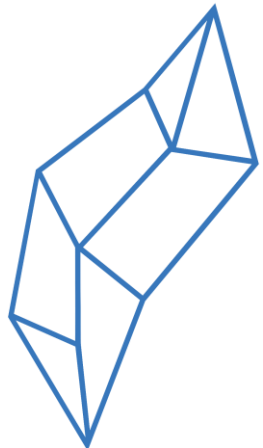


# ۱۰ روند برتر بیمه‌های زندگی در سال ۲۰۲۳

(بخش پنجم)



برگردان فارسی: ژیل رایی  
(دپارتمان ترویج اینشورتک پلنت)



**یلیت**

مرکز نوآفرینی بیمه و مالی  
Insurtech & Fintech Hub



طرح‌های سلامتی  
As a Service، تعامل  
با مشتری را عمیق‌تر  
می‌کند.

روند ۴ 



## روند ۴ | طرح‌های سلامتی As a Service، تعامل با مشتری را عمیق‌تر می‌کند.

بیمه‌گران زندگی با تمرکز بر آینده در حال ارزیابی مجدد ارزش‌های پیشنهادی گذشته هستند و سلامتی را به عنوان یک ستون تعامل با مشتری به دیگر ارزش‌ها اضافه می‌کنند. طرح‌های سلامتی As a Service، مدلی انعطاف‌پذیر به بیمه‌گران زندگی ارائه می‌دهد. این مدل‌ها به بیمه‌گران اجازه می‌دهند تا رفتارهای مشتری را درک کنند و از طریق خدمات شخصی‌سازی شده ایشان را بیشتر درگیر کنند. از سوی دیگر بیمه‌گران می‌توانند پیشنهادهای ارزش مشتری خود را با ترویج پیشگیری از ریسک از طریق درک عمیق‌تر نیازهای مشتری و تعامل بیشتر، دوباره ابداع کنند.



## عوامل شتابدهنده

گزارش جهانی بیمه زندگی و سلامت ۲۰۲۲ نشان داد که ۶۸٪ از مشتریان (که مورد بررسی قرار گرفتند) به پیشنهادات سلامتی جدید علاقه‌مند بودند و ۶۵٪ گام‌های مثبتی برای دستیابی به آن برداشتند (مانند ورزش، نظارت بر بودجه و هزینه‌های مالی خود و ردیابی معیارهای سلامت).

رقابت حول موضوع سلامتی میان غول‌های فناوری، فینتک‌ها و فعالان تکنولوژی در حوزه سلامت از جمله بانک‌ها و حتی سوپرمارکت‌ها، جدی شده است.

استفاده گسترده از دستگاه‌های ردیابی فعالیت مانند پوشیدنی‌ها و ردیاب‌های ناظر بودجه، علاقه مصرف‌کنندگان را به سلامتی برانگیخته است و آن‌ها را به زندگی بهتر دعوت می‌کند.

## بررسی چند مثال

شرکت بیمه Chubb پلتفرم LifeBalance را راه‌اندازی کرد؛ یک برنامه سلامت و رفاه ۳۶۰ درجه که با استفاده از هوش مصنوعی کاربران را قادر می‌سازد تا با یک مربی مجازی شخصی‌شده، سبک زندگی سالمی داشته باشند.



در تایلند، بیمه عمر Krungthai-AXA با توسعه دهنده دستیار مجازی Sensely برای ادغام فناوری چت‌بات/آواتار و راه‌حل‌های سلامت شریک شد. آواتار Emma از هوش مصنوعی مکالمه‌ای استفاده می‌کند تا به بیمه‌گذاران دسترسی فوری به طیف وسیعی از خدمات درمانی راحت و همچنین اطلاعات بیمه‌نامه را در یک برنامه یکپارچه ارائه دهد.



بیمه‌گر عمر مستقر در آسیا و اقیانوسیه محصول سوئدی dacadoo را در پیشنهادات خود ادغام کرد تا بینش‌ها و پاداش‌های شخصی‌سازی شده برای رفتارهای فیزیکی و مالی سالم را به بیمه‌گذاران ارائه دهد. پلتفرم بیمه‌گر از هوش مصنوعی، آنالیتیکز داده‌ها و بازی‌سازی برای ایجاد انگیزه در مصرف‌کنندگان برای اتخاذ و حفظ عادات مفید پزشکی و مالی استفاده می‌کند.



در بریتانیا، اینشورتک Yulife یک برنامه رفاهی ارائه می‌کند که از علوم رفتاری و بازی‌سازی برای بهبود سلامت جسمی و روانی مشتریان از طریق جوایز YuCoin بهره می‌گیرد که می‌توانند خدماتی را با کوپن‌ها و تخفیف‌ها مبادله کنند.



CHUBB®



## بازخورد در صنعت بیمه

از آنجایی که بیمه‌گران از نقش «پرداخت‌کننده خسارت» در سال ۲۰۲۳ و پس از آن فراتر می‌روند تا به پیشگیری از ریسک، ارائه دهندگان سلامتی و شرکای زندگی سالم‌تر تبدیل شوند، تعامل و وفاداری مشتری نیز در همین فرایند افزایش می‌یابد. یکی از راه‌های تسریع در گسترش راه‌حل‌های سلامتی، تعامل با شرکای اکوسیستم مانند ارائه‌دهندگان خدمات درمانی و سلامت، بیمارستان‌ها، بانک‌ها، داروخانه‌ها و خرده‌فروشان است و به بیمه‌گران عمر کمک می‌کند تا با گسترش دامنه خدمات ارائه‌شده، در فرصت‌های B2B2C سرمایه‌گذاری کنند.

چارچوب طرح‌های سلامتی As a Service می‌تواند به بیمه‌گران این امکان را بدهد که از تمرکز بر تراکنش‌ها فاصله بگیرند و به چیزی که تعاملات را از طریق تجارب بسیار شخصی‌شده ایجاد می‌کند، تغییر مسیر بدهند. این CX بهبودیافته با سفرهای مشتری، ابتکارات نوآورانه سلامتی و راه‌حل‌های اکوسیستم متصل فعال می‌شود. از آنجایی که خدمات شخصی‌سازی شده آمادگی جسمانی و سلامت عمومی بیمه‌گذاران را تقویت می‌کند، بیمه‌گران نرخ حفظ مشتری را افزایش می‌دهند، خسارت‌ها را کاهش می‌دهند و ارزیابی ریسک و دقت در قیمت‌گذاری را نیز افزایش می‌دهند.

استراتژیک‌ترین شرکت‌های بیمه عمر بر روی فناوری‌های پیش‌بینی پیشرفته، مشارکت در اکوسیستم و منابع داده جدید برای ترویج رفتارهای سالم سرمایه‌گذاری خواهند کرد.

