



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



بیست و هشتمین همایش ملی بیمه و توسعه

”نقش صنعت بیمه در رونق اقتصادی با محوریت تحول دیجیتال“

28th National Conference on Insurance and Development (28th NCOID)

The Role of Insurance Industry in Economic Prosperity with the Main Focus on Digital Transformation



همایش ملی بیمه و توسعه



عنوان مقاله:

بیمه گری باز و اکوسیستم سازی در صنعت بیمه

نویسندگان:

بهروز اسدنژاد، یحیی میرزایی پری

آذر ۱۴۰۰

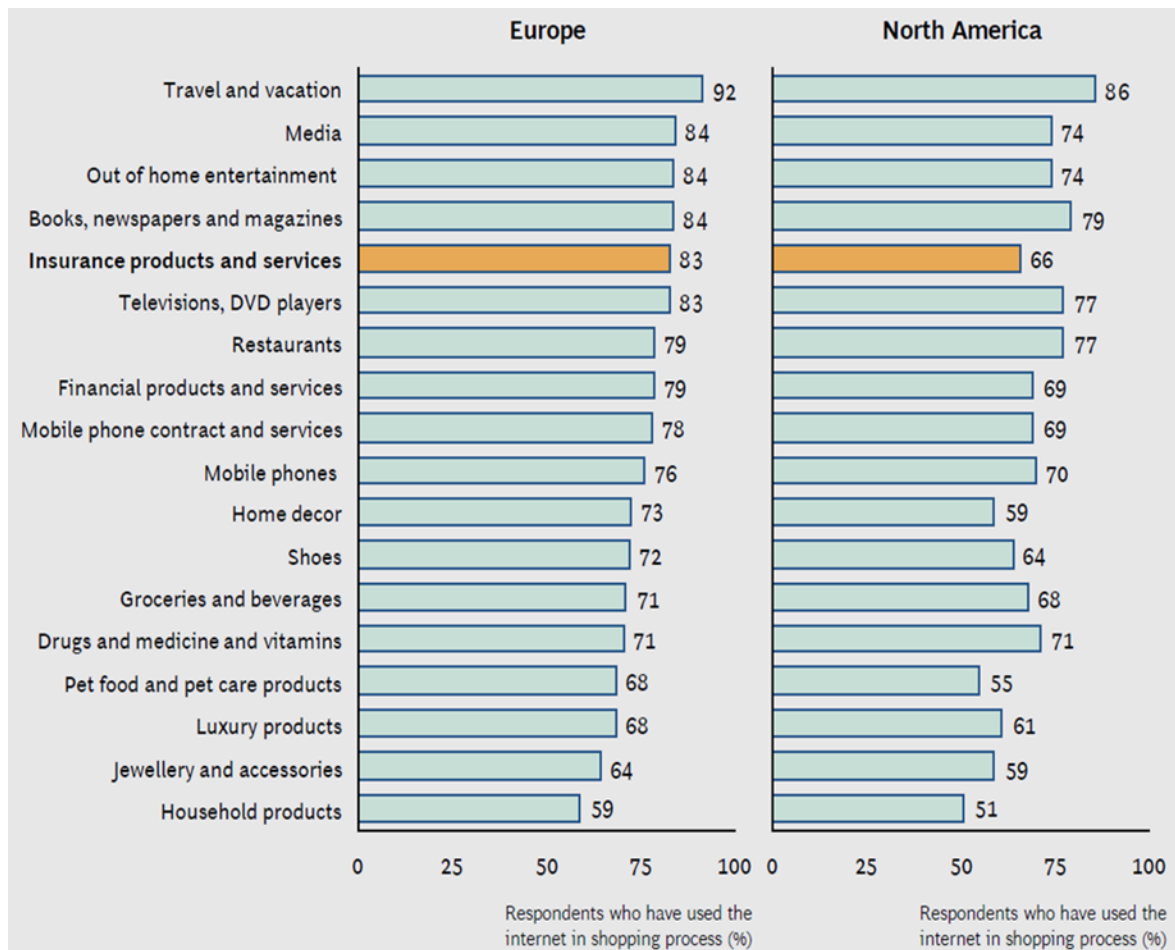
فهرست مطالب

- مقدمه
- اکوسیستم سازی در شرکت های بیمه
- بیمه گری باز
- مزایای استفاده از بیمه گری باز
- ریسک های احتمالی استفاده از بیمه گری باز
- جمع بندی و نتیجه گیری

مقدمه

- ❑ صنعت بیمه در حال تجربه یک دوره تغییر و دگرگونی است.
- ❑ عمده این تغییرات در سمت مشتری و مصرف کنندگان در حال رخ دادن است.
- ❑ اغلب مشتریان ترجیح می دهند که در هر زمان و مکان به خدمات و محصولات بیمه ای دسترسی داشته باشند.
- ❑ از طرف دیگر بازیگران جدید و نوینی شکل گرفته اند. فعالیت بازیگران جدید از طریق اتصال، ادغام و ترکیب در سایر اکوسیستم های کسب و کار معنی یافته و یا در حال معنی گرفتن است.
- ❑ اکوسیستم ها علت اصلی جریان تخریب خلاق در صنعت بیمه هستند.

تمایل عمومی برای خرید آنلاین خدمات و محصولات بیمه



۸۳ درصد
پاسخدهندگان در
اروپا و **۶۶ درصد** از
پاسخدهندگان در
آمریکای شمالی از
اینترنت برای خرید
محصولات و خدمات
بیمه استفاده
کرده‌اند.

این اقبال به خرید
اینترنتی خدمات
بیمه‌ای در اروپا حتی
از خرید خواروبار
اینترنتی هم بیشتر
بوده است.

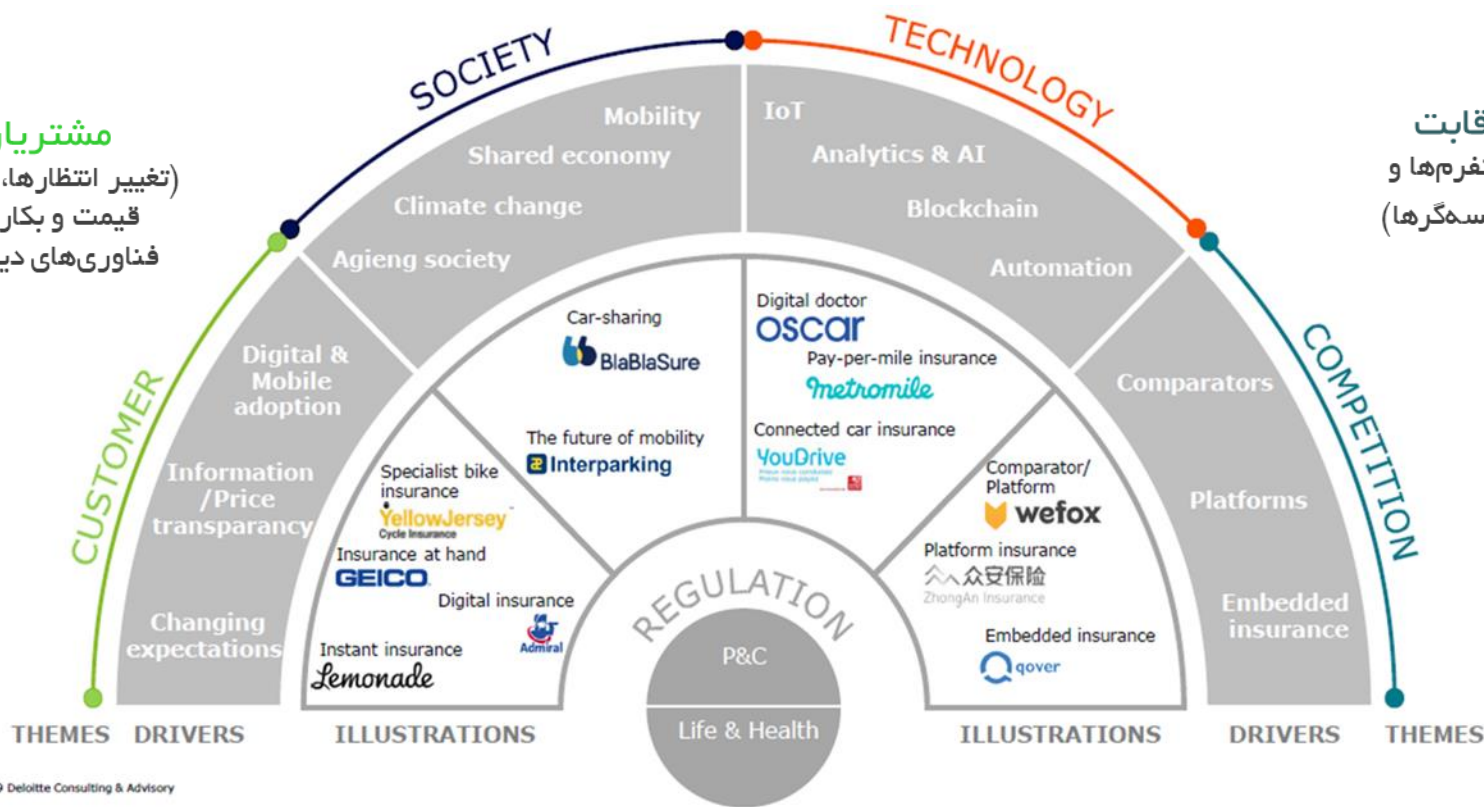
محرك‌های اثرگذار بر بازار بیمه

جامعه (سالخوردگی جمعیت، تغییراتی آب‌وهوایی، اقتصاد مشترک و)

فناوری (اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، بلاکچین و اتوماسیون)

مشتریان
(تغییر انتظارات، شفافیت قیمت و بکارگیری فناوری‌های دیجیتال)

رقابت
(پلتفرم‌ها و مقایسه‌گرها)



ویژگیهای عصر دیجیتال

- نوآوری محوری
- تجربه محوری
- داده محوری
- پلتفرم محوری
- الگوریتم محوری
- اکوسیستم محوری

اقتصاد اشتراکی

- “اقتصاد اشتراکی” در اواسط دهه ۲۰۰۰ میلادی ظهور کرد که همزمان بود با ظهور ساختارهای کسب و کاری که با الهام از فناوری‌های اجتماعی و حس نیاز اضطراری رو به افزایش به علت افزایش جمعیت و کاهش منابع به وجود آمده بودند.
- یکی از مواردی که الهام‌بخش اقتصاد اشتراکی شد، تراژدی منابع مشترک بود که به حالتی اشاره دارد که یک منبع مشترک متناهی بین تعداد زیادی از انسان‌ها وجود داشته باشد و آنها در برابر این تصمیم قرار بگیرند که تا چه اندازه از آن منبع مشترک استفاده کنند.

نیروهای محرک اقتصاد اشتراکی

- ۱- فناوری اطلاعات و رسانه اجتماعی
- ۲- عدم ثبات رو به افزایش در هزینه منابع طبیعی

فواید اقتصاد اشتراکی

- کاهش اثرات زیست محیطی
- دسترسی به فرصت‌های خود-اشتغالی
- ایجاد حس اطمینان و اعتماد در جامعه
- پس‌انداز بیشتر با همان سبک زندگی
- فرصت‌های کسب و کار بیشتر
- مالکیت کمتر
- دسترسی آسان به سرمایه

Product For Sharing Economy



۳۳۵ میلیارد دلار

اندازه بازار Sharing

Economy
درسال 2025

منظور از Sharing Economy، کسب و کاری است که بستری را برای اتصال مشتریان به ارائه دهندگان خدمت فراهم می کند. به عنوان مثال می توان شرکت اسنپ را نام برد. این شرکت بزرگ ترین شرکت کرایه دهنده تاکسی است در حالی که مالک هیچ خودرویی نیست.

با گسترش این نوع از کسب و کارها، فرصت های جدیدی برای طراحی محصول برای شرکت های بیمه بوجود آمده است. به عنوان مثال، شرکت های بیمه می توانند برای کسانی که منزل خود را به مسافران، اجاره می دهند بیمه آتش سوزی چند روزه طراحی کنند.

چالش‌های صنعت بیمه از منظر تحول دیجیتال

- فرآیندهای پیچیده و غیر شفاف (صدور و خسارت)
- قیمت گذاری یکسان برای مشتریان با ریسک های متفاوت

فعالیت‌های کلیدی

- تمرکز بر ارزش های پیشنهادی مشابه، غیرنوآورانه و غیرجذاب
- کم توجهی به طراحی پکیج های بیمه ای جذاب برای مشتری

ارزش‌های پیشنهادی

- ارتباط ضعیف و محدود و تنها در زمان صدور
- عدم پایش و مدیریت ریسک های مشتری در زمان بیمه نامه

ارتباط با مشتری

- عدم توجه به تجربه جدید برای مشتری
- عدم توجه به نیازهای واقعی مشتری
- کم توجهی به اقشار کم درآمد
- عدم توجه به ریسک‌های جدید (سرقت موبایل، تغییرات اقلیمی و ...)

مشتری

- هزینه‌های بالای بیمه‌گری (شعبه داری و ...)
- ضریب خسارت بالا ناشی از عدم به کارگیری روش‌های نوین مدیریت و پیشگیری از ریسک

ساختار هزینه

- تمرکز بر کانال های توزیع سنتی (نماینده و کارگزار)
- عدم استفاده از کانال های ارتباطی نوآورانه برای ایجاد ارتباط دو سویه

کانال های توزیع

- ضعف زیرساخت‌های فناوری اطلاعات
- سرمایه گذاری اندک بر روی زیرساخت های IT

منابع کلیدی

- عدم همکاری برای توسعه بازار و علاقه زیاد به انحصار طلبی در حوزه دانش و محصولات
- ورود اینشورتک ها به صنعت بیمه
- Sharing Economy

مشارکت‌های کلیدی

راه‌حل‌های غلبه بر چالش‌های صنعت بیمه از منظر تحول دیجیتال

- بهبود ارزیابی ریسک با استفاده از فناوری IOT
- استفاده از Mobile APP برای صدور و پرداخت خسارت

فعالیت‌های کلیدی
(صدور و خسارت)

- ارائه پیشنهادات شخصی‌سازی شده با استفاده از AI , Big Data
- ارائه بیمه های UBI

ارزش‌های پیشنهادی

- استفاده از روش های نوین دیجیتال مارکتینگ برای ارتباط مستمر با مشتری
- استفاده از Mobile APP

ارتباط با مشتری

- خلق تجربه جدید از دریافت خدمات بیمه ای
- استفاده از مدل های P2P
- پوشش ریسک های جدید مشتری

مشتری

- مدیریت و کاهش هزینه در سایه ارائه سرویس های بیمه در فضای آنلاین
- استفاده از Big Data برای کشف تقلب

ساختار هزینه

- استفاده از کانال های توزیع دیجیتال (موبایل اپ، اپراتورهای تلفن همراه و...)
- توسعه رویکرد OPEN API
- استفاده از AI و Robo Advisor

کانال های توزیع

- تمرکز بر توسعه زیرساخت های فناوری با رویکرد بیمه گری باز

منابع کلیدی

- توسعه همکاری با اینشورتک ها و استفاده از ظرفیت های Sharing Economy

مشارکت‌های کلیدی

خلق ارزش مشترک

Creating Shared Value

- آیا میان ارزشی که شرکت‌ها تولید می‌کنند و سلامت جامعه اطراف آن‌ها ارتباط وجود دارد؟
- آیا شرکت‌ها تنها موظف به تولید ارزش اقتصادی هستند؟ یا باید در تولید ارزش‌های اجتماعی هم مشارکت کنند؟
- بر مبنای دیدگاه سنتی، همواره عرضه‌کنندگان اقدام به عرضه محصولات یا ارائه خدمات نموده و مشتریان آن‌ها را خریداری می‌کنند. ولی امروزه، مشتریان می‌توانند در هر یک از مراحل تولید، از طراحی تا عرضه آن با عرضه‌کنندگان تعامل داشته باشند. این نوع تعامل باید به عنوان فرآیندی دوطرفه منجر به یادگیری دو طرف شود

سه محور اصلی پورتر و کرامر برای خلق ارزش مشترک

- **بازبینی محصولات و بازار:** شرکت ها می توانند از طریق خدمات بهتر به بازارهای کنونی، دسترسی به بازارهای جدید و کم کردن هزینه ها از طریق نوآوری نیاز جامعه را برآورند.
- **تعریف دوباره بهره‌وری در زنجیره ارزش:** شرکت ها می توانند در عین حالی که کیفیت، کمیت، هزینه و اعتبار دروندادها و توزیع را افزایش می دهند، پیشکار منابع طبیعی هم باشند و توسعه اقتصادی و اجتماعی به بار آورند
- **ایجاد امکان توسعه خوشه‌های صنعتی محلی:** هر شرکتی برای پایین آوردن هزینه هایش می تواند از همکاری با خوشه های محلی استفاده کند و اگر این کار را نکند عملاً هزینه هایش را افزایش می دهد

اکوسیستم چیست؟

- اکوسیستم‌ها شبکه‌ای از شرکت‌هایی هستند که برای همکاری یا تولید محصولی بالاتر از سطوح عادی آن انتخاب و دور هم گرد می‌آیند.
- زنجیره ارزش صنعت بیمه شامل، مدیریت محصول، بازاریابی، شبکه فروش، بیمه‌گری، مدیریت ریسک، ارزیابی خسارت، ارائه خدمت و تأمین مالی و ... می باشد.
- در این اکوسیستم مشتری، نهاد ناظر، تأمین‌کنندگان سیستم بیمه‌گری، نیروی انتظامی، شرکت‌های ارزیابی خسارت، اینشورتک‌ها و شرکت‌های جانبی وجود دارند. در این راستا وقتی صحبت از بیمه‌گری دیجیتال می‌کنیم بدین معنا است که در این چرخه ارتباطات به صورت دیجیتالی به هم متصل باشد

اکوسیستم سازی در شرکت های بیمه

- ❑ اکوسیستم ها به عنوان مجموعه در هم مرتبط از خدمات، که در یک تجربه در هم تنیده واحد، ارائه میشود، در حال ظهور در کلیه صنایع هستند.
- ❑ آنها پلتفرمهایی را فراهم می کنند که پیشنهادها از کلیه بازیگران یک صنعت را به هم مرتبط می سازد.
- ❑ اکوسیستم های دیجیتال امکان تمرکز شرکت ها بر روی توانایشان را با تکیه بر توسعه دهندگان و سایر شرکای اکوسیستم فراهم می سازند.
- ❑ اکوسیستم های این توان بالقوه را دارند که جریان های درآمدی جدیدی برای شرکت های بیمه ایجاد کنند.

اکوسیستم دیجیتال

- ۱- تنوع جغرافیایی مشارکت کنندگان
- شراکت‌های اکوسیستم دیجیتال، بازیگران متنوعی از مکان‌های مختلف را در بر می‌گیرد که به معنای همکاری میان سازمان‌هایی با فواصل زیاد جغرافیایی و زبان‌های مختلف است؛ به این ترتیب، موانع فرهنگی از میان برداشته می‌شود.
- ۲- تمرکز سازمان‌ها بر همکاری‌های بین صنعتی
- در بسیاری از اکوسیستم‌ها، تخصص مورد نیاز از صنایع مختلف به کار گرفته می‌شود. همکاری‌های بین صنعتی برای یک سازمان به معنای کار با شرکایی است که فرهنگ و انتظارات طبعاً متفاوتی دارند. در نتیجه، فرآیندهایی که شراکت را تحت تأثیر قرار می‌دهند باید با نیازهای هر کدام از شرکا همراستا باشند.

اکوسیستم دیجیتال

- ۳- ساختارهای معامله‌ای منعطف
- در اکوسیستم‌های دیجیتال از ساختارهای معامله‌ای منعطف‌تر نسبت به سرمایه‌گذاری‌های مشترک و ائتلاف‌های بلندمدت مانند ارتباطات قراردادی و شراکت‌های مبتنی بر پلتفرم استفاده می‌شود تا امکان پاسخگویی سریع‌تر به ترجیحات متغیر مشتریان، فناوری‌های جدید، تهدیدهای در حال ظهور از سوی رقبا و تغییرات در مقررات موجود فراهم گردد.
- ۴- خلق ارزش به صورت متقابل و مستمر
- در یک اکوسیستم دیجیتال قوی، تمرکز بر خلق ارزش به صورت مستمر است و تمامی مشارکت‌کنندگان از فعالیت در اکوسیستم و ارتباط با یکدیگر منتفع می‌شوند.

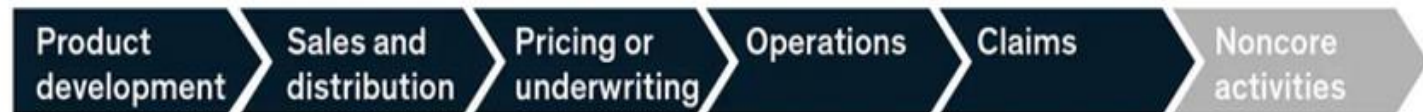
اکوسیستم سازی در شرکت های بیمه

□ مزایای اکوسیستم ها در کمک به بهبود، اصلاح و ارتقای زنجیره ارزش بیمه:

استخرهای درآمد جدید

هسته موجود کسب و کار بیمه

حوزه اثر



Touchpoints



امکان رویکردهای
بیمه خرد

فروش متقاطع یا
بیشینه در لحظه
نیاز

امکان قیمت
گذاری رفتاری

افزایش وفاداری
مشتری

امکان هدایتگری
هوشمند

Data



اطلاع از نیازهای
آتی محصول

پیشنهاد شخصی
سازی شده

ارزبابی ریسک برای
قیمت گذاری مورد
به مورد

تشخیص پتانسیل
های ریزش

بهبود پیشگیری و
کشف تقلب

آزادی برای منابع
جدید درآمدی
جانبی

Products or services



ایجاد محصولات
جدید قابل اجرا

تقویت ارزش
پیشنهادی
محصولات

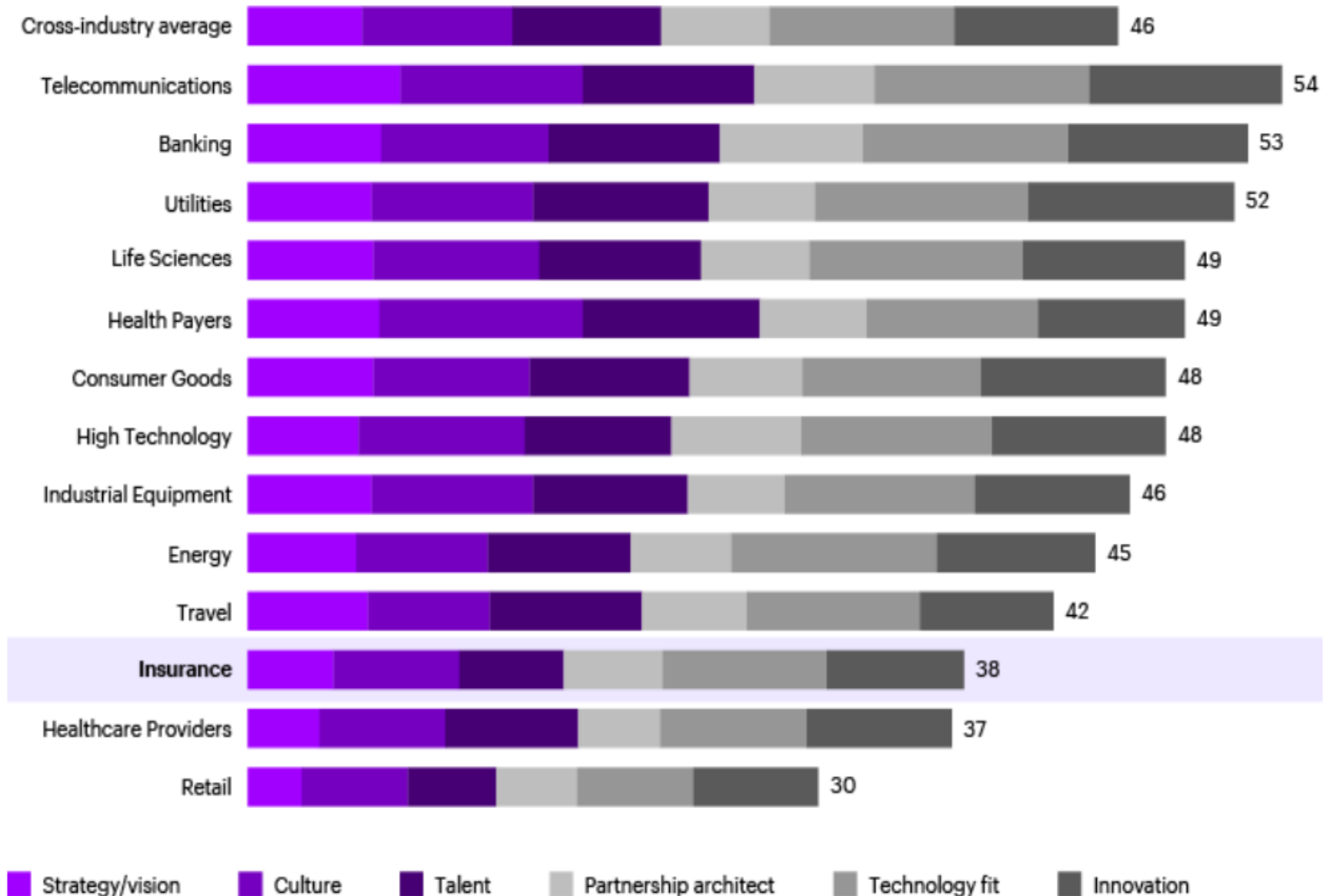
ایجاد ترکیبی از
محصولات و
خدمات

کاهش هزینه
خدمات/ افزایش
رضایتمندی

کاهش توأثر و شدت
خسارت

اکوسیستم سازی در شرکت های بیمه

قابلیت اکوسیستم سازی در صنعت بیمه در مقایسه با سایر صنایع:



اکوسیستم سازی در شرکت های بیمه

- ❑ تعداد زیادی از مدیران ارشد شرکت های بیمه در خصوص پتانسیل های بالقوه اکوسیستم دیجیتال صحبت می کنند.
- ❑ تنها تعدادی از آنها با این سوال بزرگ کلنچار می روند که « چگونه من می توانم شرکتم را برای بهره برداری از نویدهای اکوسیستم دیجیتال تغییر دهم؟ »
- ❑ پاسخ این پرسش را میتوان در بیمه گری باز جستجو کرد.
- ❑ بیمه گری باز یکی از بهترین مسیرهای ایجاد یک کسب و کار اکوسیستمی را فراهم می آورد.
- ❑ بیمه گری باز (Open Insurance) با به کارگیری مفاهیم نوآوری باز در صنعت بیمه، ابزار و راهکاری برای مواجهه و بهره برداری از شرایط نوین تلقی می شود.

□ مدل‌های کسب و کار باز مبتنی بر API ها در حال دگرگونی بسیاری از صنایع هستند.

□ API ها ستون فقرات این دگرگونی دیجیتال هستند.

□ در واقع کسب و کارهای پیشرو به این نتیجه رسیده اند که API ها یک دارایی استراتژیک آنهاست و بایستی به عنوان یک محصول، طراحی و مدیریت شود تا بتواند به موفقیت برسد.

□ در سطح بسیار ساده، API راهی برای صحبت کردن دو برنامه کامپیوتری، از طریق یک شبکه و با استفاده از یک زبان مشترک که هر دو آنها آن را می فهمند، است

بیمه گری باز

- بیمه گری باز به اشتراک گذاری اجباری داده ها مبتنی بر موافقت صریح موضوع داده، اطلاق می شود. به بیان دیگر به اشتراک گذاری اطلاعات از طریق API ها مابین بازیگران متعدد و متفاوت بازار بیمه، گفته می شود.
- بنا بر تعریف موسسه مشاوره Accenture ، بیمه گری باز به اشتراک گذاری و استفاده از داده و خدمات در سرتاسر صنایع چندگانه با به کار گیری ابزار API ها گفته می شود به طوری که بی نهایت، در دسترس و به طور باز، قابل استفاده باشند.
- بیمه گری باز راه جدید انجام کسب و کار است. بیمه گری باز به شرکت های بیمه اجازه میدهد که ارزش پیشنهادی جدیدی خلق کرده و جریان های درآمدی تازه ای ایجاد کنند. به ویژه بیمه گران را قادر می سازد که روابط عمیق تری با مشتریانشان به وجود آورده و در تماس با طیف وسیعتری از مخاطبان باشند .

انواع API

- داخلی

- باز



منافع بیمه گری باز

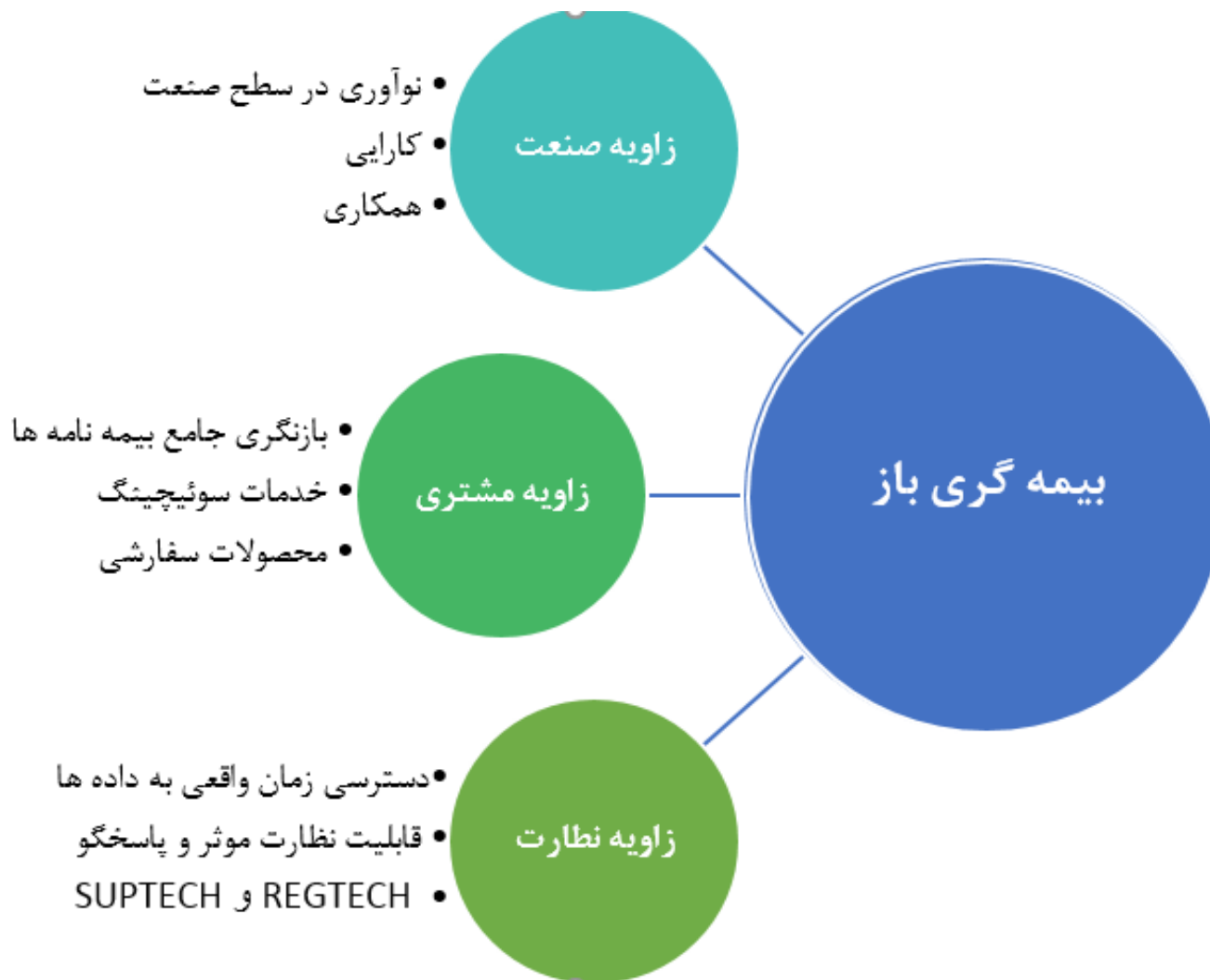
- درآمد ناشی از استفاده از سرویس ها

- جمع آوری دیتا

- برندینگ

بیمه گری باز

بیمه گری باز می تواند از سه زاویه به هم پیوسته مورد توجه قرار گیرد:



بیمه گری باز

□ از جنبه صنعت:

افزایش مبادله داده از طریق API می تواند به تسهیل نوآوری ، باز بودن و همکاری در سطح صنعت کمک کند.

□ از زاویه مشتری:

بیمه گری باز می تواند به عنوان دسترسی و به اشتراک گذاری داده های مرتبط با خدمات بیمه ای مصرف کنندگان مابین بیمه گران، واسطه ها و اشخاص ثالث برای ایجاد اپلیکیشن ها و خدمات تعریف شود.

□ از زاویه نظارت:

بیمه گری باز می تواند درهای نظارت صنعت را بر روی ابزارهای نظارتی نوین بگشاید.

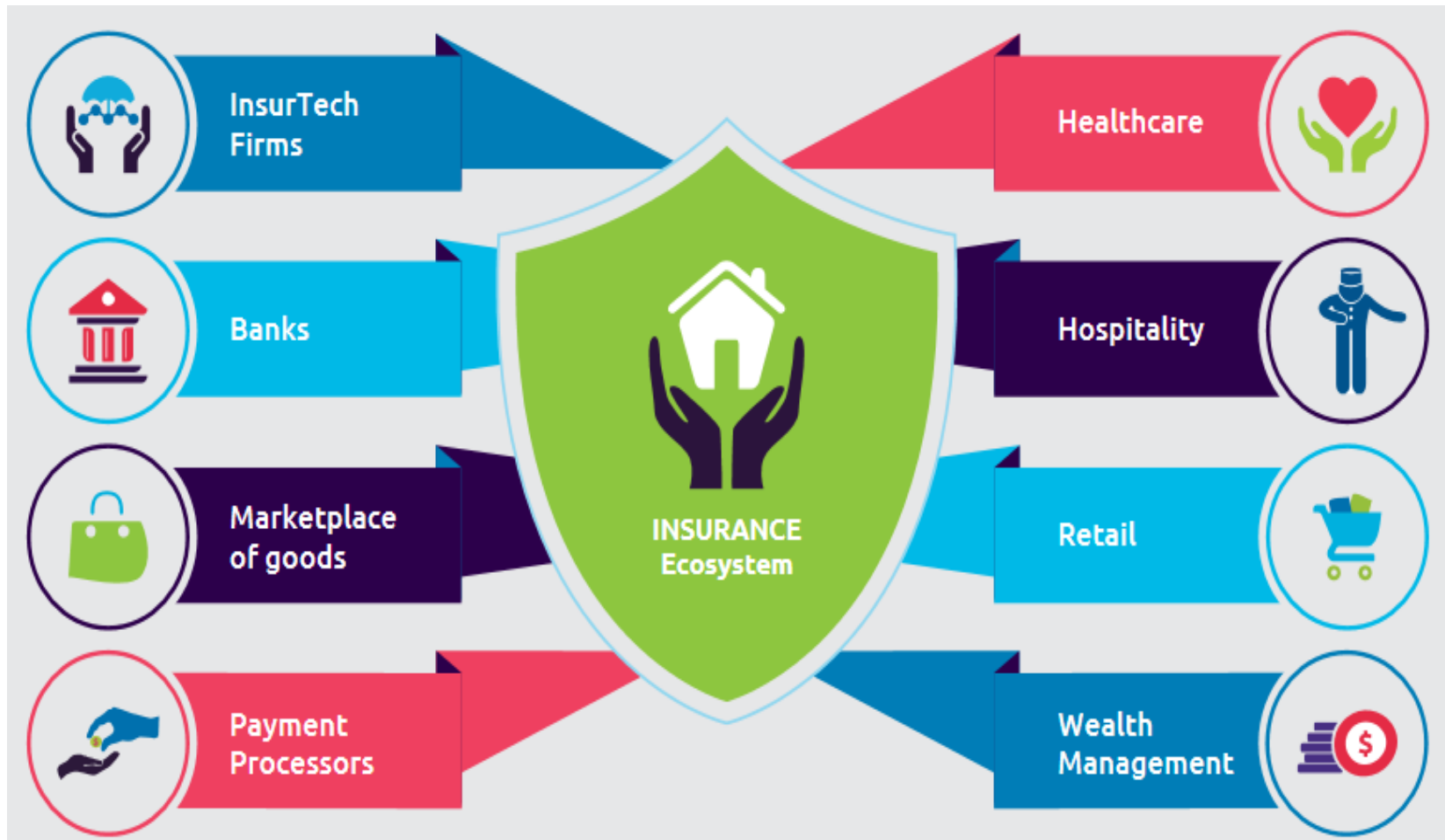
بیمه گری باز

□ بیمه گری باز و API به بیمه گران کمک می کند تا فرآیندهای داخلی و نیز منابع داده ای خود را در اختیار سایر کسب و کارها قرار دهند، داده ها را از منابع مختلفی دریافت کنند و آنها را با سایر کسب و کارها به اشتراک بگذارند. در نهایت این موضوع به آنها اجازه خواهد داد تا خدمات بیمه ای را با پلتفرم ها و اکوسیستم های دیجیتال سایر کسب و کارها به اشتراک بگذارند.

□ مدل های کسب و کار باز به همکاری بیرونی و بین صنعتی اجازه می دهد که به مبادله امن داده ، وظایف و عملکردهای کسب و کار برای ثبات آتی کسب و کار و نیز افزایش جریان درآمد از طریق ایجاد رشد در سایر صنایع نیل پیدا کنند. در مسیر رقابت به سمت بهره برداری از فرصت ها، چابکی کسب و کارها، نقشی حیاتی در تعریف برندگان ایفا می کند. و در نهایت مشتریان ارزش بالاتری را در خرید و استفاده از بیمه متناسب با سبک زندگی شان و تقاضای خالص دیجیتال شان تجربه می کنند. با تحول ناشی از بیمه گری باز، بیمه گران مجموعه جامعی از خدمات ماژولار را توسعه می دهند.

بیمه گری باز

□ ابعاد توسعه اکوسیستم بیمه مبتنی بر بیمه گری باز



بیمه گری باز

چهار اصل پلتفرم بیمه گری باز



مزایای بیمه گری باز

- تحویل سریع پیشنهادهای طراحی شده نوآورانه و در عین حال منصفانه
- حفظ روابط مشتری و تقویت ارزش برند همزمان با تحویل محصولات و خدمات نوین
- چرخش موثر هزینه در مدل های مشارکت و توزیع نوین، که بازار گسترده تر و عمیق تری را به دنبال دارد.
- منابع درآمدی اضافی از طریق کسب درآمد به واسطه انفجار اطلاعات و داده های گردآوری شده در مسیر فعالیت
- افزایش کارایی عملیاتی حاصل از کاهش دوباره کاری و مصالحه ها
- نگهداری بهتر مشتری از طریق لذت بخش سازی تجربه مشتری
- طراحی محصولات نوین برای مشتریان از طریق کانال های نوین
- ترکیب خرده فروشی، بیمه و فناوری
- اهرم قرار دادن اپلیکیشن های اجتماعی برای دستیابی به مشتری و خدمت دهی به بیمه نامه
- ...

ریسک های بیمه گری باز

□ در حوزه مشتریان:

به اشتراک گذاری وسیع داده ها، ریسک نفوذ به داده ها، از بین رفتن و تقلب را افزایش خواهد داد.

در این ارتباط حتی کیفیت داده ها و اینکه چگونه داده ها می توانند اندازه گیری و تقویت شوند دیگر چالش پیش رو در حوزه مشتریان است.

□ در ارتباط با بیمه گران:

امنیت و حریم خصوصی داده ها، مشتمل بر اینکه پردازش و ذخیره سازی داده ها به طور کامل و مطابق با توافق مشتری انجام شود می تواند یک چالش باشد.

کیفیت و صحت داده ها در حوزه بیمه گران دیگر ریسک و چالش احتمالی است.

ریسک های حملات سایبری و از دست رفتن و افشای اطلاعات دیگر چالش سمت بیمه گران است.

همچنین ریسک تمرکز و وابستگی به اشخاص ثالث، توسعه مدل های کسب و کار و انتظارات نظارتی متفاوت جمگی می توانند از جمله ریسک های حیاتی و قابل توجه در

ارتباط با شرکت های بیمه باشند.

ریسک های بیمه گری باز

□ ریسک حوزه نهادهای نظارتی:

می تواند مشتمل بر: ریسک های انطباق و تعدیل، عدم اطمینان در هنگام معرفی محصولات و خدمات نوآورانه و مبتکرانه مبتنی بر فناوری های نوین، نیاز به شفافیت قانونی برای چارچوب های مختلف بیمه گری باز، انتقال و ذخیره سازی داده ها و خطرات احتمالی مترتب بر آنها باشد.

همچنین بسیاری از ابعاد فنی از پروتکل و استانداردها چون API ها و داده های تعریف شده میتواند چالش های پیش روی نهادهای نظارتی باشد.

همچنین چالش های مرتبط با بازیگران قدیمی و سنتی و بازیگران جدید، حفاظت از اطلاعات مشتریان و تکه تکه شدن بازار متاثر از فناوری های کلان، قابل ملاحظه خواهند بود.

جمع بندی و نتیجه گیری

- امروزه جهان دیجیتال در هم تنیده و به هم مرتبط در حال گسترش و رشد است.
- کلید موفقیت در این فضای نوین اکوسیستم سازی در صنعت بیمه است.
- اکوسیستم های دیجیتال امکان تمرکز شرکت ها بر روی توانایشان را با تکیه بر توسعه دهندگان و سایر شرکای اکوسیستم فراهم می سازند.
- مفهوم هسته ای در قالب اکوسیستم سازی، مدل های کسب و کار باز و در صنعت بیمه، مفهوم بیمه گری باز است.
- در این ارتباط API ها ستون فقرات این دگرگونی دیجیتال قلمداد می شوند.
- در قالب مفهوم بیمه گری باز می توان به مهیا نمودن خدمات و داده ها توسط شرکتهای بیمه گر برای شرکای تجاری، شرکت ها و استارتاپ ها جهت ایجاد خدمات، برنامه ها، App ها و مدل های کسب و کاری نوآورانه اتکا کرد.
- به واسطه مفهوم بیمه گری باز میتوان نقش ها و جایگاه ها در اکوسیستم بیمه را متحول ساخت، می توان اکوسیستم بیمه را به سایر اکوسیستم ها متصل کرد و از طریق ترکیب و یکپارچه سازی اکوسیستم های مختلف، خدمات و محصولات ویژه ای را متناسب با تغییر الگو و سبک زندگی مشتریان ارائه کرد.



با سپاسی از شما

