



הפינה המקצועית של ירדן פלד

TECH עדיף

הפער של ה-30%: למה ענף הביטוח מצטיין בדאטה אבל מפחד ממהפכות?

(Disruptive Innovation) הענף נמצא בפער שלילי של 30%- לעומת הממוצע במשק. המשמעות היא פשוטה: חברות הביטוח מצוינות בלשפר את הקיים, אבל אנחנו נכשלים ביצירת מודלים עסקיים חדשים שמשנים את כללי המשחק. כלומר, טובים בלהפוך תהליכים קיימים לדיגיטליים ואולי אף לשפר אותם ולקצר, אבל לא שינוי גישה שמשנה את הקיים.

איפה הכאב האמיתי? 3 צווארי בקבוק בשטח

1. מלכודת ה"שיפור ההדרגתי": רוב חברות הביטוח משקיעות בדיגיטציה של תהליכים קיימים (כמו הפיכת טופס נייר לטופס דיגיטלי), אך לא בשינוי התהליך עצמו. זהו "חוב טכנולוגי" שמעכב אימוץ AI אמיתי.

2. הפחד מרגולציה כחסם יצירתיות: הדו"ח מציין כי בסביבה רגולטורית כבדה, ארגונים נוטים ל"חדשנות זהירה". התוצאה היא מוצרים שמרניים שדומים מדי אחד לשני.

3. פער בכישורים ארגוניים: למרות הידע הטכנולוגי, הדו"ח מראה כי הציון על "עידוד והטמעת חדשנות" נמוך מ-65. המנהלים רוצים חדשנות, אבל השטח, הסוכנים ומחלקות התפעול, לא תמיד מקבל

דו"ח החדשנות של ישראל לשנת 2025, שפורסם לאחרונה על ידי המכון הישראלי להערכת חדשנות (INSA), מציב מראה מפכחת מול פניהם של מנהלי חברות הביטוח והסוכנויות הגדולות. בעוד שהמשק הישראלי כולו מנסה לנווט בתוך אי-ודאות כלכלית וביטחונית, סקטור הפיננסים והביטוח הושם ציון חדשנות ענפי של- 69 ציון שמציב אותו מעט מעל הממוצע הארצי, אך חושף "בטן רכה" מדאיגה שעלולה לעלות לנו ביוקר בעתיד הקרוב.

הפרדוקס המגזרי: אלופים בניהול ידע, מתחילים בשיבוש

הנתון המרשים ביותר בדו"ח הוא הציון **77** שקיבל הענף בקטגוריית "ניהול ידע ונתונים". עבור מי שמכיר את ענף הביטוח מבפנים, זה לא מפתיע: אנחנו חיים ונושמים דאטה, אקטואריה וסטטיסטיקה. המערכות שלנו יודעות לאסוף מידע, לתעד פוליסות ולנהל תביעות ברמה גבוהה, ובשנים האחרונות השקיעו משאבים רבים להגדיר ולנהל את הדאטה הרבה בצורה אלסטית ומתאימה לתהליכים דיגיטליים.

אך כאן מגיע הנתון המטלטל: בכל הנוגע ל**חדשנות משבשת**



המשך בעמוד הבא <<<

בחברה ללא שימוש (למשל: העדפות לקוח בשיחות מוקלטות) והפכו אותו לבסיס ל-AI ג'נרטיבי.

- **יצירת "ארגז חול" (Sandbox):** אפשרו לצוותים קטנים לבחון כלי AI חדשים על תהליכים לא קריטיים לפני הטמעה מלאה.
- **מעבר ממוצר לשירות:** תחשבו איך הפוליסה הופכת לשירות מתמשך (כמו מניעת נזק) ולא רק פיצוי לאחר אירוע.
- השקעה בהון אנושי: חדשנות היא לא רק טכנולוגיה, היא תרבות. הדו"ח מראה כי ארגונים שמשלבים את העובדים בתהליך מגיעים לתוצאות טובות פי כמה.

סיכום: העתיד שייך לאמיצים

דו"ח החדשנות 2025 מוכיח שפוטנציאל יש, וידע יש בשפע. האתגר הגדול של ענף הביטוח לשנה הקרובה הוא להפסיק לפחד מ"שיבוש" ולהתחיל להוביל אותו. הנתונים מראים שחברות שלא יעזו לצאת מהחדשנות האינקרמנטלית, ימצאו את עצמן עם מערכות ניהול ידע מצוינות אבל בלי יכולת ביצוע אמיתית שמשלבת את כול מרכיבי החדשנות.

רוצים לקרוא את הדוח המלא ולהבין איפה הארגון שלכם עומד? לחצו כאן

הכותב הינו מנהל עדיף Tech, בעלים של חברת insurAI, מומחה להטמעת בינה מלאכותית ואוטומציה בענף הביטוח

המשך מהעמוד הקודם <<<
את הכלים או הגיבוי הנדרש לניסוי וטעייה והשקעת משאבים רבים.

מקרה בוחר: המהפכה של "שבא" - מצינור למנוע תובנות

דוגמה מרתקת שמופיעה בדו"ח היא חברת **שבא (שירותי בנק אוטומטיים)**. במשך עשורים היא נתפסה כתשתית טכנית שקופה. המהפך שלהם, תחת הנהגת המנכ"ל איתן לב-טוב, מדגים איך לוקחים את היתרון בניהול ידע (הציון 77 שלנו) והופכים אותו למוצר משבש. באמצעות זרוע ה-**Shva Insights** החברה הפכה מיליארדי עסקאות אשראי לדשבורדים של תובנות עסקיות. הם לא רק "מעבירים כסף", הם מוכרים ידע. עבור סוכנות ביטוח, זהו שיעור חשוב: החדשנות היא לא בתוכנה שבה אתם מנהלים את הלקוחות, אלא באיך אתם משתמשים בדאטה שלהם כדי להציע להם מוצרים או שירותים שהם עוד לא יודעים שהם צריכים.

איך עושים את זה מחר בבוקר? (צ'ק-ליסט למנהלים)

- כדי לסגור את פער ה-30% ולהפוך את ניהול הידע לערך עסקי, מומלץ לאמץ את הצעדים הבאים:
- **הגדרת מדדי KPI לחדשנות:** אל תגידו "אנחנו רוצים AI", קבעו יעד של "קיצור זמן טיפול בתביעה ב-20% באמצעות אוטומציה".
- **מיפוי "נכסי מידע":** בדקו איזה מידע שוכב אצלכם בסוכנות/

להתעדכן בכל מה שקורה וחשוב בתחומי הפעילות שלך
להתחבר בקליק לכל מערכות העבודה שלך
ליהנות מתנאים מיוחדים על מגוון פתרונות עסקיים

החברות בקהילה



לפרטים <

