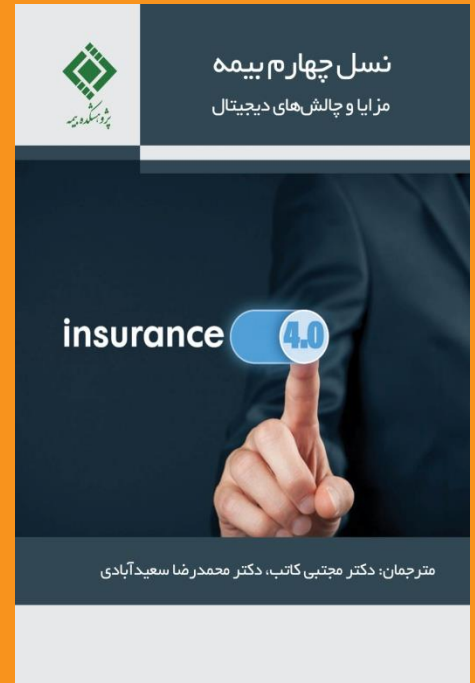


سازمان‌هایی که در مرحله نوآوری پیشرفته هستند الگوهای کسب و کار خود را حول فرصت‌های دیجیتال طراحی کرده و روابط با مشتریان را در کانون تلاش‌های خود قرار می‌دهند. رویکرد نسل چهارم بیمه، گامی اساسی برای نوآوری شرکت‌های بیمه به‌شمار می‌آید. برای حفظ توان رقابتی خود در عصر دیجیتال امروز که در آن تعداد رقبای جدید بطور مداوم افزایش می‌یابند سازمان‌های بیمه باید سریع عمل کنند.

موفقیت بلندمدت نه توسط قدرت، مهارت و دانش فنی شرکت بلکه از اکوسیستم‌هایی حاصل می‌شود که شرکت‌ها باید خود را حول آنها بسازند. اکوسیستم‌ها مزایای رقابتی ایجاد می‌کنند که برای بقاء در بازار ضروری‌اند. ورود نسل چهارم بیمه منجر به الگوهای کسب و کار چابک‌تر و کارآمدتر شده که علاوه بر برآوردن نیازهای مشتریان از فرصت‌های تجاری در حال تحول به شکلی مؤثرتر، کارآمدتر و مقرون به صرفه‌تر هم در زمان حال و هم در زمان آینده استفاده خواهند کرد. این کتاب الگویی از کسب و کار را ارائه می‌دهد که در آن اجزای اصلی نسل چهارم بیمه و راه‌حل‌های مؤثر، کارآمد و اقتصادی برای پیاده‌سازی این راه‌حل‌ها برجسته شده‌اند. نتایج موجود در این کتاب نشان می‌دهد که نسل چهارم بیمه می‌تواند مزایای زیادی از جمله حمایت از فعالیت‌های سازمان با هدف اتخاذ تصمیمات پیچیده و اجرای تصمیمات و اقدامات راهبردی به همراه داشته باشد. چشم‌اندازی که در این کتاب عرضه می‌شود بر این نکته تأکید دارد که سازمان‌های بیمه‌گر باید خود را با تغییرات جهان امروز تطبیق داده، فرایندهای داخلی را بازبینی کرده و در مورد مدل‌های کسب و کار تجدید نظر اساسی نمایند. این کتاب در ۱۶ فصل و ۴۹۱ صفحه به رشته تحریر در آمده است.



مترجمان:

دکتر مجتبی کاتب

دکتر محمدرضا سعیدآبادی

ناشر:

پژوهشکده بیمه

سال نشر:

۱۴۰۱

شابک:

۹۷۸۶۲۲۶۸۱۴۵۹۱