטחים נוספים ייצאו מהשוק או יפחיתו קיבולת.

די עם הבולשיט

זה הזמן למקסם את הפעילות שלכם

בביטוח רכוש וחבויות



מסלולי המראה עם עו"ד ארז קדם
יועץ ביטוח מוביל והבעלים של האקדמיה הפרקטית לביטוח

סיוע נקודתי לבניית פוליסה

ליווי מול לקוח קיים או חדש לבניית חומה בצורה של תנאי ביטוח תחרותיים!

ליווי חצי שנתי

תכנית ליווי פרקטית שתעניק לך כלים להגדלת הערך ללקוחותיך.

קורס רכוש וחבויות דיגיטלי

סוכן/ת - שדרג את הידע המקצועי שלך ב-4 שעות מזקקות של תוכן פרקטי.
מספיק שתיקח טיפ קטן לסגירת עסקה ראויה ללקוח שלך, או בעצם תשאיר את המלאכה למתחרים....
במסגרת תוכנית פרגן למתחרה!

להקדים תרופה למכה

לשיפור תנאי הפוליסה של לקוחותיך ומניעת בעיות כיסוי לפני שהן מתעוררות



השתדרגו עכשיו ושלחו WhatsApp 054-6339870

"הקפצה הקפצה - אירוע סייבר!"

חברות רבות הפונות לרכוש פוליסת ביטוח, מבקשות להבין את ההתנהלות בפרוץ אירוע סייבר • הן גם נפגשות באופן יזום עם חברות המתמחות בניהול משברי סייבר ופונות למבטחים שיאשרו אותן במסגרת הפוליסה • התקשרות מוקדמת עם צוות ההתערבות לטיפול באירועי סייבר • חיונית לניהול יעיל של האירוע ואף יכולה להיות המפתח לפתורנו



עומר חרמון

להלן מספר דגשים שיש לקחת בחשבון לעניין התקשרות מוקדמת עם צוות התערבות:

התחייבות לזמן הגעה (SLA) - "שעות הזהב" הן השעות הראשונות והחשובות ביותר בפרוץ אירוע, בהן מכנסים את בכירי החברה עם הגורמים המקצועיים לתכלול את כל האינפורמציה הידועה ולהתחיל לבצע פעולות להחזרת השליטה. הסכם התקשרות מוקדם מאפשר הפעלה של צוות ההתערבות תוך שעות בודדות וליווי טלפוני מידי.

היכרות מוקדמת - צוות ההתערבות מלווה, מתרגל ומייצע באופן שוטף לאורך כל השנה. במסגרת זו הצוות לומד את איומי הייחוס, לומד את הנהלים והתהליכים, פוגש את בעלי התפקידים הבכירים, לומד את הנכסים ואף יכול לספק תובנות לשיפור הכשירות לאירועי קיצון. מכך נובע שבקורות אירוע מדלגים על שלב ההיכרות וחוסכים זמן יקר ערך בשעות האירוע הראשונות.

"מקומיות" - צוות התערבות מקומי, מוכשר ומיומן מאפשר חיבור בין הצוות ה"חיצוני" והארגון. המקומיות החולקת שפה, תרבות, היכרות רגולטורית ומשפטית מקומית ועוד, מקבלת משמעות גדולה בשעה שחלק ניכר מצוותי ההתערבות המסופקים על ידי מבטחים בחו"ל אינם בעלי נציגות ישראלית ולפיכך חסרים את מרכיבים אלו.

תרגולים והשתלמויות - צוות ההתערבות יכול, לפי סיכום, להגיע ולהשתתף גם בתרגולים השוטפים של אבטחת המידע ובכך לשפר את ה"אורגניות" עם הצוותים ומנהלי הארגון. צוות ההתערבות יכול גם להיות פעיל יותר ולהעניק מניסיונו בהשתלמויות ושיטפות ובהכשרת צוותי הארגון והנהלתו. בנוסף, צוותי ההתערבות יכולים להעניק לארגון תובנות מאירועים אותם ניהלו (תחת חיסיון כמובן). היבט זה מספק שכבת הגנה נוספת לחברה, כך שתהיה מעודכנת ותדע לבצע התאמות באבטחת המידע שלה.

היכרות מייצרת ביטחון - משברי סייבר עשויים לפגוע בקרביים הכי אינטימיים של הארגון. במקרה כזה קשה יותר להכניס יועץ חיצוני שייחנה מרמת הביטחון כדי לחשוף בפניו הכל. היכרות מוקדמת מאפשרת לייצר מערכת יחסית שהיא בלתי מדידה, אבל יכולה לתרום רבות לפתרון האירוע.

* הכותב הינו מנהל השותפויות האסטרטגיות והפיתוח העסקי בקריטיקל אימפקט - הגוף המוביל בישראל להתערבות באירועי סייבר. פועלת בשיתוף פעולה עם ועבור מבטחים ומבטחי משנה

לאירועי קיצון בצבא יש צופרים. אלו נועדו להפעיל רעש בלתי נסבל ברחבי הבסיס. האזעקה הזו נועדה להעביר מסר חד משמעי לכל יושבי הבסיס, אבל גם ובעיקר להפעיל את צוות ההתערבות. למשמע הצופרים הלוחם בצוות עובר ברגע אחד מ-0 ל-100. כלומר, ממצב שגרה למצב חירום - בו הוא ושאר צוות ההתערבות יודעים שעליהם להיות מוכנים תוך דקות אחדות, בדרך כלל פחות משלוש דקות, לעלות לוואן מסחרי ('סוואנה') / מסוק / כלי שיט ולצאת ליעד האירוע.

בעולם אירועי הסייבר, צוותי התערבות מגיעים לאירוע, על פי רוב, בשלושה ערוצים מרכזיים:

- 1 הערוץ הראשון** מתייחס לפנייה אד הוק באירוע מתפרץ - במסגרתה מתקבלת שיחת טלפון בהולה, לרוב מאישיות בכירה. שיחה עם הרבה מאוד לחץ, תיאור פרטים באופן לא מסודר, וממנה עולה כי מחשבי החברה הוצפנו ויש הודעת כופר עם אולטימטום. הבקשה ברורה - תגיעו מייד.
- 2 הערוץ השני** הוא הפעלת צוות ההתערבות של המבטח אשר בחלק ניכר מהמקרים זהות הצוות אינה ידועה ולא בשליטת הלקוח. בדומה לערוץ הראשון, ישנה סבירות גבוהה שההיכרות הראשונית תהיה רק בשולחן הערכת המצב הראשונה.
- 3 הערוץ השלישי** הוא התקשרות מוקדמת במסגרת מתן שירותים קבוע. במקרה זה, השיחה נראית אחרת לגמרי. המספר על צג הטלפון הינו מספר מוזהה, מוכר וידוע, הרי שנעשתה היכרות מוקדמת וישנה כשירות ומוכנות גבוהה של החברה הנתקפת. השיחה מסתכמת במשפט קצר: "חבר'ה, יש אירוע אמת, תגיעו...".

לאירועי כופרה אין תקן מוגדר לצוות התערבות ומנעד היכולות של צוותי ההתערבות בשוק גדול כמספר הצוותים. יש מקרים בהם צוות ההתערבות הוא "One Man Show", מומחה בודד או מספר מצומצם של מומחים, שאחראי רק על תחום אחד. לצד זאת ישנם צוותים מורכבים, המכילים קבוצה של יכולות המעניקות בעבודה המשותפת יותר מסך החלקים לבדם. לצורך הדוגמה, בתחום הכופרה ישנם צוותים הממוקדים להיבט הטכנולוגי ולצדם מומחים אחרים לתחום המו"מ/או המודיעין. לצדם קיימים צוותים המספקים מענה הוליסטי לאירועי הכולל: מנהל אירוע, מנהל מו"מ, פסיכולוג מבצעי (אבחון ואפיון המערכת היריבה), צוות טכנולוגי, יח"צ ועוד.

בשנים האחרונות ישנה מגמה גוברת להתעמק בנושא ביטוחי הסייבר ולא להסתפק רק בנושא הכיסוי הביטוחי. חברות רבות הפונות לרכוש פוליסת ביטוח, מבקשות להבין את ההתנהלות בפרוץ אירוע ולברר מול סוכני הביטוח גם את רשימת נותני השירותים השונים במסגרתה. יתרה מכך, הן גם נפגשות באופן יזום עם חברות המתמחות בניהול משברי סייבר ופונות למבטחים על מנת לאשר חברות אלה במסגרת הספקים המכוסים בפוליסה שרכשו.

ביטוח צ.מ.ה

ביטוח רכב

UNET
יונט פתרונות - סוכנות ביטוח כללי בע"מ

ביטוח עסקים

ביטוח קבלנים

ביטוח דירות

ביטוח משאיות

תתחברי לחוויה עסקית חיובית

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



שלמה איזיק
מנכ"ל ומייסד קבוצת יונט



אפי כהן
מנכ"ל יונט פתרונות

קבוצת
UNET

03-5336920



03-5638200



קבוצת יונט [f unet.co.il](https://www.unet.co.il)



משרד ראשי המלאכה 6, חולון 5881503



ביטוח סייבר - החוליה המקשרת שבין הדירקטוריון לבין חדר השרתים

רק 31% מהארגונים מאמנים את העובדים שלהם באופן שוטף להתמודד עם איום סייבר

- הפער הזה בהחלט יכול להיות משויך להיעדר מעורבות ופיקוח של הדירקטוריון
- דירקטוריון שיהיה ער לסיכון ויוביל את ההנהלה לתפקוד נכון, תוך פיקוח על הפעילות, וליווי ביטוחי הולם, יוכל לחסוך מעצמו את מפח הנפש של סיכון שהתממש ללא שום מנגנון שיפוי ויאפשר את הישרדותו כעסק חי, גם לאחר אירוע שכזה



עו"ד ריטה בעל-טכסא

הסנטימנט של המשקיעים? על יכולת גיוס ההון?

4 היבטי יחסי ציבור:

איך יגיבו הלקוחות? כיצד תנהל החברה את המשבר? איך זה ישפיע על המוניטין? האם תהיה השפעה על הזמנות קיימות (ביטולים)? וכיצד יושפע צפי ההזמנות בעתיד? מוכנות הארגון תלויה בהכנה נכונה, המורכבת משלושה פרמטרים:

- ✓ טכנולוגיות
- ✓ תהליכים
- ✓ אנשים

נזקי הסייבר הגיעו בשנת 2020 ל-2 טריליון דולר (מבוטחים ולא מבוטחים).

90% מהם מערבים חולשה אנושית

ב-92.4% נעשה שימוש במייל

ואף-על-פי-כן, רק 31% מהארגונים מאמנים את העובדים שלהם באופן שוטף להתמודד עם האיום.

הפער הזה בהחלט יכול להיות משויך להיעדר מעורבות ופיקוח של הדירקטוריון, אשר לא הנחה את ההנהלה לבצע הדרכת עובדים סדירה ושוטפת שמטרתה להעלות מודעות ולאמן את העובדים לזהות סיכונים ולפעול באופן מתודי, כאשר הם נתקלים באחד.

בנוסף, חשוב לבנות פרק ייעודי לסיכונים סייבר בתוך תכנית ה-BCP (Business continuity plan). מסמך זה משמש את העוסקים בפועל בהתמודדות עם אירוע בעת התרחשותו ומשמש ראייה לכך היא שהדירקטורים פעלו כדירקטורים סבירים ונקטו מבעוד מועד בצעדים הנדרשים בכדי למנוע ו/או למזער את סיכון הכרוך באירוע מסוג זה. זהו 'הנמל הבטוח' (Safe harbor) עליו יוכלו להסתמך להגנתם, במקרה והתרחיש הגרוע ביותר יצא לפועל וגם תוגש בגינו תביעת רשלנות כנגדם.

חשוב להבין שלא כל הסיכונים הנובעים מסייבר מקבלים כיום מענה של כיסוי ביטוחי. לענף הביטוח יש עוד דרך משמעותית לעשות בענף הסייבר, בכדי להביא לכיסוי אופטימלי של נזקים שאין להם פתרון הולם: נזקים פיזיים, אבדן רווחים שינוי, נזקי מוניטין, ופיצויים מוסכמים.

אבל לזכותו של ענף הביטוח יש לומר, שגם הוא דינמי ומתפתח במהירות על מנת להקנות פתרונות לאתגרים החדשים שצצים לנו חדשות לבקרים.

מספר הארגונים שרוכשים פוליסות המכסות סיכונים סייבר גדל כל העת ושואף ל-40%. שנת 2020 הייתה לשנת שיא ברכישת ביטוח סייבר ברחבי העולם, והענף יגדל ביותר מ-20% משנה לשנה ועל פי התחזיות שנערכו עד לשנת 2025.

דירקטוריון שיהיה ער לסיכון ויוביל את ההנהלה לתפקוד נכון, תוך פיקוח על הפעילות, וליווי ביטוחי הולם, יוכל לחסוך מעצמו את מפח הנפש של סיכון שהתממש ללא שום מנגנון שיפוי ויאפשר את הישרדותו כעסק חי, גם לאחר אירוע שכזה.

* הכותבת הינה עו"ד ומגשרת, מומחית בביטוחי דירקטורים וסייבר

במסגרת הדואליות של חיי הדירקטוריון, הוא אחראי על שתי האונות של הארגון: **מצד אחד - החלק יצירתי:** אסטרטגיה, חדשנות, הובלה והכוונה של פעילות החברה לעתיד, בדומה לאונה הימנית, האמנותית ומלאת הדמיון של המוח האנושי.

מצד שני - החלק האנליטי: בקרה ופיקוח על מה שהחברה מבצעת ו/או צריכה לבצע בהתאם להתוויות שהן פועל יוצא של הפעילות הראשונה. פעילות זו דומה לאונה השמאלית, המחושבת והמבוססת על ההיגיון של המוח האנושי.

עולם הסייבר נוגע בשתי האונות. מחד, רמת היצירתיות הקיימת בעולם זה עולה על כל דמיון. כל אירוע חושף אותנו לעוד דרך יצירתית שבה ניתן לפעול בעולם זה. תחת הנחה זו, יש להוביל את הארגון לנצל את כל האפשרויות הגלומות בפעילות בענף הסייבר וגם להתגונן באופן יצירתי מפני הסיכונים שהוא מקים. מאידך, הצורך לפקח על הפעילות ולבקר את האופן שבו פועלים מנהלים בארגונים אינם יכולים להתעלם מכך שעולם הסייבר מהווה לצד ההזדמנות, גם איום הולך וגובר, אשר תופס נפח גדול יותר ויותר מפעילות הארגון.

הסיכון הגובר הוא הסיכון לכישלון מערכתי שאינו תוצאה של סיכון פיזי ידוע, כגון שריפות, רעידות אדמה, אסונות טבע, שיטפונות וכו'. הכשל המערכתי יכול להתרחש בכוונה על ידי האקרים או כתוצאה מטעות אנושית. הקושי בזיהוי מקור הכישלון הוא הסיבה שמגזר הביטוח מתייחס אליו כאל "סיכון לכשל במערכות" שאינו מצריך הוכחה ל"מתקפת סייבר זדונית".

הכיסויים הביטוחיים הסטנדרטיים אינם נותנים מענה לסיכון זה, מכיוון שהוא אינו חלק מרשימת הסיכונים בפוליסת הרכוש ואינו כלול בהגדרת מקרה הביטוח בביטוח אחריות. ואכן, קיימת מגמה ברורה בקרב מבטחים ברחבי העולם להוסיף אי הכללה ספציפית לאירועי סייבר בפוליסות רכוש ואחריות מסורתיות.

אז מה מצופה ממנהל סביר לעשות על מנת לעמוד בסטנדרטים הנדרשים בתהליך ניהול הסיכונים התקין של הארגון?

חובתו של המנהל היא לבחון את מפת הסיכונים של הארגון, להקים גוף פנימי שמנהל תהליך סיעור מוחות מקצועי. גופים רבים בוחרים לערב בתהליך מומחה חיצוני, שבוחן מספר גדול של תרחישי כשלים אפשריים במערכת כדי להעריך כיצד הם ישפיעו על הארגון במספר היבטים:

1 ההיבט המשפטי:

מצד אחד, אילו דרישות רגולטוריות מחייבות היערכות מוקדמת, לפני יום האירוע, וכיצד בדיוק על הארגון להיערך?

מצד שני, אילו דרישות רגולטוריות מחייבות את הארגון מרגע גילוי הנזק, כולל דיווח לבורסה, לרשויות האבטחה ולאנשים שעלולים להיפגע (תלוי בתקנות מקומיות שונות בכל מדינה)?

2 היבט עסקי:

אילו נזקים (סוג הנזק וגם כמותו) עלולים להיגרם לארגון כתוצאה מכשל מוחלט של המערכת עד להשבתו (כגון אובדן רווחים)?

3 היבט פיננסי:

איך ישפיע אירוע הסייבר על מאזן החברה, על התקציב שלה, על מחיר המניה שלה, על

WIN BACK CONTROL Ransomware

צוות ההתערבות שלך לניהול האירוע



ניהול מו"מ
אל מול מערכת יריבה



מענה כולל
לממשק מבטח מבוטח



מעטפת מלווה
להנהלת החברה

**CRITICAL
IMPACT**

קריטיקל אימפקט - מחזירים את השליטה לארגון

in | www.crt-imp.com | 072-337-7777 | office@crt-imp.com

דרוש חוזה חדש בין צלעות המשולש הקדוש

חיבור נכון בין חברות הביטוח, הסוכנים והלקוחות יאפשר לענף הביטוח להיות כמו שהוא צריך להיות: רלוונטי, מקצועי, אמין ומשרת את הלקוחות • בשילוב הטכנולוגיה יהיה אפשר להתקדם לענף ביטוח משוכלל, מבוסס דאטה ופרסונליזציה • ומה משקלה של הצלע הנסתרת: הרגולציה?



ירדן פלד

🔍 **מכונת היברידית.** אלו החברות שהבינו שצריך לשלב בין הבניין (הסוכנים) לבין החשמלי (הישיר) ולכן הן מספקות גם פלטפורמות דיגיטליות ישירות וגם משמרות את המערכים לטובת הסוכנים.

🔍 **מכונת חשמלית.** אלו החברות הישירות אשר משקיעות משאבים רבים במערכות ובפלטפורמות ישירות כדי למכור ישירות לצרכנים. בגישה זו, מן הסתם, יש יתרונות לא מעטים - חיסכון בעלויות, הלקוח הוא של החברה, אפשר לתקשר אתו באופן שקוף ומהיר. אך יש גם לא מעט סיכונים: מוצרים מוגבלים, תחרות גדולה, חוסר נאמנות של הלקוחות.

בשנים הבאות אנו נהיה עדים לתזוזות בגישה של חברות הביטוח ובניסיונות להיות יותר היברידיים, כאשר סוכני הביטוח יהיו גורם משמעותי בהחלטות שלהן באיזה רכב לנהוג בשנים הבאות. דבר אחד בטוח - לא ניתן לעצור את הטכנולוגיה ואת החדשנות ולכן נבדוק מה קורה בשתי הצלעות הבאות במשולש.

🔍 **הצרכנים.** זו הצלע החשובה מכולן ברוב התחומים, כי בסופו של דבר היא זו שמוציאה את הכסף, אבל פחות בענף הביטוח. נהוג לחשוב שהלקוח מתוחכם, יודע להשוות ולבחור במוצר הנכון והמתאים עבורו. לא נכון! כל מי שקרא את הספר "לא רציונלי ולא במקרה" של פרופ' דן אריאלי מבין את המשמעות, ובביטוח זה מקבל משנה תוקף גדול יותר. הלקוחות מתקשים להבדיל בין החברות (עם יד על הלב, מישהו מכס יודע לומר מה ההבדל בין כל חברות הביטוח?), מתקשים להבדיל בין המוצרים ולהשוות ביניהם, ולכן ברוב המקרים הם זקוקים לאיש מקצוע שיסייע ויסיביר להם. השאלה היא האם הטכנולוגיה תצליח לגשר על הפער הזה עבור הלקוחות? בחלק מהמקרים כן, יותר בתחום השירות וביצוע פעולות, ופחות בתחום הרכישה של מוצרים מורכבים.

🔍 **סוכני הביטוח.** החלק האחרון והחשוב במשוואה, אשר מהווה הן את הזרוע המכירתית והן את הזרוע המקצועית והשירותית שמחברת בין שתי הצלעות האחרות - אך בשנים האחרונות מעמדו של סוכן הביטוח נשחק: הרגולציה

לקראת כנס ביטוח אלמנטר ה-15 של עדיף תקשורת, ראייתי מספר שחקני מפתח בענף הכוללים נציגי חברת ביטוח, נציגי לשכת סוכני הביטוח ויועצי טכנולוגיה. אחת המסקנות שעלו משיחות אלה היא שאין ספק שהקורונה ואיתה האצת הטכנולוגיה והחדשנות משנות וישנו את פני השוק. מדוע דווקא בתחום האלמנטרי האפור מתחוללים שינויים אלו? מדוע במוצרים שהם הפורטה של סוכני הביטוח אנו עדים לסדקים בפעילות שלהם למול הלקוחות? מה הגורם העיקרי לשינויים אלו? השינוי באופי הלקוחות, הטכנולוגיה או הסוכנים עצמם? במאמר זה אנתח את כל המרכיבים המאפיינים את הענף, אשר עד היום היה יציב וברור בקשר שבו חברות הביטוח מתגמלות ומשפות את הסוכנים למול הצרכנים, מה התהליכים שמושפעים ומשתנים למול עינינו וכיצד הם משפיעים על המשולש של הענף?

1 חברות הביטוח. אין ספק שאת השינוי הגדול ביותר עוברות חברות הביטוח. השינויים יכולים להיות מהיבטים של רגולציה, טכנולוגיה ומשינוי אופי הקשר עם הלקוחות. חברות הביטוח משקיעות בשנים האחרונות מאות מיליוני שקלים בטכנולוגיה ובחדשנות.

המטרה הראשונה הינה להדביק את הפער מענפים אחרים ומהעולם הטכנולוגי, שמוזן כבר עבר לנייד ולמכירה on demand ולשירות מהיר וקל. אבל מצד אחד, מה שווה הטכנולוגיה אם היא לא משפיעה על הלקוחות והלקוחות לא מזהים את ההשקעה ואת השינויים? ומצד שני, כיצד אנו מבצעים את השינויים מבלי להרגיז את הצלע העיקרית שמוכרת עבורנו, שמביאה את הלקוחות אלינו? פרדוקס זה מלווה את חברות הביטוח כבר שנים ואנו עדים לתזוזות בתחום זה, כאשר החברות מתחלקות לשלוש קטגוריות, די דומה לסוגי הרכב שהן מבטחות:

🔍 **מכונת הנוסעת על בניין.** אלו החברות שעובדות רק עם סוכני ביטוח. למרות העלויות, האתגרים וההשפעה על הסביבה, הן מאמינות שהסוכנים הם בעלי היכולת הבלעדית להביא את הלקוחות והן שומרות להם נאמנות.

להיתפס כחדשניות למול הלקוחות, מעמידות פתרונות טכנולוגיים מתקדמים בגזרה זו אשר במקרים מסוימים מייטרת את הסוכן. אנו כבר עדים לאפליקציות לדיווח על תאונה, תשלומים בארנקים דיגיטליים בתוך שעות ממקרה הביטוח ומתקשורת ישירה של החברות למול הלקוחות באירוע תביעה. על הסוכנים לחשוב ביחד עם החברות כיצד צלע זו משמרת את היכולות של הסוכן ומאפשרת לו להיות נוכח באירועי התביעה.

3 חידוש. מוצרי ביטוח כללי מתחדשים כל שנה ועל הלקוח להסכים לחידוש הן מהבחינה הכספית והן מהבחינה החיתומית. לכן זהו צומת חשוב עבור הסוכן. חידוש מצביע על נאמנות הלקוח, המשאבים יחסית קטנים ולכן הרווח הוא קריטי. לכן גם בצלע זו על הסוכנים להיות יצירתיים, לאמץ טכנולוגיות מתקדמות ולהתעקש מול חברות הביטוח שהטכנולוגיות יהיו מיועדות עבורם ויאפשרו להם לבצע את החידוש באופן אוטומטי, מהיר ופשוט.

מהיכרותי את הנעשה בחברות הביטוח, הן אכן מעמידות כלים רבים לטובת הסוכנים ומאפשרות להם להשתלב בכל אחד מהתהליכים המתוארים, אך אלו עדיין כלים וצריך לדעת להשתמש בהם בחוכמה. סוכנים שידעו לשלב בין כל הכלים לבין כל האפשרויות, יוכלו להגדיל את היכולות של העסק שלהם. סוכן שישקיע במכירה אך לא בתביעה, לא יראה חידושים לאורך זמן. סוכן שישקיע בתביעה אך לא במכירה, לא יגדיל את מעגל הלקוחות שלו.

הגיע הזמן שהצלעות שמרכיבות את המשולש "הקדוש" של הביטוח יחתמו ביניהן על חוזה חדש כדי שענף הביטוח יהיה כמו שהוא צריך להיות: רלוונטי, מקצועי, אמין ומשרת את הלקוחות שרוכשים ביטוח במיטב כספם. רק בחיבור בין כל הצלעות ובשילוב טכנולוגיה יהיה אפשר להתקדם לענף ביטוח משוכלל, מבוסס דאטה ופרסונליזציה כמו שאנו חווים בשנים האחרונות כמעט בכל התחומים האחרים בחיינו, וזה כמובן בהינתן שהצלע הנסגרת, הרגולציה, לא תשנה את הכללים.

* הכותב הינו יזם ומומחה בתחום הטכנולוגיה והחדשנות בעולם הביטוח; בעלים - אריסטו - נגיעות זהב דיגיטליות

מתעמרת בו, התחרות מעיקה עליו ולכן השאלה היא האם הטכנולוגיה תשבור אותו? כנראה שעדיין מוקדם להספיד את הסוכנים, אך אין ספק שעליהם לעשות חשיבה מחודשת ולנסות להדביק את הפערים שצינתי לעיל ובמיוחד בגזרת הלקוחות. במאמרים הקודמים שלי הסברתי במה הסוכנים צריכים להתרכז ועל החובה שלהם להשקיע (השקעה זו לא מילת גנאי, זו הדרך היחידה להתקדם ולהגדיל מכירות) בטכנולוגיה ובקשר עם הלקוחות. רק הסוכנים שיאמצו את הטכנולוגיה, ישקיעו בחשיבה לגבי המוצרים הנכונים למכירה דיגיטלית ואילו נכונים למכירה פרונטלית וישקיעו בקשר המתמשך עם הלקוחות, יצליחו לשרוד. אלו שלא, "יאצו" להעביר את הלקוחות למכוניות החשמליות...

המשולש הנוסף

בתוך המשולש ה"קדוש" מתנהל במקביל מעין משולש נוסף במסע של הלקוח בביטוח, שמשפיע על הענף בכלל ועל תחום האלמנטר בפרט, בו להבדיל מחיסכון ארוך טווח, הקשר מתחדש מדי שנה:

1 מכירה. נהוג לחשוב שזהו החלק החשוב ביותר במשולש ובמיוחד בקרב סוכני הביטוח. לכן הסוכנים משקיעים את עיקר המשאבים בשכנוע, בלימוד טכניקות ובאימוץ טכנולוגיות שמסייעות בהגעה ללקוחות חדשים. אין ספק שזהו חלק קריטי, בלעדיו אין זכות קיום לסוכן הביטוח, אך האם הסוכנים מודדים את האפקטיביות בצלע זו לעומת שאר הצלעות? האם ההשקעה לא באה על חשבון השירות ושמירת הלקוחות הקיימים? האם הסוכן בודק באופן שוטף מה הרצונות של הלקוחות שלו וכיצד הם היו רוצים לבצע את הרכישה ובאילו מוצרים? מה חשוב להם בקשר עם הסוכן? כמה סוכנים בדקו והציעו בתקופת הקורונה ללקוחותיהם שמשמשים פחות ברכב להקפיא או להזיל את עלויות ביטוח הרכב?

2 תביעות. זו הצלע שבה בעצם נבחנת מידת המקצועיות והשירותיות של הסוכן למול הלקוח. אך השינויים שצינתי בקשר לחברות הביטוח מתחילים להשפיע עליו גם בתחום חשוב זה. חברות הביטוח, במטרה להקל על הלקוחות ובמטרה

איך מצטרפים?

שולחים הודעת וואטסאפ
למספר 03-9076010
*יש לשמור קודם באנשי הקשר

או לוחצים כאן <

עדיף
מוסיפים לך ערך

קליק וזה עובר

מצטרפים לעדיף ב-WhatsApp

ומקבלים מידע מקצועי ועדכונים חשובים, ללא עלות!
העדכונים יסייעו לכם לעבור את משבר הקורונה עם הרבה יותר הנאה וערך

שוק הביטוח הישראלי צמא לתחרות



מאז שנת 2000 הוקמו בישראל מעט חברות ביטוח חדשות ולא נרשמה אף כניסה של חברת ביטוח זרה • בכך נמנע לחץ תחרותי על החברות הקיימות ונמנעה כניסת טכנולוגיות ורעיונות חדשים לישראל • אריה אברמוביץ מציג את הרעיונות להגברת התחרות בשוק הביטוח לטובת כלל ציבור המבוטחים



אריה אברמוביץ

ב לאפשר לסוכן הביטוח העצמאי לבטח את ציבור לקוחותיו בחברות ביטוח בארצות החברות ב-OECD (ושאשרו על ידי רשות שוק ההון) כפי שקיים בכל הארצות הקשורות ל-OECD.

סוכן הביטוח העצמאי בישראל יוכל לבטח את המבוטח שלו במדינה אחרת (בלגיה לדוגמה) ובחברת ביטוח הקיימת באותה מדינה (ומאשרת על ידי רשות שוק ההון בישראל), בדיוק כפי שסוכן ביטוח מבלגיה יכול לבטח מבוטח שלו במדינה אחרת, לדוגמה בצרפת. מהלך כזה יגביר את התחרות ויפתח את השוק לביטוחים וכיסויים שהחברות בארץ לא מוכנות לבטח.

ג לעודד, ליזום ולהקל על חברות הביטוח לפתח מוצרי ביטוח חדשים שיענו על הצרכים המשתנים, ההתפתחויות המדעיות והטכנולוגיות, ועל מגמות ההתאמה לפרט. רצוי לפתח ולשווק מוצרי מניעה להקטנת הסיכונים שלהם חשופים המבוטח ובני משפחתו ואשר יביאו להפחתת תביעות הביטוח ולשיפור ביטחונם של המבוטח (לדוגמה: סוגי בדיקות למבוטח בבריאות שיתריעו על מחלות ו/או מוות. כמו גם חבילות מיגון לרכב ולבית שימנעו נזקים ותאונות דרכים).

ד טיפוח מעמדו של סוכן הביטוח כערוץ פיננסי מרכזי המתחרה בנקים. על רשות שוק ההון לאפשר לסוכן לשווק מוצרים פיננסיים שאינם נכללים ברישיונו כיום, כגון: מוצרי אשראי, משכנתאות, קרנות נאמנות ועוד. כמובן שעל הסוכן לרכוש ידע בתחומים אלה ולעמוד בדרישות הרגולטוריות הנדרשות.

ביצוע רעיונות אלו יגבירו ללא ספק את התחרות בשוק הביטוח לטובת כלל ציבור המבוטחים.

* הכותב הינו נשיא לשכת סוכני הביטוח לשעבר

בתקופה האחרונה אנו עדים לפעילות חסרת תקדים של רשות שוק ההון בנושא פתיחת התחרות בענפי הביטוח השונים באמצעות הכנסת שחקנים נוספים כגון: חברות האשראי מקס וישראלכרט מצד אחד ומתן אפשרות לבנקים לשווק קופות חיסכון מצד שני.

אומר כבר מההתחלה, שוק הביטוח סובל מריכוזיות יתר ואני תומך בפתיחת הענף לתחרות. מספר חברות הביטוח בישראל הצטמצם דרמטית במהלך השנים. בעוד שבעבר פעלו כ-30 חברות בישראל, כיום נותרו רק כ-15 חברות, אשר ברוב המקרים רכשו את שאר החברות. למעשה, 4 קבוצות ביטוח גדולות שולטות ב-80% מהשוק.

מאז שנת 2000 הוקמו בישראל מעט חברות ביטוח חדשות בכלל, ולא נרשמה אף כניסה של חברת ביטוח זרה. בכך נמנע לחץ תחרותי על החברות הקיימות ונמנעה כניסת טכנולוגיות ורעיונות חדשים לישראל.

בזמן האחרון חל צמצום נוסף בגופים המוסדיים: בית ההשקעות הלמן-אלדובי נרכש על ידי הפניקס ובית ההשקעות פסגות נרכש על ידי אלטשולר שחם.

על מנת לייצר תחרות אמיתית בענף, רשות שוק ההון והעומד בראשה צריכים לפעול במישורים הבאים:

נ ליזום ולעודד את כניסתן של חברות ביטוח חדשות ובעיקר זרות לשוק. החוק כיום אינו מאפשר לחברת ביטוח זרה לפעול בישראל ועליה להקים לשם כך סניף מקומי. חברות זרות גם ממעטות להתעניין ברכישת חברות ישראליות מכיוון שהן נתקלות במחסומים רגולטוריים והעדר תכנית אסטרטגית של רשות שוק ההון. כניסתן של חברות זרות וכניסת בעלים זרים לחברות קיימות יביאו את שוק ההון לעידן חדש.

עידוד חברות הביטוח הזרות להיכנס לישראל יתאפשר באמצעות הפחתת הרגולציה המרתיעה את המשקיעים הזרים, הצגת תכנית אסטרטגית שתפחית את חששות המשקיעים ותיצור ביטחון ויציבות. כמו כן, יש לתת עדיפות לחברות וירטואליות הפועלות באמצעים דיגיטליים מבלי שיצטרכו להקים סניפים הפועלים ברישיון מקומי. לשם כך, רשות שוק ההון צריכה לקבוע כללים שקופים ולא מכבידים אשר יאפשרו לחברות אלה כניסה קלה ונוחה לשוק המקומי.

סוכן ביטוח ב"סמבטיון" הביטוח האלמנטרי

הדרישות הרגולטוריות, גורם התחרות, כניסת מבטחים ישירים חדשים למגרש המשחקים, חברות מסורתיות שפתחו פעילות ישירה ומגה סוכנויות שנהנות מתנאי חיתום ומחיר מועדפים - כל אלו העמידו ומעמידים סימני שאלה קיומיים לסוכן הקטן והבינוני • סוכנים אלו מתמודדים עם זרמי הסמבטיון העזים • כיצד עליהם להתמודד עם הנחשולים?



רם אמית

תחום ביטוח הפרט רכב, דירה, תאונות אישיות וביטוח בריאות עובר תהליך של אבולוציה בשני מוקדים מרכזיים. האחד - רגולציה זוחלת ביוזמת רשות שוק ההון, ביטוח וחיסכון, והשני - בדרכי שיווק המוצרים בהנהגת חברות הביטוח.

מטבע הדברים שינויים מייצרים חרדות, התנגדות וניסיונות בלימת השינויים, וזאת מחשש שמא בשינוי נגרם נזק כלכלי למשווק וכן הקושי שבהסתגלות למצב חדש ובלתי מוכר. יחד עם זאת, תמיד הייתה ותהא קיימת קבוצה שרואה בשינוי פתח לפריצת דרך, ניצול הזדמנויות ומקום להרחבת תשתית עסקית.

מבלי להיכנס לפרטי התקנות והחוזרים שנורו על ידי המפקחים לדורותיהם, היצרנים נאלצו להקים יחידות רגולציה עתירות כוח אדם שתפקידן ליישם את התקנות והחוזרים בפעילות השוטפת שלהם. ברור שכתוצאה מכך עלתה העלות השוטפת בכוח אדם בצורה ניכרת. יחידות הרגולציה חדרו לכל שטחי הפעילות של היצרנים, הן לתפעול השוטף לרבות מיוון והן לגבי המשווקים והפיקוח עליהם.

סוכני הביטוח, שלהם הוקדש פרק נכבד על ידי הרגולטור, חויבו להשקיע סכומי כסף משמעותיים בתחום היערכות משרדם והתאמתו לרגולציה הבלתי פוסקת. מדובר על אימוץ תוכנות וטכנולוגיית תפעול חדשה, העשרת הידע של צוותי המשרד וכמובן תקשורת תדירה יותר עם לקוחות.

התאמת פעילות משרד הסוכן לדרישות הרגולטור הקטינה משמעותית את רווחיות משרד הסוכן. אם לתמהיל הסערה הזאת נכניס את גורם התחרות, כניסת מבטחים ישירים חדשים למגרש המשחקים, חברות מסורתיות שפתחו פעילות ישירה ומגה סוכנויות שנהנות מתנאי חיתום ומחיר מועדפים - כל אלו העמידו ומעמידים סימני שאלה קיומיים לסוכן הקטן והבינוני. אכן, סוכנים אלו מתמודדים עם זרמי הסמבטיון העזים.

האני מאמין שלי הוא ראשית, שיש מקום חשוב ביותר לסוכן הביטוח ואין סיבה שסוכני הביטוח הקטנים והבינוניים ישירו את "שירת הברבור". הציבור הגדול יותר מעדיף קשר אנושי אישי עם איש הביניים על פני קשר עם מערכות טכנולוגיות. נכון, קיים ציבור המעדיף אנונימיות שמספק הביטוח הישיר. אני מניח שבדרך כלל מדובר בקהל צעיר יותר, נגיש מאוד למערכות מחשב ומאמין ללא סיבה ששם המשחק הוא מחיר. קהל זה כלל לא מודע לעובדה שסוכן ביטוח בבואו להגיש הצעת מחיר ללקוח - עומדים לרשותו כלים לאיתור המחיר הטוב ביותר ללקוח. באשר לשירות, הביטוח הישיר פועל על פי הספר, בעוד שסוכן הביטוח, בעל הידע, פועל בהתאם לאינטרס הלקוח.

ובכל אופן, כיצד יתמודד הסוכן הקטן והבינוני עם נחשולי הסמבטיון?

לשאלה זו מספר תשובות, אולם יש מספר בירורים מקדימים:

- 1 גיל הסוכן.
- 2 ותק הסוכן.

3 היקף העמלות השנתיות.

4 איכות לקוחות הסוכן - מחזור פרמיה שנתית ללקוח.

5 שיעור הישרדות התיק במעבר בין שנות הביטוח.

6 גיל ממוצע של הלקוחות בביטוח הפרט.

מניתוח הפרמטרים האלו (ויש עוד) ניתן לתת פתרונות מעשיים להמשך דרך:

1 סוכן מבוגר, בעל ותק רב שנים וגיל ממוצע גבוה של לקוחות, עם מחזור עמלות נמוך - מלמד על תיק עמלות הולך ופוחת. אין ספק שמצבו לא מזהיר. יתכן שהפתרון עבורו הוא להצטרף פיזית למשרד פעיל וכך יחסוך עלויות טכנולוגיה, רגולציה ותקורה אחרת, ויתמקד בשימור התיק הקיים.

2 מנגד, סוכן צעיר ללא ותק, עם מספר לקוחות קטן, כשגיל לקוחותיו הוא חמש שנים מעל או מתחת לגילו. הוא זקוק לזמן שיווק ומכירות ולכן ללא ספק, בעיניי הדרך להתפתח היא פעילות דרך סוכן או סוכנות גדולה שתספק לו תנאי חיתום, תעריף, בקרה רגולטיבית ותשתית טכנולוגית - וכל זאת תמורת הפחתת עמלות. זה בדיוק המצב שבו הוא יוכל להקדיש את מלוא זמנו לפיתוח תיק הביטוח שלו. עם הזמן הוא יוכל לפרוש כנפיים ולבסס עצמו במשרד משלו.

3 כובד המשקל הוא בסוכנים בעלי משרדים בינוניים, שם שחיקת ההכנסה הגדולה ביותר. ולהם מספר אפשרויות:

1 לחבור לסוכן אחד או יותר במגמה להפחית עלויות, להתמודד קל יותר עם רכישת טכנולוגיות למשרד סוכן, איחוד כוחות בכוח אדם. גישה זו מעוררת לא מעט נוגדנים וחששות בקרב סוכנים מנימוקים שונים, חסרי ערך וביסוס. מאידך, משרד המשותף לסוכנים לעוסקים בתחומי ביטוח שונים, מאפשר סינרגיה ושיתופי פעולה מצוינים.

2 שתי אפשרויות נוספות הן, האחת - מכירת תיק הביטוח ויצאה מתחום העיסוק, והשנייה - מכירת התיק והישארות כשכיר של משרד הסוכן או הסוכנות, כשמרכז הכובד הוא שימור התיק הקיים והמשך שימוש במוניטין של הסוכן מול לקוחותיו.

אין ספק שהתקופה הנוכחית מאתגרת ומעלה שאלות רבות הנוגעות לעתידו של סוכן הביטוח, אולם יש בה גם אופק חיובי. מגוון מוצרים חדש, כניסה מסיבית של סוכנים לעולם חיסכון לטווח ארוך, גיוון פעילות משרד הסוכן, והעיקר התמודדות ממשית על יתרונות הסוכן ולא על חסרונות המתחרה.

אסכם ואומר, שהתמודדות עם זרמי המים של הסמבטיון יש בה גם לא מעט יתרונות ותועלות. מה שחשוב הוא לא להתעלם מנתוני הגיל, הגודל והוותק. ככל שהזמן חולף, יתרונות יש בהם להפוך לחסרונות ולהיפך.

* הכותב הינו C.F.P מתכנן פיננסי מורשה ויועץ ביטוח בריאות סיעוד ואובדן כושר עבודה

השלכות קשות בנוגע לחידוש ביטוח בצורה אוטומטית

מומלץ בחום לא לחדש אוטומטית את הביטוח העסקי, שכן הרבה לקוחות במרוצת השנים, לא כל שכן בתקופת הקורונה, החליפו והוסיפו פעילויות, שינו והוסיפו מקומות, שיפצו, הסירו גלאי עשן, השכירו את הנכס לשוכרי משנה עם פעילות שונה ועוד

- כך תימנעו מאי נעימות עקב תביעה שלא הייתה משולמת ובצדק



עו"ד ארז קדם

הרשימה, דבר אשר מצריך ערנות כבר בשלב קבלת ההצעה בבחינת החריגים בפוליסה ולוודא שאין חריג ספציפי לפעילות המבוטח שלכם. ככל שהתווסף חריג כזה או אחר, יש לטפל בחריג באופן של הסרתו או התאמתו בצורה כזו או אחרת אל מול המבטח.

לאחרונה טיפלתי באישור ביטוח של מדריך אופני הרים. בזמן שדרשתי מהמדריך אישור ביטוח לכיסוי פעילותו עבור לקוח משרדנו, הבחנתי כי תנאי הכיסוי שלו אינם מתאימים לפעילותו. מפנייה שערכנו לסוכן הביטוח מסתבר, כי אכן הפוליסה מחריגה פעילות מסוג זה. המבוטח נאלץ לפנות לסוכן ביטוח אחר שהגיש לו הצעה לאחר שערך התאמות בפוליסה לפעילות מדריך האופניים, על ידי הגדרת עיסוק נכון והסרת החריגים הרלוונטיים.

למבוטח, מדריך האופניים, הייתה פוליסה לחבות צד ג' ואחריות מקצועית למדריך אופני כושר. הפוליסה כללה חריג לרכיבה על אופני הרים ולרכיבה של אופניים בקבוצות, אלא אם הדבר רשום במפורש בעיסוק המבוטח. סוכן הביטוח דאג לטפל בחריגי הפוליסה ורשם מפורשות בעיסוק המבוטח, שזה כולל רכישת אופני הרים ורכיבה קבוצתית. הערנות חסכה אי נעימות עקב תביעה שלא הייתה משולמת ובצדק.

פועל יוצא מכל האמור לעיל, הוא להיות ערניים בעת חידוש הפוליסה בכל עיסוק ותחום, על ידי ריאיון הלקוח כאילו העסק חדש, מילוי טפסי הצעה בצורה נאותה, להגיש ללקוח הצעות לכיסויים נוספים כמו סייבר, נאמנות עובדים, ולטפל בפוליסות הביטוח על ידי התאמת מערך הביטוח לפעילות הנכונה של הלקוחות. להימנע מחידוש אוטומטי ולשים לב לחריגי הפוליסה.

בברכת הצלחה.

* הכותב הינו יועץ ביטוח מוביל והבעלים של האקדמיה הפרקטית לביטוח

מה יותר נוח מאשר להתקשר ללקוח, להחליף איתו מספר מילים, לחדש את הפוליסה ולהתקדם. פה יתרחש האסון!

אני מזכיר לכם שהכל מתחיל בדיוק שמו של המבוטח וממשיך בסוג הפעילות של הלקוח המבוטח. יש לשים לב האם הלקוח שינה או הרחיב או צמצם את פעילותו או סגר את העסק ולעדכן את הפוליסה. בעקבות משבר הקורונה הרבה מאוד עסקים שינו את פעילותם. חובה לתת על כך את הדעת, שכן ככל שהעסק התרחב/הצטמצם והסיכון השתנה, המבטח חייבת לדעת על כך ולהעניק כיסוי ביטוחי הולם. לדוגמה, מסגריה שעבדה עבור השוק העסקי בביצוע קונסטרוקציות גדולות, הוסיפה פעילות לשוק הפרטי, בבניית שולחנות וכסאות ישיבה, התקנות מחוץ לעסק, תיקונים וכיוצ"ב. פרט לעובדה שיש לתת על כך את הדעת בהרחבת ביטוח צד שלישי להתקנות חוץ בבתים, יש גם לתת את הדעת בביטוח חבות מוצר ולעדכן פעילות ומחזור בהתאם. זאת ועוד, המסגריה החלה גם בתכנון מוצרים לשוק הפרטי, דבר אשר מצריך בדיקה לכיסוי נאות בביטוח אחריות מקצועית שלא היה קודם לכן.

לאחר שבדקתם את שם המבוטח ופעילותו, יש לפנות ולוודא את כתובת המבוטח, שיתכן שעבר מקום עקב צמצום או הרחבת הפעילות, שכר מקום נוסף וכיוצ"ב. כתובת המבוטח היא דבר קרדינלי, שכן המון לקוחות שינוי מקום עקב משבר הקורונה, בכך ששכרו משרדים אצל אחרים ומחסנים במקומות שונים - ויש לתת על כך את הדעת.

בעקבות משבר הקורונה כל המבטחות הוסיפו פוליסות חריג קורונה ונגיפים באישור הפיקוח על הביטוח. יש לעדכן על כך את המבוטח ולהסביר את המשמעות שלכל הדבקה בנגיף אין כיסוי. הבשורה "הטובה" היא שנטל ההוכחה רובץ על המבטחות.

עקב שינוי מדיניות אצל המבטחות נוספו חריגים לתנאי הפוליסה, בין בפוליסה עצמה, בין בדפי

חדש

סוק ביטוח מהיום רישיון אלמנטארי בקלות ובמהירות

קורסים דיגיטלים

אתה קובע את השעות ואת קצב הלמידה
חומרי לימוד מותאמים למבחן



גמר תאונות



גמר רכוש

adif-college.co.il | katrin@adif-college.co.il | 073-7966655

מכללת עדיף
כלים להצלחה

כיצד מושפעת כיום ותושפע בעתיד עבודת הסוכנים מכישורי הלקוחות

יובל ארנון בודק את התנהלות הסוכנים מול הלקוחות ולהיפך, לאיזה סוג של אנשים יש יותר פוטנציאל לוותר על סוכן הביטוח ולאיזה פחות והאם זה קשור למורכבות המוצר או לא



יובל ארנון

דרך אגב, כיום מאפשרת כל חברה לכל מבטוח לטפל ישירות דרך האזור האישי שלו בכל תביעה, שינוי ובקשה, וגם ברכישת מוצר ביטוחי - ולמרות זאת, עדיין רוב הציבור כאשר הוא נזקק לעזרה, הוא פונה לסוכן הביטוח שלו בבקשה לתפעל עבורו את המצב ולמצוא עבורו פתרון.

האם לעולם חוסן?

התשובה היא בדרך כלל לא. גם בנושא שלנו התשובה היא לא, למרות שהיחס בין אנשי ה"מולטיסיסטם", ה"מקגיוורים", לבין שאר האוכלוסייה כנראה לא ישתנה באופן בסיסי. עדיין חלק מאותה אוכלוסייה שנמנה על ה-90% יעבור שינויים או יותר נכון יושפע משינויים ויחפש את העזרה והתמיכה והסיוע בכיוונים אחרים, ואולי פחות שמרניים ממה שהורגלנו לראות עד היום. מה המשמעות? שבחלק מהפעולות, כמו למשל רכישת מוצר שהוא סטנדרטי, אחיד וסגור, לדוגמה פוליסת רכב, פחות תהיה הזדקקות לאיש מקצוע ליד, והתהליך שיהיה נגיש וזמין בצורה טכנולוגית ודיגיטלית פשוטה יאפשר "דילוג" על הסיוע של איש המקצוע. מצד שני, יותר הזדקקות להישענות על הידע והיכולות של איש המקצוע בזמן תביעה או קבלת החלטה מהותית או שינוי נדרש, בין אם הוא יזום או נכפה על הלקוח בתיק הביטוח הכולל שלו. במצבים אלו ולאור אחידות המוצר "לחם אחיד", יחפשו הלקוחות ערכים מוספים מוכחים אשר ניתן יהיה להיעזר בהם לקבלת החלטות, טיפול ותפעול מצבים שונים וליזוי מקצועי ברמה הגבוהה ביותר.

הסיכוי שאותם 10% אנשי ה"מולטיסיסטם" ישנו את תפיסת עצמם או את הרגליהם לתפקד באופן עצמאי הוא קלוש מאוד. מאידך, בקרב 90% מהנותרים יש סיכוי שחלק מהפעולות שנתמכות היום על ידי בעל מקצוע יעברו שינוי ויתבצעו ללא עזרה - ובוואקום שיווצר כתוצאה מכך, ייכנס צורך עז בקבלת ערכים מוספים מוכחים, בהם לידע וליכולות התפעול, כולל יכולות טכנולוגיות, יהיה משקל אדיר בהחלטה עם איזה בעל מקצוע להמשיך להיות קשור ומאיה להתנתק.

לסיכום - סוכני הביטוח צריכים וחייבים להתאים עצמם לאוכלוסייה שרואה צורך באנשי מקצוע לידה כעזר כנגדה, אבל הצורך משתנה. את אותו ציבור מעניין פחות שהמוצר שנמכר להם הוא ברוב המקרים בחזקת "לחם אחיד", ובמקום חשיבות המוצר עולה חשיבות הידע, השירות ויכולות התפעול בעולמות נוספים מעבר לקיימים כיום, כולל תחומים רבים שהם משיקי ביטוח, אך הידע בגינם חשוב ללקוחות לא פחות ממוצרי הביטוח הרגילים או היכולת של הסוכן לתפעל תביעה בחברה בה נמכר המוצר בלבד. תהליכים אלו מחייבים שינוי תפיסה אצל הסוכנים, מעבר לעבודה על בסיס "מרפאות מומחים", תוך שיתוף פעולה בין סוגי התמחויות שונות בביטוח, ובנוסף לימוד ואימוץ מוצרים שיוצרים שיוצרים את הסוכן למרכז ידע עבור לקוחותיו בתפעול ובשירות של מוצרים וכלים משיקים לביטוח ומשלימים לביטוח. זאת, תוך מעבר להכנסת מודלים של גביית "שכר מקצועיות" מהלקוחות בתמורה למה שמספקים להם ובעמידה מוכחת בשיקולי "עלות-תועלת" מבחינת הלקוחות. חומר למחשבה.

* הכותב הינו מנהל חטיבת הסוכנים בחברת מדיה

אתחיל באקסיומה שאני מוכן להתווכח עליה עם כל מי שכופר בה. כ-90% מהאנשים יודעים לעשות טוב דבר אחד שלו הוכשרו, למדו, עבדו והתפרנסו, ואילו כ-10% מהאנשים הם "אנשי מולטיסיסטם" או "מקגיוורים" שיודעים לעשות בכישרון דברים נוספים מעבר לעיסוקם השוטף.

בקרוב 10% האחרונים נמצא לדוגמה את אלו:

- ❖ שיודעים למלא לבד הצהרת הון.
 - ❖ שיודעים להגיש לבד תביעה לחברת ביטוח.
 - ❖ שיודעים לכתוב לבד כתב תביעה/הגנה לבית משפט.
 - ❖ שיודעים לעשות לרכב שלהם טיפול שוטף בחצר הבית.
 - ❖ שיודעים לתקן בבית דברים, כגון החלפת צינור מים, לבנות לבד פרגולה, לחצוב בקירות, להתקין חשמל ו...
 - ❖ שיוכלים לתפור לבד טיול מסביב לעולם תוך תכנון כל שעה ושעה.
 - ❖ שיודעים לתקן לבד כל מכשיר חשמלי ולפרק כל שעון ולהרכיבו מחדש כראוי.
- והדוגמאות עוד רבות. אנשי ה"מולטיסיסטם" הם מדהימים, כישרוניים ובדרך כלל הם מנסים להסתדר בעולם ללא עזרה וללא ליווי של אנשי מקצוע אחרים, ואם כן, כמה שפחות ורק שאין ממש ברירה.

מה קורה עם שאר האנשים?

כ-90% מהאנשים יודעים לעשות בדרך כלל דבר אחד וטוב ככל שהוכשרו, למדו ועסקו בו, וזו אחת הסיבות מדוע קשה לאנשים לאחר הרבה שנים לעשות הסבה מקצועית ובהצלחה. לא פעם הרצון להסב מקצוע מסתיים בשבר גדול, כי ככל שעוברות השנים, אנשים נכנסים למסילות ידועות בהן קל להם לנוע וכל שינוי ומעבר למסילה אחרת הוא לא קל, והראיה היא שהתנדודות אצל צעירים הרבה יותר גבוהה, כי המסילות עדיין לא בנויות, וככל שעולים בגיל זה נהיה ממש קשה, וגם כאשר מדובר בצורך כלכלי זה עדיין לא קל.

דבר נוסף - חלק מהאנשים שמפתחים כישורים נוספים עושים זאת מחוסר ברירה. אנשים במצב סוציו-אקונומי נמוך יפתחו עוד כישורים שיעזרו להם להתמודד עם בעיות, כי אין בידם לשלם לבעלי מקצוע ובאין ברירה לומדים לעשות עוד דברים.

איך כל זה קשור לביטוח ולסוכני הביטוח?

הקשר הוא ישיר. אותם 90% תמיד יעדיפו שיהיה סוכן ביטוח בתמונה. גם אם תהליך רכישת המוצר יהיה יותר קל ומהיר, עדיין חשוב להם שיהיה סוכן ביטוח לידם לעזור בזמן בעיה, תביעה, עזרה. הציבור של ה-10% לערך יותר על שירותי הסוכן לפחות ככל שמדובר במוצרים קלים לרכישה, ברורים ואינם מורכבים. הוא יודע להסתדר לבד ואינו מוטרד להיות ללא סוכן ביטוח לידו. בזמן תביעה הוא יטפל לבד עם הטכנולוגיה המתאימה ועבורו זה מספיק. חלק מאותם 10% גם מגיע לביטוחים הישירים מתוך תפיסת עולם שהוא יודע להסתדר וגם אם יצטרך לעשות זאת יפעיל את כישוריו מול הביטוח הישיר.

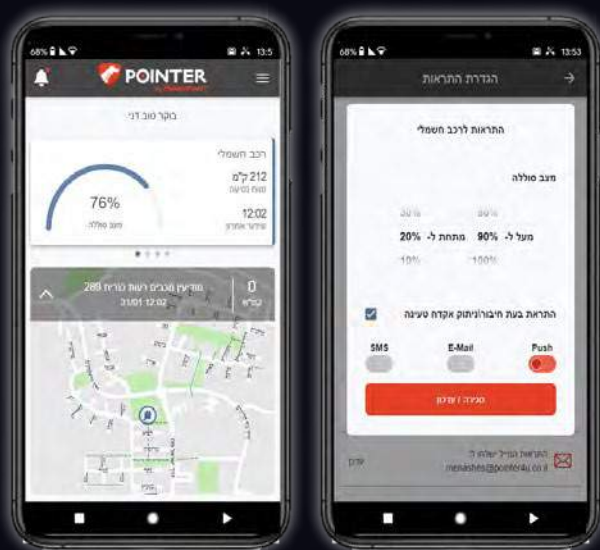
iPOINTER

Connect Your Electric Vehicle



אפליקציית iPOINTER לרכב חשמלי מספקת מידע ומעניקה שקט נפשי

אפליקציית מידע המותאמת לרכבים חשמליים. מספקת מידע חיוני על הסוללה וקבלת התראות מהרכב בזמן אמת ישירות לטלפון הנייד:



- סטטוס סוללה אחוז הטעינה של הסוללה
- טווח נסיעה מספר הקילומטרים עד הטעינה הבאה
- מצב טעינה האם הסוללה בטעינה או לא
- תחנות טעינה פריסה של תחנות הטעינה וניווט אליהן
- צפיה במיקום ומהירות הרכב
- שחזור של מסלול הרכב
- קבלת מגוון התראות:
- ✓ בקרה על נהג צעיר
- ✓ התנעה וכיבוי הרכב
- ✓ שכחת ילדים
- ✓ ועוד מגוון התראות

לפרטים נוספים והתחברות לשירות חייג: 073-22-777-64



POINTER
by PowerFleet®

פוינטר. עליונות טכנולוגית
*9444 www.pointer4u.co.il

איך לתבוע מבלי לטבוע

בעולם הסוכן כיום, קשה מאוד לפנות זמן ללמידה מתמשכת, והאבסורד הגדול הוא שהטיפול בתביעה לא די בכך שאינו מתגמל, הוא הופך לרכיב לא קל על חלק ההוצאות • תוסיפו לכך שגם הרגולטור אינו מחייב בשום מקום שאחד מתפקידי הסוכן הוא הטיפול בתביעה, ותקבלו מתכון ברור לטיפול לא מושלם בתביעות



דורון הורנפלד



בתביעה לא די בכך שאינו מתגמל, הוא הופך לרכיב לא קל על חלק ההוצאות. תוסיפו לכך שגם הרגולטור אינו מחייב בשום מקום שאחד מתפקידי הסוכן הוא הטיפול בתביעה, ותקבלו מתכון ברור לטיפול לא מושלם בתביעות.

רוב הסוכנים מגישים כמות אפסית של תביעות, במיוחד בתחומים הפנסיוניים, אך גם ביתר הענפים. מכאן, שעבור מרביתם זו הפעלה של שריר לא מאומן ולא מיומן.

התוצאה? תביעות שאינן משולמות, ודאי לא כפי שהיו חייבות להיות משולמות, אי שביעות רצון מצד המבוטחים והוצאת שם רע לענף כולו.

במצב הזה הולכת ומתפתחת תופעה של מטפלי תביעות מקצועיים. כאלה, שהגשת תביעה עבורם היא דבר שבשגרה, מעשה יומיומי.

הענף מפתח מומחים ל"מימוש זכויות" (ביטוי לא טוב, לדעתי), וכמו בתחומים אחרים, רפואה, למשל, התמחות ספציפית בבעיה ספציפית, כמו אורתופד ברכיים, לשם הדוגמה.

לא ניתן לצפות מסוכן אחד, ודאי כזה שפועל בכל תחומי הביטוח, להיות מומחה בהגשת תביעות בכל ענפי הביטוח. לפיכך, זה אך הגיוני שייעשה בעתיד שימוש בגופים כאלה.

צודק? לא צודק? למה זה משנה?

כמו שלסוכן יש היום הרבה פחות מקום בתהליכים שהפכו לאוטומטיים (תפעול, למשל) ושהוצאו מחזקת פעולותיו, כך הגיוני שבעתיד הקרוב מאוד, לא יטפל הסוכן בתביעות. אלה יטופלו על ידי מקצועני תביעות. כי טיפול בתביעות ביטוח הוא אומנות בפני עצמה הדורשת מיומנות ואימון מתמשך. וכן, אין שום סיבה שהטיפול בתביעה לא יהפוך למקור הכנסה נוסף בידי הסוכן.

ימים יגידו.

* הכותב הינו בעלים של פרמיום ביטוח ו-iclaime - הביטוח שלך הביטוח שלך

בארסנל של סוכן הביטוח נמצאים עשרות אם לא מאות מוצרים. לכל צרה צפויה, גם לכאלה שלא, קיים ביטוח מתאים, יותר או פחות.

אנחנו, כמנהלי סיכונים, חייבים - ולמדנו לג'נגל בין הסיכונים הקיימים, הידועים, ואלה שאינם ידועים - לגדר אותם במסגרת פוליטיות, יצירתיות ו"רגילות".

אין שום ספק שגולת הכותרת של עבודת הסוכן היא אותו רגע מכונן בו קורה משהו, מתאונת דרכים קלה ועד להשתלה מורכבת, בארץ או בחו"ל, ולפתע הוא הופך, שלא באשמתו, לשחקן המרכזי באותו אירוע.

פתאום, לא נשמעים יותר תירוצי המחיר. אין יותר הסתכלות על דמי הניהול, דמים, תוספות והחרגות, ועיני המבוטח נשואות לגורם היחידי שיכול לעמוד לצדו, הסוכן.

חוק חוזה הביטוח מכנה את הסוכן "מתווך". אנחנו יודעים היטב שאין דבר שהוא רחוק מהאמת יותר מאשר הגדרה כזו, כי הרי מתווך הוא זה שמחבר בעסקה את הקונה והמוכר, מסיים אותה והולך לדרכו. כלומר, ברגע גמירות הדעת, יורד המסך על תפקיד המתווך והוא מסיים את תפקידו כולל, או לא כולל, תשואות הקהל.

ביטוח הוא בדיקת הפוך. כשנחתמת ההצעה ומופקת הפוליסה, שם רק מתחיל העניין.

לא בכדי לימד אותי המנטור הראשון שלי בביטוח ש"למכור ביטוח? אין קל מזה. עכשיו בוא נראה אותך גובה את הפרמיה במשך 40 שנה ומטפל בתביעות". כמה שהוא צדק. כי טיפול בתביעה אינו דומה בכלום למכירת הפוליסה.

בואו נודה על האמת. יש לא מעט סוכני ביטוח שמכירים את הפוליסות המוצעות על ידם באופן כללי בלבד. כמויות השינויים, הרגולציה, ההתקדמות הטכנולוגית, הרפואית והאחרות, מחייבים עדכון מתמיד של תנאי הפוליסה, ועימם צורך מתמיד בלימוד מתמשך של הכיסויים והחריגים.

בעולם הסוכן כיום, קשה מאוד לפנות זמן ללמידה מתמשכת, והאבסורד הגדול הוא שהטיפול



מדברים אוןליין

מערכת עדיף מוסיפה לכם ערך
בסדרת הפקות תוכן

לאתר עדיף TV

אליס בארץ הפלאות כמשל לתכנית עבודה

כל הדרכים מובילות אותך למקום כלשהו, אבל לא כולן מביאות אותך אל היעד והתוצאה
• על מנת להכין תכנית עבודה שתהא גם אפקטיבית, נדרשת הסתכלות רחבה



רון קרפל

רובנו מכירים את הקטע הבא מהקלאסיקה הידועה אליס בארץ הפלאות:

"התואיל להגיד לי, בבקשה, באיזו דרך עלי ללכת מכאן?", שאלה אליס.

"זה תלוי במידה רבה לאן את רוצה להגיע", אמר החתול.

"לא אכפת לי כל כך לאן", אמרה אליס.

"אם כך, לא משנה באיזו דרך תלכי", אמר החתול.

כיצד מתקשר הנמשל לעולמו של הסוכן בהיבט של תכנית עבודה וקביעת יעדים?

כל הדרכים מובילות אותך למקום כלשהו, אבל לא כולן מביאות אותך אל היעד והתוצאה.

מי מאיתנו לא מכיר את צמד המילים תכנית עבודה? למה כל כך חשוב לבנות אותה נכון ולהיצמד אליה?

כיצד היא הופכת לכלי מסייע בעשייה היומיומית ואיך היא מציבה בפנינו תמרורי אזהרה?

על מנת להכין תכנית עבודה שתהא גם אפקטיבית, נדרשת הסתכלות רחבה המתחילה הרבה קודם.

האם היא רק טבלת אקסל או "דרך פעולה"?

האם המשרד ערוך ומוצמד לתכנית המוצעת?

מה תפקידו של כל עובד וחלקו בשרשרת?

מהם מדדי הבקרה וההתראות?

מהו מדד הרווחיות, האם הוא מחובר לתכנית העבודה?

מה/מי הם הגורמים המעכבים?

האם "רצון" חברת הביטוח מתיישב עם יכולות הסוכן?

האם בוצעה חלוקה ענפית אופטימלית המשלבת בין החברות והמוצרים השונים?

האם מתמקדים בשוטף או בנושאים שטרם קיבלו התייחסות אל מול לקוחות המשרד?

האם מבוטח שלנו, שבטעות מכונה לקוח, יכול להפוך ללקוח אמיתי ולא רק "policy holder"?

האם אנחנו עורכים שיחות שירות על פי איכות הלקוח?

האם המשרד ערוך טכנולוגית? השפעות השנה האחרונה והמסקנות לגביה.

ניתן להעלות על הכתב שאלות מקדמיות נוספות. אך העיקרון המנחה הוא הטמעה, ניהול תהליכים

ובקרה שוטפת. כמובן שאצל כל סוכן התמונה משתנה בהתאם לאופי המשרד ולקוחותיו ולכן ברור כי

תכנית עבודה צריכה להיות בהתאמה אישית.

אציין שכל הסוכנים אותם אני מלווה עורכים באופן קבוע תחקירי עומק לבדיקת כדאיות הענפים ותרומתם לעסק ולא אחת, תוך מחשבה מעמיקה ובדיקת ההשלכות, פעלנו לצמצום פעילות אחת לטובת גידול בפעילות אחרת באופן נקודתי.

הרעיון המרכזי בסיפא הוא לייצר יותר הכנסה עם אותו הון אנושי במינימום שחיקה, הרי הכוונה שלנו כגוף השואף להרוויח ולהתייעל היא ליצור תשתית מתאימה.

במקרים של הפחתה בפעילות יזומה, הנושא קל יחסית לתפעול והפתרון המיידי הוא ל"שחרר" policy holders זוללי משאבים ו/או לייצר שיתופי פעולה.

כאשר נדרשים להתעצם בענפים משיקים שהם חלק מהפעילות, אך הם במעמד של נדחקי פינה, שוב עולה ונשאלת השאלה, מדוע חיכינו ארוכות עד היום ולמה זה לא קרה.

נכון יהיה לומר, כי נבע הדבר מהתעסקות יתר בשירות ותפעול והשקעה פחותה בלקוחות קיימים ובגיוס חדשים. פרק בפני עצמו שהקדשתי לו מאמר שלם שפורסם בעדיף ב-13 ביוני 2019 והמציג בהרחבה את

הכתרת "האם אתם מנהלים או מתנהלים", שם גם מצוינות הסיבות הלא הגיוניות לשאלה החבוטה הנושאת את שמה ברבים: **איך זה שאנחנו רוב הזמן נוטים להתעסק בכיבוי שריפות ולא בבנייה?**

קרוב לוודאי שכל מי שפגש במאמר והבין את תוכנו, מצא קשר מסוים למשרדו.

לסיכום, בבואכם להכין תכנית עבודה, אנא קחו בחשבון את כל הנקודות הקריטיות עבורכם, הן חשובות על מנת לייצר בסיס ומסגרת שתהפוך לימים לתכנית מעשית וברת השגה.

החוכמה היא להפיק לקחים, ליישם תובנות ולפרוץ גבולות.

"איך אמרנו" בפתח דברינו:

"כל הדרכים מובילות אותך למקום כלשהו, אבל לא כולן מביאות אותך אל היעד והתוצאה."

* הכותב הינו יועץ ומלווה עסקי לסוכנויות ביטוח, לשעבר מפקח רכישה בחברות ביטוח, בעל ותק של 28 שנה



אנחנו כאן כדי לתמוך

בחר את המקצוע העתידי שלך

למד בשקט וללא דאגה...
ושלם רק אחרי שתתחיל לעבוד

ואנחנו גם נעזור לך למצא את מקום העבודה שלך

הקורסים לבחירה:

יישוב
תביעות פרט

חיתום
עסקים

חיתום
פרט

חיתום
רפואי

יישוב
תביעות
עסקים

לידים בשקל

כאשר מחליטים לרכוש הפניה של לקוח פוטנציאלי ('ליד'), אין מדובר בעסקה מסחרית בלבד בשאלה מה עלות הליד, אלא האם המידע שהתקבל מקורו בהסכמה מדעת



עו"ד שלומי הדר

השופטת (בדימוס) דורית בייניש שמאמצת את חזונו האפוקליפטי של ג'ורג' אורוול בדבר ה"אח הגדול" והחשש שחופש פעולה במידע של הפרט יביא בקלות לכך שהפרטיות תגווע; והשנייה, עמדתו של כב' השופט (בדימוס) אשר גרוניס שגרס, כי אמצעי המחשוב המודרניים והטכנולוגיה מביאים עמם ברכה רבה בצד סכנות גוברות לפגיעה בזכותו של האדם וכי לא ניתן לטמון ראש בחול ולפעול על פי נורמות וכללים ישנים ומיושנים בעידן חדש זה.

כך או אחרת, כאשר הזכות לפרטיות היא חלק מהשיקולים שיש להביא במסגרת הזירה העסקית העכשווית, דוגמת החלטה לרכוש הפניה של לקוח פוטנציאלי ('ליד'), אין מדובר בעסקה מסחרית בלבד בשאלה מה עלות הליד, אלא נשאלת השאלה, האם המידע שהתקבל מקורו בהסכמה מדעת? שאלות רבות הכרוכות בכך, אם הן נבחנות מבעוד מועד, עשויות למנוע טענות לפגיעה בפרטיות, לשימוש שלא כדין במאגרי מידע ועוד שורה ארוכה של טענות שחלקן עשויות לראות מקומן בתובענה ייצוגית. שאלות אלו והחששות לגבי הפגיעה בפרטיות עלו לאחרונה כאשר ענקית הרשתות החברתיות פייסבוק שבבעלותה אפליקציית וואטסאפ, שלחה הודעה על כוונה לשנות את תנאי השימוש ויחד עמם לאפשר לה להעביר מידע בין חברות בקבוצה.

דיו רב עוד עשוי להישפך בנושא זה ואולם, ללא ספק לא ניתן להתעלם מקיומה של הזכות לפרטיות ולעצום עיניים.

* הכותב הינו עו"ד ממשדך ג'ון גבע, הדר ושות' עורכי דין ומגשרים. חבר הוועדה להגנת הפרטיות בלשכת עורכי הדין

סייבר, לידים, מאגרי מידע - עולם שלם של מושגים סובב עולם מלא בפרטיות.

לא אחת עולות וצצות שאלות וסוגיות בפנינו המחייבות אותנו לחזור אל מושגי הבסיס ולהתחקות אחר התכלית של המושגים, כדי למצוא בדרך זו את התשובה המקצועית והנכונה. את המושגים האלו צריכים להכיר גם אלה שמידע פרטי של לקוחותיהם הוא הבסיס לעסק.

אם כן, מהי הזכות לפרטיות? מה מקורה של הזכות ומה השיקולים להעדיף זכות זו על פני כלכלה חופשית נטולת כל מגבלות - בבחינת הכל מהכל כשר?

תחילה, ההכרה בזכות לפרטיות נובעת משורה ארוכה של שיקולים ובהם - פסיכולוגיים, כלכליים, חברתיים ועוד.

קובע סעיף 7(א) לחוק יסוד: כבוד האדם וחירותו: "כל אדם זכאי לפרטיות ולצנעת חייו". ומוסיף עליו סעיף 1 לחוק הגנת הפרטיות, התשמ"א-1981, הקובע לאמור: "לא יפגע אדם בפרטיות של זולתו ללא הסכמתו".

הנה כי כן, צא ולמד - הפרטיות היא זכות ואף זכות יסוד והדרך המרכזית לשלוט בזכות זו לפי חוק הגנת הפרטיות היא ה"הסכמה".

בחלוף כ-25 שנים מחקיקת חוק הגנת הפרטיות תוקן החוק ולהגדרת ההסכמה נוסף נדבך מהותי והוא הצורך ב"הסכמה מדעת".

בדברי ההסבר לתיקון מס' 9 לחוק הובהר אף, כי הצורך להבהיר שההסכמה חייבת להיות מדעת, מקבל משנה תוקף בעידן האינטרנט, כאשר הסכמי הוויתור על הפרטיות לעתים אינם גלויים כלל לעין האדם אשר פרטיותו נפגעת.

בהקשר זה ראוי להציג שתי עמדות מנוגדות ליחס שבין הפרטיות לבין הטכנולוגיה. האחת של כב'



HIRING STAFF

Marsh Israel is Hiring and looking for:

- Commercial lawyers
- Background in D&O and Cyber
(from insurance companies or brokers – advantage)
- High level of English and Hebrew

MARSH ISRAEL INSURANCE

12 Abba Hillel Silver St., Sason Hogi Tower, Ramat Gan, 5250606, Israel

Resume should be sent to: Shai.rosenblum@marsh.com

משקיע תבע את החזר השקעתו בחברת סטרטאפ מבעלי המניות הנוספים; בית המשפט דחה את טענותיו

עניינה של התביעה סכסוך בין בעלי מניות בחברת סטרטאפ בתחום הרפואה (ביו-טק) • עיקר המחלוקת עוסק בהבטחות השונות שלכאורה ניתנו לתובע טרם השקעתו, כמו גם אופן ניהול החברה על ידי הנתבעים - לאחר ביצוע ההשקעה, אשר הוביל לטענתו לכישלונה של החברה



עו"ד רועי גאליס

קתור חדש

במהלך שנת 2010 עלתה בין עו"ד ד"ר אייל ברסלר וד"ר ערן אילת, מכרים ותיקים, הצעה למיזם שבמרכזו רעיון לקתור מסוג חדש. הם היו מעוניינים להקים חברה לעניין זה, כאשר הם ישקיעו את זמנם ומומחיותם, כמו גם משאבים שונים שלרשותם - כגון שימוש במשרד עורכי הפטנטים שבראשו עמד ברסלר, לטובת קידום המיזם. כך, התכוונו לעבוד על המיזם עד לאחר תכנונו ויצירתו של אב טיפוס וביצוע ניסוי קליני, אשר היו נדרשים כדי לקבוע אם המוצר מספק את התוצאות המצופות, באופן שיאפשר לקבוע האם המיזם פדאָי, אם לאו. כשנה לאחר מכן, התקדם הפרויקט ונדרשו סכומי כסף משמעותיים יותר לקידום המיזם ורישום הפטנט. בהתאם לכך, החליטו לקדם את המיזם באופן של גיוס כספים באמצעות הקמת חברה, והקימו את CathWay Mediacl (2012) - החברה.

השקעה ואב טיפוס

בשלב מסוים, נדרשה החברה לפעול לאיתור משקיע ודרך כך הצטלבה דרכם של בעלי מניותיה עם ד"ר תומאס קראפף. בין הצדדים נחתם בחודש מאי 2016 הסכם לרכישת מניות, במסגרתו רכש קראפף כ-20% מהון המניות המונפק של החברה תמורת השקעה של 120,000 אירו. לאחר השקעת קראפף החברה המשיכה בשלבי פיתוח אב טיפוס למוצר והוחלט על גיוסה של מנכ"לית לחברה, אשר המשיכה במלאכת פיתוח המוצר עד שבמהלך שנת 2016, הגיע המועד להרכיב את אב הטיפוס של הקתור, כהכנה לניסוי קליני אותו תכננה החברה. חיבור החלקים נעשה ע"י יצרנית סיליקון. אולם, בבדיקות שנעשו לאחר ההרכבה, התגלו כשלים שונים אשר הובילו להבנה בחברה, שהמוצר אינו עומד בתקן הנדרש לביצוע ניסוי קליני. לאחר בחינת דרכי הפעולה האפשריות למול הגורמים הרגולטוריים הרלוונטיים, סברו ברסלר ואילת שלא ניתן יהיה לעשות שימוש באב הטיפוס, שכן הכשל המרכזי הוא זיהום, ולא יינתן אישור לשימוש במוצר, גם לאחר טיהורו, וכי המשמעות של קביעה זו הייתה שנדרש היה להכין אב טיפוס חדש, ייצור שיחייב את החברה בעלויות משמעותיות נוספות.

טענות לניהול כושל

בעלי המניות היו חלוקים כיצד על החברה להמשיך לפעול, כאשר קראפף טען להבטחות השונות שלכאורה ניתנו לו טרם השקעתו, כמו גם אופן ניהול החברה על ידי ברסלר ואילת - לאחר ביצוע ההשקעה, אשר הוביל לטענתו לכישלונה של החברה. לטענתו, הם הפרו את התחייבויותיהם כלפיו וכלפי החברה, הציגו מצגי שווא וניהלו את החברה באופן שאינו בטובתה - כל זאת, בניגוד לחובותיהם כבעלי שליטה ונושאי משרה בה. בהתאם לכך, הוא תבע השבה של מלוא השקעתו, כמו גם לפיצוי בעבור נזקים שונים שלטענתו נגרמו כתוצאה ממעשי ברסלר ואילת ולסעדים שונים לשם הסרת קיפוחו בחברה.

חברה עתירת סיכון

ברסלר ואילת דחו את טענות קראפף, תוך שציינו, כי תמצית התביעה היא השקעתו הלא פדאָית בחברה אשר נכשלה, בדומה להשקעות רבות הנעשות בחברות הזנק עתירות סיכון. לעניין זה הם הדגישו, כי הוא בחר שלא לקבל ייעוץ מקצועי או משפטי טרם השקעתו בחברה וזאת למרות אזהרות מפורשות בהסכם ההשקעה. בנוסף לכך, נטען כי טענות רבות אותן העלה מבוססות על עילות תביעה השייכות לחברה, ומשכך, תביעה אישית איננה הדרך הנכונה לדון בהן ויש להורות על דחייתן. מעבר לכל זאת, הם טענו, כי לא נפל כל פגם בהתנהלותם כנושאי משרה בחברה וכי כלל פעולותיהם נעשו לטובת החברה ובשים לב לחובותיהם כנושאי משרה ובעלי שליטה בחברה.

הכרעת בית המשפט

בית המשפט דחה את כל התביעה, הן מהטעם שקבע כי קראפף לא עמד בנטל ההוכחה הנדרש, ומשכך יש לדחות את טענותיו לגופן; והן מן הטעם שעיקר טענותיו מבוססות על עילות תביעה של החברה, והאכסנייה המתאימה לבירור טענות מסוג זה, היא תביעה נגורת ולא תביעה אישית.

כמו כן, וביחס לטענות קראפף לעניין התנהלות ברסלר ואילת כנושאי משרה ובעלי מניות בחברה נקבע, כי הוא קיבל את כל המידע שדרש ולא הוכח שנגרם לו נזק, כאשר נדחתה טענתו לחוסר תום לב שלהם. בנוסף, נקבע כי על נושא משרה בחברה מוטלת החובה לנקוט באמצעי זהירות סבירים בהתאם לנסיבות המקרה, בבחינת מצב החברה ואמצעיה הדלילים, ולא נמצא במקרה זה שהיה במעשי ברסלר ואילת כדי להפר את חובותיהם לחברה.

סיכום ומסקנות

בקביעתו לדחיית התביעה מבהיר בית המשפט, כי **כלל שיקול הדעת העסקי** ו"חזקת התקינות" לא נסתרו ויש בכך כדי להגן על מעשי נושאי המשרה בחברה, כמו גם כי לא קופחו זכויותיו כבעל מניות מיעוט בחברה, וכי לא הופר הסכם ההשקעה, באופן המבהיר לכל משקיע בחברת סטרטאפ, עתירת סיכון, כי **הדרך להוכיח נזקים נטענים והפסק השקעה הינה ארוכה וקשה**. הדברים מקבלים משנה חשיבות, עת מבינים, כי משקיע נוטל חישוב מסוכן, ולעתים, הסיכון מתממש.

ת.א. (ת"א) 19-01-26028 תומאס קראפף נ' אייל ברסלר (התקבל ביום 7.2.21).

* הכותב הינו שותף במשרד עו"ד בן חיים, כהן, גאליס, ומתמחה בליטיגציה וביטוח

דרכים אונליין



דרכים זגגות

דרכים



משרד הביטוח ההיברידי

המגפה שפרצה בשנת 2020 זרזה את הופעת המשרד ההיברידי, שהיה נפוץ עד כה בתחומים מאוד מצומצמים יחסית, כמו הייטק • משרד ביטוח שישכיל לשלב את היתרונות במשרד היברידי, יוכל לעבור את התקופה המתגרת ואף לצאת נשכר - חיסכון בעלויות, יעילות ואף הגדלת רווחיות.



גיליה משולם

מתומחרת, יש מקום לחיסכון. שיטת "הכיסא החם" חוזרת. אם בעבר סוכני שטח קיבלו זמן מוגדר לשהות במשרד כי הייתה עמדה פנויה, היום סוכני שטח יכולים לבצע את עבודתם מכל מקום (גם הם יכולים לעבוד מהבית, פגישות באמצעות הזום), וכחות נזקקים לשהייה במשרדים עצמם. כך גם העובדים - במודל ההיברידי, שילוב של עבודה מהמשרד ומהבית, יכולים לאפשר להחזיק פחות עמדות עבודה ולאפשר לעובדים להשתמש בהן לסירוגין. עובד א' יעבוד בימים א', ג', ה' כאשר עובד ב' יעבוד בימים ב', ד'. בשבוע שלאחר מכן אפשר להחליף את ימי העבודה.

גיוס עובדים

מודעות גיוס עובדים מהתקופה האחרונה משקפות היטב את המצב. כבר במודעת הגיוס אפשר למצוא "אפשרות לעבודה מלאה/חלקית מהבית". כלומר, מאחר וקיימת האפשרות הטכנולוגית לעבוד מהבית, מעסיקים (סוכני ביטוח) נערכים לכך, וגם עובדים יכולים ליהנות מהאפשרות לחסוך יום-יומיים של נסיעות והתארגנויות בכך שיעבדו מהבית. כבר בתחילת שנת 2021 ניתן לראות צמצום משמעותי בשטחי משרדים ובהוצאות הנלוות, כמובן.

במה נצטיין?

בתקופה כזו הדגש צריך להיות על שירות מיטבי. זו הזדמנות נפלאה לשפר נקודות חולשה, במיוחד אלה הקשורות בניהול זמן, שכן זמן העבודה אמור להיות ממוקד יותר. אם בעבר ציינו "מבזבזי זמן" כמו מפגשי מסדרון, ישיבות שזמן ההתארגנות אליהן אורך זמן רב יותר מהפגישה עצמה (נסיעות, המתנה למשתתפים שיגיעו וכד'), הרי שהעבודה מהבית או במשרד בצוות מצומצם יכולה לאפשר מיקוד וניהול זמן טוב יותר. לקוחות מצפים לזמן תגובה קצר, לתשובות מיידיות ולפטרונות מיידים. האינטראקציות החברתיות חשובות לנו מאוד, ואני סבורה שיש להן מקום בעתיד, רק באופן מצומצם יותר, גם בענף הביטוח. למשל, מגמת הקניות ברשת החלה לפני מספר שנים והיא נמשכת. תקופת הקורונה אילצה רבים מאיתנו להשתמש יותר ברכישות ברשת (בידוד, מחלה וגם נוחות). יחד עם זאת, כולנו כמהים ליום בו יפתחו החנויות. אפשר יהיה לחוש את המוצרים, להרגיש, להריח ולראות אנשים. השילוב בין רכישות ברשת לבין רכישה "אמיתית" הכרחי, ממש כמו עבודה עם אנשים ולא רק מול צגי המחשב. משרד ביטוח שישכיל לשלב את היתרונות במשרד היברידי, יוכל לעבור את התקופה המתגרת ואף לצאת נשכר - חיסכון בעלויות, יעילות ואף הגדלת רווחיות.

* הכותבת הינה יועצת ארגונית המתמחה בענף הביטוח

היברידי בהגדרתו הוא כלאיים, הכוונה לשילוב של שני זנים, שני סוגים. במיתולוגיה היוונית השימוש במונח היברידי יכול לתאר שילוב של שתי חיות - סוס וציפור, הלא הוא פגאוסוס, או דג ואישה - בתולת הים. במאה ה-20, השימוש בהיברידי נפוץ מאוד במכוניות, למשל, מכוניות היברידיות הן אלה העשויות משני סוגי מנועים - בנזין וחשמל. אם נחשוב לעומק, גם זוג (הטרנסקסואלי) הוא היברידי - גבר ואישה, שהרי כל אחד עומד בפני עצמו, והחיבור ביניהם נותן משהו אחר, מעבר לזוגיות, הילדים. המגפה שפרצה בשנת 2020 זרזה את הופעת המשרד ההיברידי, שהיה נפוץ עד כה בתחומים מאוד מצומצמים יחסית, כמו הייטק. בעולם הייטק מקובל לעבוד מהבית ואף מבית הקפה המקומי, שהרי הטכנולוגיה מאפשרת להתחבר כמעט מכל מקום ובכל שעה. הפרשי הזמן לא שימשו מכשול לעבודה גלובלית.

חיבור מרחוק

ואנחנו, בעולם הביטוח, עברנו תהליך קצר יחסית של זירוז האפשרות לעבוד מהבית ולא דווקא מהמשרד. לאחר השיתוק הראשוני שהיה במשק, כתוצאה מהסגר הראשון שהביא לדרכי עבודה שונות ממה שהיינו רגילים בעבר, ולאחר תקופת הפנמה של המצב - חלק ניכר מהפעילויות חזרו לתפקד, רק באופן שונה. עובדי הביטוח מסוגלים היום להתחבר למערכות של חברות הביטוח גם מביתם, לא רק מהמשרד, ולהמשיך בעבודתם, שהרי תהליכי העבודה אינם תלויים במיקום העובד, אלא בטכנולוגיה. יש להוסיף לכך את המקצועיות והשירותיות הנדרשים כמו בעבודה מהמשרד. עבודה מהמשרד לעיתים נוחה יותר, משום שאפשר לחלוק ולהתייעץ עם עובדים אחרים הנמצאים בסביבה, אך האילוצים הראו לנו דרכים נוספות בהן ניתן לבצע את העבודה - שיחות טלפון, שיחות וידאו, וואטסאפ ואף ישיבות צוות המתנהלות בזום. חשוב שנוכח כאן את שגרת היומיום שלנו, את השעון הביולוגי ואת הנהוג לגבי שעות עבודה. אפשר לבנות את שעות העבודה במספר אופנים:

- 🕒 **המסורתי** - שעות 8-17, כך שבשעה 08:00 העובד יהיה מול המחשב, לאחר שפתח את כל מערכות העבודה ויהיה מוכן להתחיל את יום העבודה.
 - 🕒 **הגמיש** - עובד שצריך לעבוד 8-9 שעות ביום, יכול לעבוד מול המערכות בשעות אחרות שנוחות לו. מי שמשכים קום יכול להתחיל ב-06:00 או מי שמאחר לקום יכול להתחיל ב-10:00, הכל בהתאם להגדרת התפקיד והנוכחות הנדרשת של העובד.
- את החיבור מרחוק ניתן לבצע בכל שעה, כך שאין מגבלת שעות ומיקום.

משרדי סוכנות הביטוח

משרדי סוכן שאני מכירה, מאפשרים עבודה לסירוגין, הן מהמשרד והן מהבית. כאשר כל עמדת עבודה

הדרך המהירה ליצירת שגרה מנצחת

אנו נמצאים בתוך עולם עסקי, תרבותי וחברתי חדש • הגבינה כבר זזה וכל אחד צריך לשאול את עצמו איפה נמצאת הגבינה שלי עכשיו, איזו סוג של גבינה בכלל נשארה לי • כדי להסתגל למצב אי הוודאות, הדרך הנכונה היא לבנות את הגשר היציב בין העולם הישן לעולם החדש



גילי ראובני

הגורם האנושי הוא המפתח להצלחה. המטרה בשנה הקרובה היא רוח חיים אצל העובדים כפרטים וכצוות. ההתמודדות העיקרית היא עם שחיקה מתמשכת שבאה לידי ביטוי בחוסר מוטיבציה, ירידה בתחושת השייכות, איבוד תשוקה ומחויבות. אלה הן תוצאות ישירות של הקורונה, הסגרים, הבידוד החברתי, החרדה וההשלכות הבריאותיות. מי שיידע איך לחבר את העובדים מחדש לצוות תוסס יראה ברכה אדירה.

כוחה של ישיבת צוות קבועה. ישיבת צוות קבועה עם 5 שלבים מהווה כלי עוצמתי לפיתוח צוות מנצח.

1 תתחילו בהתעניינות כנה ובפרגון לעובדים שלכם. פרגון הוא הנשק הסודי של כל מנהל. מחמאה אמיתית על דבר טוב שהעובד קידם נותנת לו זריקת אנרגיה ומוטיבציה אדירה.

2 תשאלו שאלות פתוחות הקשורות לעבודתכם המשותפת. זו הזדמנות לאסוף מידע חשוב מהשטח וכן לתת מקום משמעותי לכל חברי הצוות, התחושה שדעתם חשובה ונלקחת בחשבון.

3 תנו את רוח המפקד - "אחרי!!!". עושים "זום אוטו" על התמונה הגדולה. כל עובד נחשף רק לחלק הפאזל הקטן שבאחריותו. תפקידכם, המנהלים, לשרטט את התמונה הגדולה וממנה לגזור יעדים לטווח הארוך והקצר.

4 בסוף המפגש יצהיר כל אחד על המטרות והמחויבות שלו לשבוע הקרוב. הצהרה היא התחייבות.

5 מעקב ובקרה אחר עמידה ביעדים היא תנאי למימושם בפועל. יש לתעד את הפגישה ולהתחיל את ישיבת הצוות הבאה בבדיקתם.

במודל הברידי ישיבת צוות יכולה להתקיים לסירוגין במפגש פרונטלי, לעיתים אפילו במקום פתוח / בטבע וכן בזום.

לסיום, זה הזמן להחליט מי אתם בוחרים להיות. תשאלו את עצמכם: איך האדם שאני רוצה להיות היה עושה את הדברים שאני רוצה להשיג? זה הזמן לנצל משבר לצמיחה והתחזקות. לבנות את הגשר לעולם החדש.

זה אפשרי, זה הכרחי.

מומינה אתכם להיות הגרסה הטובה ביותר של עצמכם.

* **הכותבת הינה יועצת ארגונית ומאמנת עסקית בכירה בענף הביטוח. התמחות בשיפור מיזמוניות ניהול, פיתוח צוות והזנקת הרווחיות בסוכנויות ביטוח**

הקורונה שינתה סדרי עולם, הרסה עולם מוכר, אנחנו בפתחה של תקופה חדשה. המשמעות: העולם לא יחזור להיות כפי שהיה לפני הקורונה.

תרומת הקורונה: ניתן לעבוד מהבית בהצלחה. מחקרים עדכניים מצביעים על שביעות רצון של עובדים ומנהלים מהיכולת לעבוד בבית. שעות גמישות, אדון של הזמן שלך, חיטון בהתארגנות בבוקר, הנסיעות והפקקים והרשימה עוד ארוכה.

ההפתעה גדולה, כי בשנה הראשונה של הקורונה תפוקות ותפקודים לא נפגעו, הייתה עמידה ביעדים וכל זאת משום שכל הסביבה העסקית התנהלה בנהלה חירום. יחד עם זאת, לא לעולם חוסן. אף חברה לא יכולה להתקיים לאורך זמן במתכונת חירום.

אנחנו נכנסים לתקופה חדשה. החיסונים מתחילים להשפיע, אבל הסבלנות מהסגרים נגמרה. עסקים לא יכולים לשרוד בהקפאה, הכל רותח וגועש ולנגד עינינו מתהווה מציאות חדשה.

מודל הברידי הוא הטרנד החם. אנו נמצאים בתוך עולם עסקי, תרבותי וחברתי חדש. הגבינה כבר זזה וכל אחד צריך לשאול את עצמו איפה נמצאת הגבינה שלי עכשיו, איזה סוג של גבינה בכלל נשארה לי. כדי להסתגל למצב אי הוודאות, הדרך הנכונה היא לבנות את הגשר היציב בין העולם הישן לעולם החדש. אתם לא רוצים להתעורר יום אחד ולראות שכולם עברו את הגשר ואתם עדיין תקועים בצד הלא נכון שלו.

מהם הכלים והאמצעים שמרכיבים את הדרך החדשה להצלחה, התייעלות והגברת הרווחיות?

המודל הברידי. אבחון תמונת מצב העסק ובניית מודל המשלב עבודה מהבית עם עבודה במשרד. אנשים צמאים לקשר אנושי ולכן חשוב לקבוע מסגרות קבועות, צמתים לאינטראקציה פרונטלית. המטרה: חיזוק הקשרים החברתיים והשייכות, יחד עם פיתוח מודלים עדכניים לעבודה אפקטיבית בצוותים.

מבנה ארגוני ותהליכי עבודה - חישוב מסלול מחדש. לא חוזרים לטייס האוטומטי ולנהלים ולסדרי העבודה של לפני הקורונה. הגדרות תפקיד, נהלי עבודה ותהליכים צריכים לעבור התאמה לסביבה העסקית והמשפחתית. הם צריכים להיות ברורים ומדויקים, אך יחד עם זאת גמישים ומשלבים בין הבית למשרד.

שינוי תפיסה ביחס למדדי הצלחה. השינוי המשמעותי - קביעה כי מדדי הצלחה יבחנו לפי התוצאות ולא לפי שעות עבודה ונוכחות. אם בעבר נוכחות במשרד בשעות מסוימות היוותה אבן דרך משמעותית לבחירת העובד, במציאות החדשה יש לכך פחות חשיבות. ניתן למדוד שירות טוב (כן, גם בתפקיד ה-back office) בקריטריונים של תפוקות. למשל, הקשבה לשיחות וניתוח הפרמטרים, כגון: מידת ההקשבה האמיתית של הנציגים לצרכי הלקוח, האם במהלך השיחה יושם נוהל משרד מוכר? האם הוצע ללקוח עוד משהו ערכי עבורו? האם הכל מתועד בצורה מיטבית במערכת הניהול? ועוד. מודל זה מחייב כלים מובנים של מעקב ובקרה, אחרת אין עמידה ביעדים.

יום ד' | 24.02 | 2021
כנס דיגיטלי

ניהול סיכונים | רגולציה | תפעול | הפצה



כנס אלמנטר

הכנס השנתי ה-15
בענף הביטוח הכללי

עדיף
מוסיפים לך ערך

תודה

לכ-1,700 הצופים

עדיף מודה למרצים, לדוברים ולנותני החסויות
שתרמו להצלחת הכנס הראשון של השנה

לסיקור הכנס

