



הפינה המקצועית של ירדן פלד

מומחה לטרנספורמציה דיגיטלית מבוססת

בינה מלאכותית, מנהל עדיף Tech

עדיף
TECH

מנהל מכירות ושיווק AI - המפתח לעתיד ענף הביטוח בישראל

הרוח החדשה במפרשי סוכנויות הביטוח

ענף הביטוח הישראלי עובר טרנספורמציה עמוקה. שינויים רגולטוריים, לחץ תחרותי גובר וציפיות לקוחות משתנות, מחייבים את סוכנויות הביטוח לאמץ חדשנות. בתוך נופ זה, הבינה המלאכותית (AI) אינה עוד מילת באזז, אלא כוח מניע מהפכני המשנה את כללי המשחק בתחומי השיווק והמכירות. לצד ההתקדמות, לרוב סוכנויות הביטוח אין את האמצעים להשקיע ולהתנסות בכלים חדשים מסיבות של משאבים, איכות הדאטה או ממשקים ואבטחת מידע.

AI מאפשרת לסוכנויות לעבור ממודל תגובתי למודל פרואקטיבי. היא מסייעת בזיהוי מגמות שוק, חיזוי צרכי לקוחות והתאמה אישית חסרת תקדים של הצעות. לדוגמה, במקום להסתמך על ניחושים או ניסיון בלבד, סוכנות יכולה כעת להשתמש ב-AI כדי לנתח נתוני עבר ולזהות לקוחות בעלי פוטנציאל גבוה לנטישה, או כאלה שמועמדים לרכישת פוליסה משלימה. זהו שינוי מהותי באופן שבו סוכנים פועלים, והוא דורש מנהיגות והכוונה.

התפקיד החדשני: מנהל

מכירות ושיווק AI - הכרח אסטרטגי

בעידן זה, חברות הביטוח והסוכנויות זקוקות יותר מכל לתפקיד חדש: **מנהל מכירות ושיווק AI**. תפקיד זה אינו רק טכני, אלא אסטרטגי במהותו – הוא הגשר בין עולם הטכנולוגיה המתפתח לבין ליבת העסק של מכירות ושיווק ביטוח.

מהות התפקיד: מנהל מכירות ושיווק AI הוא המוביל האסטרטגי להטמעת כלי ומתודולוגיות בינה מלאכותית במערך המכירות והשיווק. מטרתו העיקרית היא להעצים את סוכני הביטוח, המפקחים והמנהלים בכלים חכמים, ובכך להגדיל משמעותית את המכירות, ליעל את העבודה, לצמצם משאבים ולטפח תרבות של חדשנות. הוא ישמש כסמכות המרכזית בנושאי יישומי AI למכירות ושיווק בחברה או בסוכנות.

תחומי אחריות מרכזיים:

1. אסטרטגיה ויישום עסקי

• זיהוי נקודות כאב ובחירת פתרונות: ביצוע ניתוח יסודי של תהליכי

מכירות ושיווק קיימים כדי לזהות צווארי בקבוק ותחומים שבהם AI יכולה להביא את ההשפעה הגדולה ביותר. לדוגמה, אם סוכנים מקדישים זמן רב לסינון לידים לא רלוונטיים, מנהל מכירות ה-AI יבחן פתרונות **אנליטיקה חזויה** שיכולים לנקד לידים ולתעדף אותם לפי סבירות סגירה. אם ניסוח הצעות ביטוח אורך זמן רב, הוא יבחן הטמעת **עוזרי AI גנרטיביים** שיכולים לנסח טיוטות ראשוניות של הצעות מותאמות אישית ומציאת כלים מהירים להטמעה והתאמה לסוכנויות ולסוכנים.

• **תוכניות פיילוט והטמעה הדרגתית:** תכנון ופיקוח על תוכניות פיילוט עבור כלי AI חדשים, תוך התמקדות ב"ניצחונות מהירים" לבניית מומנטום והדגמת ערך. לדוגמה, השקת פיילוט של כלי AI לניתוח שיחות מכירה בצוות קטן, מדידת שיפורים בשיעורי המרה, ולאחר מכן הרחבת השימוש לכוח המכירה כולו.

• **ניהול נתונים והבטחת איכות:** שיתוף פעולה עם צוותי נתונים להבטחת זמינות של נתונים נקיים, מובנים ואיכותיים, שהם קריטיים ליעילות מודלי ה-AI. הוא יוודא, למשל, שנתוני הלקוחות במערכת ה-CRM מעודכנים ומלאים, שכן AI המבוססת על נתונים חסרים או שגויים תוביל לתובנות שגויות.

• **כוונון עדין והתאמה אישית של מודלים:** עבודה עם data scientist לכוונון עדין של מודלי AI שאומנו מראש עם נתונים ספציפיים לחברה, כדי להבטיח רלוונטיות ודיוק לשוק הביטוח הישראלי ולקווי מוצרים ספציפיים. לדוגמה, מודל חיזוי נטישה גלובלי יצטרך להתאים לנתוני לקוחות ישראלים ולהרגלי נטישה מקומיים.

2. העצמת סוכנים ומנהלים:

• **פיתוח תוכנית הכשרה ל-AI:** תכנון והעברת סדנאות AI מקיפות ותוכניות הכשרה לסוכני מכירות, מפקחים ומנהלים. ההכשרה לא תתמקד רק ב"איך ללחוץ על הכפתור", אלא ב"למה זה משנה לי". לדוגמה, הדגמה כיצד כלי AI לעיבוד מסמכים יכול לחסוך לסוכן שעות של הזנת נתונים ידנית מתיק לקוח, ובכך לפנות לו זמן לפגישות מכירה פרונטליות.

• **ייעוץ והכוונה:** שימוש כנקודת מגע עיקרית ומומחה תוכן לכל

המשך בעמוד הבא <<<

אינטראקציות מורכבות עם לקוחות ובניית קשרים אסטרטגיים. במקום שסוכן יבלה שעות בחיפוש מידע בפוליסות קיימות, מערכת AI לניהול ידע יכולה לספק לו את המידע הרלוונטי באופן מיידי, ובכך לאפשר לו להקדיש את זמנו לייעוץ מקיף ללקוח.

• **תכנון אסטרטגי:** תרומה למפת הדרכים האסטרטגית ארוכת הטווח לאימוץ AI בתוך חטיבת המכירות ובכלל החברה. זיהוי הזדמנויות חדשות ל-AI ליצירת יתרונות תחרותיים ולטיפול בצרכי שוק עתידיים.

• **אתיקה וציות:** הבטחה שכל יישומי ה-AI עומדים בהנחיות אתיות, בתקנות פרטיות (לדוגמה: GDPR, HIPAA, PCI-DSS) ומניעת הטיית, שיתוף פעולה עם צוותים משפטיים וציות לניטור נופים רגולטוריים מתפתחים הקשורים ל-AI בשירותים פיננסיים.

השפעה על החברה: יעילות, צמיחה ופריצת דרך

השפעתו של מנהל מכירות ושיווק AI על החברה היא רחבה ומשמעותית:

• **יעילות תפעולית דרמטית:** חברות ביטוח המאמצות AI מדווחות על הפחתה של 15%-25% בהוצאות תפעוליות וקיצור זמני עיבוד (כמו תביעות או חיתום) ב-50%-70%.

דוגמה להשפעה: נניח שתהליך חידוש פוליסת רכב מורכב דורש כיום מסוכן כשעה של איסוף נתונים, בדיקת היסטוריה, מילוי טפסים וקבלת אישורים. באמצעות כלי AI לעיבוד מסמכים ואוטומציה, הסוכן יכול

המשך מהעמוד הקודם <<<

השאלות הקשורות ל-AI בתוך חטיבת המכירות ולסוכנויות חיצוניות מרכזיות. הוא יהיה זה שמפקחים ומנהלים יפנו אליו כדי להבין כיצד AI יכולה לסייע להם בניהול צוותים, למשל באמצעות כלי AI לניתוח ביצועי סוכנים המזהה פערים במיומנויות ומציע תוכניות אימון מותאמות אישית.

3. אופטימיזציה של ביצועים ויעילות משאבים:

• **שיפור ביצועי מכירות:** מינוף AI לניתוח פלחי לקוחות מתקדם, אנליטיקה חזויה לזיהוי לקוחות פוטנציאליים חכמים יותר, ואסטרטגיות תקשורת מותאמות אישית להגדלת שיעורי ההמרה ונפח המכירות. לדוגמה, מערכת AI לניקוד לידים יכולה לזהות מתוך מאות לידים חדשים את עשרת הלידים הסבירים ביותר לסגירה, ובכך לאפשר לסוכנים למקד את מאמציהם ולהגדיל את שיעור ההמרה באופן משמעותי.

• **יעילות תפעולית והפחתת עלויות:** הטמעת אוטומציה מבוססת AI למשימות חוזרות ונשנות כגון ניהול CRM, עיבוד מסמכים, סינון לידים, והשוואת פוליסות. דוגמה פרקטית: במקום שסוכן יצטרך להזין ידנית פרטי לקוח חדש לכל מערכות החברה, כלי AI לאוטומציה תהליכית (RPA) יכול לבצע זאת באופן אוטומטי מרגע קבלת הנתונים, ובכך לחסוך זמן יקר ולמנוע טעויות אנוש.

• **אופטימיזציה של משאבים:** זיהוי הזדמנויות להקצאה מחדש של משאבי אנוש ממשומות שגרתיות לפעילויות בעלות ערך גבוה יותר, כגון

ארגז הכלים של העתיד: הטכנולוגיות המרכזיות

מנהל מכירות AI ממנף חבילת כלים טכנולוגיים מתקדמים כדי להעצים את מערך המכירות. כל כלי נבחר בקפידה כדי לתת מענה לאתגר ספציפי בתהליך המכירה.



עיבוד מסמכים (OCR/NLP)

סריקה וחילוץ נתונים אוטומטיים ממסמכים, הפחתת טעויות ידניות וזירוז תהליכי חיתום.



עוזרי AI גנרטיביים

ניסוח אימיילים ותקשורת מותאמת אישית, סיכום פגישות וסיעור מוחות על הצעות כיסוי חדשניות.



אנליטיקה חזויה

זיהוי לידים עם פוטנציאל גבוה, חיזוי נטישת לקוחות ויצירת "רשימות זהב" למכירה ממוקדת.



Agent Copilot (סוכן-שותף)

מערכות "אדם-בלולה" המספקות הצעות בזמן אמת ומאפשרות לסוכן לחדד ולשפר את המלצות ה-AI.



CRM מבוסס AI

ניהול קשרי לקוחות חכם, אוטומציה של תקשורת, ותובנות בזמן אמת על התנהגות לקוחות.



צ'אטבוטים ועוזרים וירטואליים

מתן שירות לקוחות 24/7, מענה על שאלות בסיסיות, והכוונה בתהליכי הגשת תביעות ראשוניים.

מקור: insurAI המשך בעמוד הבא <<<

<<< המשך מהעמוד הקודם

המלווה אותם בצמתי חיים משמעותיים ומסייע להם לקבל החלטות מושכלות. זהו הקשר שבו AI נכנסת לתמונה, ומאפשרת לסוכן לעבור מ"מתווך" ל"יועץ מומחה".

• **מעבר לסוכן "פיגטלי":** הסוכן האנושי לא יעלם, אלא ישתנה. הוא יהפוך לסוכן "פיגטלי" – שילוב של מגע אישי ואמפתיה אנושית עם יכולות דיגיטליות מתקדמות המונעות על ידי AI. מנהל מכירות ושיווק AI יבטיח שהסוכנים יקבלו את ההכשרה והתמיכה הדרושות למעבר זה, וילמדו למנף את ה-AI כשותף ולא כאיום. הסוכן הפיגטלי יוכל, למשל, לנהל שיחת וידאו עם לקוח תוך כדי שה-AI מציגה לו על המסך המלצות מותאמות אישית לפוליסות, מנתחת את הסיכונים הפוטנציאליים ומציגה השוואות מחירים בזמן אמת.

• **שותפות אסטרטגית מבוססת נתונים:** הקשר בין חברת הביטוח לסוכנויות יהפוך לשיתוף פעולה אסטרטגי יותר, המבוסס על נתונים ותובנות. חברות יספקו לסוכנויות כלים ותובנות AI מתקדמים, ובתמורה יקבלו נתונים איכותיים שישפרו את מודלי ה-AI. מנהל מכירות ושיווק AI יהיה האדריכל של שותפות זו, ויבטיח זרימת מידע דו-כיוונית שתועיל לכל הצדדים.

סיכום

לסיכום, תפקיד מנהל מכירות ושיווק AI אינו רק תוספת למבנה הארגוני, אלא מנוע צמיחה אסטרטגי. הוא יאפשר לחברות הביטוח ולסוכנויות בישראל למנף את מלוא הפוטנציאל של הבינה המלאכותית, להישאר רלוונטיות, יעילות ותחרותיות, ולהוביל את הענף בעזרת יכולות הבינה המלאכותית.

כעת להזין את הפרטים הבסיסיים, והמערכת תמשוך את כל הנתונים הרלוונטיים, תמלא את הטפסים ותקבל אישור ראשוני תוך דקות ספורות. חיסכון דרמטי זה בזמן מאפשר לסוכן לטפל בעשרות חידושים נוספים ביום, או להקדיש את הזמן הפנוי למכירת פוליסות חדשות ומורכבות יותר.

• **הגדלת מכירות ורווחיות AI:** מאפשרת ניתוח פלחי לקוחות מתקדם וזיהוי לידים עם פוטנציאל גבוה ("רשימות זהב"). סוכנים יכולים לקבל המלצות מותאמות אישית ללקוחות, מה שמוביל לעלייה של 15% בשיעורי ההמרה. כתוצאה מכך, תפוקת הסוכנים יכולה לעלות בכ-20%, והם יכולים לטפל ביותר לקוחות או להעמיק את הקשר עם לקוחות קיימים, גם אם העמלה פר-לקוח נמוכה יותר.

• **כניסה למוצרים ונישות חדשות:** AI מאפשרת לחברות לשרת פלחי אוכלוסייה שבעבר לא היו רווחיים (למשל, לקוחות בעלי הכנסה נמוכה). באמצעות צ'אטבוטים למענה אוטומטי ומערכות להיפר-פרסונליזציה, ניתן להבטיח שירות עקבי ואיכותי לכל הלקוחות, ללא קשר לפוטנציאל העמלה שלהם. בנוסף, AI מסייעת בזיהוי סיכונים מתפתחים ומאפשרת פיתוח מהיר של מוצרי ביטוח חדשניים המותאמים לצרכים עתידיים.

תחזית לעתיד: שינוי הקשר והפעילות

בעידן שבו מידע זמין בלחיצת כפתור, תפקידו המסורתי של מתווך הביטוח כ"מוכר פוליסות" משתנה. הלוקוחות מצפים כיום לא רק למוצר, אלא ליועץ הוליסטי, ליווי פיננסי ואסטרטגי לטווח ארוך, והבנה מעמיקה של צרכיהם המשתנים. הסוכן הופך ליועץ פיננסי ואסטרטגי של המשפחה והלקוחות,



עלות הספר
249 ₪
כולל משלוח דואר רשום

משה ברקת • גיא לקן • איתי קדמי

תור הזהב

של המשקיעים המוסדיים

מסע מרתק אל מאחורי הקלעים

של עולם ההשקעות המוסדי הספר שכל משקיע חייב להכיר

לפרטים נוספים ורכישה >