



גיא מר-חיים
שותף-בכיר
פ.י.א.ו.סי. היי טק (1992) בע"מ
יעוץ אסטרטגי

טל. 052-6868748
פקס. 08-8699619
gai.marchaim@gmail.com

תדמית העתיד
של ענף הביטוח

מביטוח
לפיננסים



P.O.C

מביטוח לפיננסים תדמית העתיד של ענף הביטוח

פיננסים - מנוף צמיחה

- ▼ **רגולציה.** ועדת בכר פתחה בפני המגזר החוץ-בנקאי את התחרות על ניהול הנכסים הפיננסיים של הציבור (בהיקף של כ-3 טריליון ₪).
- ▼ **"אוקינוס כחול".** התחום הפיננסי הוא "מנוף הצמיחה" העיקרי של ענף הביטוח, הסובל כיום מתחרותיות קשה.
- ▼ **תשתית יצרנית.** בתי-השקעות, קופות וקרנות, שהיו בבעלות המגזר הבנקאי, נמכרו בעיקר לחברות הביטוח.
- ▼ **מערך הפצה.** מערך סוכני הביטוח, הפרוש בכל משקי הבית, מהווה מנוף שיווקי אדיר להגדלת נתח השוק של חברות הביטוח בתחום הפיננסי.
- ▼ **תדמית.** התחום הפיננסי הוא הזדמנות מצוינת למהפך תדמיתי של ענף הביטוח, אשר סובל מתדמית שלילית.





מביטוח לפיננסים תדמית העתיד של ענף הביטוח

למה המעבר לפיננסים לא מהיר יותר?

- ▼ **החסם העיקרי: תדמית וחינוך צרכני.** הצרכן רגיל לחסוך בבנק. הוא לא יוזם פניה לסוכן הביטוח לנהל כסף ולא תופש אותו כמקצוען בתחום.
- ▼ **עקומת למידה של הסוכנים.** מגוון המסלולים והתכניות של היצרנים השונים הוא עצום, ולסוכן הביטוח לוקח זמן להגדיל את הידע שלו להשתלט עליהם.
- ▼ **תשתיות וכלים.** חסרות תשתיות אוטומציה שיקלו על השיווק הפיננסי. "המסלקה הפנסיונית" היא התחלה טובה, אך לא מספיקה.
- ▼ **רגולציה.** הרפורמות הבלתי-נגמרות וההכרזות על הורדות המרווחים הצפויות יוצרות אי-ודאות רגולטוריות, המדכאת השקעות ומאמצים.

מביטוח לפיננסים
תדמית העתיד של ענף הביטוח

ביטוח - "מוצר שלילי"

- ▼ **"מוצר שלילי"** - מוצר שהלקוח נהנה ממנו ומפיק תועלת רק כשהלקוח בסיטואציה שלילית.
- ▼ **מקור התדמית** הבעייתית של ענף הביטוח הוא בעצם היות הביטוח "מוצר שלילי".
- ▼ **בעיה בלתי-פתירה.** מי שעוסק ב"מוצר שלילי" סובל מבעיית תדמית אינהרנטית.
- ▼ **דוגמאות נוספות:** עורכי-דין, מוקדי שמירה וכד'.
- ▼ **"רק סוכן הביטוח שלי הוא מצוין".** תוצאות סקרים, המדגישות את הפער התפישתי של הלקוח בין הסוכן שלו לכלל הענף, מדגישות את הבעיה התדמיתית האינהרנטית.
- ▼ התדמית הנמוכה של ענף סוכני הביטוח היא **"הבטן הרכה" שמנצל "ביטוח ישיר"** במתקפותיו.



"רגע האמת" - לא מוחשי ללקוח

▼ **שגרה לסוכן.** סוכני ביטוח וחברות ביטוח עוסקים יום יום באירועים שקרו לצרכנים ("תביעות"), ולכן "רגע האמת" עבורם הוא שגרת פעילותם היומיומית.

▼ **נדיר ללקוח.** אבל ללקוח הבודד קורה אירוע ביטוחי רק לעתים נדירות, ולפעמים כשהאירוע קורה ("ביטוח חיים"), הלקוח כבר לא שם ...

▼ **שגרה ללקוח.** לכן שגרת הביטוח ללקוח הבודד, כפי שהוא תופש אותה, היא שהוא משלם כסף חודש בחודשו ללא תמורה מוחשית.

▼ **"יוצא פראייר".** למרות שהצרכן מבין רציונלית שהוא קונה שקט נפשי, תמיד תהיה לו תחושה אמוציונלית שהוא "יוצא פראייר".

▼ **"ביטוח ישיר" "רוכב" על התחושה האמוציונלית**
הזו של הצרכן, ותוקף את סוכני הביטוח, למרות שהמתחרים האמיתיים שלו הם חברות הביטוח.

פיננסים - הזדמנות למהפך תדמיתי



- ▼ **מהפך.** תחום המוצרים הפיננסיים הוא ההזדמנות הגדולה של ענף הביטוח לבצע מהפך תדמיתי.
- ▼ **מוצר "חיובי".** זהו תחום "חיובי", שבו הלקוח מקבל תמורה חודש בחודשו.
- ▼ **"מטריה" לביטוח "קלאסי".** תדמית חיובית של מוצרים פיננסיים תשפיע גם על תחום הביטוח "הקלאסי".
- ▼ **נאמנות.** לקוח, שרואה תמורה חודשית שוטפת מהסוכן שלו, לא יהיה לו נעים ללכת ל"ביטוח ישיר" בהפרש כספי קטן.
- ▼ **"אוקינוס כחול".** מגרש חדש, הרחק מהמגרש התחרותי ("האוקינוס האדום") של "הביטוח הישיר" ומתקפותיו הארסיות ...

פקדון בבנק – הזדמנות לתקיפה

▼ **בבנק הכסף לא "עובד".** סביבת הריבית הנמוכה הופכת את תשואת הפקדונות בבנקים ל"מעליבה" ...

▼ **הציבור במבוכה.** הציבור הכללי בעל החסכונות בבנקים נמצא במבוכה מול סיטואציה זו.

▼ **נשק מתאים.** "פוליסות חסכון" הן כלי תקיפה מצוין נגד הפקדונות בבנקים, הן בתשואות והן בנזילות.

▼ **בניית תדמית.** מאמץ של סוכני ביטוח, בתהליך מכירה מקצועי של "פוליסות חסכון", יוכל לבנות בהדרגה את התדמית הפיננסית "החיובית" החדשה.



מביטוח לפיננסים תדמית העתיד של ענף הביטוח

שותפויות בין סוכנים

▼ **הקמת שותפויות בין סוכנים** היא מנוף לכניסה מהירה של סוכני ביטוח לתחום הפיננסים.

▼ **שותפות בין סוכן מתמחה בפיננסים לבין סוכן מתמחה בביטוח אלמנטרי** תתן מנוף למכירה צולבת (Cross Sell) לבסיסי הלקוחות של הסוכנים השותפים.

▼ **השפעה תדמיתית חיובית** תאציל הפעילות בתחום הפיננסי על הפעילות בתחום האלמנטרי, ותשפר את תדמית השותפות כולה.

▼ **נאמנות הלקוחות תגדל**, הן עקב השיפור התדמיתי והן עקב המענה הכולל מצד השותפות, אשר יחסום סוכנים מתחרים.

מביטוח לפיננסים
תדמית העתיד של ענף הביטוח

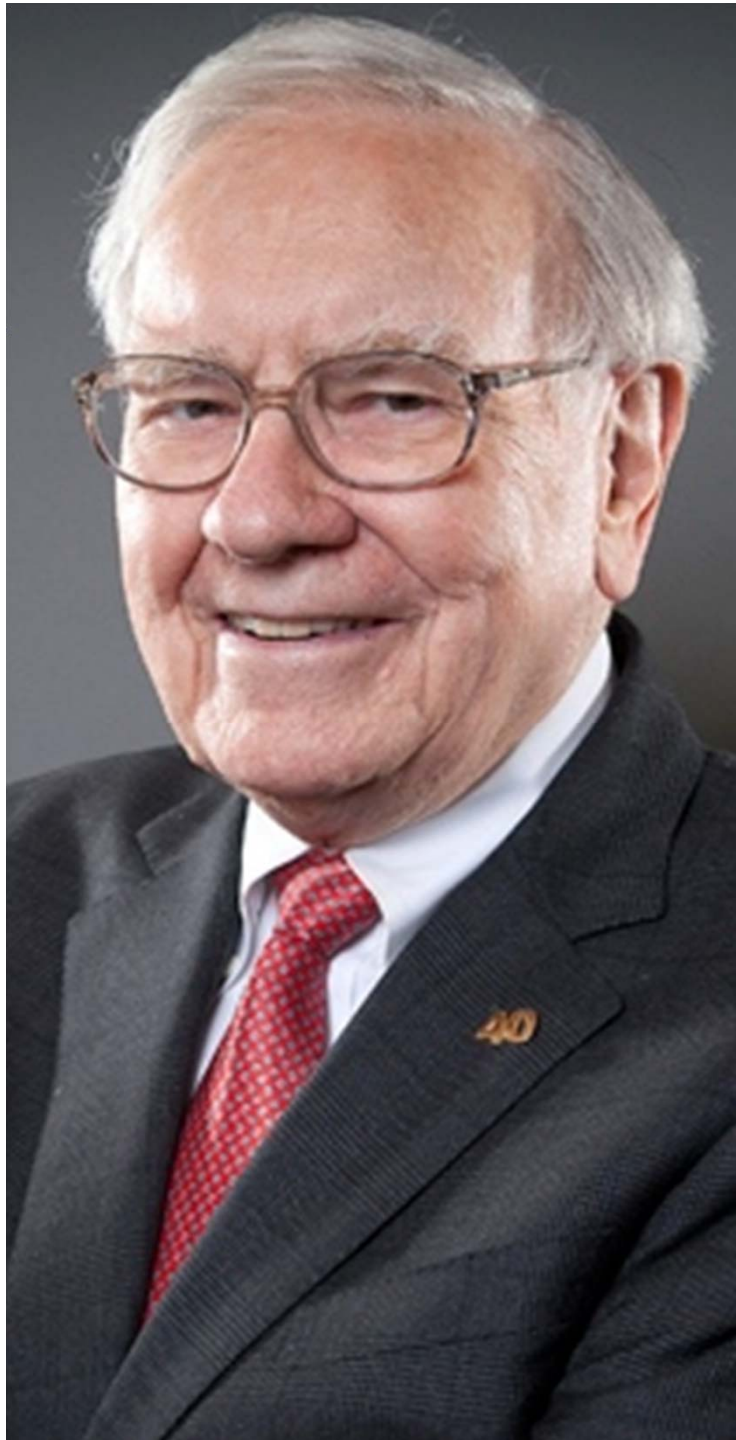
השפעה כלל-ענפית

▼ בניית התדמית הפיננסית "החיובית" תשפיע לטובה על תדמית **ענף הביטוח כולו**, לא רק על אלה העוסקים בתחום הפיננסי.

▼ גם הסוכנים והחברות **שימשיכו להתמקד בביטוח "קלאסי"** ייהנו מהשיפור התדמיתי.

▼ סוכני ביטוח אלמנטרי, אשר **יצרפו אליהם "משווק פיננסי"** מתמחה, ייהנו מהתדמית החיובית שהוא ייצור אצל לקוחותיהם.

▼ בניית התדמית הפיננסית לענף הביטוח היא **המענה הנכון** נגד השמצות "הביטוח הישיר".



מביטוח לפיננסים
תדמית העתיד של ענף הביטוח

מענה לביטוח ישיר

- ▼ למרות **שהמתחרים של הביטוח הישיר** הם חברות הביטוח הקונבנציונליות, הביטוח הישיר אינו תוקף אותן, אלא את הסוכנים.
- ▼ הביטוח הישיר תוקף בפרסומותיו את סוכני הביטוח, כי הוא **פונה לפן האמוציונלי** של הצרכן.
- ▼ לכן מענה למתקפות הביטוח הישיר דרך פנייה לפן הרציונלי של הצרכן **אינו אפקטיבי**, אלא רק נותן לגיטימציה לקמפיינים של הביטוח הישיר.
- ▼ הדרך היחידה להתמודד עם הביטוח הישיר בפן האמוציונלי היא **"לעבור למגרש שהוא לא משחק בו"** - מוצרים פיננסיים.
- ▼ בניית התדמית הפיננסית לענף הביטוח היא **המענה הנכון** למתקפות "הביטוח הישיר" על סוכני הביטוח.



הנה כא אל גדול ...

מביטוח לפיננסים תדמית העתיד של ענף הביטוח

סיכום

1. ענף הביטוח נמצא מול **הזדמנות הצמיחה** הגדולה שנפתחה לו בשוק המוצרים הפיננסיים.
2. **חסם צמיחה עיקרי** הוא תדמית ענף הביטוח בעיני הצרכן, שלא מעודדת אותו לחפש פתרונות פיננסיים בענף הביטוח.
3. התדמית הנמוכה בעיני הצרכן היא אינהרנטית, מכיון שביטוח הוא **"מוצר שלילי"**.
4. ענף הביטוח צריך **מהפך תדמיתי למוצרים פיננסיים**, כ"מוצר חיובי" שנותן לצרכן תמורה חודשית שוטפת.
5. סביבת הריבית הנמוכה הופכת את **פקדונות הציבור בבנקים** להזדמנות תקיפה מיידית על-ידי ענף הביטוח.
6. **"פוליסות חסכון"** הן כלי התקיפה העיקרי העומד לרשות סוכני הביטוח בהזדמנות תקיפה כזו.
7. **שותפויות בין סוכנים** הן מנוף חשוב להאצת הצמיחה של סוכני ביטוח בתחום הפיננסיים.
8. מהפך תדמיתי כנ"ל בענף הביטוח ישפיע לחיוב גם על הגורמים בענף שיעדיפו להמשיך **בביטוח "קלאסי"**.
9. המהפך התדמיתי לפיננסים של ענף הביטוח הוא **המענה הנכון להתמודדות מול התקפות "הביטוח הישיר"**.

אוקיאנוס כחול



גיא מר-חיים
שותף-בכיר
פ.י.א.ו.סי. היי טק (1992) בע"מ
יעוץ אסטרטגי

טל. 052-6868748
פקס. 08-8699619
gai.marchaim@gmail.com

תדמית העתיד
של ענף הביטוח

מביטוח
לפיננסים

