



הפינה המקצועית של ירדן פלד

מומחה לטרנספורמציה דיגיטלית מבוססת
בינה מלאכותית, מנהל עדיף Tech

עדיף
TECH

מהפכת הסוכן החכם בעידן הבינה המלאכותית: הזדמנויות ואתגרים בענף הביטוח

מטופלות אוטומטיות באמצעות בוטים או מערכות תומכות.

3. תכנון שיווק מבוסס AI: המערכות מציעות לסוכן אילו לקוחות מתאימים לקמפיין שימור, אילו לקוחות חשופים לנטישה, ומתי כדאי להציע הרחבות או מוצרים משלימים ובאילו פלטפורמות לפנות ללקוחות.

4. יועץ פיננסי חכם: כלי AI מאפשרים לסוכן לבצע סימולציות מותאמות אישית עבור לקוחותיו - למשל תחזיות לפרישה, ניתוח סיכונים אובדן כושר עבודה או המלצות לביטוחים משלימים.

דוגמאות מהעולם:

- חברת הביטוח הדיגיטלית **Lemonade**, המבוססת ברובה על AI, הציגה מודל חדשני: תביעות קטנות מאושרות תוך שניות על ידי צ'אטבוט, בעוד שהמערכת ממליצה לסוכן אילו לקוחות פוטנציאליים עשויים להזדקק להרחבות או לפוליסות נוספות.
- חברת הביטוח **Aviva** שילבה פתרונות AI לאיתור אוטומטי של צרכים ביטוחיים סמויים בקרב לקוחות קיימים, תוך שילוב הסוכן בתהליך המלצה אקטיבי לשדרוג כיסויים.
- במסגרת שדרוג השירות, חברת **AAMI** מפעילה כלי AI המנתח נתוני שיחות לקוחות ומפנה לסוכנים התראות על שינויי מצב חיים - כמו קניית נכס חדש או לידת ילד - כדי לאפשר לסוכן פניה יזומה ומתוזמנת.

דוגמאות מישראל:

- **מגדל:** מובילה את תחום השימוש ב-Generative AI עם צ'אטבוט חכם מבוסס מודל Claude ומערכת תומכת נציגי שירות בזמן אמת. החברה אף החלה להרחיב את הכלים הדיגיטליים לסוכני ביטוח, עם ממשקי ניהול לקוחות חכמים.
- **כלל ביטוח:** פיתחה מערכת "תמונת לקוח 360" הכוללת אנליטיקה בזמן אמת ותמיכה בשירות פרואקטיבי לסוכן, וכן כלים מתקדמים לצ'אט בוטים דיגיטליים בערוצים השונים.
- **מנורה מבטחים:** מערכת "עזרא" - עוזר AI פנימי - מסייעת לעובדים ולסוכנים במגוון תהליכים: כתיבת מיילים, סיכום פגישות, יצירת תסריטי שימור ועוד.

המשך בעמוד הבא <<<

ענף הביטוח עובר בשנים האחרונות טלטלה עמוקה, כשהבינה המלאכותית (AI) תופסת מקום הולך וגדל בכל שרשרת הערך של החברות והסוכנים. מה שבעבר דרש שעות של שיחות טלפון, עיון במסמכים והצלבות ידניות, הפך כיום לפעולה אוטומטית, חכמה ומהירה. בתוך המציאות הזו מתרחשת מהפכה נוספת, חשובה לא פחות: **מהפכת הסוכן החכם.**

במאמר קודם בו ניתחתי את ההשפעות של הבינה המלאכותית על חברות הביטוח, התייחסתי לסוכן החכם. הסוכן החכם לא רק משתמש בכלים טכנולוגיים מתקדמים; הוא יוצר חוויית לקוח אחרת, מדויקת יותר, מהירה יותר ואישית יותר. הבינה המלאכותית אינה מחליפה את הסוכן, אלא מעצימה אותו והופכת אותו ליועץ, למלווה אישי ולמנהל סיכונים חכם בעידן הדיגיטלי.

מאמר זה יסקור את משמעות מהפכת הסוכן החכם, ידגים מהלכים מהעולם ומישראל, יציג את האתגרים הניצבים בדרך, ויבחן את ההזדמנויות החדשות שנפתחות בפני סוכני הביטוח.

מהו סוכן חכם?

הסוכן החכם פועל בסביבה דיגיטלית הנתמכת בבינה מלאכותית במטרה:

- לנתח מידע רב ממקורות מגוונים (פוליסות קיימות, היסטוריית שירות, דפוסי רכישה, פעילויות שיווקיות, תביעות, גביה, ביטולים ועוד).
 - לייצר הצעות מכירה פרסונליות ומדויקות.
 - להעניק שירות מידי ורלוונטי לכל לקוח.
 - לחזות סיכונים ולבנות תכניות ביטוח גמישות ומותאמות אישית.
 - לנהל את משרדו ומערך הלקוחות שלו בצורה אוטומטית, חכמה ויעילה.
- מרכיבי מהפכת הסוכן החכם:

- 1. אנליטיקה חכמה לניהול תיקי לקוחות:** כל אינטראקציה עם לקוח מתורגמת לנתונים הנאספים, מנותחים ומאפשרים קבלת החלטות מושכלות בזמן אמת.
- 2. אוטומציה של שירותים שגרתיים:** פניות פשוטות (כגון שליחת עותק פוליסה, עדכון פרטי לקוח, חידושים, מידע על הפוליסות והעלויות)

המשך מהעמוד הקודם <<<

האתגרים בדרך

לצד ההזדמנויות, קיימים אתגרים משמעותיים:

1. רגולציה והגנת פרטיות: מערכות AI המעבדות מידע אישי כפופות להנחיות מחמירות של חוק הגנת הפרטיות, כולל קבלת הסכמה מדעת, חובת יידוע וביצוע תסקירי השפעה על פרטיות.

2. פערי ידע דיגיטלי בקרב סוכנים: לא כל הסוכנים ערוכים טכנולוגית לאמץ פתרונות כאלה. חלקם מתקשים בשימוש במערכות חדשות או נרתעים משינוי דפוסי עבודה וההשקעות כרגע לא רלוונטיות לסוכנים והסוכנויות הקטנות - וחלק רב מהמידע עדיין נשען על מערכות של חברות הביטוח.

3. חשש לאובדן המגע האנושי: לקוחות מעריכים יחס אישי ואמיתי. שימוש יתר בכלים דיגיטליים עלול לייצר תחושת ריחוק אם לא יישמר איזון נכון בין טכנולוגיה לקשר אישי, דבר העולה בכל סדנה עם סוכנים. החוכמה היא לשלב ולדעת היכן נכונה דיגיטציה והיכן נכון המגע האנושי.

4. תחרות עם שחקנים דיגיטליים חדשים: חברות מתחום האינשורטק מציבות סטנדרטים של שירות דיגיטלי מהיר ויעיל, וסוכנים נדרשים להדביק את הקצב ולכן עליהם להשקיע ביכולות בינה מלאכותית כדי להתאים את עצמם לשינויים.

ההזדמנויות לסוכני הביטוח

• חיסכון בזמן: ביטול משימות אדמיניסטרטיביות מאפשר לסוכן להתמקד בליבה: ייעוץ, מכירה ושימור לקוחות באמצעות שיתופי פעולה ובנייה נכונה של הפתרונות.

• שירות פרואקטיבי ומותאם: באמצעות AI הסוכן מציע ללקוח הצעות רלוונטיות לפני שהלקוח בכלל מבקש, ואף ליידע אותו על מוצרים

שהוא משווק והלקוח לא מודע אליהם - כגון ביטוח נסיעות לחו"ל, ביטוח בריאות, ביטוח סייבר וכד' - ולכן מחפש אותם במקומות אחרים.

• שדרוג התדמית האישית: סוכן המציג חדשנות ויכולת לעבוד עם מערכות חכמות נתפס בעיני הלקוח כאמין, מקצועי ומעודכן - ובמיוחד בדור הצעיר שהוא הפלח הצומח לעתיד המערך דיגיטציה וחווית לקוח מותאמת אישית.

• זיהוי הזדמנויות עסקיות: אנליטיקה חכמה עוזרת לסוכן לזהות פלחי אוכלוסייה חדשים, מוצרים נדרשים ומגמות שוק משתנות - זאת באמצעות ניתוח עמוק וכלי חיפוש מתקדמים.

• חיזוק יתרון התחרותי: הסוכן החכם לא רק שורד בעולם הדיגיטלי - הוא מייצר אותו ומתפתח בהתאם לשינויים המתפתחים ועובר ממגיב ליוזם.

סיכום ותובנות להמשך

מהפכת הסוכן החכם בעידן הבינה המלאכותית אינה בחירה - היא כורח המציאות.

סוכני ביטוח שישכילו לאמץ יכולות AI ולשמר את המגע האנושי ולהפוך ליועצים חכמים וממוקדים בלקוח, יהפכו למנועי צמיחה חזקים גם בעידן הדיגיטלי.

לעומת זאת, מי שיתעלם מהשינוי - ימצא את עצמו מתמודד עם תחרות קשה יותר, דרישות לקוחות חדשות וסטנדרטים גבוהים בהרבה.

אני מאמין שהמפתח הוא איזון: אימוץ חכם של טכנולוגיות מחד, ושימור הערך האנושי מאידך, תוך הקפדה על שימוש נכון בידע ובמידע הקיים של הסוכן.

סוכן הביטוח של העתיד הוא סוכן שמנצל את הכוח של הבינה המלאכותית כדי להיות קרוב יותר ללקוח, חכם יותר בקבלת החלטות, ואפקטיבי יותר עבור הלקוחות והעסקים שהוא מוביל.

המהפכה כבר כאן - והבחירה בידיים שלנו.

