

مدیر بیمه های اتومبیل بیمه تعاون اعلام کرد:

تحول دیجیتال در همه فرایندهای بیمه گری پیاده سازی می شود

شرکت بیمه تعاون، آهسته و پیوسته پروژه تحول دیجیتال را پیش می برد. سید مصطفی زحمتی پاک، مدیر بیمه های اتومبیل این شرکت معتقد است، بیمه تعاون نه تنها در صدور و پرداخت خسارت، بلکه در همه فرایندهای بیمه گری، تحول دیجیتال را پیاده سازی کرده و در سال ۱۴۰۱، سرعت این تحول بسیار چشمگیرتر خواهد بود.

به گزارش سایت خبری پرسون، به نقل از روابط عمومی بیمه تعاون، با گذشت مدتی از آغاز پروژه تحول دیجیتال در شرکت بیمه تعاون، به نظر می رسد اکنون زمان مناسبی برای ارزیابی عملکرد در این حوزه باشد.

بیمه تعاون همواره در استفاده از ابزارهای نوین پیشگام بوده است و این هم به نوع نگاه مدیرعامل شرکت به موضوع بر می گردد. این شرکت طی چند سال اخیر، تلاش کرده فرایندهای دیجیتال را جاری کند و تا حد امکان، امور را به شکل دیجیتالی انجام دهد.

مدیر بیمه های اتومبیل بیمه تعاون در این خصوص می گوید که «به طور کلی می توانم بگویم بیمه تعاون قصد دارد دیجیتالی شدن را در همه فرایندهای بیمه گری شرکت جاری کند و آنچه در سال ۱۴۰۱ پیاده سازی خواهد شد، بسیار جدی تر و قوی تر هم خواهد بود.»

چند نمونه عملیاتی از دیجیتالی شدن فرایند را می توانید نام ببرید؟
در ساده ترین و ملموس ترین مورد، می توان به ارسال لینک بیمه نامه شخص ثالث صادر شده توسط شبکه فروش بیمه تعاون برای مشتری اشاره کرد. از زمانی که بیمه نامه شخص ثالث کاغذی حذف شده است، این فرایند آغاز شده و مشتری می تواند بلافاصله پس از صدور، اصالت بیمه نامه را هم در سایت شرکت بیمه تعاون و هم در سامانه سنها بیمه مرکزی کنترل کند.

در بیمه نامه بدنه اتومبیل نیز با استفاده از یک نرم افزار بازدید اولیه از طریق ارسال فیلم و عکس از خودرو، اصالت خودرو برای شرکت بیمه تعاون سنجیده می شود.

این فرایند در بقیه رشته ها هم تا حد ممکن پیاده سازی شده است. به عنوان مثال در رشته درمان با استفاده از یک نرم افزار، این امکان برای بیمه گزار و بیمه شده فراهم شده است که بتوانند از این طریق، اعلام خسارت کنند، بنابراین آنها به حضور فیزیکی در واحدهای پرداخت خسارت نیازی ندارند. در حال حاضر پورتال شرکت بیمه تعاون به امکان تمدید بیمه نامه شخص ثالث و بدنه اتومبیل مجهز شده است. این اقدام به افزایش سرعت فرایندها کمک می کند که نتیجه آن جلب رضایت مشتریان است. رضایت مشتری هم به افزایش پرتفو و جلب رضایت سایر ذینفعان می انجامد. بررسی حق بیمه تولیدی شرکت نیز به خوبی این ادعا را اثبات می کند، چرا که سهم بازار بیمه تعاون در یک روند قابل قبول، رو به رشد است. اعمال این تغییرات، مشکل بود؟

تغییرات به طور پیوسته در جریان است و البته با چالش هایی هم همراه است. شکی نیست که تسریع در خدمات رسانی به مشتریان با به کارگیری تکنولوژی ممکن است. این می تواند در حوزه فروش آنلاین، پرداخت خسارت آنلاین و یا فرایندهای داخلی شرکت باشد. رقبا هم در این حوزه ها به شدت فعال اند و این می تواند کار ما را سخت تر کند. البته به طور کلی، محدودیت هایی هم در حوزه تحول دیجیتال کشورمان وجود دارد که شامل همه است و به صنعت خاصی منحصر نیست.

در مجموع، بیمه تعاون در تلاش است که با غلبه بر همه چالش ها، سرعت خود در مسیر تحول دیجیتال را افزایش داده و با محدودیت ها هم کنار بیاید. این نکته را هم باید در نظر داشت که حرکت در مسیر تحول دیجیتال با ریسک زیادی همراه است، بنابراین نمی تواند در این مسیر، دقت را فدای سرعت کرد، بلکه باید با احتیاز کامل در این راه گام برداشت.

از کدام بخش پیاده سازی تحول دیجیتال در شرکت بیمه تعاون بیشتر رضایت دارید؟

بیمه تعاون در حوزه صدور و فروش دیجیتال بیمه نامه پیشرفت قابل توجهی داشته است. بیمه تعاون از نخستین شرکت هایی است که همکاری با استرات آپها را آغاز کرد و به خوبی توانست از فضا بهره برداری کند. به نظر من بیمه تعاون در حوزه صدور بیمه نامه و پرداخت خسارت دیجیتال، یک روند برد-برد را تجربه کرده است.

تحول دیجیتال شرکت بیمه تعاون در سال ۱۴۰۱ چه شرایطی خواهد داشت؟

قطعا اقدامات در این حوزه سرعت خواهد گرفت. شخص مدیرعامل پیگیری این موضوع است و همه بدنه شرکت نیز با آن همراهی می کند. اکنون مدیران فنی، مدیران میانی و عموم کارکنان شرکت به این موضوع واقف اند که دیجیتالی شدن، به نفع همه است، از این رو در پیاده سازی برنامه های این بخش مطابق برنامه ریزی های انجام شده عمل می کنند.

تردیدی نیست که با پیاده سازی این برنامه ها، در سال ۱۴۰۱ شرکت بیمه تعاون با شکل و شمایلی جدید را شاهد خواهیم بود.