

"הביטוח הדיגיטלי מציע כלים שמשנים מהקצה לקצה את עולם הביטוח"

מנהל תחום שירות וחוויית לקוח בהכשרה מספר על המהפכה הדיגיטלית המלאה שיצרה החברה ומבטיח שאחרי 'go רכב' ו-'go דירה' בחברה צפויים לצאת במוצרים דיגיטליים נוספים • "אני בטוח שמגמת המעבר לצרכנות מקוונת לא תחלוף אלא תלך ותצבור תאוצה"

"טרנספורמציה דיגיטלית", בשתי מילים אלה מתאר עודד אביב, מנהל תחום שירות וחוויית לקוח בהכשרה חברה לביטוח, את השינוי שעברו הצרכנים בתקופת הקורונה. "אין ספק כי מי שלא ביצע את הטרנספורמציה הדיגיטלית בחיי היום יום, והיה רגיל לעשות את כל הרכישות הבסיסיות שלו וצרך את כל השירותים בהגעה פיזית למקום, למד במסגרת משבר הקורונה כי המעבר לאונליין הוא חלק אינטגרלי מהחיים וכי הוא נדרש לבצע שינוי תפיסתי. משבר הקורונה הפנים את העובדה כי כיום אין צורך להיפגש פיזית עם נותני השירותים, וכי יש לציבור אפשרות טובה יותר לצרוך שירותים באמצעות מעבר לצרכנות מקוונת. אני בטוח כי מגמה זו לא תחלוף אלא אף תלך ותצבור תאוצה", הוא מרחיב.

אילו התאמות ביצעתם על מנת להתאים עצמכם לשינוי זה?

"הכשרה חברה לביטוח הכריזה עוד בסוף חודש מרץ על שורת צעדים במטרה להקל על סוכני הביטוח ולקוחותיהם בימים מאתגרים אלו. המהלכים המדוברים כללו צעדים שמצד אחד נועדו לסייע לסוכני ביטוח ומהצד השני להקל גם על ציבור לקוחות החברה".

בין הצעדים:

- הקמת יחידת סיוע ביטוחית שתסייע לבעלי עסקים לצלוח את המשבר, ובמקביל נתנה שורת הקלות לסוכנים והגברת מערך התמיכה.
- הענקת חבילת הטבות והקלות שנועדה לסייע לסוכני אלמנטרי לתמוך בפעילותם ולעזור להם במלאכת שימור הלקוחות. בין ההטבות דחיית מועד תשלום בחודש למשך חודשיים, 5% הנחה לכל פוליסת פרט חדשה או חידוש לפוליסות קיימות. לפוליסות עסקיות הענקנו 10% הנחה לכל פוליסה.
- עוד הוענק ללקוחות המבוטחים בביטוח מנהלים אשר יצאו לחל"ת כיסוי ביטוחי למקרה של מוות ולמקרה אבדן כושר עבודה (ככל שקיימים בפוליסה), ללא עלות למשך תקופת החל"ת.

מה המסקנות העיקריות שלכם מהפעילות בימי הקורונה?

"אין ספק שהרובוטיקה והטכנולוגיה משפרים לאין שיעור את חוויית הלקוח והשירות. אנחנו פועלים להעביר את כל חוויית שירות הלקוח להיות באמצעות כלים דיגיטליים ומתעדים להכניס תהליכים אוטומטיים נוספים במוצרי ביטוח ובמחלקות נוספות".



המשך בעמוד הבא <<<

עודד אביב | צילום: יונית אגרון



המשך מעמוד קודם <<<

עומס אדיר על מוקדי השירות הטלפוני בלקוחות שביקשו לדעת את זכויותיהם, לבדוק את החסכונות שלהם, לבצע שינויים, להקפיא פוליסות וכדומה. בכדי להתמודד עם העומס, במקביל להתמודדות עם הגבלות משרד הבריאות שסגרו את האפשרות לשירות פרונטלי, העברנו את השירות לפעילות מקוונת בצורה גורפת - הרחבנו את שעות הפעילות של החברה ואנשים עובדים מהבית בתפעול בק אופיס גם מחוץ לשעות הפעילות הרגילות. בנוסף, ניידנו כח אדם ממחלקות אחרות לטובת תמיכה במוקד הטלפוני.

"בנוסף, על מנת להתמודד בצורה מיטבית עם העומסים על מוקדי שירות הלקוחות, החברה הגבירה את קצב הטעמת הטכנולוגיות המתקדמות בכל דרגי הניהול. כחלק מהפעילות הזו הוחלט לזרז את קצב הטמעת ה-RPA, אותה מערכת רובוטית אוטומטית המסייעת בתהליכים כמו למשל הגשת תביעה במקרה של תאונת רכב. "עוד תוגברו דרכי ההתקשרות ושעות המענה באמצעות המוקד הטלפוני, צ'ט באתר אזור תפעול אישי, ואפשרנו מענה לאורך כל שעות היום בעמוד הפייסבוק של החברה. הוספנו פעולות רבות שהלקוח יכול לעשות בעצמו באזור האישי. "כמו כן, הרחבנו את שעות התפעול עבור הסוכנים: מערכת התפעול של ביטוח חיים תוגברה לפעילות במשך 24 שעות ביממה. כך גם לגבי מערכת התפעול של ביטוח אלמנטרי שעובדת החל משעה 5 בבוקר ועד 2 לפנות בוקר. "שירות נוסף אותו השקנו הוא שירות לקוחות באמצעות הוואטסאפ וזאת מתוך מטרה למענה מהיר על מנת לזרז תשובות ופעולות פשוטות".

מה היתרונות של השירות עבור הסוכנים ועבור הלקוחות?

"בהכשרה יצרנו במיוחד עבור הלקוחות החדשניים, אלו שכבר רגילים לעבוד בצורה דיגיטלית, את go ביטוח דיגיטלי. זוהי פלטפורמת הביטוח הדיגיטלי של הכשרה חברה לביטוח, אשר הושקה לראשונה ברבעון השני של 2018, תחילה כמוצר ביטוח רכב go שגם זכה כמוצר השנה בחדשנות בביטוח והפך בזמנו את הכשרה לחברת הביטוח הדיגיטלי לרכב היחידה בישראל שנותנת מענה דיגיטלי מלא וגם מענה דיגיטלי בשוטף ובמקרה של אירוע ביטוחי. כעת הרחבנו את הפלטפורמה לשירות לקוחות ולתביעות, כולל טיפול בתביעה ב-360 מעלות בשירות פרמיום (החל מרגע הפנייה ועד לקבלת הרכב אחרי תיקון וסגירת התביעה). השירות, כמובן, מותאם למכשירים ניידים חכמים ולמחשב.

"השירות של הביטוח הדיגיטלי מציג כלים שמשנים מהקצה לקצה את עולם הביטוח בישראל: זאת, מלבד כאמור הפקה דיגיטלית ופשוטה של ביטוח תוך 58 שניות בלבד המאפשרת למבוטח להמשיך בשגרת חייו אחרי פחות מדקה. "go ביטוח דיגיטלי לרכב ולדירה יצר מהפכה אמיתית בענף הביטוח והיה המוצר הדיגיטלי הראשון בקטגוריית ביטוחי הרכב. אנחנו שמחים שיצרנו המהפכה הדיגיטלית מלאה ואחרי go רכב ו-go דירה אנחנו צפויים לצאת במוצרים דיגיטליים נוספים".

מבחינת שירות הלקוחות, המחלקה שאתה עומד בראשה, מהם השינויים שביצעתם בעקבות משבר הקורונה?

"אין ספק שנושא השירות כיכב בתקופת הקורונה וימשיך לככב גם לאחריה. ראינו כי היה