

تاریخ برگزاری

۲۳ و ۲۴ شهریور

محل برگزاری

کارخانه نوآوری آزادی- سالن هم‌آوا

سمینار بین‌المللی
اینشورتکننت ۲۰۲۲
با محوریت تحول دیجیتال و فناوری‌های نوین بیمه‌ای (اینشورتک)

شهریور ماه ۲۳ و ۲۴

با حضور سخنرانان مطرح حوزه اینشورتک*



راب گالبریت
مدیرعامل و بنیانگذار Foresview Insights
نویسنده کتاب پایان بیمه
چارتز خبره مشاور مالی
چارتز خبره بیمه اموال و مسئولیت



دکتر رامین کیرا
مدیرعامل موسسه Digital Scoring
نویسنده کتاب Attention Hacking
جزو ۴۰ شخصیت تاثیرگذار اینشورتک
به انتخاب InsurtechNews

*برگزاری رونماد به صورت حضوری و حضور سخنرانان به صورت آنلاین خواهد بود.

– ترجمه هم زمان در محل سمینار
– پنل حضوری جهت تبیین نکات اصلی سمینار
– صدور گواهینامه حضور مورد تایید راب گالبریت

محل برگزاری:
تهران، میدان آزادی، بزرگراه شهید لشکری
جنب ایستگاه مترو بیمه پلاک 31
کارخانه نوآوری آزادی سوله شماره ۳

مشاهده اطلاعات تکمیلی و ثبت نام
<https://plnnet.ir/insurtechnet>
همه‌نگی جهت ثبت نام گروهی با تخفیف
۰۹۹۹۹۹۰۲۵۷۰




یلنت
شبکه‌ی نوآفرینی











موضوعات مورد بحث:

- چرا "پایان بیمه
- هفت نقص مهلك بیمه‌ای
- چرا بیمه هنوز اوبریزه نشده است
- تلماتیک
- بیمه اشیا و اقتصاد گیک
- موتورهای نوآوری، API،
- سرمایه‌گذاری خطرپذیر، نمایندگان
- بیمه با اختیارات خاص (MGAs)
- بازی در زمین اینشورتک
- بیمه‌گری فردا
- دنیاهاى موازی

سمینار بین‌المللی اینشورتک‌نت ۲۰۲۲

با محوریت تحول دیجیتال و فناوری‌های نوین بیمه‌ای (اینشورتک)

سخنران روز اول و دوم:

راب گالبریت (Rob Galbraith)

- مولف کتاب پرفروش سال ۲۰۱۹ با عنوان

The End Of Insurance As We
Know It

- عضو ثابت فهرست ۵۰ فرد برتر
- تاثیرگذار اینشورتک در دنیا
- سخنران کلیدی شناخته‌شده‌ترین همایش‌های بیمه‌ای جهان



موضوعات مورد بحث:

- اینشورتک؛ ریشه‌های و چرایی ظهور آن
- روندهای اینشورتک در هزاره جدید (با تمرکز بر ۱۰ سال پیش رو)
- چالش‌ها و فرصت‌ها برای بیمه‌گران، اینشورتک‌ها و شبکه فروش سنتی (با تمرکز بر نمایندگان بیمه)
- بیمه و شبکه‌های اجتماعی: چرایی؟ فرصت‌ها و موانع
- آینده پیش روی صنعت بیمه: بیمه‌گران، اینشورتک‌ها و شبکه فروش سنتی به سمت تعامل یا تقابل می‌روند؟

سمینار بین‌المللی اینشورتک‌نت ۲۰۲۲

با محوریت تحول دیجیتال و فناوری‌های نوین بیمه‌ای (اینشورتک)

با محوریت تحول دیجیتال و فناوری‌های نوین بیمه‌ای (اینشورتک)

سخنران روز دوم:

رابین کی‌یرا (Robin Kiera)

• مولف کتاب

Attention Hacking: Survival Guide

In The Social Jungle

• بنیانگذار و مدیرعامل موسسه

DigitalScouting

• عضو ثابت فهرست ۵۰ فرد برتر

تاثیرگذار اینشورتک در دنیا

• سخنران کلیدی برخی از

شناخته‌شده‌ترین همایش‌های بیمه‌ای

جهان

پنل گفتگو

سمینار بین‌المللی
اینشورتکننت ۲۰۲۲

با محوریت تحول دیجیتال و فناوری‌های نوین بیمه‌ای (اینشورتک)



دکتر بهروز اسدتراد

چهره شاخص شرکت بیمه ایران
رئیس سابق هیات مدیره بیمه ملت



دکتر علی شایان

دکتری مدیریت فناوری اطلاعات
عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس
مجری طرح پژوهشی «بررسی فرصت‌ها و چالش‌های دگردیسی دیجیتال صنعت بیمه
کشور»

پنل گفتگو (ادامه)

سمینار بین المللی
اینشورتکننت ۲۰۲۲

با محوریت تحول دیجیتال و فناوری های نوین بیمه ای (اینشورتک)

موضوعات: تحول دیجیتال در صنعت بیمه، نوآوری در خدمات بیمه، چالش های تحول دیجیتال در صنعت بیمه، نقش فناوری های نوین در تحول دیجیتال صنعت بیمه، نقش بیمه در تحول دیجیتال اقتصاد، نقش بیمه در تحول دیجیتال جامعه، نقش بیمه در تحول دیجیتال دولت، نقش بیمه در تحول دیجیتال آموزش، نقش بیمه در تحول دیجیتال سلامت، نقش بیمه در تحول دیجیتال انرژی، نقش بیمه در تحول دیجیتال حمل و نقل، نقش بیمه در تحول دیجیتال کشاورزی، نقش بیمه در تحول دیجیتال صنایع دیگر.





موضوع بحث اول: آیا واقعا تحول دیجیتال در صنعت بیمه در حال وقوع است؟

مسائل طرح شده:

- سازمان‌ها در چند دهه اخیر درگیر فناوری اطلاعات شده‌اند، اما در زمینه تحول دیجیتال، تمرکز عمدتا بر فناوری‌های برافکن است و باید تغییر شکل کامل انجام شود.
- در تحول دیجیتال انتظار می‌رود که وضعیت آینده یا فعلی سازمان، از گذشته‌اش بسیار متفاوت باشد.
- تغییرات تدریجی و کوچک در حوزه تحول دیجیتال نمی‌گنجند، اما می‌توانند برند خوبی باشند که سازمان در این مسیر حرکت کند.
- برای تحول دیجیتال مدل‌های کسب‌وکار هم باید تغییر کنند و این تغییر مدل‌های کسب‌وکار ممکن است بازارها، مشتریان و محصولات مختلفی را به ارمغان بیاورند.
- در زمینه تحول دیجیتال صنعت بیمه، با توجه به پیمایش‌هایی که انجام شده، موارد زیر قابل توجه هستند:
 - عمده موارد مد نظر و اقدامات انجام‌شده توسط شرکت‌های بیمه در زمینه تحول دیجیتال، در واقع الکترونیکی شدن فروش آنهاست و این را معادل تحول دیجیتال می‌دانند که مفهوم درستی نیست.
 - تحول دیجیتال یک نقطه نیست که به آن برسیم و یک مسیر و فرایند است.
 - در اکوسیستم بیمه چندین ضلع وجود دارند که شامل سازمان‌های دولتی و بالاسری، شرکت‌های بیمه، شبکه فروش و مشتریان و مردم هستند. برای تحول دیجیتال باید همه این‌ها با هم متحول شوند و حتی فراتر از آن، صنایع دیگری که بیمه با آن‌ها ارتباط دارند نیز متحول شوند.
 - پیمایش‌های نشان می‌دهند که همه این اضلاع اکوسیستم، در سطح ۲ بلوغ دیجیتال قرار دارند (طبق مدل‌های علمی)؛ یعنی از سطح ۱ (شکاک بودن) گذشته‌اند و شروع به اقدام و برنامه‌ریزی کرده‌اند. اما تقریبا هیچ بخشی از این اکوسیستم از سطح ۲ بالاتر نرفته است.

پنل گفتگو (ادامه)



موضوع بحث اول: آیا واقعا تحول دیجیتال در صنعت بیمه در حال وقوع است؟

مسائل طرح شده:

- در صنعت بیمه، با مفهوم تحول دیجیتال، به صورت سطحی و نازل برخورد شده است.
- برخی از عواملی که باعث می شوند صنعت بیمه در تحول دیجیتال با مشکل مواجه شود، شامل موارد زیر هستند:
 - کوچک بودن سهم بیمه در اقتصاد کشور که علت آن بالا بودن نیازهای معیشتی و شرایط نامناسب اقتصادی خانوارها و کسب و کارها است.
 - مشتریان از شرکت های بیمه محصولات نوین مبتنی بر فناوری را مطالبه نمی کنند.
 - عمده درآمد شرکت ها و نمایندگان بیمه از بیمه اجباری شخص ثالث و بیمه درمان است که این باعث می شود به سمت کشف بازارهای جدید، تغییر در ابزارها، استفاده از رسانه های اجتماعی و .. نباشند.
 - در بین مدیران صنعت بیمه، تعهد و اراده ای برای تحول دیجیتال وجود ندارد که این امر معمولا دارای دو دلیل است: اول این که درآمد بیمه شخص ثالث همیشه وجود دارد و دیگر این که عمر مدیریت ارشد در کشور ما زیر دو سال است. ایجاد تحول زمان بر است و عمر مدیریت مدیران به آن نمی رسد.
 - تحول نیازمند اکوسیستم است. تحول دیجیتال به معنای استفاده از فناوری های بیمه ای در جهت خودکارسازی و یکپارچه کردن و داده محور کردن فرایندها و نزدیک شدن به ذینفعان جهت تصمیم گیری چابک، هوشمند و مبتنی بر اطلاعات است. این نزدیک شدن نیازمند ایجاد اکوسیستم و ارتباطات و اتصالات است که در حال حاضر وجود ندارد.
 - در کشور ما مشکل به اشتراک گذاری اطلاعات وجود دارد و این کار را مشکل می کند.
 - در ایران بیشتر ابتکارات، اول راه اندازی می شوند و به مرور زمان جا می افتند و برنامه های جامع چندان جواب نمی دهند.
 - باید به دنبال تحولات خرد و کوچک و هدفمند باشیم تا به مرور تحول دیجیتال اتفاق بیفتد.

پنل گفتگو (ادامه)



موضوع بحث اول: آیا واقعا تحول دیجیتال در صنعت بیمه در حال وقوع است؟

مسائل طرح شده:

- خیلی از دغدغه‌های پایه بیمه در همه جای دنیا و حتی در میان صنایع مختلف مشترک هستند.
- اکوسیستم نیازمند یک رهبر است و کار این رهبر، اداره کردن نیست، بلکه هم‌نوا کردن (orchestration) آن است.
- این رهبر می‌تواند یک شرکت بزرگ، دولت یا ... باشد؛ اما در هر صورت باید کسی باشد که روی بازیگران مختلف اکوسیستم نفوذ دارد.
- قدرت برای تغییراتی که باید در اکوسیستم بیمه انجام شوند، فراتر از بخش بیمه است و خیلی موارد بنیادی‌تر باید اصلاح گردند.
- مدل‌های ارتباطی در اکوسیستم‌ها خیلی تنوع دارند و صرفاً رقابت - همکاری مطرح نیست.
- شرکت‌های اصلی بیمه باید نوع ارتباطات مناسب را پیدا کنند و بدانند در کجا می‌توانند مزیت رقابتی مشترک ایجاد کنند.
- هیچ بازیگری در اکوسیستم نمی‌تواند وارد شود و همه یا بخش زیادی از بازیگران را خارج کند.
- در حوزه قوانین و مقررات مشکلات زیادی وجود دارند و فقدان داده‌های منسجم در این بخش هم خود را نشان می‌دهد.

پنل گفتگو (ادامه)



موضوع مورد بحث: نقش جهت گیری های کلان در تحول دیجیتال صنعت بیمه

مسائل طرح شده:

- اگر جهت گیری های کلان کشور درست تعریف نشود، زیرمجموعه های آن هم نمی توانند به درستی حرکت کنند.
- چون استراتژی های کلان درستی نداریم یا به آن عمل نمی شود، افراد از بیرون صنعت وارد می شوند و مدیریت و تصمیم گیری در آن را بر عهده می گیرند که این می تواند مسائل و چالش های حرفه ای زیادی را ایجاد کند.

پنل گفتگو (ادامه)



موضوع مورد بحث: نقش جهت‌گیری‌های کلان در تحول دیجیتال صنعت بیمه

مسائل طرح‌شده:

- عدم وجود برنامه کلان یا تغییر مداوم شرایط، باعث می‌شود در لایه‌های پایین‌تر سردرگمی ایجاد شود.
- نابرابری و انحصار در صنعت بیمه وجود دارد و عدالت باید به سمتی باید که به بازیگران ضعیف‌تر کمک شود که البته این کار هم تا حدی درست است. اگر به قدرتهای برتر بازار توجه بیشتری شود، می‌تواند مانع تحول باشد.
- داده‌های مورد نیاز صنعت باید در یک جا مجتمع شوند. این داده‌ها بخشی در داخل صنعت بیمه و برخی خارج از آن قرار دارند (نیروی انتظامی، اورژانس و ...). در این‌جا اگر دولت مرکز توزیع داده شود، بهتر است.
- در این زمینه فعالین صنعت و رسانه‌های آن باید شفاف‌سازی کنند تا دقیقا مشخص شود که چه اتفاقی قرار است رخ دهد.

پنل گفتگو (ادامه)

موضوع مورد بحث: تحول دیجیتال و شبکه فروش

مسائل طرح شده:

- طبیعی است که به دلایل مختلف در برابر تغییر مقاومت وجود داشته باشد.
- نهاد ناظر باید سال‌ها قبل ساختار بازار را اصلاح می‌کرد و مانع تمرکز نمایندگان بر بیمه شخص ثالث می‌شد.
- آیین‌نامه ۱۰۲ در زمان مناسبی ارائه نشد و کارکرد آن را با مشکل مواجه کرد.
- الان هم دیر نشده و باید با رصد کشورهای پیشرفته‌تر، آینده خودمان را تحلیل کنیم تا سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ها متناسب با آن‌ها شکل گیرد.

موضوع مورد بحث: تحول دیجیتال و شبکه فروش



مسائل طرح شده:

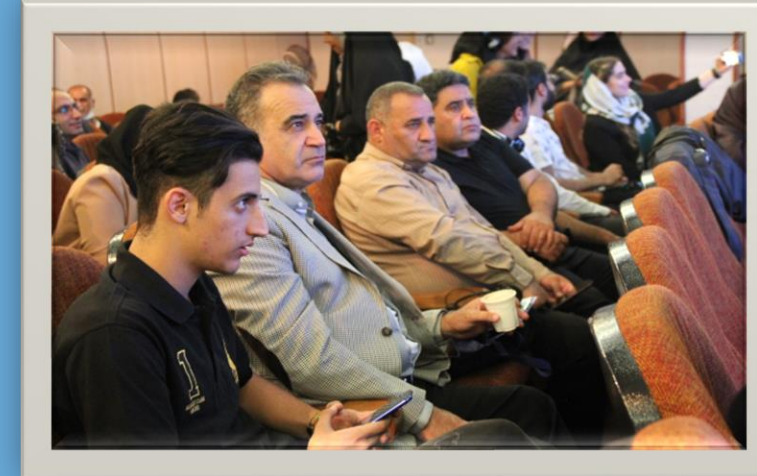
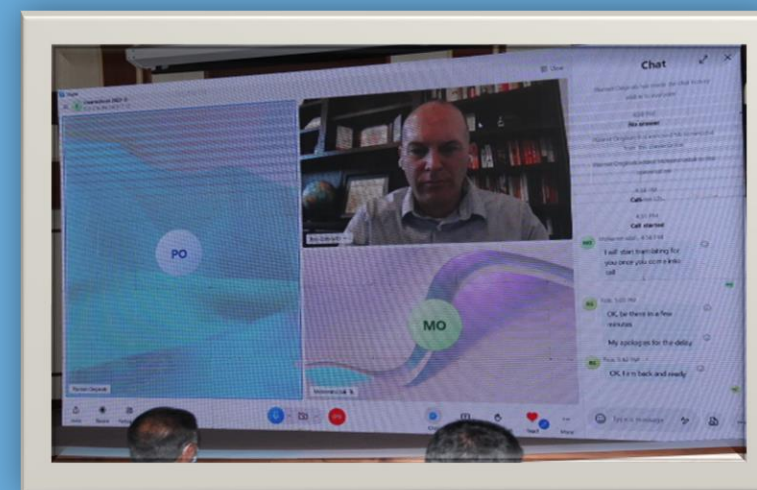
- ابهام در زمینه تحول دیجیتال در همه جای دنیا وجود دارد و مقصد آن حتی برای شرکت‌های برتر این حوزه هم مشخص نیست.
- در ایران پیچیدگی بالاست و کار را سخت می‌کند.
- جلوی تغییر را نمی‌توان گرفت و مسئله جهت‌گیری‌ها و موانع موجود است.
- در حوزه تحول دیجیتال همه صنایع، یکی از مشکلات اصلی، نیروی انسانی است و جذب استعدادها در دیجیتال با مشکل مواجه است که این مسئله برای نمایندگان هم وجود دارد.
- مسئله دیگر مدیریت تغییرات است که در حال حاضر برای سازمان‌های ایرانی بسیار دشوار به نظر می‌رسد.
- نمایندگان باید از سرمایه‌گذاری‌ها، فناوری‌ها و بازاریابی‌های اشتباه اجتناب کنند.

گزارش تصویری

سمینار بین‌المللی اینشورتکنت ۲۰۲۲

با محوریت تحول دیجیتال و فناوری‌های نوین بیمه‌ای (اینشورتک)

مهمانان ویژه: آقایان دکتر محمدعلی باقری و دکتر سید علی حسینی (اینشورتک)

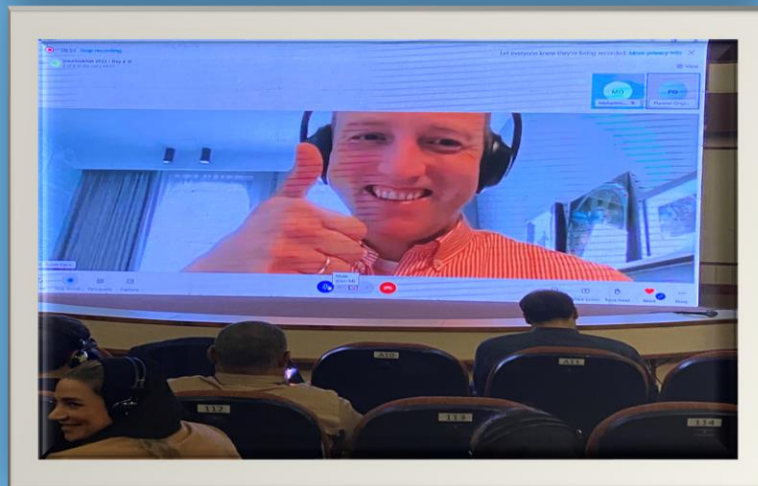


گزارش تصویری (ادامه)

سمینار بین المللی اینشورتکننت ۲۰۲۲

با محوریت تحول دیجیتال و فناوری های نوین بیمه ای (اینشورتک)

موضوعات: تحول دیجیتال در صنعت بیمه، نوآوری های دیجیتال در صنعت بیمه، چالش های تحول دیجیتال در صنعت بیمه، فرصت های تحول دیجیتال در صنعت بیمه



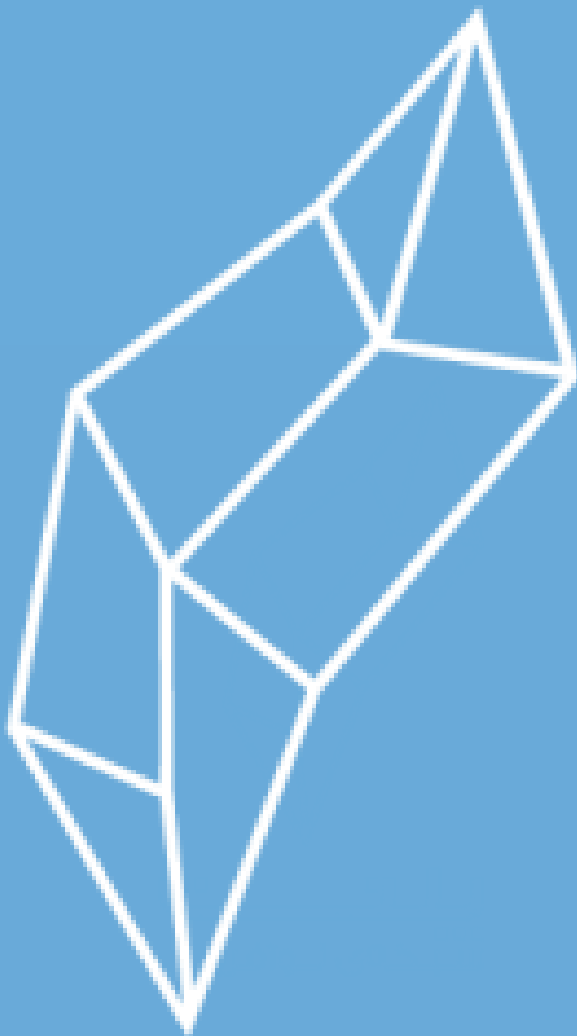
گزارش تصویری (ادامه)

سمینار بین المللی
اینشورتکننت ۲۰۲۲

با محوریت تحول دیجیتال و فناوری های نوین بیمه ای (اینشورتک)

گزارش تصویری از برگزاری سمینار بین المللی اینشورتکننت ۲۰۲۲





پلننت
تستگاه‌های نوآفرینی