פוליסה

עיתון הביטוח הפנסיה והפיננסים

יום ב', 10 בנובמבר 2014, י"ז בחשון תשע"ה ISSN7093 - 4750 שנה XX גיליון מספר 1861

מגבירים מצב

איתוראן מברכת את באי
כנס אלמנטר 2014
בברכת כנס פורה ומוצלח!

איתוראן
איתך לאורך כל הדרך

איתוראן איתור ושליטה בע"מ | מרכז שירות לסוכן | טל: 03-5571717 | www.ituran.com

חינוך פיננסי
בכל דרך שתבחר

מרכז הידע של פסגות לחינוך פיננסי, מזמין אותך להצטרף ל-500,000 איש
הנהנים ממגוון כלים מקצועיים להתנהלות פיננסית נכונה

מרכז הידע של
פסגות ב-facebook

זירת ניהול תקציב
בשיתוף "פעמונים"

מבזקי ידע
כלכליים

הכנס הכלכלי
הגדול בישראל
LIVE ברשת!

סרטוני ידע
פיננסי

סקירות ומאמרים
כלכליים אקטואליים

מדריכים להתנהלות
פיננסית נכונה

צ'אט LIVE
עם מומחי פסגות

ניוזלטר פיננסי
שבועי

אפליקציית
עצמאות פיננסית

כנסי ידע בנושאי
כלכלה ושוק ההון

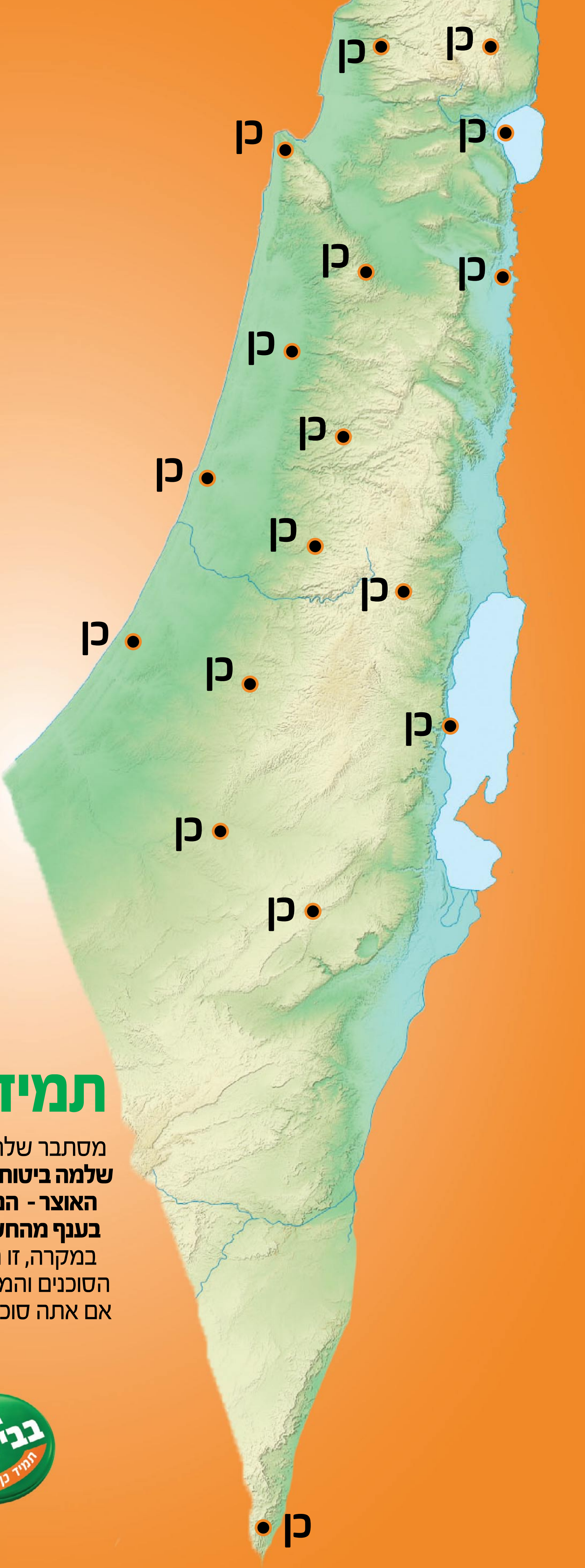
אקדמיה פיננסית
דיגיטלית חדש!

מרכז הידע של פסגות לחינוך פיננסי | psagot.co.il |

פסגות
יתרון הגדול עובד בשבילך
בית ההשקעות הגדול בישראל לניהול השקעות וחיסכון פנסיוני

קרנות נאמנות | תעודות סל | ניהול תיקי השקעות | קופות גמל | קרנות השתלמות | קרנות פנסיה | ביטוח

פסגות עוסק בשיווק השקעות ובשיווק פנסיוני ולא בייעוץ.



שלמה ביטוח
תמיד כן - מדן... ועד אילת!

מסתבר שלהגיד "תמיד כן" זה הדבר החשוב ביותר. בייחוד בביטוח. **שלמה ביטוח גאה להיות מדורגת במקום הראשון, עפ"י דירוג משרד האוצר - המפקח על הביטוח, בשירות וביעילות טיפול בתביעות, בענף מהחשובים ביותר בתחום הביטוח: ביטוח רכב רכוש.** וזה לא במקרה, זו תוצאה של השקעה וחשיבה אינסופית בשביעות רצון הסוכנים והמבוטחים לאורך שנים. אז לא משנה מאיפה אתה בארץ, אם אתה סוכן ביטוח שרוצה להצטרף להצלחה, נשמח להגיד לך כן!

שלמה ביטוח
shlomo-bit.co.il
גם בביטוח. תמיד כן!

תברון זלצמן שביט

בעולם שלנו אין גבולות.
רק אפשרויות.

Aon, החברה המובילה בעולם לביטוח וניהול סיכונים,
מזמינה אותך להתחבר לעולם של הזדמנויות.

איאון ישראל, נציגת Aon העולמית, מביאה לשוק המקומי נגישות לשוקי הביטוח הגדולים בעולם בנוסף לניסיון רב בביטוח אלמנטרי ובניהול סיכונים מיוחדים. כשהיא נסמכת על רשת גלובלית של יותר מ-60 אלף עובדים ב-120 מדינות, Aon מציעה פתרונות חדשניים ואפקטיביים גם לאתגרים המורכבים ביותר.

Aon היא הספונסרית הרשמית של קבוצת מנצ'סטר יונייטד

משרד ראשי רמת גן: רח' אבא הלל 12 בית איילון, רמת גן. טל' 03-7954222
חיפה: רח' המגינים 60, חיפה. טל' 04-8567000

www.aon.com

תוכן

7 פרמיה | מאת **אריה לביא**

8 נמשיך להיאבק בשיווק הישיר של חברות הביטוח שפוגע במבוטחים ובסוכנים | שיחה עם **אריה אברמוביץ**, נשיא **לשכת סוכני הביטוח**

10 אבן שואבת לסוכני ביטוח | שיחה עם **אתי אלישקוב**, מנכ"לית **"הכשרה"**

12 סוכני הביטוח הם אנשי עסקים שמעדיפים לעבוד עם חברה שמתעקשת על רמת השירות | שיחה עם **אורי אומיד**, מנכ"ל **"שלמה"**

14 סירת מנוע משוכללת וזריזה בעולם של משחתות ביטוח | מאת **גיל ספיר**, מנכ"ל **"שירביט"**

16 יוסי פרץ

18 המהלך להגדלת ערך הלקוח בחברה נעשה מתוך הבנה כי לקוח בעל כמה מוצרים בחברת הביטוח הינו לקוח נאמן לחברה ולסוכן | שיחה עם **עלית כספי**, משנה למנכ"ל **"כלל ביטוח"**

20 המפתח להצלחה: שירות חדשנות ומקצועיות | שיחה עם **גיורא פלונסקר**, סמנכ"ל בכיר ב**"איילון"**

22 שיתוף הפעולה שלנו מאפשר את הצלחת האגף | שיחה עם **נוריאל חזות ושרון עמירה**, מנהלי האגף האלמנטארי ב**"הכשרה"**

24 ענף ביטוח הרכב - לאן? | מאת **אייל טולדנו**, סמנכ"ל תחום פרט ב**"שומרה"**

26 הכלי הפיננסי החשוב ביותר שלנו | מאת **יניב קוניס**, סמנכ"ל פיתוח עסקי וחינוך פיננסי ב**"פסגות"**

28 סוכן הביטוח הוא המשווק הטוב, המקצועי, הזול והיעיל ביותר של חברת הביטוח | מאת **אורי צפריר**, מ"מ נשיא **לשכת סוכני הביטוח**

30 על תקופות שונות בביטוח "אחריות נושאי משרה" | מאת עו"ד **אורי אורלנד**

32 שיטת הסניפים של "שחר" מצליחה לשפר את השירות בתחום נזקי המים | שיחה עם **אבי אלקיים**, מנכ"ל ובעל השליטה ב**קבוצת "שחר"**

34 הלשכה הייתה הראשונה לערוך סקרי שירות ואנו שמחים שהאוצר הרים את הכפפה | שיחה עם **אריאל מונין**, יו"ר הוועדה ל**ביטוח אלמנטארי**

36 כמבטח בינלאומי אנו חשופים למגמות גלובליות המאפשרות לנו לספק פתרונות עדכניים ללקוחותינו בישראל | שיחה עם **שרון שחם**, סמנכ"ל ביטוח מסחרי ב-AIG

38 שיווק ביטוח לצעירים | מאת **יגאל באום**, מנכ"ל משותף ב-Baum & Ron

40 מכפיל הכוח במלחמה בגנבי הרכב | מאת **שחר שרצקי**, מנהל תחום ביטוח ב**"איתוראן"**

42 "לצאת מהקופסה" | מאת **אילן גולדשטיין**, מנכ"ל **"פוינטר"**

44 שפה חדשה בעולם הנדל"ן | מאת **לוי יצחק** מנכ"ל ובעלים של **"לוי יצחק שמאות וסקרים"**

46 מקצועיות וניסיון הם הערך המוסף שלי לסוכני "דורות של סוכנים" | שיחה עם **ג'קי רוזנברג**, מנכ"ל **"דורות של סוכנים"**

48 הפוליסה התקנית של הדירה אל מול הטיוטה החדשה | מאת עו"ד **ג'ון גבע**

50 שירותי ענן המסייעים בניהול פוליסת ביטוח רכב | מאת **אורי מימון**, מנכ"ל ובעלים של **"מ.ר.מ - מידע רכב ממוחשב"**

52 למה ערן זהבי צריך סוכן שחקנים וסוכן ביטוח לא צריך סוכן סוכנים? | מאת **מיקי קופל**, מנכ"ל ובעלים של **KOPELL GROUP**

54 אנו צופים ירידה בהיקף האירועים הביטוחיים בענף הבנייה כבר בשנים הקרובות | שיחה עם **אלון טאקו**, מנכ"ל **"גבאי סוכנות לביטוח"**

56 בתי הסוכן - זירת העסקים המובילה בענף | מאת **ניר עובדיה**, משנה למנכ"ל **"אורן מזרח"**

60 חוזר העמלות הוא אסון כלכלי לסוכני הביטוח | שיחה עם **קובי צרפתי**, מנכ"ל משותף ב**"אגוז"**

62 "שי משב" מאפשרת ומסייעת לסוכניה לקיים פעילות עסקית ענפה במגוון תחומים | שיחה עם **חיים מידן וקובי שליסל**, מבעלי **"שי משב"**

64 שירות שמציעה חברת "ברינקס" מסייע לגונן על בית העסק

66 שירות היבואן שלקוחות "פל" מקבלים הוא הטוב ביותר בשוק | שיחה עם **גילה לבנת-רוזינר**, סמנכ"לית ומנהלת שירות **"פל"**

72 קניתי עם ביטוח | מאת **אבי בן חורין**, מומחה ל**ביטוח ימי**

74 הביטוח האלמנטארי - גורם מרכזי ברווחיות חברות הביטוח בשנים האחרונות | מאת **חגי שפירא**

76 מערכות מידע וטכנולוגיה הן כבר הרבה יותר מ"מיכון" בארגון | מאת **משה שטיין**, מנתח מערכות

78 "זברה שירותי רכב" פועלת להתאמת השירות לצרכי הלקוח | שיחה עם **ניר כהן**, מנכ"ל ובעלים של **"זברה שירותי רכב"**

98 עול ההוכחה בבקשה להמצאה מחוץ לתחום | מאת עו"ד **גד נשיץ**

פוליסה עיתון הביטוח הפנסיה והפיננסים

עורך: **אריה לביא** / סגן עורך: **א. בן ארי** / עריכה: **אילן פיש, עמית קרסט בנין, לביא שומרוני** / עיצוב גרפי: **ברקת כץ**

המו"ל: **תקשורת כלכלית בע"מ** / רחוב נחשון 14 רמת השרון 47301 / טל. 03-5407884, פקס: 03-5493622 / E-mail: edit@tikshoret.co.il

בזכות האנשים
לעבוד עם הכשרה זה אלמנטרי

כמו שאין תחליף לסוכן ביטוח מקצועי ואישי, כך אין תחליף למקצוענות ולשירות האישי של אנשי הכשרה. בעיקר בזכות אותם אנשים, יותר ויותר סוכני ביטוח מבינים שלעבוד עם הכשרה זה אלמנטרי!

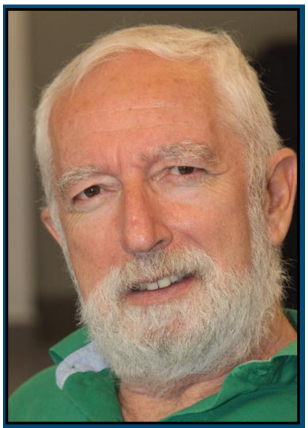
בשורה העליונה, *מימין לשמאל:* ענר אדרי (כרמים), רפי ברזילי (רוזנמן את רוזנמן), יריב ינאי (*מנהל מחוז* מרכז והשפלה), *מיכל מורנו* (*מנהלת מחוז* צפון), אבנר פדידה פז (*מנהל מחוז* ירושלים), אפי כהן (*מנהל מחוז* אקספרס), ג'קי אמסלם (יתרון סוכנות לביטוח). בשורה התחתונה, *מימין לשמאל:* אבי צדיק (צ.ב.ר), נוריאל חזות (ראש אגף אלמנטרי, תחום פרט), קובי ורדי (קמפוליסה), אורי צפריר (צפונית), אתי אלישקוב (*מנכ"לית הכשרה*), ליאור רוזנפלד (רוזנפלד צבי וליאור סוכנות לביטוח), שרון עמירה (ראש אגף אלמנטרי, תחום עסקים), זוהר צדיק (צ.ב.ר), ערן אופיר (סמנכ"ל, ראש אגף תביעות)

www.georgemedia.co.il

הכשרה ביטוח בעולם פתוח

חברה לביטוח אריה שנקר 2, תל אביב 6801002 טל'. 03-7960000 או 3453*, פקס. 03-5167870 www.hcsra.co.il

הכשרה חברה לביטוח בע"מ



אריה לביא

אלמנטארי להיות אלמנטארי

"עלייך לרוץ הכי מהר שאת יכולה כדי להישאר באותו המקום. אם את רוצה להגיע למקום אחר, עלייך לרוץ לפחות פי שניים יותר מהר"
(המלכה האדומה לאליס, בספר "מבעד למראה", מאת לואיס קרול)

זה לא סוד שעמלות הסוכנים הולכות ונשחקות. אולם, חשוב להבין בדיוק מה מקור השחיקה. בחלוקה למגזרי הפעילות השונים, ביטוח החיים והחיסכון ארוך הטווח חווה את הירידה הקשה ביותר בעמלות ממספר סיבות - ירידה בדמי הניהול, ביטול ביטוחי מנהלים, ופופולריות גוברת והולכת של קרן הפנסיה על חשבון מוצרים אחרים.

תחום הבריאות הוא תחום מסוכן. אי ודאות שוררת בו, כאשר שני רגולטורים לפחות מעוניינים לעשות שינויים מהותיים בביטוחי הבריאות הפרטיים. קשה לדעת כיצד המגזר ייראה בעוד שנה ומה יהיה מצבם של החברות וסוכני הביטוח העוסקים בתחום.

הביטוח האלמנטארי נהנה תקופה ארוכה מיציבות. השוק תחרותי מאוד, וככל הנראה כתוצאה מכך לא צפויים בו שינויים רגולטוריים שיפגעו בחברות או בסוכני הביטוח. כמעט כל החברות פעילות בתחום זה ומרבית סוכני הביטוח כבר הבינו שעליהם לפעול גם בו על מנת לבסס את הכנסותיהם.

אולם פעילות בלבד בתחום זה אינה ערובה ליציבות או לשיפור ברווחיות של סוכן הביטוח. סוכנים המעוניינים לשפר את רווחיותם צריכים לנקוט במספר פעולות.

הצעד הנדרש הראשון הוא להגדיל את מספר המוצרים הממוצע של כל לקוח. כיום, מרבית לקוחות סוכני הביטוח מחזיקים בפוליסה אחת או שתיים אצל הסוכן. על הסוכן לשאוף למצב בו כל הביטוחים של הלקוח, בדגש על הביטוחים האלמנטאריים, יטופלו אצלו. זאת במטרה כפולה - הגדלת ההכנסה באופן ישיר כתוצאה מהמכירות, וחיזוק הקשר עם הלקוח, מה שיתרום ליציבות התיק.

הצעד השני הוא לחזק את הפעילות בתחום העסקים. חברות הביטוח מספקות כיום מגוון רחב של מוצרים המאפשרים לסוכן לבצע מכירות מהירות לכמעט כל בית עסק. נוסף על כך, כל העסקים שנמצאים כבר

מרוץ המלכה האדומה

בתיק הסוכן כוללים פוטנציאל להרחבת מעורבותו של הסוכן בעסק. האם העסק מוגן מפני כל הסיכונים האפשריים? האם אין מצב של תת ביטוח? האם כל הרכוש (כולל הרכבים) מבוטח אצל הסוכן? האם לבעל העסק יש עסקים נוספים? כל זאת עוד לפני שהתחלנו לחשוב על עריכת הסדרי פנסיה, ביטוחי בריאות, סיעוד ואחרים לעובדים.

הצעד השלישי הוא אימוץ טכנולוגיות חדשות. חברות הביטוח משקיעות משאבים רבים בפיתוח מערכות מכירה משוכללות - וסוכנים ששולטים ומשתמשים בהן חוסכים זמן רב ומשאבים רבים בתפעול העסק. בנוסף קיימות טכנולוגיות המשפרות מאוד את מאמצי השיווק של הסוכן (מישהו אמר פייסבוק?) ואימוצן יכול להרחיב משמעותית את התיק הביטוחי של הסוכן, לייעל ולשפר את עבודתו.

במהדורה מיוחדת זו של "**פוליסה**" תוכלו למצוא מגוון ראיונות, מאמרים וכתבות עם בכירים רבים בענף. כל סוכן יוכל למצוא בין דפי מהדורה זו רעיונות רבים כיצד יוכל לשפר את תיקו.

אריה אברמוביץ, נשיא **לשכת סוכני הביטוח**, מתחייב בראיון שמתפרסם בגיליון זה להמשיך להיאבק מול חברות הביטוח, הרגולטור וחברות הביטוח הישיר למען שמירה על האינטרסים של חברות הביטוח. מ"מ נשיא הלשכה **אורי צפריר** תוקף את תופעת השיווק הישיר וקובע כי סוכן הביטוח הוא המשווק הטוב ביותר של חברות הביטוח. יו"ר הוועדה לביטוח כללי **אריאל מונין** מציף את סוגיית השירות וקורא לסוכני הביטוח להבליט את מעשיהם למען לקוחותיהם.

יוסי פרץ, מנהל החטיבה לביטוח כללי ב"**מגדל**", מתייחס למאמצי "מגדל" לחזק את התחום האלמנטארי ומסביר כי הדבר נעשה באמצעות סוכני הביטוח. **עלית כספי**, משנה למנכ"ל "**כלל ביטוח**" העומדת בראש החטיבה לביטוח כללי, מרחיבה על פרויקט "ערך לקוח" שנעשה בחברה.

אתי אלישקוב, מנכ"לית "**הכשרה**", מתארת בראיון עמה את הנעשה בחברה ואת תהליכי הצמיחה המרשימים בה. **אורי אומיד**, מנכ"ל "**שלמה**", מתאר כיצד שיתוף הפעולה האמיתי עם סוכני הביטוח סייע להזניק קדימה את החברה בראשותו. **גיל ספיר**, מנכ"ל "**שירביט**", מציג במאמר את יתרונותיה של "שירביט" כחברה קטנה ומהירה.

גיורא פלונסקר, ראש האגף לביטוח כלל ב"**איילון**", מתאר את חשיבות המקצוענות בתחום הביטוח הכללי. **אייל טולדנו**, סמנכ"ל תחום פרט ב"**שומרה**", מתאר שינויים שעברו על ענף הרכב והשפעתם על עולם הביטוח.

עוד תמצאו במהדורה זו ראיונות ומאמרים פרי עטם של בכירים נוספים וגורמי מפתח בענף.

קריאה נעימה ומועילה,
אריה לביא

שיחת **פוליסה** עם אריה אברמוביץ, נשיא לשכת סוכני הביטוח
על המאבק למען סוכני הביטוח

נמשיך להיאבק בשיווק הישיר של חברות הביטוח שפוגע במבוטחים ובסוכנים

אריה אברמוביץ
נשיא לשכת סוכני הביטוח

• כאשר סוכן ביטוח מוכר פנסיה בדמי ניהול מינימליים - הוא לא מקבל עמלה כלל • מדוע מוקדן שכיר של החברה כן מקבל תגמול כאשר הוא מוכר את אותו מוצר באותו מחיר? • ירידה בהכנסות היא תהליך שקורה לצערי בתחומים רבים • הפתרון לכך הוא הרחבת תחומי הפעילות

"עד שלא נסמן את ה'וי' האחרון בתכנית 100 הימים - לא ננוח", אומר **אריה אברמוביץ**, נשיא **לשכת סוכני ביטוח**, כאשר הוא סוקר את מאמציו ופעולותיו בחודשים שחלפו. החל בשיפור תדמית הסוכן, עובד דרך המאבק בביטוחים הישירים, גיוס סוכנים חדשים וצעירים ללשכה, שיפור מוצרים מול הרגולטור וכמובן - שמירה מתמדת על האינטרסים של סוכני הביטוח. עושה רושם שהלשכה בראשות אברמוביץ לא נחה לרגע.

אחד ממהלכיו הראשונים היה הקמת מוקד לריכוז תלונות של סוכני הביטוח על השיווק הישיר שמבצעות חברות הביטוח. המהלך עדיין לא הסתיים, מבהיר אברמוביץ, אולם כבר נושא פרי - "**הראל**" הודיעה לסוכנים כי תפסיק לשווק באופן ישיר ללא תיאום. "עד שלא יופסק שיווק הביטוחים הישירים, או שנזכה לקבל אותם תנאים - לא נפסיק את המאבק", מבהיר אברמוביץ.

• מה אתם עושים על מנת למשוך חברים נוספים ללשכה?

אברמוביץ: הלשכה מונה כיום כ-4,200 חברים. אני פועל תחת הנחת יסוד שיש פוטנציאל של 6,000 סוכני ביטוח, כלומר יש כר נרחב לפעולה. מינינו את חבר הלשכה **שי שדה**, שאחראי על גיוס חברים חדשים ללשכה. אנחנו חושבים על החברים הצעירים, במטרה לחבק אותם. הקמנו ועדה לסוכנים צעירים, בראשותו של **דביר רם**, שאחראית על פרויקט המנטורים, במסגרתו סוכן ותיק חונך סוכן צעיר.

אנחנו גם פועלים להקל על הוצאת הרישיון. מתברר, למשל, כי בבחינות הרישוי של הפיקוח - אין אפשרות לעשות מועד ב', כך שמי שלא עבר נאלץ להמתין חצי שנה למועד הבא. אנחנו פנינו למפקחת בבקשה לאפשר מועד ב', ועדיין ממתינים לתגובה.

אחד הדברים המרכזיים שמונעים להערכתי כניסה של צעירים לענף היא התדמית, וכפי שאתה יודע, אנחנו פועלים באופן אינטנסיבי לשפר את התדמית.

אנחנו פועלים על מנת לשפר את השירות לסוכן. בנוסף, אנו פועלים להכנסת מוצרים חדשים בלעדיים לסוכני הביטוח והכנסתו של הסוכן לענפים חדשים.

ודבר אחרון - טכנולוגיה. הכנסת הסוכן לעידן הבא בתחום הטכנולוגי הוא משימה חשובה בעיני. אנחנו בונים אסטרטגיה לגבי איך ייראה סוכן הביטוח בעוד 10-20 שנים.

אנחנו בלשכה פועלים רבות ונוקטים במספר רב של פעולות על מנת להגביר את המוטיבציה של צעירים להיכנס לענף, ואני מצפה שהכל ביחד יצליח לחולל שינוי. עד שלא נסמן את ה"וי" האחרון בתכנית 100 הימים - לא ננוח.

• כיצד אתה מציע לסוכנים הצעירים להתמודד עם השחיקה בעמלות?

אברמוביץ: ירידה בהכנסות היא תהליך שקורה לצערי בתחומים וענפים רבים. הפתרון לכך הוא להרחיב את תחומי הפעילות. אם סוכן הביטוח יידע לעטוף היטב את הלקוח, להציע לו את מירב המוצרים האפשריים ואף לגבות תשלום ישיר על שירותים - הוא יוכל להתמודד עם השחיקה בעמלות.

• כיצד אתם מחזקים את תחום הפיננסים?

אברמוביץ: לראשונה הלשכה תקיים יום עיון ארצי בנושא הפיננסים, שייערך בתחילת דצמבר. הכנס הוא ביטוי לחשיבות שאנו מייחסים לתחום הפיננסים. זאת, ממספר סיבות. ראשית, היכולת לעטוף את הלקוח בצורה הטובה ביותר ולהציע לו את מירב השירותים שסוכן הביטוח יכול להציע לו. שנית, לייצר הכנסה נוספת לסוכן, שחשובה במיוחד בעידן זה של הירידה בעמלות. שלישית, זהו תחום אטרקטיבי שמושך צעירים רבים לענף וגם ללשכה.

• התמיכה של הלשכה בחוזר העמלות שאוסר על מתנות ופרסים עוררה מחלוקות בענף.

אברמוביץ: זו המדיניות של הלשכה עוד מהקדנציה הקודמת, ואנחנו תומכים בה. אנחנו מעדיפים לקבל תגמול בכסף, לא במתנות. נדע לסדר לעצמנו נסיעות לחו"ל, ללא עזרת חברות הביטוח. חלק מסוכני הביטוח אינם מגיעים כלל לנסוע לחו"ל עם חברת הביטוח, ונוצר מצב בו סוכנים קטנים מסבסדים סוכנים גדולים. כולם יחד, אגב, מסבסדים את אנשי חברת הביטוח שנוסעים לחו"ל...

אנחנו כמובן מצפים שהתגמול הכספי לסוכן יגדל עם ביטול אותן נסיעות.

• כיצד קמפיין הלשכה על "שוקה האמיתי" תרם לחיזוק מעמד הסוכן?

אברמוביץ: הקמפיין היה הצלחה גדולה מאוד. אני שומע מסוכנים רבים שהוא תרם מאוד לגאווה המקצועית שלהם. זה התחלה חשובה של התהליך לשיפור תדמית הסוכן. הוא גם עונה לקמפיין של חברת "ביטוח ישיר", שקובע שברגע האמת יש סוכן וזה מה שחשוב. הוא הציג לציבור סוף סוף את האמת בקשר לסוכנים.

• כיצד נמשך המאבק בחברות הביטוח המסורתיות שמוכרות באופן ישיר?

אברמוביץ: אנחנו טוענים שחברות

המשך בעמוד 70 ❮❮❮

חדש
בהפניקס!
הפניקס
מתקדמים לשירותך!
פורטל סוכני הביטוח ממשיך להתחדש
MY fnx
פורטל סוכני הפניקס
שלום, אפרת ללוש
על סדר היום
מה חדש?
הפוקוס שלי
חדש!
התאמה אישית
הטבות חדשות לקראת הקיץ לביטוח לחו"ל
למרכז הידע
הביצועים שלי
מכירות מצטבר מתחילת השנה
למודל המכירות
מה חדש?
קידום מכירות
הניצפים שלי
אשף הדוחות
שירות הזמנת מידע ב- SMS
SMS
הזמנת מידע
ב-SMS
055-7000-808
2 שירותים ייחודים לסוכני הפניקס:
• שירות הזמנת מידע ב-SMS
• גרסה חדשה של פורטל הסוכנים בהתאמה אישית לסוכן הביטוח
פרטים באשכולות
במציאות כמו שלנו, תבדוק שיש לך הפניקס.
הפניקס חברה לביטוח בע"מ
www.mesh.co.il

שיחת פוליסה עם אתי אלישקוב, מנכ"לית "הכשרה" על חדשנות ומקצוענות

אבן שואבת לסוכני ביטוח

• אנו מתייעצים הרבה עם הסוכנים שלנו ויודעים בעקבות הדיאלוג הזה לייצר מוצרים חדשים - יותר מכל חברה אחרת • אך לא רק: בין השקת תעריף חדש בתחום החובה, מסלול Perfect לנהגים טובים והשקת פוליסת ביטוח לחנויות פרחים - קלטה "הכשרה" גם ארבעה מנהלות ומנהלי פיתוח עסקי מחוזיים וגייסה מפקחים נוספים, במטרה לסייע לסוכני הביטוח במכירות

אתי אלישקוב
מנכ"לית "הכשרה"

"'הכשרה' היא אבן שואבת לסוכנים החדשים שמגיעים לענף הביטוח", מציינת בגאווה **אתי אלישקוב**, מנכ"לית "הכשרה". "סוכני הביטוח החדשים שמגיעים לענף ולחברה הם 'הייטקיסטים פיננסיירים' בנשמתם - יוצאי בתי השקעות, מתוחכמים ונמרצים, והם העתיד של הענף", היא אומרת ומוסיפה: "הם אמנם מגיעים עם אוריינטציה פיננסית, אולם אנחנו מסייעים להם להיכנס לכלל תחומי הביטוח".

בין השקת תעריף חדש בתחום החובה, מסלול Perfect לנהגים איכותיים והשקת פוליסת ביטוח לחנויות פרחים - קלטה "הכשרה" גם ארבעה מנהלות ומנהלי פיתוח עסקי מחוזיים וגייסה מפקחים נוספים, במטרה לסייע לסוכני הביטוח במכירות.

"החברה מאוד יציבה", מעידה אלישקוב, ומוסיפה: "לא משתוללת ולא מחפשת סיכונים מיוחדים. היום החברה יודעת להרוויח 60 מיליון שקל בשנה, בממוצע, גם בלי שוק ההון, ואני מאמינה שאני אביא את החברה לרווח נקי של 100 מיליון שקל בשנה. אני בדרך לשם".

• השקתם תעריף חדש בתחום החובה.

אלישקוב: אכן. בתעריף החדש, בזכות השימוש במרבית הפרמטרים של אביזרי הבטיחות, החברה מתמחרת נכון יותר את הסיכונים. בצורה זו גם הרווחיות משתפרת וכך גם התעריף ש"הכשרה" מציעה למבוטחיה טוב יותר. השימוש בפרמטרים של הבטיחות מאפשר לי לזהות את המבוטחים הטובים שאני רוצה לבטח.

זה תואם את האסטרטגיה של החברה לפעול באופן דומיננטי בתחום החובה, ובאופן פחות דומיננטי בתחום ביטוח הרכוש ברכב. ולראיה - "הכשרה" מהווה כ-9% בתחום החובה וכ-4.5%-5% מהתחום בביטוח רכב רכוש. אנו פועלים לשמר את ההובלה שלנו בתחום החובה, בין היתר בזכות התעריף החדש.

• בימים אלה אתם משיקים את "הכשרה Perfect". כיצד את רואה את המוצר הזה?

אלישקוב: בחזון שלי, מסלול ה"Perfect" יהיה מיני חברת ביטוח. אמנם כעת אנו מבטחים באמצעותו רק רכב (חובה ורכוש), אולם בעתיד אני מצפה שזה יהיה מסלול מועדף שיכיל גם ביטוחים נוספים, כמו דירות מועדפות ועסקים מועדפים, שכמובן יקבלו תעריפים מיוחדים. המסלול הזה לא מושתת על מוקדנים, אלא על חתמים מקצועיים שמוסמכים לקבל החלטות. זו אחת הדוגמאות לביטוי של ערך המקצוענות, המנחה אותנו בפעילותנו השוטפת.

• מה חדש בתחום ביטוחי העסקים?

אלישקוב: אנו משיקים בימים אלה מוצר חדש מסדרת מוצרי ה"ארומה" שלנו - ביטוח חנויות פרחים. אנו מתכננים להמשיך עם המדיניות הזו של פיתוח מוצרי נישה, ותרשה לי להזכיר שאנו היינו החברה הראשונה שפיתחה והשיקה סדרת מוצרי נישה, ומאז חברות רבות הלכו בעקבותינו.

אנו מתייעצים הרבה עם הסוכנים שלנו ויודעים בעקבות הדיאלוג הזה לייצר מוצרים חדשים - יותר מכל חברה אחרת. תחום העסקים ב"הכשרה" הציג צמיחה של כ-15% בכל שנה, במהלך השנים האחרונות, ואנו עומדים כיום על יחס של כ-70% בביטוחי הרכב ו-30% עסקים ואחר. זה ממחיש את המהפך שעברה החברה, שבעבר קרוב ל-90% מהמחזור שלה היה ביטוחי רכב.

• כיצד מתפתחת המחלקה לביטוח קבלני והנדסי?

אלישקוב: מתפתחת היטב. אנחנו זיהינו את ענף המגורים כענף צומח שאנו רוצים להתמחות ולהתחרות בו. במקביל, בחרנו שלא להתחרות בתחום התשתיות.

אני יכולה לציין שהיום "הכשרה" היא חברה מובילה בתחום הבנייה למגורים. **אסף שקד** אחראי על התחום, והמחלקה שבניהולו גדלה כל העת, והיום מרבית הקבלנים מגיעים אלינו, באמצעות סוכני הביטוח שלנו.

השוק צומח ואנחנו צומחים יחד איתו. בכל שנה אנחנו מוכרים פוליסות בסך הקרוב ל-50 מיליון שקל, כאשר בשונה מביטוחי הפרט והעסקים הרגילים לא מדובר בחידושים אלה במכירות חדשות, מה שממחיש את ההישג.

• כיצד מתפתח תחום ביטוח החיים?

אלישקוב: התחום ממשיך לנסוק. אני שואפת לסיים את 2014 במכירות של כ-200 מיליון שקל - לעומת כ-140 מיליון ב-2013. אנחנו רושמים צמיחה של כ-30% בביטוחי מנהלים, וגם צמיחה מרשימה במכירות ריסקים. אני יכולה לומר בוודאות שאנו החברה המובילה היום בשוק במכירות של ביטוחי מנהלים. המוצר שלנו, "**מגן לעתיד**", הוא מוצר מוביל בענף, שנותן "נוק אאוט" רציני לקרן הפנסיה. מבחינתי ומבחינת מביני עניין רבים בענף, הוא מוצר מחולל מהפכה. אני שואפת שהחברה תגיע למכירות ריסקים בסך כ-50 מיליון שקל בשנה. לגבי בסט אינווסט - אני שואפת להגיע השנה למכירות של 700 אלף שקל, ופוליסת הסיעוד החדשה כבר מוכרת לא מעט כל חודש. בנוסף, אנחנו פועלים לקראת פתיחת קופת גמל וקרן השתלמות תחת מותג ה"בסט אינווסט".

• כיצד שיתוף הפעולה עם איגוד המתכננים הפיננסיים תורם לפיתוח תחום ביטוח החיים בחברה?

אלישקוב: תכנון פיננסי הוא העתיד של סוכני הביטוח. יש להם יכולת אמיתית להציע ללקוח פתרון הוליסטי כולל. אנו מציעים קורס לתכנון פיננסי על מנת שהסוכן יידע לתת מענה כולל לכספים, למשכנתה, לחסכונות ולכל הצרכים הפיננסיים של לקוחותיו. כחברת סוכנים אנחנו מעודדים

המשך בעמוד 90 ‹‹‹

מהיום קל יותר
למכור ביטוח רכב!

לא צריך קודן - חוסך ללקוחות שלך כסף וזמן

גם בביטוח רכב, טוב שיש מגדל מאחוריך

מגדל חברה לביטוח בע"מ

כפוף לתנאי החברה והפוליסה. לרכבים פרטיים עד 250,000 ₪,
למעט רכבי ספורט וקבריולט.

מגדל

טוב שיש מגדל מאחוריך
www.migdal.co.il

שיחת פוליסה עם אורי אומיד, מנכ"ל "שלמה" על צמיחה ורווחיות

סוכני הביטוח הם אנשי עסקים שמעדיפים לעבוד עם חברה שמתעקשת על רמת השירות

• העובדה שהיקף ההכנסות של סוכנים הולך וקטן, היא סיכון אסטרטגי לענף הביטוח כולו • לצערי, החברות אינן מפגינות את הרגישות הנדרשת • לכולנו אינטרס ברור שסוכנים יתוגמלו בהיקף שיחזק את המשך עבודתם בענף

אורי אומיד

מנכ"ל "שלמה"

"הגידול והרווחיות של **'שלמה'** מושגים באמצעות סוכני הביטוח שלה. אנחנו מתייחסים אליהם כאל שותפים עסקיים, ונותנים להם שירות מצוין - והם מעבירים את התפוקה אלינו", כך אומר מנכ"ל "שלמה" **אורי אומיד**, בהתייחסות לתוצאות המצוינות של החברה בראשותו, שהציגה בחציון 2014 רווח של 17 מיליון שקל, לאחר שבתקופה המקבילה אשתקד רשמה הפסד של 3 מיליון שקל, וקודם לכן, לאורך מספר שנים, רשמה הפסדים לא קלים.

עוד התייחס אומיד לתוצאות העסקיות ואמר כי החברה רשמה במהלך השנה האחרונה גידול של 25% ומה שמייחד את הגידול היא העובדה שמספר הולך וגדל של סוכנים בוחרים בנו, ופועלים במשותף על פי תנאי החיתום ב"שלמה". יש חשיבות לעובדה שהגידול נעשה תוך שמירה על שיעור הפרמיה הממוצעת שלנו, שמבטיח לנו Loss Ratio מהטובים בענף.

• מה המפתח לגידול בהיקף הפעילות?

אומיד: העובדה שהמבוטחים פחות נאמנים למותג שהוא חברת ביטוח אלא נאמנים לסוכן, מייצרת לנו הזדמנות גדולה. כך שככל שמבוטחים פונים יותר אל הסוכן כך פונים יותר אלינו. סוכני הביטוח הולכים אל החברות שנותנות להם שירות טוב. אנחנו נותנים לסוכני הביטוח שלנו שירות טוב בזמן, ומשלמים תביעות לפני הזמן. בזכות כך הפרמיה זורמת אלינו. חשוב מכך - אנחנו קולטים עוד ועוד סוכנים. אנחנו יודעים שהסוכן הוא זה שמביא לנו את הסחורה ולכן אנחנו משקיעים בו. הם הלקוחות שלנו. ענף הביטוח הוא People's Business - סוכני הביטוח הם אנשים שאוהבים לעבוד עם חברות שמתייחסות אליהם ברצינות.

ואם מדברים על שירות, לא היינו נדרשים לגושפנקה יותר גדולה לרמת השירות מהציון שקיבלנו מ**הפיקוח על הביטוח**, שקבע כי "שלמה" היא החברה שנותנת את השירות הטוב ביותר בענף רכב רכוש, שהוא ענף עתיר תביעות.

• וכיצד מושגת הרווחיות?

אומיד: מדד חשוב לרווחיות הוא התשואה להון, בו אנו מדורגים שניים בענף. אנחנו מציגים תשואה להון של 23%, לעומת ממוצע ענפי של 14%. והרי זה המדד החשוב באמת - כמה מרוויחים ביחס להון המושקע. משום מה - אין התייחסות רצינית לנתון חשוב זה. למרות התוצאות הטובות שלנו, אני מאמין שבסוף השנה נשתפר משמעותית גם בתחום זה.

התהליך הקשה שעברנו על מנת להוריד את רמת ההוצאות היה הכרחי, ואני סמוך ובטוח כי כל חברות הביטוח ייאלצו לעבור אותו בעתיד הקרוב על מנת לשרוד. רמת המחירים הנוכחית לא מאפשרת לחברות הביטוח לשרת את פירמידות הניהול שנוצרו, וענף ביטוח החיים כבר לא יכול לתמוך בענף האלמנטארי. התחזית שלי היא שרוב החברות יאלצו להתמודד בשנים הקרובות עם הקטנת שיעור ההוצאות בענף האלמנטארי. זה מן הסתם ילווה בשינויים ארגוניים, שיקשו על הסוכנים בקבלת שירות על פי ציפיותיהם. בתהליך זה אנו תמיד נדע להציג חלופה טובה יותר. אנו מקפידים על עקרון הזמינות, האינטימיות ומתן השירות. עקרונות אלה תמיד ישמרו את הסוכנים בצד שלנו.

• ובכל זאת - סוכני הביטוח לא הולכים למכולת עם הרווחים של חברות הביטוח...

אומיד: אכן. הבעיה העיקרית של סוכני הביטוח היא אובדן התפוקות בביטוח החיים. חברות הביטוח איבדו לצערי את הרגישות לעניין זה. לנו יש אינטרס חזק שעמלת הסוכנים תגדל, ושהסוכן ירוויח כסף. לכן פיתחנו עבור הסוכנים מוצר שמסייע לו בהכנסות - פוליסת התאונות האישיות, עם מספר יתרונות בולטים. ראשית, הוא מוצר לכל החיים, והסוכן מקבל עבור המכירה עמלת היקף ועמלת נפרעים. זה מוצר פשוט, ופקידת הסוכן יכולה למכור אותו בטלפון ללקוחות הקיימים. אנחנו משלמים עמלות גבוהות יחסית לענף, וזה מוצר שיכול לשפר משמעותית את הרווחיות של סוכן הביטוח. הענף משלם פחות ופחות עמלות כשהוצאות הסוכן רק גדלות. בניהול יעיל הופך הסוכן את המשרד למשרד מוכר, שמגדיל את הכנסות הסוכן מתוך הקיים. סוכן שלא יחשוב וינהג אחרת חוטא לעצמו ולעובדים שהוא מעסיק.

• כיצד מתקדמת הפעילות של מועדון ה-100?

אומיד: להזכירך, מועדון ה100 של שלמה היה ניסיון ראשון בענף האלמנטרי, לקבוע עם הסוכן התנהלות עסקית בין שותפים. כל חברי המועדון סיכמו תכנית עבודה לשנה מראש, תוך כדי עדכון חודשי לגבי עמידתם בכל אחד מהפרמטרים. לצערי, חלק מהקולגות לעגו לרעיון אך לשמחתי, בשני בכל חודש כשחברי המועדון מקבלים ציון בעבור עמידתם בתוכנית אנו זוכים לתגובות יפות. באופן אבסורדי, סוכן שעובד עם "שלמה" מודע לכל פרט בהתנהלות העסקית שלו איתנו. ולעומת זאת, מצוי כמעט בחושך מוחלט בפעילותו עם יתר החברות אתן הוא פועל. אין מחמיא יותר מהעובדה שכבר היום יש לנו רשימת המתנה של מעל ל-50 סוכנים המעוניינים להצטרף למועדון.

• אילו מגמות אתה מזהה בענף?

אומיד: 2015 תהייה שנה בה התחרות תגבר. זה מתחיל בתיאבון הגדול של מבטחי המשנה לקבל עסקים בשל מחיר הכסף הנמוך, וזה ממשיך בעובדה שהחברות בארץ נדרשות להגדיל פעילות, בשל שיעור הוצאות הולך וגדל (כתוצאה מהבעיות בביטוח חיים). השנה גם יבלוט במיוחד האלמנט

המשך בעמוד 90 ‹‹‹

{פוקס גורן גלעדי}
הלקוחות שלך נוסעים לרילוקיישן?
אל תשאיר אותם ללא ביטוח רפואי.
ביטוח DAVIDSHIELD מעניק לך הזדמנות שאתה חייב לנצל:
במקום לאבד לקוח ברגע שהוא עובר למדינה אחרת,
DAVIDSHIELD מאפשר לך להמשיך לבטח את הלקוח גם כשהוא
ברילוקיישן, בכל מקום בעולם.
09-8920924
www.davidshield.com
DAVIDSHIELD
International Medical Insurance

סירת מנוע משוכללת וזריזה בעולם של משחתות ביטוח

גיל ספיר

מנכ"ל "שירביט"

בשנים האחרונות עבר שוק הביטוח שינויים רבים, והוא ממשיך להיות דינאמי גם היום. לצד התרכזות השוק סביב מספר מצומצם של חברות ביטוח גדולות, גוברת הרגולציה ומתעצמת, השוק הופך לתחרותי מאי פעם, , האתגרים הניצבים בפני סוכני הביטוח מתרבים, והמוצרים הנמכרים לציבור הלקוחות משתכללים. במציאות עסקית זו, יש חשיבות מיוחדת לפעילותן של חברות ביטוח קטנות, המציגות פעילות ופתרונות חלופיים ומשלימים לאלה של החברות הגדולות, אשר דווקא גודלן ומורכבותן יכולים להוות לעיתים חסרון. חברת הביטוח **"שירביט"**, אותה אני מנהל, היא דוגמה מובהקת לכך.

ייחודיותה של "שירביט" ניכרת במתן שירות אישי ופתרונות יעילים לסוכן, בזמן שחברות גדולות חושבות ומתנהלות במודוס אופרנדי של ארגונים גדולים, "שירביט" היא סירת מנוע חדישה, משוכללת וזריזה, המשייטת בעולם של משחתות ענק אטיות. החלטות מתקבלות אצלנו בצורה יעילה ומהירה, אנו פועלים בשקיפות מול הסוכן ועובדים באווירה משפחתית. סוכן שירצה להיפגש אתי לא יצטרך להמתין שבועות רבים.

בדוח הפיקוח על הביטוח לשנת 2013 יש אינדיקציות ברורות להתמקדות של "שירביט" באיכות השירות ולתהליכים החשובים שהובלנו בחברה בשנתיים האחרונות. הדוח מציג ירידה דרמטית של 60% במספר התלונות כנגד החברה, שנעלה עד לאחרונה את טבלת שביעות הרצון של המבוטחים עם תוצאות לא מחמיאות. אנו עושים כל מאמץ, מחדשים טכנולוגיות ומשפרים תהליכי עבודה, כדי שמגמה חיובית זו תימשך ביתר שאת.

המהלכים שהובלנו לייעול המערכת חידדו את יתרונותיה היחסיים של "שירביט" ונושאים פרי. כיום השירות שלנו מהיר יותר, והטיפול זוכה לשביעות רצון גבוהה יותר מצד מבוטחי החברה. אין לי ספק שהשיפורים הטכנולוגיים הרבים שהכנסנו לחברה ותשומת הלב היתרה לנושא התלונות והשירות יבואו לידי ביטוי כבר בתוצאות של 2014. שירות, מהירות ויעילות הם ערכים משמעותיים בליבת הפעילות של "שירביט", ואנו פועלים לאורם לילות כימים.

במסגרת השינויים המערכתיים והארגוניים שבוצעו בחברה בשנתיים

"

השירות שלנו מהיר יותר, והטיפול זוכה לשביעות רצון גבוהה יותר מצד מבוטחי החברה

האחרונות, הצטרף בימים אלה **צביקה ליבושור** לשורות ההנהלה הבכירה של החברה כמנהל האגף לביטוח כללי ומשנה למנכ"ל. הצטרפותו מהווה נדבך נוסף בקידום החברה לעבר מטרותיה העסקיות. צביקה, עמיתי הותיק עוד מימי **"המגן חברה לביטוח"**, מביא עמו עשרות שנות ניסיון מגוון בענף הביטוח, והוא מקדם מדי יום רעיונות ונושאים חדשניים, אותם נחשוף בתקופה הקרובה, אשר יצעידו את "שירביט" לקדמת החדשנות בתחום הביטוח הכללי.

"שירביט" מתמחה בביטוח אלמנטרי - רכב, רכוש, דירות, ביטוח ימי, ביטוח לבתי עסק ולקבלנים וביטוח נסיעות. קבלנו החלטה אסטרטגית להתמקד בתחומי הליבה האלמנטריים, ולפיכך מכרנו את מחלקת ביטוח החיים ל"**פסגות**". מהלך זה יצר הזדמנות עסקית מעניינת לשיתוף פעולה עם פסגות במכירת ביטוחים אלמנטריים, ואפשר לנו להוביל, בתחומי הליבה ששימרנו, את השירות האישי והאינטימי לסוכנים, המייחד את שירביט.

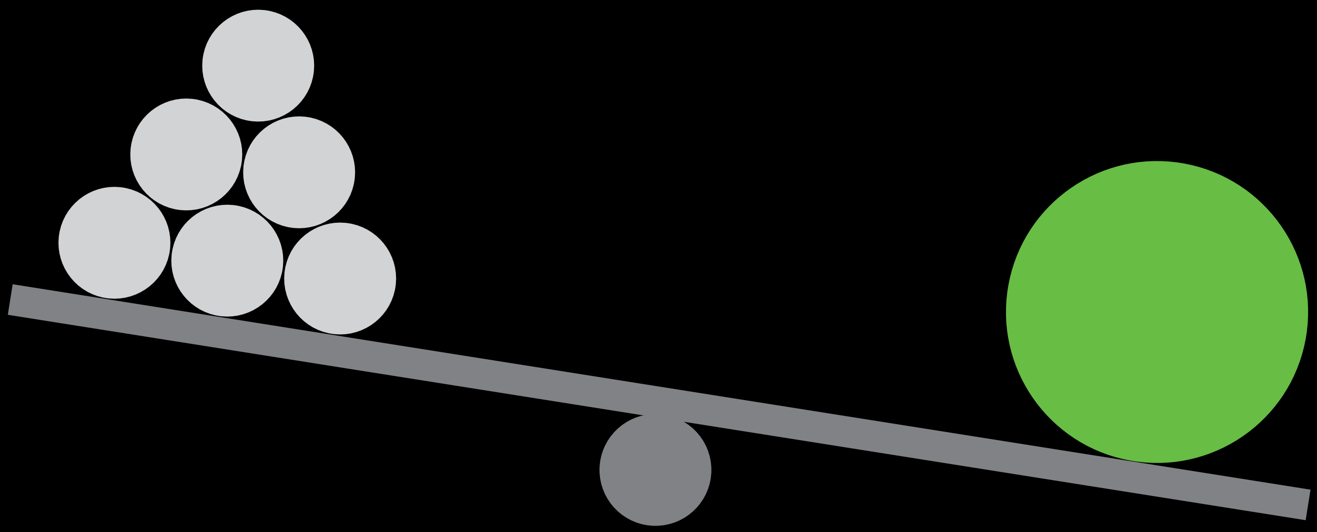
הסוכנים הם שותפים אסטרטגיים שלנו. אנו תומכים ביוזמת לשכת סוכני הביטוח ליצור אמנה בין הסוכנים לבין חברות הביטוח, ומתנגדים בתוקף לכל קמפיין שמשמיץ את הסוכנים. על אף שיש לנו גם פעילות ותיקה בערוץ הישיר (שמקורה באילוצים הנובעים מפעילותה ההיסטורית של "שירביט" כסוכנות, ומדרישה של קולקטיבים ותיקים לעבוד ישירות מול החברה), בכוונתנו להמשיך להתמקד בעבודה עם הסוכנים ולחזק את הקשר ואת שיתוף הפעולה עימם.

אנו מודעים לכך, שבשל פרסומים ופרדיגמות שמקומם בעבר ואינם רלוונטיים ל"שירביט" כיום, עלינו להתמודד עם בעיות תדמית. לשמחתי, כל סוכן שמצטרף למערך הסוכנים שעובדים איתנו, מבחין מיד בפער העצום בין התדמית לבין הד.נ.א. האמיתי של החברה ושל השירות שהיא מעניקה. ערכנו פעולות רבות לשיפור השותפות עם הסוכנים, הן בעניין המיקוד העסקי והן ברמת השירות, ואנו מרגישים זאת בעבודה השוטפת.

לשמחתי מהלך זה מצליח. סוכנים חדשים רבים רוצים להתגייס אלינו, וזוהי הבעת אמון ברורה מצדם. ב"שירביט", והעדות הטובה ביותר לתהליכים הבריאים והחיוניים המתרחשים בה, כיום יותר ויותר סוכנים נהנים לעבוד אתנו, ואני משוכנע כי בעקבות השירות האישי המשודרג שאנו מעניקים להם - רבים נוספים יחליטו לצאת לשייט בסירת מנוע זריזה, משוכללת ואמינה.

ספיר כיהן בעבר במגוון תפקידים בענף הביטוח בחברות "המגן", "מגדל", "הפניקס" ו"שירביט", ניהל את אשכול דן של "הפניקס" וכיהן כסמנכ"ל החברה. ב-2010 גויס ל"שירביט" כמשנה למנכ"ל וכמנהל עסקים ראשי ובמאי 2012 למנכ"ל החברה.

הגודל משתלם.



מיטב דש מנהלת את היקף הנכסים הגדול ביותר
בקרנות השתלמות - למעלה מ-19 מיליארד ש"ח
ומעניקה גב פיננסי חזק לקרן ההשתלמות שלך.
בעינינו, זו הדרך הנכונה לדאוג לעתיד שלך.

לפרטים נוספים פנה לסוכן הביטוח שלך
או חייג: 3366* | www.meitavdash.co.il

קופות גמל וקרנות השתלמות | קרנות נאמנות | ניהול תיקי השקעות
קרנות פנסיה | תכלית תעודות סל | מסחר עצמאי | מכללה ללימודי שוק ההון

מיטב דש.
הדרך הנכונה

החברה המנהלת הינה מיטב דש גמל ופנסיה בע"מ. אין לראות בנתונים הנ"ל ייעוץ השקעות ו/או שיווק השקעות ו/או ייעוץ פנסיוני ו/או שיווק פנסיוני המתחשב בנתונים ובצרכים של כל אדם. נכון ליולי 2014.

שיחת פוליסה עם גיל ארזי, מנכ"ל "כללביט"

על פיתוח טכנולוגיות חדשות לסוכני הביטוח

הטכנולוגיות שלנו מאפשרות לסוכנים לשפר את התוצאות העסקיות

• אנחנו מציעים לסוכן תפיסת עבודה מתקדמת • פיתחנו מערכת שמאפשרת לעובדי המשרד להכין את הנתונים אונליין לקראת פגישת הסוכן עם הלקוח • אנחנו עובדים על מערכת מסוג Next Best Offer, במטרה לאפשר לסוכן למכור מוצרים המותאמים ללקוח - עם סיכויי הצלחה גבוהים במכירתם

גיל ארזי

מנכ"ל "כללביט"

???????????????????????.

המשך בעמוד 80

שומרה
חברה לביטוח בע"מ
משפחה ישראלית

כשמהירות, איכות ושירות נפגשים !!!

מהירות

שומרה פועלת להקצאת כלים ומשאבים מתקדמים לשיפור מתמיד של יכולותיה תוך עמידה בלוחות זמנים צפופים ומתן מענה מהיר ומדויק ללקוחותיה.

שומרה. לגדול בחברה טובה

WWW.SHOMERA.CO.IL

מחוז מרכז
הסיבים 23 פ"ת
מיקוד 4959381
טל. 03-9258031
פקס. 03-9235151

סניף ראשון-לציון
משה לוי 11 ראשל"צ
מיקוד 7565828
טל. 03-9621270
פקס. 03-9621197

סיני
הסיבים 13 פ"ת
מיקוד 4959373
טל. 03-9251144
פקס. 03-9214583

סניף ירושלים
יד חרוצים 15 י-ם
מיקוד 9342152
טל. 02-6712871
פקס. 02-6735925

מחוז חיפה
יפו 145 א' חיפה
מיקוד 3525114
טל. 04-8130300
פקס. 04-8130308

שיחת פוליסה עם עלית כספי, משנה למנכ"ל "כלל ביטוח" וראש החטיבה לביטוח כללי על פרויקט ערך לקוח

המהלך להגדלת ערך הלקוח נעשה מתוך הבנה כי לקוח בעל כמה מוצרים בחברת הביטוח נאמן לחברה ולסוכן

עלית כספי

משנה למנכ"ל "כלל ביטוח"

• במסגרת פרויקט ערך לקוח משיקה החברה בימים אלה את "כלל קופון", במסגרתו מקבלים לקוחות החברה בביטוח דירה הנחה בביטוח רכב חדש - הטבה שניתנת רק באמצעות סוכן הביטוח • מחקרים בעולם מראים כי ככל שגדל מספר המוצרים ללקוח, כך שיעור חידוש הפוליסות לאותו לקוח יתקרב ל-100%

"המהלך להגדלת ערך הלקוח ב'**כלל ביטוח**' נעשה תוך חיזוק הקשר עם הסוכן", כך אומרת **עלית כספי**, המשנה למנכ"ל "כלל ביטוח" וראש החטיבה לביטוח כללי. במסגרת המהלך, מציינת כספי, משיקה החברה את המבצע "**כלל קופון**" שנערך בימים אלה. במסגרת "כלל קופון" יקבלו לקוחות החברה בביטוח דירה הנחה בביטוח רכב חדש. את ההטבה יוכלו הלקוחות לקבל רק באמצעות סוכני הביטוח אליו הם מופנים תוך ציון פרטיו.

פרויקט ערך לקוח מושק לאחר תהליך ארוך שניהלה החטיבה לטיוב התיק לרבות פרידה מעסקים לא רווחיים אותם החליטה כספי לא להמשיך ולבטח.

בראיון ל"**פוליסה**" במאי 2013, חודשים מספר לאחר כניסתה לתפקיד, הציגה כספי את העקרונות על פיהם בכוונתה לפעול על מנת להשיב את "כלל ביטוח" לרווחיות. כספי מתארת כעת את התהליך הקשה של היפרדות מעסקים וקולקטיבים רבים, תוך ירידה משמעותית בפרמיה, במטרה להגיע לרווחיות. "בשורה התחתונה", היא אומרת, "התהליך השיג את מטרתו".

• **מה הרקע לפרויקט "ערך לקוח"?**

כספי: משתהליך הטיוב מתקרב לסיומו, אנו פועלים במטרה להגדיל מחדש את התפוקה, במטרה ברורה לשמור על רווחיות נאותה. עיקר הגידול צפוי להיות בתחום הפרט ובתחום העסקים הקטנים והבינוניים.

פרויקט ערך לקוח נועד לבחון את הערך של כל לקוח בחברה, במטרה לשמר את הלקוחות הטובים ולהגדיל את נפח תיק הלקוח ב"כלל ביטוח" באמצעות הסוכן. מחקרים בעולם מראים כי ככל שגדל מספר המוצרים ללקוח, כך שיעור חידוש הפוליסות לאותו לקוח יתקרב ל-100%. אנחנו שואפים לכך שהסוכן ירצה להגדיל עבור הלקוח את מספר הביטוחים שלו בכלל - ביטוחי החיים, הבריאות, הרכוש והפיננסים.

• **כיצד פרויקט "כלל קופון" משתלב בפרויקט "ערך לקוח"?**

כספי: "כלל קופון" הוא התוצר השיווקי של הפרויקט. לאחר בדיקות שערכנו בבסיסי הנתונים שלנו, הגענו למסקנה שהמקום הנכון להתחיל בו הוא לעודד את הלקוחות שלנו בביטוחי דירה לרכוש ביטוח רכב, ולצורך כך השקנו קופונים אשר מעניקים ללקוחות של "כלל ביטוח" בביטוחי דירות, הטבה ברכישת ביטוח חדש לרכב חובה ומקיף.

• **איזה הכנות נערכו לפרויקט?**

כספי: החברה השקיעה בחודשים אחרונים משאבים רבים בבחינת הרווחיות של הלקוחות בחתכים של מוצרים ("סקורינג"). במסגרת התהליך נבחנה רווחיות הפוליסות של מי שמחזיק למשל בביטוח דירה בלבד או ביטוח רכב חובה בלבד, או שילובים שונים, למשל ביטוח דירה וביטוח מקיף לרכב או ביטוח דירה וביטוח חובה ומקיף לרכב.

המהלך נעשה כעת בחטיבה לביטוח כללי, אך מיושם כבר כפיילוט בחטיבת הבריאות ובהמשך ייכנס גם לחטיבה לחיסכון ארוך טווח, זאת לרבות ניתוחים והצעות בין חטיבתיות.

בנוסף נערכו הכנות טכנולוגיות רבות. ניהול הפרויקט מורכב משום שאנו צריכים לוודא שהלקוח מממש את הקופון שלו בנקודת הזמן המתאימה ולשם כך נערכה עבודת תשתית במערכות המידע של "כלל ביטוח", כולל אופציה לפיה הסוכן יוכל לדעת בכל רגע איזה קופון עומד לרשותו של איזה לקוח.

• **כיצד סוכני הביטוח משולבים בתהליך?**

כספי: הבחירה לשים את הסוכן בפרונט הייתה טבעית. כוונתנו להגדיל את ערך הלקוח, אך בראש ובראשונה לעשות זאת תוך חיזוק הסוכן. הלקוח מופנה אל הסוכן שלו ורק באמצעותו יוכל לקבל את ההטבה במוצר השני/ השלישי והלאה. "כלל ביטוח", מצדה, תגדיל את מספר המוצרים אותו מחזיק כל לקוח בחברה, אך לא באופן הרגיל בו מתנהל מבצע, אלא במדרגות חכמות המאפשרות שיפור ברווח תוך גידול במספר הפוליסות. הקונספט של ערך לקוח עובד בכל הכיוונים. הוא מגדיל את ערך הלקוח בעיני החברה, מגדיל את ערך החברה בעיני הלקוח וגם מחזק את הסוכנים.

סוכני הביטוח ימשיכו לקבל את כל המידע הרלוונטי, כולל רשימת הלקוחות שלהם אשר יקבלו את הקופון. לקוח שקיבל קופון מופנה אל הסוכן שלו ב"כלל ביטוח" תוך ציון שמו של הסוכן ומספר הטלפון שלו. הסוכנים הגיבו בהתלהבות רבה. זה מייצר תנועה חדשה למשרד שלהם, ומהווה מקור חדש לפגישות עם לקוחותיהם.

שומרה
חברה לביטוח בע"מ
משפחה ישראלית

כשמהירות, איכות ושירות נפגשים !!!

איכות

שומרה שואפת למצוינות אישית וארגונית, להובלה בחדשנות מוצריה, באיכותם וביצירתיותם. כמו כן, מאמינה בעבודת צוות ובחלוקת ידע.

שומרה. לגדול בחברה טובה

WWW.SHOMERA.CO.IL

מחוז מרכז
הסיבים 23 פ"ת
מיקוד 4959381
טל. 03-9258031
פקס. 03-9235151

סניף ראשון-לציון
משה לוי 11 ראשל"צ
מיקוד 7565828
טל. 03-9621270
פקס. 03-9621197

סיני
הסיבים 13 פ"ת
מיקוד 4959373
טל. 03-9251144
פקס. 03-9214583

סניף ירושלים
יד חרוצים 15 י-ם
מיקוד 9342152
טל. 02-6712871
פקס. 02-6735925

מחוז חיפה
יפו 145 א' חיפה
מיקוד 3525114
טל. 04-8130300
פקס. 04-8130308

שיחת **פוליסה** עם גיורא פלונסקר, סמנכ"ל בכיר, ראש האגף לביטוח עסקים ב"איילון", על מקצוענות בענף הביטוח

המפתח להצלחה: שירות, חדשנות ומקצועיות

- מצבה הטוב של החברה לא נמדד רק בתוצאות הכספיות, אלא גם בגידול של כ-15%-20% בכל תחומי הפעילות
- חדשנות אינה מתבטאת רק בהחדרת מוצר חדש, אלא גם בשיפור מוצרים קיימים ותהליכי עבודה

גיורא פלונסקר

סמנכ"ל בכיר, ראש האגף לביטוח עסקים ב"איילון"

בסיכום שנתו הראשונה בתפקיד מנהל האגף האלמנטארי ב**"איילון"**, מתאר ראש האגף **גיורא פלונסקר** את מצבה של "איילון" וקובע: "'איילון' מעולם לא הייתה במצב טוב כמו בשנה האחרונה". פלונסקר, שזו הקדנציה השלישית שלו בתפקיד זה (הראשונה החלה ב-1993 והשנייה ב-2005), מסביר כי מצבה הטוב של החברה לא נמדד רק בתוצאות הכספיות, אלא גם בגידול בפעילות העסקית - גידול של כ-15%-20% בכל תחומי הפעילות.

פלונסקר, האמון על כל ביטוחי העסקים בחברה, מציג את ה"אני מאמין" שלו, המבוסס על שלושה יסודות מרכזיים: מקצועיות, חדשנות ושירות. לדבריו, הקפדה על תהליכים נכונים במהלך עשיית העסקים אמנם עלולה להאריך את התהליך ולכאורה ליצור מעט סרבול, אולם הוא סבור כי בסופו של דבר ההקפדה על העקרונות המקצועיים משתלמת בראש ובראשונה למבוטחים וכן גם לסוכנים ולחברה.

• כיצד תסכם שנה בתפקיד ראש האגף האלמנטארי ב"איילון"?

פלונסקר: אני שמח לומר כי "איילון" מעולם לא הייתה במצב כה טוב כמו בשנה האחרונה. לא רק מבחינת התוצאות הכספיות, אלא בעיקר מבחינת הגידול בכל התחומים. אני פוגש עובדים שמחים, ובעיניי זה מדד חשוב מאוד להצלחה של חברה.

את האני מאמין שלי אפשר לתמצת בשתי נקודות מרכזיות. האחת - האגף האלמנטארי צריך להוביל את "איילון" ברמת המקצועיות והחדשנות, והשנייה - האגף צריך להיות דוגמה לרמת שירות הגבוהה ביותר הניתנת להשגה - הן לגורמים שמחוץ לחברה, הסוכנים, והן פנימה, מול שאר חלקי החברה המסתייעים בשירותי האגף.

דווקא בתחום השירות נתקלתי בחצי השנה הראשונה בקשיים רבים ביחידת העסקים הגדולים והביטוחים ההנדסיים עקב תחלופת עובדים רבה. לכן רמת השירות שם נפגעה. החלפנו אנשים והעלנו את הרמה המקצועית והיום אנו מתקרבים לרמה הנדרשת. גם בחלקי האגף האחרים הצלחנו להצעיד את השירות קדימה. ההוכחה הברורה להצלחת המהלך היא הגידול הניכר בהיקף הפעילות של הביטוחים העסקיים. יש גידול במספר פוליסות הרכוש החבויות, ביטויי עבודות קבלניות ובשאר ענפי האחריות המקצועית הספציפיים. בלי שירות (וזאת מבלי לוותר על הקפדה בעקרונות החיתום) לא ניתן היה להתקדם.

• אך שירות לבד לא מספיק.

פלונסקר: כמובן. צריך לדעת לפתור בעיות בצורה מקצועית. האגף נדרש להתמודדות מתמשכת מול מפרטי יועצים, דרישות לקוחות, סוכנים ויועצים להתאמת המוצרים הסטנדרטיים לצרכים הספציפיים. אנחנו עסוקים כל העת בהתאמת הפוליסות לצרכים של הלקוחות תוך הקדשת זמן רב להנפקת אישורי ביטוח בהתאם לדרישות השונות של מזמיני העבודות. עשינו מאמץ ניכר בתחום העלאת הרמה המקצועית באמצעות הדרכות. המשאב האנושי הוא המשאב החשוב לנו ביותר ולכן אנו עושים את המרב כדי לטפח את המקצוענות ולהרחיב את הידע בקרב החתמים. יזמנו שורת מפגשי הדרכה לחתמים. הנושאים נבחרו לאחר ניתוח ממצאי סקר אשר נערך ביניהם ועל פי בקשתם. הנושאים העיקריים השנה היו ביטוחי חבויות וההתמודדות עם אישורי קיום ביטוח. במקביל אנו מטפחים את דור העתיד ומעבירים שורת הדרכות שונה לחתמים "צעירים".

• האם יש חידושים בגזרת המוצרים?

פלונסקר: כמובן. מעבר להצעת המוצרים הקיימים שלנו אנו בוחנים את עצמנו כל הזמן מחדש - האם יש מוצרים נוספים שאפשר להציע ללקוחותינו או לשפר מוצרים קיימים. באפריל השנה השקנו מוצר חדש לחלוטין - אחריות מקצועית לרופאים. קלטנו חתם עם ניסיון רב ואנו מבצעים לראשונה פעילות בתחום זה. כפועל יוצא מכך אנו מרחיבים פעילות שבכבר הייתה קודם, אחריות מקצועית למקצועות הפרא-רפואה. הגישה שלנו היא להתחיל בקטן וצנוע - בשלב ראשון ניתן פתרונות לתחום שאנו מכנים "אחריות מקצועית רפואית לייט". למשל, החלטנו בשלב זה להימנע מלבטח גינקולוגים או בתי חולים. אנו מבטחים רופאים בתחומים רבים, רופאי שיניים, מרפאות, בתי אבות, פסיכיאטרים ועוד.

בנוסף לכך השקנו תכנית חדשה - אחריות מקצועית לרואי חשבון, ובקרוב נשיק גם פוליסת אחריות מקצועית להנדסאים. במקביל אנחנו עובדים על שני מוצרים חדשים: ערבויות ביצוע וערבויות מכר לקבלנים.

אנחנו ממשיכים לבחון את הצרכים המשתנים של הלקוחות שלנו, ומתכננים מוצרים בהתאם - גם בתחום הסייבר. פעילות ענפה זו מצטרפת לתחומי הפעילות הייחודיים ל"איילון", ובהם ביטוחי עיריות ומועצות, תאונות אישיות לתלמידים ופוליסות אחריות מקצועית שונות כגון למהנדסים, עורכי דין או סוכני ביטוח.

המשך בעמוד 70 ›››

שומרה
חברה לביטוח בע"מ
משפחה ישראלית

כשמהירות, איכות ושירות נפגשים !!!

שירות

שומרה מקפידה על כך שהסוכן יקבל את השירות הטוב וההוגן ביותר עבור לקוחותיו מהגורם המקצועי המתאים וכל זאת במטרה לבנות חוויית שירות יוצאת דופן.

מחוז מרכז
הסיבים 23 פ"ת
מיקוד 4959381
טל. 03-9258031
פקס. 03-9235151

סניף ראשון-לציון
משה לוי 11 ראשל"צ
מיקוד 7565828
טל. 03-9621270
פקס. 03-9621197

סיני
הסיבים 13 פ"ת
מיקוד 4959373
טל. 03-9251144
פקס. 03-9214583

סניף ירושלים
יד חרוצים 15 י-ם
מיקוד 9342152
טל. 02-6712871
פקס. 02-6735925

מחוז חיפה
יפו 145 א' חיפה
מיקוד 3525114
טל. 04-8130300
פקס. 04-8130308

שומרה. לגדול בחברה טובה

WWW.SHOMERA.CO.IL

נוריאל חזות ושרון עמירה, מנהלי האגף האלמנטארי ב"הכשרה":

שיתוף הפעולה שלנו מאפשר את הצלחת האגף

"הכשרה" נעה על מסלול מהיר באלמנטרי ומקדמת • מהלכים רבים בביטוחי הפרט והעסקים • השניים שאוחזים בהגה האלמנטאר בחברה מציינים כי זה עובד מצוין בזכות חיבור הדדי ורצון משותף להצלחת החברה והאגף • חזות ועמירה: אנחנו משקיעים כלים ומאמצים רבים כדי להיות המקצועיים ביותר והמובילים בתחומי פעילותנו. כל אחד מאתנו מביא את הידע האישי והמקצועי שלו לניהול המשותף

נוריאל חזות

מנהל אגף אלמנטארי - תחום פרט ב"הכשרה"

שרון עמירה

מנהל אגף אלמנטארי - תחום עסקים ב"הכשרה"

"למרות שאנחנו אחראים על תחומים שיכולים להיות בהם קונפליקטים - שיתוף הפעולה שלנו מאפשר את הצלחת האגף. את האגו אנחנו משאירים בבית, ובעבודה המשותפת שלנו אנחנו רואים רק את הצלחת האגף והחברה", אומרים מנהלי האגף האלמנטארי ב"**הכשרה חברה לביטוח**", **נוריאל חזות ושרון עמירה**. חזות - מנהל תחום פרט, ועמירה - מנהל תחום עסקים, מתארים שגרת עבודה אינטנסיבית וקידום מהלכים רבים. מה למשל? "רק באחרונה השקנו תעריף חדש ואטרקטיבי ברכב חובה, פתחנו את מסלול Perfect ברכב ובמוצרי הארומה שלנו, השקנו ביטוח חדש לחנויות פרחים, הקמנו יחידת פיתוח עסקי, בעלת זרוע בכל מחוז, אשר מגיעה למשרדי הסוכנים ומטפלת בכל צרכיהם, שידרגנו את תחום ההדרכות המקצועיות באמצעות השקת 'הכשרה מכשירה' - סדרת הדרכות מקצועית שנבנתה על פי סקר צרכים בקרב סוכנינו . הספק לא רע, נכון?".

אכן כן, אולם השאלה היא מהי נקודת המבט המשותפת שלהם ביחס לביטוחים האלמנטאריים, הפרט והעסקים? "יש לנו אותה נקודת מבט והיא באה לידי ביטוי לעיתים קרובות במתן פתרון משולב לסוכן או בעל עסק, כאשר הפתרון מושפע לפני הכל וקודם כל מהשורה התחתונה - שורת הרווח. זו למעשה נקודת ההסתכלות המשותפת שלנו. ניקח לדוגמה עסק טוב עם צי רכבים גדול בתמהיל שעלול להיות הפסדי, או כאשר העסק רווחי, אבל אנחנו רוצים להיות תחרותיים בתמחור של הרכב, ואז מגמישים את ההצעה לביטוח העסק".

את הראייה העסקית הם מגבים בתפיסה מקצועית מאוד ברורה ובנקודה זו הם מדגישים: "המטרה שלנו לתת מעטפת כוללת, 360 מעלות של פתרונות, לקהלי היעד: החל מפרטיים ובעלי עסקים קטנים, דרך מפעלים ובתי מלאכה, דרך עסקים גדולים כגון בתי מלון, מרכזים מסחריים ומבני תעשייה, ועד לתחום הנדל"ן - ביטוח קבלני והנדסי, שזוכה לזינוק מרשים בפעילות החברה ולמשקל מאוד גדול אצלנו". נקודת המוצא במדיניות המוצרים של "הכשרה", מדגישים השניים, היא "איתור צרכיו המיוחדים של המבוטח, יצירת תמהיל ביטוחי הנותן מענה מדויק לכל אותם צרכים ומתן כלים שיווקיים לערוץ ההפצה הבלעדי שלנו, הסוכנים".

לדבריהם, המשותף לכל אותם פתרונות טמון במקצוענות הגבוהה של החברה. "זה הבסיס להצלחה בסביבה תחרותית, דינמית ותובענית. 'הכשרה' נתפסת היום כחברה שהמקצוענות היא סימן ההיכר הבולט שלה בזכות אותם כלים והמאמצים הרבים שאנחנו משקיעים כדי להוביל בתחומי פעילותנו". "התפקיד שלנו הוא התפקיד הכי קשה בענף", הם אומרים פה אחד. "כיוון שאנו רואים את כל הספקטרום של העשייה - אנו נדרשים לקבל החלטות לא פשוטות. הגיבוי שאנו מקבלים מהמנכ"לית **אתי אלישקוב** מסייע מאוד בהשגת רווחיות באגף. בתביעות אנו מקבלים גיבוי מלא מראש אגף התביעות, עו"ד **ערן אופיר**".

האגף האלמנטארי ב"הכשרה" פועל סביב מספר מוקדים. בנוסף לפעילות השוטפת שכוללת שיווק, מכירות וחיתום, מתמודד האגף גם עם הנחיות הרגולציה, ניהול הרווחיות ותפקוד המטה. "חלק חשוב מהעבודה הוא היכולת לעבוד בשיתוף פעולה הדוק עם המחוזות וחיזוק הקשרים עם סוכני הביטוח", מסבירים חזות ועמירה, ומוסיפים: "צוותי 'הכשרה' נמצאים כל הזמן בשטח, מאחורי ולצד הסוכנים, מכיוון שזו הדרך שאנחנו מאמינים שמביאה לידי ביטוי את השותפות העסקית והאסטרטגית עמם".

עם כל המורכבות שבתפקידם והאתגרים שניצבים מולם, חזות ועמירה רואים את הניהול המשותף כאחד הגורמים להצלחת האגף. "זה שתי וערב של ניהול דו ראשי, שמנהל יחד את האגף כמו איש אחד, עם מדיניות ברורה ועם הפרייה הדדית בכל רגע נתון. התוצאות מוכיחות שזה מצליח וזה עובד". לשניים אף הסבר מנומק מדוע זה עובד כל כך טוב. זה עובד בזכות חיבור הדדי ורצון משותף. לדבריהם, כל אחד מהם מביא את הידע האישי והמקצועי שלו, עמירה את ניסיונו רב השנים בתור יועץ ביטוח, ולאחר מכן כחתם ראשי, וחזות את ניסיונו בתחום הפרט לאורך השנים במספר חברות בענף ובניהול מחוז ב"הכשרה", כל שיקול לא ענייני נדחק הצדה. "רק שיקולים מקצועיים גרידא הם שמנחים את הפעילות ואת היכולת שלנו להבטיח שהשלם יהיה גדול מסך חלקיו", הם אומרים.

לשיטתם, לאופן הניהול שלהם ערך משמעותי נוסף לסוכנים וללקוחותיהם. "למרות תחומי האחריות השונים, אנחנו לעיתים קרובות נפגשים יחד עם לקוחות - סוכנים ובעלי עסקים - במטרה לתת מענה משולב וכולל. בחברות אחרות נדרשים סוכנים ובעלי עסקים גדולים לכתת רגליהם אצל מספר מנהלים ובעלי תפקידים. אצלנו ב'הכשרה' הלקוח מקבל מכתובת אחת מענה משולב - מה שמייצר סינרגיה בפעילות שלנו ומתן תשובות מקצועיות מהירות וממוקדות".

"בסופו של דבר, הענף שלנו הוא ענף של אנשים. הסוכנים מתחברים אלינו בעיקר בזכות השירות והמקצוענות של אנשי החברה, מרמת המנהלים במטה, דרך שדרת המחוזות ועד לצוותי השטח", הם מציינים. שוב, פה אחד.

דרכים

שירותי רכב בפריסה ארצית

חברת דרכים מברכת את באי כנס

אלמנטר 2014

ומבטיחה להמשיך לדאוג לשקט שלכם ושל לקוחותיכם

www.shahar.com

רח' המצודה 23 אזור   סל': 03-5761205 / 2008 * פקס: 03-5755112

קבוצת שחר

ענף ביטוח הרכב - לאן?

מאת אייל טולדנו

סמנכ"ל תחום פרט, "שומרה חברה לביטוח"

• איש לא שיער בנפשו כי משתנים כמו מערכת בקרת יציבות, מין הנוהג ברכב או אפילו צבע הרכב ישפיעו על פרמיית הביטוח • מכוניות הנעות באופן אוטונומי יגרמו לירידה חדה במספר תאונות הדרכים • ענף ביטוח הרכב עובר מהפכה של ממש

הימים בהם הייתה נהוגה פרמיה אחידה לביטוח רכב נראים כימים רחוקים, זאת למרות שחלפו פחות משני עשורים מאז יסוד השיטה הדיפרנציאלית הנהוגה כיום, מגמה שהתחזקה בשנת 2003 בעקבות הרפורמה שערך משרד האוצר במבנה תעריף ביטוח החובה. באותם הימים, איש לא שיער בנפשו כי משתנים כגון מערכת בקרת יציבות, שהפכה לנפוצה החל מאמצע העשור הראשון של המאה ה-21 (רבע מכלי הרכב שנמכרו בישראל בשנת 2007 כבר כללו את המערכת), מין הנוהג ברכב או אפילו צבע הרכב ישפיעו על פרמיית הביטוח. מסלולי נישה לאוכלוסיות מועדפות ביטוחית, כדוגמת מסלול "**שומרה שיא**", שבימים אלו מציין עשור לפעילתו, ומסלולים דומים שנפתחו בעקבותיו, פורחים כיום כאורניות אחרי הגשם. המבטחים יודעים לעשות שימוש בפרמטרים של גיל, ותק בנהיגה וניסיון תביעות קודם לצורך קביעת התמחור.

כשטכנולוגיה וביטוח נפגשים

קפיצה נוספת ברמת הדיפרנציאליות נעשתה עם התפתחות הטכנולוגיה המאפשרת לנטר את יכולות הנהיגה. בשנים האחרונות משווקים בעולם מוצרי ביטוח בשיטת ה-PAYD- Pay as you drive המבוססים על מערכות ניטור נהיגה, נשענים על טכנולוגיית הסלולר וה-GPS ומאפשרים לחברות הביטוח לקבוע את פרמיית הביטוח בהתאם לציון אישי לכל מבוטח. הציון נקבע בהתאם לאופי נהיגתו של המבוטח תוך שקלול פרמטרים רבים כגון תאוצות, בלימות, פניות חדות, שעות הנסיעה וכדומה (לעיתים אף בהתאם לתוואי הדרך והמהירות המותרת בה) ואמור לנבא את הסיכוי למעורבותו של הנהג בתאונת דרכים.

בישראל, בניגוד למגמה בארה"ב ובאירופה, נראה כי עוד לא בשלה העת והציבור הרחב מגלה חשדנות כלפי מערכות אלו ואינו ממהר לאמצן, בעיקר בשל חשש מובנה מפני "האח הגדול" ומהצטברות מידע בקרב המבטחים שעשוי לשמש כנגדו.

רכבים ללא נהג - העתיד כבר כאן

מכוניות הנעות באופן אוטונומי וללא מעורבות נהג כבר אינן בגדר "מדע בדיוני" ונראה כי הן כבר ממש מעבר לפינה. הטכנולוגיה כבר קיימת, אבות טיפוס כבר נבנו ובדגמי רכב מסוימים הטכנולוגיה משולבת כבר עתה במידה כזו או אחרת, ויכולה, למשל, לגרום לעצירת הרכב באופן אוטומטי כאשר מחשב הרכב מזהה סכנה מתקרבת. נראה כי דווקא החקיקה אינה מצליחה להדביק את קצב הטכנולוגיה והיא מהווה את חסם הכניסה העיקרי לעניין זה. להערכתי, תוך פחות מחמש שנים רכבים אוטומטיים לחלוטין ייוצרו בייצור סדרתי. בשלב הראשון רכב אוטומטי אוטונומי ובשלב השני רכב היודע גם לקיים תקשורת מלאה עם הכביש ועם רכבים אחרים אשר בסביבתו. רק לאחרונה דווח על ידי "**גוגל**" ויצרנית הרכב "**וולוו**" על התקדמות משמעותית בנושא,

Volvo Car Group's first self-driving Autopilot cars test on public roads around Gothenburg

Volvo Car Group's groundbreaking project 'Drive Me' – featuring 100 self-driving Volvos on public roads in everyday driving conditions – is moving forward rapidly. The first test cars are already rolling around the Swedish city of Gothenburg and the sophisticated Autopilot technology is performing well.

"The test cars are now able to handle lane following, speed adaption and merging traffic all by themselves. This is an important step towards our aim that the final 'Drive Me' cars will be able to drive the whole test route in highly autonomous mode. The technology, which will be called Autopilot, enables the driver to hand over the driving to the vehicle, which takes care of all driving functions," says Erik Coelingh, Technical Specialist at Volvo Car Group.

מכונית ללא נהג של "וולוו"

המשך בעמוד 80

אגף אלמנטרי

מוצרים מבית TOP BUSINESS

ממשיכים לחדש עבורכם

TOP LOOK

לקוסמטיקאיות ומספרות

חדש! כולל חבות מוצר

TOP Start up

לחברות סטארט אפ

TOP Design

למעצבים

TOP CLINIC

למרפאה

חדש!

TOP Cyber

לעסק

חדש!

TOP Director

לדירקטורים ונושאי משרה

TOP SPORT

למאמנים

TOP BUILDING

לבנייה פרטית

TOP OFFICE

למשרד

TOP SHOP

לחנות

חדש!

מנורה מבטחים ביטוח בע"מ

מנורה מבטחים

מומחים בניהול ביטוח•פנסיה•פיננסים

לפרטים מלאים פנו למחוזות

הכלי הפיננסי החשוב ביותר שלנו

מאת יניב קוניס

סמנכ"ל פיתוח עסקי וחינוך פיננסי, "פסגות בית השקעות"

• חשוב להבין את חשיבות הותרת כספי הפיצויים של החוסך במסגרת החיסכון הפנסיוני וקיימים כיום מגוון פתרונות חלופיים למשיכה, כדוגמת החלת רצף פיצויים או משיכה חלקית • מומלץ להיוועץ בגורם מקצועי מתאים טרם קבלת החלטה בנושא מהותי זה

בשנים האחרונות חלה עלייה משמעותית בסיכונים הפיננסיים, הן ברמת האישית והן ברמה המשקית. הסביבה הכלכלית הנוכחית, המאופיינת בריבית נמוכה מאוד, בשילוב עלייה מתמשכת בתוחלת החיים, כניסה מאוחרת למעגל העבודה ועלייה מתמדת בהיקף הצריכה הפרטית, מייצרת צורך ממשי בקרב הציבור לחיסכון מוקדם לקראת גיל הפרישה והגדלת שיעור החיסכון הפרטי.

בנוסף, תהליכים מרכזיים שמעצבים את הכלכלה הישראלית, כדוגמת העברת האחריות לבחירה של אופן החיסכון הפנסיוני לידי העובדים, מורכבות של המוצרים הפיננסיים והעלייה בשיח הכלכלי בתקשורת, מחדדים את הצורך בהגברת הידע הפיננסי בקרב הציבור בישראל.

בעולם הפיננסי קיימות לא מעט טעויות שחוסכים נוטים לבצע מדי פעם, לעיתים בלי להיות מודעים למשמעות שלהן כלל. ביצוע טעויות אלה עלול לגרור הפסדים כספיים משמעותיים, ועל כן האפשרות ללמוד עליהן מראש וכך להימנע מהן בעתיד עשויה לשפר את חסכונותינו בעתיד.

כיום, מעטים הם השכירים הנשארים כל ימי חייהם במקום עבודה אחד. לפי נתוני **הלמ"ס**, עובד יעבור בממוצע ארבעה מקומות עבודה במהלך הקריירה שלו. במעברים אלו, חלק מהעובדים מחליט לפדות את כספי הפיצויים, משיכה המקטינה באופן משמעותי את סכום הכסף שיעמוד לרשותו בתקופת הפנסיה. לעתים המשיכה מתבצעת ללא צורך מידי בכספים, אלא רק לנוכח עזיבת מקום העבודה. אין ספק שהפיתוי למשוך את כספי הפיצויים גדול, אבל חשוב להבין שמדובר בצעד בלתי הפיך.

לכספי הפיצויים מרכיב משמעותי בחסכון הפנסיוני, ובמקרים מסוימים הם עשויים להגיע למחצית מסך החיסכון הנצבר לגיל פרישה. אם ניקח לדוגמה עובד שהשתכר שכר ממוצע במשק (כ-9,000 שקל בחודש) נגלה שהפער בקצבה הצפויה בינו לבין עובד דומה שמשך את כספי הפיצויים במעבר בין מקומות עבודה יעמוד על כ-2,800 שקל מדי חודש.

ככל שהמושך מבוגר יותר, כך לרוב הוא מושך סכום גדול יותר, שמקטין את הסכום העתידי שיעמוד לרשותו בגיל פרישה. משיכה זו מסוכנת לאור העובדה שלחוסך זה לא נותר מספיק זמן לחסוך סכום דומה עד לפרישתו לגמלאות. מעבר לפגיעה בחסכון עצמו, משיכת כספי פיצויים עלולה לגרור פגיעה בזכויות ובהטבות המס של העובד במועד הפרישה.

על כן, חשוב להבין את חשיבות הותרת כספי הפיצויים של החוסך במסגרת החיסכון הפנסיוני. נציין כי קיימים כיום מגוון פתרונות חלופיים למשיכה, כדוגמת החלת רצף פיצויים או משיכה חלקית. מומלץ להיוועץ בגורם מקצועי מתאים טרם קבלת החלטה בנושא מהותי זה.

נושא מהותי נוסף בקרב הציבור בישראל נוגע להכנסות הנוספות שמשולמות לשכירים רבים מעבר לשכר הבסיס כדוגמת שעות נוספות, בונוסים, עמלות והטבות אחרות. בעוד ששכר הבסיס מבוטח במסגרת חוק פנסיה חובה, ועליו הן המעסיק והן העובד מפקידים מדי חודש כספים המיועדים לגיל פרישה, בגין ההכנסות הנוספות, המכונות "שכר לא מבוטח", לרוב לא מופרשים כספים נוספים לחיסכון הפנסיוני.

לדוגמה, עובד ששכר הבסיס שלו עומד על 8,000 שקל ונהנה מתוספת הכנסה בסך של 2,000 שקל בחודש, "התרגל" לרמת חיים של עשרת אלפים שקל בחודש. אולם כאשר עובד זה יפרוש לגמלאות, הוא יספוג ירידת ערך משמעותית ברמת החיים שלו כי הפנסיה שיקבל היא לפי שכר של 8,000 שקל בלבד - כיום ההערכות הן שהפנסיה תעמוד על כמחצית מהשכר הממוצע של העובד. כלומר, עבורו הירידה ברמת החיים תהיה דרמטית הרבה יותר. בנוסף, אי הפרשת כספים עבור "שכר לא מבוטח" פירושה הימצאות במצב של תת-ביטוח. כלומר, במקרה של פטירה טרם עת או נכות, תיווצר פגיעה מהותית ברמת החיים של העובד או של שאריו.

מכאן, שחוסכים המעוניינים לשמר את רמת חייהם גם לאחר פרישתם מעבודה, נדרשים להפקיד באופן ייזום כספים לחיסכון הפנסיוני מדי חודש בחודשו על ה"שכר הלא מבוטח". נדגיש, כי בחלק מהמקרים הם אף יזכו ליהנות מהטבות מס בגין אותו חיסכון נוסף.

לסיכום, הכלי הפיננסי החשוב ביותר הוא ידע. מחקרים מעידים כי העשרת הידע הפיננסי, בדגש על חיסכון ארוך טווח, משמעותית לחוסך הכלכלי, האישי והמשפחתי ומסייעת בהשגת חיסכון רב יותר ופיתוח תודעה צרכנית פיננסית. היתרון המרכזי בהשגת ידע כלכלי הוא צמצום טעויות פיננסיות נפוצות וניצול נכון יותר של המשאבים שלנו.

אין באמור לעיל כדי להוות תחליף לייעוץ/שיווק המתחשב בנתונים ובצרכים המיוחדים של כל אדם.
חברת "פסגות בית השקעות בע"מ" עוסקת בשיווק (ולא בייעוץ) ולה זיקה למוצרים המנוהלים על ידה.

סטטוס עמלות
בלחיצת כפתור

שלח

בלעדי
לסוכני ביטוח כללי

חדש בכלל info

מהיום תוכל/י להתעדכן באמצעות אפליקציית כלל info גם בגין סטטוס העמלות העומדות לזכותך בכלל ביטוח.
פירוט העמלות יתקבל באמצעות SMS ומתאפשר בכל מקום ובכל זמן.

לקבלת פירוט העמלות ששולמו

פתח/י את אפליקציית כלל info ← בחר/י באלמנטר - עמלות ששולמו ← קבל/י SMS למכשיר הנייד הכולל את פירוט העמלות ששולמו

לקבלת פירוט תחזית עמלות משוערות

פתח/י את אפליקציית כלל info ← בחר/י באלמנטר - תחזית עמלות ← קבל/י SMS למכשיר הנייד הכולל את פירוט העמלות העתידיות

כמו כן, אפליקציית כלל info מאפשרת לך ליהנות משירות
בדיקת קיימות ביטוח רכב | סטטוס תביעות רכב - רכוש | בדיקת יתרת חוב בפוליסה

להורדת האפליקציה שלח/י SMS עם המילה "כלל" לטלפון 054-4666611

כלל ביטוח

סוכן הביטוח הוא המשווק הטוב, המקצועי, הזול והיעיל ביותר של חברת הביטוח

מאת אורי צפריר

מ"מ נשיא לשכת סוכני הביטוח

• אין אף גורם בענף שיש לו מוטיבציה גבוהה לשרת את הלקוח כמו סוכן הביטוח • את זה חברות הביטוח, המפקחת על הביטוח והציבור הרחב צריכים להבין - הסוכן הוא היחיד שנלחם מול חברות הביטוח על מנת שהוא, הלקוח, יקבל את המגיע לו

כמעט שנה חלפה מאז תחילת הקדנציה שלי כסגן וממלא מקום נשיא הלשכה. אחד הנושאים הראשונים שהצבנו בסדר היום שלנו היה לפעול להפסקת פעילות השיווק של חברות הביטוח המסורתיות מעל ראשם של סוכני הביטוח.

המוקד שהקמנו ריכז את כל תלונות הסוכנים שנפגעו באופן ישיר מהשיווק הישיר ומהפנייה של חברת הביטוח ישירות ללקוחות הסוכנים, תוך עקיפת הסוכן - זה שהביא את הלקוח לחברה. הטיפול הפרטני שלי בכל תלונה מתוך מאות התלונות שהתקבלו במוקד, אותת לחברות הביטוח כי אנחנו מטפלים בסוגיה זו. בעקבות טיפול פרטני זה, מספר התלונות ירד באופן משמעותי. הישג בולט במיוחד רשמנו מול **"הראל"**, שהתחייבה שלא לפנות ללקוחות תיק הסוכן שלא באמצעות או בהסכמת סוכן הביטוח.

למרות הישג חשוב זה, אנו נמשיך במאבק זה כל עוד חברות הביטוח ימשיכו לשווק מעל ראשו של הסוכן ללקוחותיו.

על חברות הביטוח להבין - סוכן הביטוח הוא המשווק הטוב, המקצועי והיעיל שיכול להיות לחברת הביטוח. כל מערך שיווק ישיר, פנימי ועצמאי, יהיה יקר יותר, מקצועי פחות וייתן שירות פחות טוב למבוטחים עצמם. חברות הביטוח לא צריכות לשלם ארנונה לסוכן, הן אינן צריכות לשלם עבור הוצאות המשרד שלו והן כבר לא רוכשות עבורו מדפסות וטונרים. מדוע הן מקימות בעצמן מערכי שיווק כה יקרים?

אין אף גורם בענף שיש לו מוטיבציה גבוהה יותר לשרת את הלקוח היטב מאשר סוכן הביטוח. החברה רוצה כמה שפחות הרחבות, הסוכן שואף שיהיו כמה שיותר. בעת תביעה, החברה רוצה לשלם כמה שפחות, וסוכן הביטוח נלחם על מנת שהלקוח יקבל את כל מה שמגיע לו.

את זה חברות הביטוח, המפקחת על הביטוח והציבור הרחב צריכים להבין. הסוכן הוא היחיד שנלחם מול חברות הביטוח על מנת שהלקוח יקבל את כל מה שנקבע על פי הפוליסה. לפיכך, על המפקחת על הביטוח לסייע ולעודד שימור מקצוע סוכן הביטוח. זה אינטרס חשוב עליו הציבור צריך להילחם.

בנוסף למאבק חשוב זה, ברצוני להציף מספר נושאים נוספים, שנמצאים על סדר היום של הלשכה.

• **הנחה על חשבון עמלה.** שיטה זו להפחתת עמלת סוכן הביטוח הפכה לשיטה קבועה אצל מרבית החברות. מי שנפגע, זה כמובן סוכן הביטוח. חברות הביטוח מייצרות מסלולים ירוקים עם מחירים מופחתים, ובהם כמובן עמלות מופחתות לסוכני הביטוח. החברות אמנם טוענות כי מסלולים אלו נועדו לאפשר לסוכן הביטוח להתחרות בחברות לביטוח ישיר, וכי עדיף לסוכן להציע ללקוח מוצר תחרותי, אפילו במחיר של עמלה מופחתת. אולם מה שקורה בפועל הוא, שהסוכן מוכר ללקוח מוצר שהוא מפסיד עליו כסף, שכן ביטוח רכב הוא מוצר עתיר שירות. אם הוא מוכר לו מוצר עם עמלה אפסית, אבל הוא עתיד להוציא עליו זמן וכסף - בסופו של דבר לא רק שהוא שלא ירוויח, אלא גם יפסיד. לכן, מוטב לסוכן הביטוח שלא למכור בכלל בעמלה מופחתת על מנת שלא ליצור לעצמו הפסד.

• **שקיפות בעמלות.** כיום מרבית סוכני הביטוח אינם יכולים להבין לעומק את דוחות העמלות, והם אינם מקבלים כלל דוחות מפורטים מהחברה. לחברות מצב זה מאוד נוח, אולם הלשכה פועלת ותפעל במלוא העוצמה על מנת לפשט את דוחות העמלות וליצור שקיפות.

לא ייתכן שהמפקחת דורשת מאתנו ומחברות הביטוח שקיפות מול הלקוחות, אבל אף אחד לא דורש מהחברות שקיפות מול הסוכנים.

• **סבסוד צולב בביטוחים קולקטיביים.** ביטוחי קולקטיבים מאוד פופולריים בקרב החברות ובקרב קבוצות. החברה מקבלת פרמיה גדולה באופן מרוכז והלקוחות נהנים ממחיר נוח. אולם מישהו משלם את המחיר, וזה יהיה תמיד הלקוח הקטן כי ממנו דורשים פרמיה גבוהה יותר על מנת לסבסד את מבוטחי הקולקטיב. כאשר חבר קולקטיב שיש לו היסטוריית תביעות בעייתית משלם מחיר נמוך - מי שמשלם זה הלקוח הפרטי. יש כאן פגיעה בעיקרון חשוב מאוד בעולם הביטוח - על המחיר לשקף את הסיכון. כיוון שזה לא קורה, בפועל יש כאן סבסוד צולב, שהוא פסול.

לסיכום, הלשכה תמשיך במאבקה למען שמירה על זכויות סוכני הביטוח - מאבק, שהוא לא רק למען סוכני הביטוח, אלא למען ציבור המבוטחים כולו - אם לא יהיו סוכנים - מי ישמור על זכויות המבוטחים?!

CompuSafe®

ברינקס מציגה:
מהפכה בעולם הפקדת המזומנים בישראל

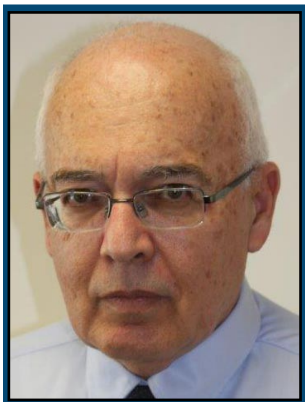
שירות ברינקס קופיוסייף הינו מערכת מתקדמת המסייעת בניהול ואחסון המזומנים בבית העסק, השומרת על ביטחון העובדים ומאפשרת זיכוי אוטומטי בחשבון עוד טרם הפקדתו של הכסף בבנק. **שירות ברינקס קופיוסייף** קיבל את כל אישורי הרגולציה הדרושים מבנק ישראל והמשטרה, וכולל פורטל אינטרנטי המשמש לבקרה ומעקב של בעל העסק על תזרים המזומנים שלו און ליין. המערכת המאובטחת מחוברת לעסק ולמערכות המידע של ברינקס ושל הבנקים המזכים. השירות ניתן כיום ברשתות תחנות דלק, רשתות קמעונאיות, מסעדות, תחבורה ציבורית ועוד.

*5667
לתיאום פגישה

BRINKS
עולם חדש של פתרונות

על תקופות שונות בביטוח "אחריות נושאי משרה"

פרק מתוך הספר "מדריך מעשי לביטוח עסקי (רכוש ואחריות)" העומד לראות אור בקרוב בהוצאת "פוליסה"



מאת עו"ד אורי אורלנד

ביטוח אחריות נושאי משרה הוא ביטוח האחריות המורכב ביותר. נוסח הפוליסה אינו "ידידותי לקורא", וזה מחייב גם היכרות מעמיקה עם תורת הביטוח הכללי.

עריכת ביטוח זה, לרוב, על ידי חברת אם, החלתו, אם במלואו ואם בחלקו, גם על חברות נוספות, כולל לעיתים חברות שאינן רשומות בישראל, בסיסו (מועד הגשת התביעה), וחקיקה העוסקת בו, אם ישראלית ואם זרה - מקשים גם הם על ההתמצאות בו.

אחד הקשיים שבפוליסה זו הוא קיומן של מספר תקופות שונות, בנוסף לתקופת הביטוח. להלן נסקור את אותן תקופות נוספות:

כיסוי רטרואקטיבי (Retroactive Cover)

ביטוח אחריות נושאי משרה נערך על בסיס מועד הגשת התביעה, ולרוב הוא כולל גם כיסוי רטרואקטיבי. הכיסוי הרטרואקטיבי חל על מקרה שאירע קודם תחילת תקופת הביטוח, בו לבעלת הפוליסה, או לנושא המשרה המבוטח, לא הייתה עם עריכת הביטוח ידיעה על קיום נסיבות להגשת תביעה. לא תמיד הידיעה על קיום נסיבות לתביעה נגד נושא משרה היא חדה וברורה. חלק ניכר מהתביעות נגד נושאי משרה מקורו בסכסוך מסחרי או אחר, המבשיל, לעיתים במשך תקופה ארוכה, לתביעה.

לרוב ייאותו מבטחים לערוך פוליסה שאינה כולל מגבלה רטרואקטיבית, בכפוף להצהרת בעלת הפוליסה כי במועד תחילת הכיסוי הביטוחי לא ידוע לה, לאחר שבדקה הנושא גם עם נושאי המשרה בה, על תביעות או על נסיבות העלולות להביא לתביעה.

תקופת המשכיות (Continuity Period)

יש גם והתביעה הוגשה נגד החברה, ובית המשפט יתיר לאחר מכן לצרף אליה נושאי משרה בה כנתבעים, או שתוגש תביעה עצמאית נגדם שיסודה בעובדות זהות או דומות לתביעה נגד החברה. הדבר עשוי להקים לנושאי המשרה הנתבעים עילה להגשת תביעה תחת הפוליסה.

על מנת להגן (בעיקר) על המבטחים לעניין תביעות קודמות ותלויות (Prior & Pending Litigation), נהוג לציין בפוליסות לביטוח אחריות נושאי משרה, בנוסף לתאריך רטרואקטיבי, גם תקופת המשכיות, היא תקופה המתחילה לרוב במועד עריכת הכיסוי הביטוחי הראשון של בעלת הפוליסה אצל אותו מבטח, וממנה ואילך נשמר רצף ביטוחי. לעיתים ייאותו מבטחים לכלול בפוליסה הנערכת על ידם את תקופת המשכיות הקודמת למועד תחילת הביטוח אצלם. הדבר נועד לעודד חברות החוששות להחליף מבטח מחשש לפגיעה בנושאי המשרה המבוטחים, לעשות כן.

לעיתים תקבענה בפוליסה שתי תקופות המשכיות:

- **תקופת המשכיות להתדיינות משפטית** - המוציאה מכלל כיסוי התדיינות שהחלה קודם אותה תקופה, או שהיא נובעת מעובדות זהות או דומות לעובדות שנטענו באותה התדיינות;
- **תקופת המשכיות לזיהום סביבתי** - המוציאה מכלל כיסוי תביעה על ידי בעל מניות בחברה, בה נטען נזק לחברה או לבעלי מניותיה עקב פליטה, שחרור או בריחה של מזהמים או כל הוראה או בקשה לבדוק, לפקח, לנקות, להסיר, לשמור, לטפל מרעל או לנטרל מזהמים קודם אותה תקופה (כאן אין מדובר בתביעה בגין הזיהום עצמו, היות שממילא הפוליסה אינה חלה על חבות בשל נזק לגוף ו/או רכוש, אלא על נזק פיננסי, לרבות תביעה בקשר עם ירידת ערך מניות החברה עקב אותו זיהום).

תקופת גילוי (Discovery Period)

במקרה בו מסרבים מבטחים לחדש פוליסה, או מסרבים לעשות כן בתנאים סבירים, שמורה לבעלת הפוליסה ולנושאי המשרה בה הזכות לרכוש, תוך זמן נקוב ממועד תום תקופת הביטוח, כיסוי ביטוחי לתקופת גילוי בת ששה עד שנים עשר חודשים. הכיסוי הביטוחי בתקופת הגילוי חל רק על מקרים שאירעו קודם לאותה תקופה, ולאחר המועד הרטרואקטיבי הנקוב בפוליסת הביטוח המסתיימת, ואשר קיום עילות התביעה בגינם נודע למבוטח או לבעלת הפוליסה באותה תקופת גילוי.

כיום נוטים מבטחים להרחיב אופציה זו, לרכישת תקופת גילוי, מחד סטרית (סירוב המבטחים לחדש הפוליסה, אם בכלל ואם בתנאים סבירים), לדו סטרית (גם מקרה בו בעלת הפוליסה מבקשת שלא לחדשה).

במקרה חדלות פירעון של בעלת הפוליסה או קושי בחידוש הביטוח על ידה, עשוי הכיסוי הביטוחי לתקופת גילוי להירכש על ידי נושאי המשרה עצמם, אם המכהנים אצל בעלת הפוליסה ואם שכיהנו בעבר, היה וביכולתם להתאגד לשם כך. לעיתים רכישה עצמאית של הכיסוי אינה ברת ביצוע, עקב נטייתם הטבעית של נושאי משרה בחברות שנקלעו לקשיים להרחיק עצמם מכל טענה לרשלנות שלהם בניהול החברה. האופציה לרכישת תקופת גילוי היא חד פעמית. היה ותוגשנה תביעות נגד נושאי משרה לאחר תום תקופת הגילוי, ולא נערך כיסוי ביטוחי אחר, יוותרו נושאי המשרה חשופים.

כיסוי ביטוחי במתכונת Run Off

הכיסוי הביטוחי תחת פוליסה לביטוח אחריות נושאי משרה נערך, כאמור, על

עו"ד אורי אורלנד, יועץ ביטוח, עומד בראש חברת היעוץ "אורי אורלנד, משרד יועצים לניהול סיכונים בע"מ". המאמר הינו קטע מפרק מתוך הספר "מדריך מעשי לביטוח עסקי (רכוש ואחריות)" העומד לראות אור בקרוב בהוצאת "פוליסה".

המשך בעמוד 82 ‹‹‹

איילון
חברה לביטוח בע"מ
אנשים לשרות אנשים

איילון,
המובילה בהשקת מוצרים חדשים בשנה שחלפה,
מזמינה אותך להצטרף להצלחה!

הנך מוזמן להכיר את המוצרים שיסייעו, גם לך,
להגדיל את פעילותך העסקית בענף

חדש!

איילון מדיק
ביטוח אחריות מקצועית
לרופאים ולרופאי שיניים

חדש!

פרא רפואי
אחריות מקצועית למקצועות
הפרא-רפואה

חדש!

חדשני!
רכב חלופי יוקרתי,
ללא תוספת תשלום!

אחריות מקצועית
לסוכני ביטוח, מהנדסים,
אדריכלים ועוד

ג' בריבוע
מסלול חדשני לביטוח צד
שלישי + גניבה לרכב פרטי

ג'+
מסלול חדשני לביטוח צד
שלישי לרכב פרטי

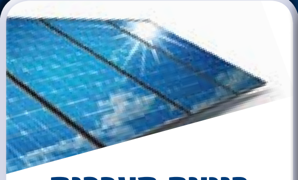
אוטו prestige
מסלול חיתום מהיר
לרכבי יוקרה

מדעי החיים
פוליסת חבויות לחברות מדעי
החיים

הגנה מתאונות AL
ביטוח תאונות אישיות
בפרמיה קבועה לכל החיים,
גם לילדים!

אוטו deal
פוליסת רכב הכוללת חבילת
כיסויים רחבה ללא תוספת
תשלום

טקסי deal
ביטוח רכב מקיף וחובה
למוניות



ביטוח מערכות
פוטו וולטאיות
ביטוח למערך יצור אנרגיה
סולארית ירוקה

היי טק
ביטוח אחריות מקצועית
וחבות המוצר
לענף ההיי טק

B ביוטי
פוליסה ייחודית, לענפי
הספרות ומכוני היופי

מבצר איילון
תכנית ביטוח לבונה ולמשפץ
הפרטי

הכל בה לקניונית
תכנית לביטוח עסקים וחנויות
בקניון, על בסיס כל הסיכונים

איילון, הביטחון של סוכני הביטוח!

קבוצת איילון
ביטוח • פנסיה • שוק הון
אנשים לשרות אנשים

שיחת **פוליסה** עם אבי אלקיים, מנכ"ל ובעל השליטה בקבוצת "שחר" על המהפכה בתחום נזקי המים

שיטת הסניפים של "שחר" מצליחה לשפר את השירות בתחום נזקי המים

• עמדנו ביעדים שהצבנו לעצמנו לשיפור השירות • תחום נזקי המים הינו בעל הקושי הרב ביותר למתן שירות טוב • אני מאמין שמי שיצליח בו, יצליח בכל מקום

אבי אלקיים

מנכ"ל ובעל השליטה בקבוצת "שחר"

"לפני כשנה וחצי, כשלקחתי על עצמי את תפקיד מנכ"ל קבוצת **'שחר'**, בחרתי למקד את תשומת לבי לתחום הצנרת, שהוא התחום המוביל של הקבוצה, אשר באופן טבעי מקבל את תשומת הלב הניהולית הרבה ביותר", כך אומר **אבי אלקיים**, המנכ"ל ובעל השליטה בקבוצת "שחר".

• כיצד פועלת שיטת הסניפים?

אלקיים: תחום הצנרת בישראל סובל מתדמית שירותית ירודה ועל כן נאלצנו לחשוב מחוץ לקופסה, להציג פתרון מהפכני ולקחת סיכון רב במימושו. את המצב הקיים כולם מכירים, על כן אתמקד בהצגת הפתרון. בנינו תוכנית אסטרטגית עם מיטב המומחים בישראל שבסופה הקמנו 14 סניפים אזוריים בחלוקה גיאוגרפית נכונה, כאשר בכול איזור הוקם משרד תפעול עצמאי עם נציגי שירות ומנהל סניף מקצועי - מפא"ז (מפעיל אזורי) שנבחר בקפידה לעמוד בדרישות השירות המחמירות שהציבה "שחר" לעצמה בתחילת הדרך.

השיטה החדשה באה לתת מענה לשיפור השירות והקשר בין כל הגורמים - חברת הביטוח, סוכן, מבוטח ובעל המקצוע, ולתת בסופו של דבר פתרון מהיר ואיכותי למבוטח ולשאר הגורמים, ולשפר את התדמית.

השיטה החדשה הופכת את המפא"ז לשותף להצלחה.

היכולת לפעול בפריסה ארצית ולשלוט מקרוב על פעילותם של נותני השירות היא זו שגרמה לשיפור המשמעותי בשירות. בסקרים שאנו עורכים אנו רואים שיפור משמעותי בשביעות הרצון של לקוחותינו, כאשר אני באופן אישי מקבל פידבק חיובי גם ממנהלי חברות הביטוח.

• מה היא חלוקת האזורים הארצית?

אלקיים: הסניפים הוקמו בנהריה, חיפה, חדרה, נתניה, הרצליה, תל אביב, ראשון, פ"ת, מודיעין, אשדוד, ר"ג, ב"ש ובירושלים, שמפאת גודלה הקמנו בה שני סניפים.

בימים אלה מופצת רשימת האזורים לגורמים הרלוונטיים בחברות הביטוח ולסוכנים.

• וכעת מה תפקידו של המוקד הארצי?

אלקיים: המוקד הארצי נשאר בבית "שחר" באזור. הפנייה מתקבלת מהמבוטח במוקד הארצי ומופנית באמצעות מערכת ממוחשבת חכמה שהותאמה במיוחד לאופי הפעילות החדשה ומעבירה את הפניה באופן אוטומטי לאזור הרלוונטי. בנוסף הוקם מרכז בקרה מקצועי, שתפקידו ללוות את כל התהליך עד לסיום השירות לשביעות רצון המבוטח. בנוסף קיימים שני מוקדי שירות, האחד - מוקד סוכנים המספק שירות אישי ומהיר לסוכני הביטוח וכן מוקד קשרי לקוחות שעובד מול חברות הביטוח והסוכנים.

• מה הרקע למעבר לשיטה זו?

אלקיים: אנחנו נמצאים בדיאלוג שוטף עם סוכני הביטוח, החברות וכמובן - הלקוחות.

לאחר דיונים רבים שקיימנו, ולאור הניסיון בן עשרות השנים שלנו בתחום, הבנו שעלינו להיות אמיצים ויצירתיים ולהציג חלופה נאותה לשיטה הישנה שכבר לא תואמת את צרכי המבוטחים, הסוכנים וחברות הביטוח. אני יכול להגיד שנכנסנו לתהליך עם אמונה רבה בהצלחת התהליך, אך עם חששות רבים כיצד יתקבל השינוי בקרב כל הגורמים ובעיקר אצל נותני השירות.

• כמה זמן נמשך התהליך?

אלקיים: היעד שהוצב בתכנית האסטרטגית היה שנתיים ובפועל נמשך שנה וחצי והסתיים לפני מספר שבועות ובכך הושלמה הפריסה הארצית.

• מה החשיבות בעינייך לתחום הצנרת, שמהווה רק אחד מעמודי התווך של הקבוצה?

אלקיים: תחום נזקי המים הינו התחום עם הקושי הרב ביותר למתן שירות.

המשך בעמוד 86

תחומי הפעילות של קבוצת "שחר"

- "**שחר נזקי צנרת**" - שירות תיקון נזקי צנרת ונזקים נלווים.
- "**דרכים שירותי דרך**" - שירותי דרך וגרירה כולל שירותי VIP.
- "**דרכים מרכזי שירות**" - רשת מוסכי הסדר.
- "**שחר אסיסטנס**" - כל פתרונות הנוחות תחת קורת גג אחת.
- "**אמינות**"- מתן שירות למוצרי חשמל.
- **Prime Service** - שירותי צנרת לדירות יוקרה ולקוחות VIP של סוכן הביטוח.
- "**מדיקס**" - שירותי רפואה מתקדמים.
- "**שחר תחזוקת מבנים**" - ניהול נכסים לשוק המוסדי.
- "**לינק**" - החברה המובילה לניהול מועדוני לקוחות.

צפונית
סוכנויות לביטוח בע"מ

המוצמה שבקבוצה
קבוצת צפרירים

לנו יש את הכלים להצלחתך....

אצלנו תקבל הרבה יותר...

קונים תיקי ביטוח עד 20% מהתיק

- צפונית סוכנות לביטוח הינה סוכנות חיתום מהגדולות בענף.
- מנוהלת ע"י אורי צפריר שהיה בעבר מנכ"ל חברות הביטוח ארדט ואיתן, משנה למנכ"ל קבוצת כלל ביטוח.
- במסגרת הקבוצה פועלים למעלה מ-80 סוכנים עצמאיים.
- הסוכנות מייצגת 10 חברות ביטוח ופועלת בכל ענפי הביטוח,
- כלים יחודיים ומיוחדים אשר מבטיחים פרנסתכם והמשך התפתחותכם למרות המציאות הקשה בה פועלים סוכני הביטוח.
- אני פונה אליך בהצעה להצטרף אלינו ל"קבוצת צפרירים".

אורי צפריר

VIP

חבילת שרותים לרכב הזולה ביותר

רק 200 ש"ח למנוי

שרותי דרך, גרירה, רדיו דיסק, הבאת דלק, החלפת גלגל, רכב חלופי 1600 אוטומטי,
ניתן לרכוש את החבילה, גם סוכני ביטוח שאינם פועלים דרכנו. שרות פריסה ארצית.

חתמים ויועצי ביטוח ◂◂ לתיאום פגישה אנא פנה לנייד האישי שלי 054-4498585

חיפה, מרכז העסקים בנין אורן, שד' פל-ים 2, 3309502, ת.ד. 33776, 3133701, טל': 04-8682040, פקס: 04-8682050

תל אביב: בית עמגר, ר"ח ריבל 7, טלפון: 03-6894000, פקס: 03-6894040

שיחת פוליסה עם אריאל מונין, יו"ר הוועדה לביטוח אלמנטארי
על השירות כערך מוסף

הלשכה הייתה הראשונה לערוך סקרי שירות ואנו שמחים שהאוצר הרים את הכפפה

אריאל מונין

יו"ר הוועדה לביטוח אלמנטארי בלשכת סוכני הביטוח

• כל תשלום תביעה לפנים משורת הדין נעשה בזכות עבודה של סוכן, אנו כסוכני ביטוח נשמח אם הנתון הזה יפורסם • אני קורא לחברות - בואו יחד נמצא דרך לומר לנו כן מהר יותר

"בחרנו להתמקד השנה בנושא השירות, בין היתר בעקבות ההד התקשורתי שנוצר סביב עניין וזה וההבנה שלנו כי השירות הוא חלק חשוב מהערך המוסף שמעניק סוכן הביטוח ללקוחותיו". כך אומר **אריאל מונין**, **יו"ר הוועדה לביטוח אלמנטארי בלשכת סוכני הביטוח**. לדבריו, הלשכה והוועדה בראשותו בחרו להבליט את נושא השירות - קודם כל כמסר המרכזי שלהם לסוכני הביטוח. "הסוכנים צריכים להבליט כלפי הלקוחות שלהם את השירות שהם מעניקים, בבחינת 'עשית, אך לא אמרת שעשית - לא עשית'".

מונין מדגיש כי לסוכני הביטוח יש ערך מוסף משמעותי ביחס למתחרים שלהם - הביטוחים הישירים - ולכן עליהם להבליט אותו. "אנחנו כסוכנים למרות כל הקשרים והידע עדיין מתקשים להשיג למבוטח את מה שאנחנו חושבים שמגיע לו בתחום התביעות. תרשה לי להזכיר לך, שהלשכה הייתה הראשונה לערוך סקרי שירות בין חברות הביטוח, ולכן ברכנו על כך שהאוצר הרים את הכפפה והוא פועל על מנת להשלים את העבודה שלנו עם כל הנתונים שיש לו".

• האם מדדי השירות של האוצר אכן משקפים את המציאות?

מונין: אנחנו מצפים מהרגולטור לעשות את ההתאמות הנדרשות. מהירות בתשלום תביעה זה דבר חשוב אבל זה רק מדד אחד מתוך כמה שעליו לשקלל. המבוטח יעדיף לחכות עוד שבוע, אבל לממש את מירב הזכויות המגיעות לו. למה לא מבליטים את נושא האקסגרציה? כל תשלום תביעה לפנים משורת הדין נעשה בזכות עבודה של סוכן, ואנו כסוכני ביטוח נשמח אם הנתון הזה יפורסם.

אנו כסוכנים מצפים שבקשות בשם המבוטחים שהגשנו לחברת הביטוח בנושא מסוים לא תעבור בין אנשים רבים כל כך כמו היום על מנת לקבל את התשובה. אני קורא לחברות - בואו נמצא יחד דרך לומר לנו כן מהר יותר.

ניקח לדוגמא את "**הראל**". באחד הכנסים אמר המנכ"ל **מישל סיבוני** כי אחד הדברים שלטענתם שיפר אצלם מאוד את השירות היה היכולת לסגור מעגלים מאוד מהר. וזה נכון - אנחנו הסוכנים מצפים שנקבל מענה מהר ומעגלי השרות יתקצרו, וזה אפשרי.

• למה אתם מתכוונים כאשר אתם מדברים על גידול בהוצאות הסוכן, הרי העבודה לא השתנתה?

מונין: עם השנים סוכני הביטוח לקחו על עצמם, או אולצו לקחת על עצמם, עבודות שהיו באופן מסורתי של החברה. מטלות אלו הגדילו את הוצאות המשרד, אך לצערי הסוכנים לא תוגמלו עליהם בהתאם. למשל מתן תוספת של 2% על ביצוע עבודת החיתום - לא בטוח שהיא מכסה את ההוצאות. סוכן הביטוח צריך להשקיע משאבים רבים בציוד משרדי, תיעוד שיחות, אחסון מסמכים - והדבר מתבטא בהוצאות גדולות. אסור לשכוח שמרכיב מרכזי ברווחיות הוא להקטין ככל האפשר את ההוצאות. ככל שחברת הביטוח תהיה יותר יעילה בעבודה מולנו, רווח המשרד יגדל ואנחנו קוראים לחברות להתייעל בכך.

• כיצד הלשכה מתכוונת להתמודד עם העלייה בגילם הממוצע של הסוכנים?

מונין: הנושא אכן הוא בסדר העדיפות של הלשכה, לשם כך הוקמה ועדה לצעירים ברשות **דביר רפ**, הבעיה היא יותר בענף האלמנטרי . הלשכה עושה מאמצים ומשקיעה מחשבה בעניין, תחום האלמנטר על כל גווניו הוא תחום מקצועי ומשוכנע שיש לדור צעיר הרבה מה לעשות בו

• מה הערך המוסף של סוכן הביטוח בענפי הפרט, ואיזה יתרון יש לו על פני החברות הישירות?

מונין: ביטוחי הפרט הם מרכיב מרכזי בענף האלמנטארי. הסוכן צריך ללמוד לטפל בתיק הזה ביעילות ולתת ללקוח ערך מוסף.

• מה למשל?

מונין: למרות ההתחזקות של הביטוחים הישירים - טיפול נכון בתביעה, על ידי אנשי מקצוע, מביא לתוצאות טובות יותר ללקוח. הליך בחירת הביטוח, כולל ההשוואות בין החברות, הוא קריטי. למשל - יש הרי הרבה לקוחות שיש להם היסטוריה של תביעות, שכן במשך שלוש שנים מעל 20%- מהלקוחות תובעים את חברת הביטוח. אמנם חברות הביטוח היו מעדיפות שלא לבטח אותם, או לגבות מחירים מופקעים, אבל סוכן ביטוח יכול למצוא פתרון ללקוח כזה. או למשל לקוח עם ילדים שנוהגים ברכב לעיתים מזדמנות - סוכן יכול למצוא לו בקלות פוליסה מתאימה ולא הרבה יותר יקרה. יש הרבה לקוחות מורכבים. אמנם כולם רוצים לבטח את הלקוחות הטובים, אבל לא כולם כאלה. הפרט מורכב מסגמנטים שונים וסוכן חייב להיות שם.

המשך בעמוד 88

UPGRADE של הראל

ביטוח מקיף בתנאים מורחבים במיוחד
ותעריפים אטרקטיביים למען השקט הנפשי שלך

מוקד שירות לסוכנים
03-9294040
ימים א'-ה' בשעות 7:30-19:30
יום ו' וערבי חג בשעות 8:00-13:00

הראל
ביטוח ופיננסים

שיחת פוליסה עם שרון שחם, סמנכ"ל ביטוח מסחרי ב"AIG ישראל" על הפעילות בענף הביטוח המסחרי

כמבטח בינלאומי אנו חשופים למגמות גלובליות המאפשרות לנו לספק פתרונות עדכניים ללקוחותינו בישראל

שרון שחם

סמנכ"ל ביטוח מסחרי ב-AIG ישראל"

• לדוגמה פוליסת הסייבר החדשנית שלנו מושתתת על המתרחש בעולם ומאפשרת לנו כבר עכשיו לבטח את החברות בישראל מפני הסיכונים המתהווים • אני צופה שתהפוך לביטוח סטנדרטי כדוגמת ביטוחי הדירקטורים ש-AIG הביאה ראשונה לישראל

"כמבטח בינלאומי יחיד בישראל אנו חשופים למידע מצטבר על מגמות גלובליות המאפשרות לנו לספק פתרונות וכיסויים עדכניים ללקוחותינו בישראל , אומרת **שרון שחם**, סמנכ"ל ביטוח מסחרי ב**"AIG ישראל"**.

חברת AIG פעילה מאוד בעולם בתחום הביטוחים המסחריים, ונחשבת לחברה הגדולה בתחום זה. בשונה משאר העולם, "AIG ישראל" מתמקדת בביטוחי פרט שנעשים בחברה באופן ישיר, אך בשנים האחרונות מרחיבה החברה את פעילותה בתחום ביטוחי העסקים - פעילות שנעשית רק באמצעות סוכני ביטוח. שחם מציינת כי נתח הפעילות של ביטוחי העסקים מהווה כ-20% מפעילות החברה: "בשנה האחרונה אנחנו רואים גידולים יפים בפעילות, והתחום מתפתח כמוקד אסטרטגי של החברה".

• באילו חברות אתם מתמקדים בפעילות הביטוח המסחרי?

שחם: בביטוחי הרכוש אנחנו מתמקדים בחברות הבינוניות והגדולות, כאשר בחרנו להפסיק את הפעילות של ביטוח עסקים קטנים. הרעיון הוא לספק ללקוחות שלנו ערך מוסף אותו אנו יודעים לתת בין היתר בעקבות היותנו חלק מחברה בינלאומית. בתחומי החבויות והפוליסות הפיננסיות אנו פועלים מול לקוחות בכל הגדלים.

• אילו יתרונות יש ל"AIG ישראל" בתור המבטחת הבינלאומית היחידה בישראל?

שחם: אנחנו מקפידים להיות עם אצבע על הדופק, ולהתאים את המוצרים למציאות הנוכחית בישראל ובעולם. מה שמייחד את "AIG ישראל", בכל הפוליסות, זה העדכונים שאנו מכניסים בהתאם למתרחש בעולם. בקבוצה העולמית יש הרבה מאוד ידע, וזה מקל עלינו להקדים מגמות גלובליות של סיכונים מתהווים ולהביא לכאן פתרונות וכיסויים ביטוחיים. כך למשל בפוליסת הסייבר שהושקה לפני כשנה וחצי או התכניות הבינלאומיות שאנחנו תופרים עבור לקוחותינו.

חברות ישראליות רבות,אפילו בסדרי גודל בינוניים, כבר פועלות בצורה גלובלית. חברות מסוג זה צריכות מענה שתואם את הדרישות בכל מדינה בה הן פועלות. הלקוחות צריכים ביטוח שייעשה מכאן אבל יכסה פעילות בכל מקום בו הם פעילים. זה ידע שאנחנו מביאים איתנו.

אנחנו בונים להן כאן פוליסות לחו"ל שמכסות אותן בפעילותן הגלובלית, אך להבדיל מחברות אחרות בתחום - מי שנותנת לחברות הללו את המענה הנדרש היא AIG, שפרוסה במקומות האלה.תכנית בינלאומית תמיד תהיה Tailor-Made, וזה דורש מומחיות. דוגמה נוספת היא ביטוח חטיפה וכופר, שאנחנו הבאנו כאן לישראל. זו פוליסה מקובלת בעולם, ולאור הגברת פעילות של חברות ישראליות במדינות אפריקה, דרום אמריקה ומזרח אירופה, נוצר הצורך הזה.

סיכוני הסייבר המתהווים בעולם החדש

אבטחת מידע - כשל מערכות או פריצת אבטחה למערכות המחשב של החברה

- התקפות למניעת שירות/מוצר
- טרור בסייבר
- פעילות האקרים וחדירה זדונית
- השבתת תשתיות מחשב
- סחיטת סייבר
- גניבת שרתים

כשל מערכות - טעות או השמטה של עובד חברה במסגרת תחזוקה, שדרוג או הפעלה של מערכות מחשב

- עדכון גרסאות
- שדרוג מערכות
- אובדן/אי יכולת שימוש בנתונים
- כשל במרכיבי חומרה

ספקים (שירותי ענן, מרכזי נתונים, קבלני משנה או שרשרת אספקה)

- חבות
- שיבוש מוגבל
- כשל מערכתי
- אובדן מידע

• התפתחות סיכוני הסייבר בעולם הביאו לפיתוח פוליסת הסייבר שהשקתם לפני כשנה וחצי בישראל.

שחם: בהחלט. סיכוני סייבר נחזים לעיתים לסיכונים העומדים בפני חברות גדולות בלבד, אולם זה ממש לא כך. בישראל, בניגוד לארה"ב, עדיין אין חובת דיווח על אירועי סייבר, אולם בארה"ב קיימת חובת דיווח שמתרחבת בתחומים רבים ובקרוב גם באירופה, ואין ספק שגם לכאן היא תגיע, ואז הציבור הישראלי ייחשף לממדי התופעה האמיתיים.

הביטוח הוא לא קו ההגנה הראשון, אלא קו משלים לפתרון הטכנולוגי עליו מבוססת ההגנה מפני אירועי סייבר. אולם פתרון טכנולוגי לעולם לא יהיה מוחלט - הטכנולוגיה מתפתחת מהר מדי.

• מה הם המניעים לפריצת סייבר?

שחם: אירועי הסייבר הראשונים היו פריצות שנעשו לשם הפריצה, אולם בהמשך התפתחו מניעים כלכליים (גניבת מידע עסקי או מידע על לקוחות) ומניעים לאומניים, שישראל חשופה אליהם במיוחד. לכן הפוליסה שלנו מכסה גם סיכוני טרור (סיכוני מלחמה מוחרגים). בהמשך התפתחו פריצות במטרה לפגוע בחברה, מה שיכול ליצור אובדן הכנסה או אובדן רווחים.

ביטוחי הסייבר שהתחילו כביטוחי צד ג' התפתחו לביטוחי צד א'. חברות, במיוחד בינוניות וקטנות, עלולות להתמוטט כתוצאה מפגיעה מסוג זה - למשל בעקבות התערבות במערכות ניהול מלאי, שינוי בהוראות למכונות בתהליכי הייצור או מניעת גישה לאתר האינטרנט של החברה. העולם הזה נהיה יותר ויותר מורכב. ל-AIG העולמית יש ניסיון רב באירועים מסוג זה, שאנו מיישמים כעת בישראל.

• כיצד החברה ערוכה לסייע לחברות להתמודד עם אירועים מסוג זה?

שחם: לחברה מערך בינלאומי רחב של נותני שירותים בתחום ניהול המשברים מאחר שלפוליסה צד שירותי מאוד חשוב - אירוע סייבר הוא אירוע מורכב ובעל העסק לא תמיד יודע מה עליו לעשות. זה לא פשוט כמו להזמין מכבי אש במקרה של שריפה.

אנחנו נותנים ללקוחות שלנו טיפול פורנזי שנועד לאתר את מקור הפריצה ולהבין מה קרה על מנת לזהות את הבעיה ולפתור אותה. במקביל אנו ערוכים גם לטפל בבעיות יחסי ציבור, אם נוצרו. העבודה שלנו לא נגמרת במתן הפיצוי הכספי.

לא תמיד אפשר להוכיח את קיום האירוע ולכן ניתן להרחיב את הפוליסה שלנו כך שתכסה גם כשלים טכנולוגיים.

• כיצד חברות קטנות ובינוניות מסוגלות לעמוד בתעריף שכזה?

שחם: הפוליסה שלנו ייחודית. היא בנויה באופן מודולרי, וכל פוליסה מותאמת לצרכים של החברה. היא עומדת בפני עצמה, אינה צמודה לפוליסה אחרת או מהווה הרחבה שלה. הפוליסה כמובן מותאמת במלואה לדין הישראלי, מה שחשוב במיוחד לעסקים קטנים ובינוניים.

• האם את יכולה להעריך את גודל השוק?

שחם: השוק עדיין בהתהוות. אני מעריכה שבעוד 5-7 שנים פוליסת הסייבר תהיה ביטוח סטנדרטי לכל חברה. הדין הולך ומתפתח והחבות הולכת וגדלה בהתאם. אנחנו נפגשים עם הרבה חברות שמגששות בתחום. יש למשל חברות שחוששות מהתלות בענן והן רואות בפוליסה תחליף לפוליסת אובדן רווחים. הרגולציה עושה את העבודה, אך לצערי גם מקרים כאובים מזרזים את התהליך.

ד.נ.ר
הקבוצה המאוחדת לפיננסים, פנסיה וביטוח

"הדור החדש של עולם הביטוח"
ברוכים הבאים לכנס אלמנטר 2014

אל תישאר מאחור פנה עוד היום לנציגי דנר ותוכל
להגדיל את הכנסותייך כבר בשנת 2014 !!
קבוצת דנר **מברכת את באי הכנס** ופותחת את שעריה
לסוכנים המבקשים להצטרף להצלחה אישית, מקצועית וכלכלית.
צרו קשר עוד היום עם קרן : - (דיסקרטיות מובטחת)
• טלפון: **0732220210**
• דוא"ל: **keren@dnr.org.il**

ממשיכים בהצלחה
בהכשרת סוכנים מתמחים
לרישיון והכשרת דור שני
באקדמיית ד.נ.ר

שיווק ביטוח לצעירים

מאת יגאל באום

מנכ"ל משותף ב-Baum & Ron

המגמות החדשות בעולם השיווק הן בעולם והן בארץ מצביעות על כך כי השיווק היום מתפרס על הרבה יותר פלטפורמות מבעבר, הן אינטרנטיות והן מחוץ לאינטרנט. עם זאת, אין ספק כי השיווק באינטרנט יעיל בהרבה כשהדבר נוגע לקבלת התייחסות מקהל צעיר, בין הגילאים 25-18.

המגמה הבולטת ביותר, אך גם החמקמקה ביותר, היא היחלשות השיווק הפרסומי/מותגי ומעבר של המשווקים לעולם התוכן. הטענה המרכזית של מאמר זה היא כי צעירים יגיבו לשיווק הרבה יותר טוב כאשר הוא לא מוצג כשיווק. כלומר - הם יגיבו אליו כאשר הוא חלק מהתוכן. בנוסף, צעירים מגיבים טוב יותר להמלצות מצעירים כמותם. לפיכך מתפתחות שתי תופעות מעניינות: האחת - התוכן השיווקי החדש והשנייה - הממליצים.

תופעות אלה מרתקות וחשוב להבין אותן אם רוצים להגיע לצעירים. קיימת תופעה מרתקת בעולם והיא תופעת דמויות המפתח. מדובר באנשים שיצרו לעצמם קהל עוקבים - בפייסבוק, בבלוגים, ביוטיוב או במדיות אחרות. דמויות אלה יצרו לעצמם קהל עוקבים נאמן אשר נרשם לדף שלהם, עשה לייק או עוקב בכל דרך אחרת.

מדובר בקהל נאמן שיכול להגיע לעשרות ומאות אלפים. כיוון שמדובר בדמות פרטית, שלכאורה לא קשורה למפרסמים, היא זוכה לאמון הצעירים שעוקבים אחריה. אלא שלאחרונה, חברות חדשניות (בעיקר כאלה המשווקות לצעירים) מזהות את הפוטנציאל הזה ומתחילות ליצור קשר עם אנשים אלה כדי שהן ימליצו על המוצרים שלהם. כיוון שהדמויות רכשו את אמון העוקבים שלהן, המוצרים שהן מפרסמות נתפסים כהמלצה חברית - למרות שברוב המקרים מדובר על פרסום בתשלום לכל דבר.

תופעה זו היא חדשה ומשקפת את הלכי הרוח בקרב הצעירים. חשוב להבין שהחוקים הבסיסיים לא השתנו. עדיין יש חברה מייצרת, יש מוצר ויש קהל יעד. מה שהשתנה הוא הערוץ השיווקי.

תופעה נוספת שמתחזקת היא טשטוש הגבולות בין מידע מערכתי ומידע שיווקי. העיתונות המסורתית, שמייצרת תוכן מערכתי ומפיצה אותו, משתנה. המידע המופץ היום כמידע מערכתי מושפע מהרשתות החברותיות, שהפכו לזירה בה מתרחשים אירועים אמיתיים, שהם ברי דיווח בחדשות המסורתיות. ניכר כי הגופים החדשותיים מושפעים יותר מהקהל ברשתות מאשר להיפך.

אפשר לראות את טשטוש הגבולות בין התוכן השיווקי למערכתי בעיקר בפלטפורמות מסורתיות יותר כמו בטלוויזיה ובעיתונות הכתובה - שם חלק ניכר מהתוכן הוא כבר שיווקי, גם אם הוא מוצג כאייטם חדשותי או מערכתי. כלומר, חלק משמעותי מהתוכן שאנחנו נחשפים אליו הוא תוכן שמישהו שילם כדי שהוא יהיה מוצג. חשוב לציין שהדבר בדרך כלל ברור ולא מוסתר. אנחנו, כקהל של צרכני חדשות, פשוט איבדנו את היכולת להפריד בין הדברים.

ברשתות החברתיות טשטוש הגבולות מעט שונה, אך הוא בהחלט קיים גם כן. אחת מהשיטות היא השיטה שהצגנו בתחילת המאמר (שיטת דמויות המפתח), אך קיימות שיטות אחרות. למשל, חברות מסחריות שמקימות דפים בפייסבוק עבור נושאים שונים, חברות מסחריות שמפיצות תוכן בעל ערך לקהלים שלהם וכדומה. הרעיון הוא כמובן הפצת תוכן בעל ערך ולא תוכן שיווקי/פרסומי בלבד. צריך לזכור שצעירים לוקים ב"עיוורון באנרים" ואינם מגיבים כלל לפרסום מותגי מסורתי.

נושא מרתק נוסף הוא המעקב אחר התנהגות גולשים, המתבצע על ידי חברות שונות המעוניינות לקדם מוצרים שונים. מדובר בתחום חדש שעושה שימוש בתוכנות שונות האוספות נתונים על המתרחש באינטרנט, הן נתונים גלויים והן נתונים סמויים שיש לכרות אותם (Data Mining). תוכנות אלה אוספות נתונים על התנהגות גולשים הן על ידי שימוש ברכיבי ה-cookies שתוכנות קטנות המותקנות באופן אוטומטי על המחשב של הגולש, שאוגרות את המידע על השימוש של המשתמש באמצעות הדפדפן שלו. המעקב גם מתבצע בשיטות אחרות הסורקות את יוטיוב, פייסבוק, אינסטגרם ורשתות חברתיות אחרות בחיפוש אחרי מידע על התנהגות הגולשים.

מתכנתים ואנשי שיווק אוספים את המידע הזה, מנתחים אותו ומתאימים את אסטרטגיות השיווק שלהם להתנהגות הקהל שלהם. מדובר בתחום חדשני ומרתק, שהשולטים בו הן בעיקר חברות צעירות ומתפתחות ולא החברות המותגיות הוותיקות שעדיין ממשיכות להילחם בשדה קרב לבדן, כשהקרב עבר למקום אחר.

בינתיים בעולם הביטוח...

בתחום הביטוח אין הרבה חדש כשזה נוגע לשיווק. חברות הביטוח אינן נמצאות כל כך בתחום השיווק ומעבר להעברת מעט חומרים שיווקיים מדי פעם לסוכנים הן אינן עושות הרבה מאמצים, למעט מדי פעם קמפיינים מותגיים, המיועדים למיצוב החברה בציבור ואינם תורמים דבר למכירה.

יוצאות הדופן הן חברות הביטוח הישיר למיניהן. מכיוון שהן לא פועלות דרך סוכנים, הן יצרו לעצמן ערוצי שיווק ומכירה בערוצים מסורתיים ובאינטרנט. אלא שגם חברות הביטוח הישיר פועלות כחברות מותגיות ומסתמכות בעיקר על ערוצי פרסום מסורתיים, וזאת למרות העובדה שלכאורה הן היו אמורות להיות הראשונות לאמץ שיטות שיווק חדשני באינטרנט.

על מנת לפנות לקהל צעיר באינטרנט יש ראשית לכל להבין כי הוא סולד מכל צורה שהיא של שיווק מסורתי ו"פרסום". יש להוסיף על כך את הסלידה של הדור הצעיר מכל הקשור לממסד כלכלי ובעיקר לבנקים (ואפשר להניח שחברות ביטוח לא יהיו שונות מבחינת היחס), ומכאן יש להסיק כי קהל היעד הצעיר הוא מראש בעייתי מאוד כשזה נוגע לשיווק מוצרי ביטוח. עם זאת, צעירים אינם שונים ממבוגרים. הם חייבים לרכוש ביטוח בדיוק כמו כל מגזר אחר. ולכן הדרך הטובה ביותר להגיע לצעירים היא באמצעות פוליסות חובה שעליהם לרכוש ממילא, כמו: ביטוח לרכב, פנסיית חובה מהמעסיק שלהם, ביטוח נסיעות לחו"ל וכדומה.

המשך בעמוד 80

AIG CyberEdge

פתרון ביטוחי ייחודי לסיכוני סייבר ואובדן מידע

AIG ישראל מציגה את פוליסת CyberEdge לארגונים עסקיים המעניקה כיסוי ביטוחי בעקבות מתקפות סייבר ופריצות אבטחת מידע.

הפוליסה כוללת כיסויים ייחודיים וביניהם:

- אובדן הכנסות בעקבות פגיעה בפעילות הרשת וכשל טכנולוגי
- תשלום נזקי המבוטח בעקבות אירוע סייבר
- סחיטת סייבר
- תשלום קנסות רגולטורים ברי ביטוח
- סייבר טרור

אגף ביטוח מסחרי AIG ישראל israel.commercial@aig.com

*כפוף לתנאי החברה והפוליסה.

מאת שחר שרצקי

מנהל תחום ביטוח ב"איתוראן"

מכפיל הכוח במלחמה בגנבי הרכב

• מאחורי כל דיווח "לקוני" על עוד רכב גנוב שנתפס והושב לבעליו - עומד מבצע מורכב, פעמים רבות בסביבה עוינת, שנשען על איסוף מודיעין מדויק • הצצה נדירה אל עבודת השטח של אנשי סיירת "איתוראן", שמוכנים ללכת רחוק מאוד כדי שהלקוחות יוכלו לישון בשקט

באחד מלילות חודש אוגוסט שחלף, התקבלה במרכז הבקרה הארצי של **"איתוראן"** התרעה על גניבת רכב. בירור מהיר העלה כי גנבים פרצו לבית הלקוח, לקחו שני צרורות של מפתחות ונעלמו עם שני כלי רכב חדשים, מודל 2014.

הרכבים אותרו בגזרת קלקיליה. **מיכאל אברג'יל**, מנהל אזור שרון והשומרון ב"איתוראן", יחד עם מספר צוותי אופנוענים, נכנסו לפעולה. הרכב הראשון אותר בנקודת ישוב בדואית סמוך לאלפי מנשה. צוות אופנוענים הוכוון במדויק אל הרכב, שהוסתר בין פחונים - ותפס אותו יחד עם המפתחות המקוריים שנגנבו מבית הלקוח.

השבת הרכב השני כבר דרשה פעולה נרחבת יותר. "הרכב נכנס לתוך קלקיליה", משחזר אברג'יל. "אנחנו מכירים את דפוסי הפעילות של הגנבים, ויודעים כי הרכבים מגיעים לקלקיליה להקפאה בלבד - לאחר מספר שעות עד יממה הם מועברים למשחטות בטול כרם. לכן פעלנו בהתאם לנוהל מסודר למקרים כאלו, והתמקמנו עם כוח מאורגן בכל היציאות האפשריות".

בזמן שאברג'יל ואנשיו פרוסים בשטח, מרכז הבקרה הארצי המשיך לעקוב מרחוק אחר הרכב. המידע שהתקבל הצביע על כך שהגנבים פירקו את מערכת האיתור של הרכב בזמן ההקפאה בקלקיליה - אבל לא הצליחו למצוא את מערכת הגיבוי, שהמשיכה לדווח על מיקומו המדויק. "בנוסף, הנחנו שהם גם מחליפים את מספר הרישוי למספר פלסטיני, ובדיעבד צדקנו", הוא ממשיך בתיאור. "למרות החלפת המספר, התצפיתנים שלנו מקבלים מידע שמאפשר להם לזהות את הרכב גם עם המספר החדש".

בסך הכל, המתינו בשטח 16 אוכפים מצוידים ב-12 ניידות של "איתוראן", לאורך יממה שלמה. במהלך השעות הארוכות, הרכב הגנוב התקרב במספר פעמים למחסום היציאה מהעיר, אך סב על מקומו וחזר פנימה. לאחר מספר ניסיונות דמה, הרכב יצא מהעיר והחל בנסיעה לכיוון טול כרם. בשלב הזה החלה פעולה מתוזמנת היטב, שבודדה את הרכב הגנוב מהרכב המוביל אשר ליווה אותו בדרכו והובילה לתפיסתו.

לאורך זמן ההמתנה הארוך נאסף מודיעין על תנועת הרכב בתוך קלקיליה, דבר שמאפשר לאוכפי "איתוראן" ללמוד על החברים, הקשרים ודפוסי הפעולה של חוליית הגנבים. המודיעין הזה מועבר גם למשטרה ולצה"ל.

"16 אנשים שפרוסים ודרוכים 24 שעות בשטח זה לא טריוויאלי", מספר אברג'יל, שפיקד על המבצע בחפ"ק בשטח. "זהו מבצע צבאי לכל דבר. אבל כיף לראות את שיתוף הפעולה המלא של האנשים, את הנחישות ואת תחושת הגאווה שלהם".

וכמו בכל מבצע צבאי, עם סיומו המוצלח התבצע תחקיר והוצגו דגשים לשיפור הפעילות באירועים הבאים.

מודיעין שאפשר לסמוך עליו

סיירת האכיפה של "איתוראן" כוללת 60 יוצאי יחידות קרביות ואנשי משטרה

לשעבר, שפשוט מאמינים בייעוד המקצועי שלהם - לבלום את גנבי הרכב בישראל - ויותר מכל: אוהבים את האקשן ואת עבודת השטח. מרבית האוכפים נמצאים בשטח בין 8 ל-12 שנה, כאשר הוותיקים שבהם נמנים על הכוח כבר 16 שנה ויותר.

"מדובר בעבודה שמחייבת למידה יומיומית, ולהערכתי 'איתוראן' מחזיקה כיום בבסיס הידע הנרחב ביותר בכל הנוגע לגניבת כלי רכב", מתגאה **יניב בר**, מנהל המערך המבצעי של החברה, ומסביר כי המשטרה רואה ב"איתוראן" מכפיל כוח משמעותי במלחמה בתופעת גניבות הרכב.

זה אומר, למשל, שרכזי 'איתוראן' נמצאים בישיבות רלוונטיות במשטרה וישנה הפרייה הדדית. "אנחנו זוכים לשיתוף פעולה מלא מהמשטרה בעת אירוע גניבה, כי בזכות מערכות האיתור של 'איתוראן' גם שיעור ההצלחה שלהם גבוה יותר - ויתרה מכך: אנחנו מסייעים להם בלכידת חשודים לצד תפיסת הרכוש", מרחיב בר.

כאשר רכב גנוב נמלט לשטחים, מוגשת בקשה מסודרת לחטיבה הרלוונטית בצה"ל, כולל מיקום מדויק של הרכב וצילומים של המקום. עם קבלת אישור, נכנס כוח של הצבא הכולל גם אוכפים וגרר ממוגן של 'איתוראן'.

"היכולת שלנו לקבל אישורי כניסה בנוהל מהיר יחסית - כמובן בהתאם למצב בשטח - נשענת על אמון שנבנה לאורך שנים. זה לא טריוויאלי. בכל אירוע אנחנו צריכים להוכיח מחדש שאנו ראויים לאמון הזה", מציין בר. "דורות של מח"טים ומפקדי אוגדות למדו שהמודיעין שלנו מדויק וניתן לסמוך עליו".

ומה קורה כאשר המצב הנתון בשטח אינו מאפשר כניסה? "אנו מכבדים באופן מלא את הנחיות הצבא, ויש לנו את הסבלנות להמתין לשעת כושר, לעתים מספר ימים", הוא משיב.

סיכול עם ערך ביטחוני

"בצה"ל יודעים היטב, שרכבים גנובים משמשים גם לפח"ע. למשל, הם נעזרים במודיעין שלנו אודות צירי תנועה 'עוקפי מחסומים'", מצהיר בר.

> **"כמעט תמיד אנו מתקבלים בזריקת אבנים ובקבוקים. לטובתנו עומדת מידת הדיוק של מערכות האיתור, שמאפשרת לנו לדעת היכן נמצא הרכב הגנוב בדיוק של מטר, גם אם הוא מוסתר בתוך מבנה**

שי סולם, מנהל אזור שפלה ומתאם הפעולות בשטחים ב"איתוראן", מתאר מקרה שאירע לפני חודשים ספורים: "התקבלה התרעה על גניבת רכב ממוגן ירי מירושלים. יידענו את כל הגורמים הרלוונטיים בצבא וקיבלנו אישור כניסה לשטחים לצורך תפיסת הרכב. חברנו לכוח הצבאי שהוקצה למשימה, הצטיידנו בכל המיגון הנדרש - קסדות, אפודים קרמיים ועוד - וכמובן בגרר הממוגן שמלווה אותנו במשימות הללו. ניווטנו לנקודה בה אותר הרכב, ומצאנו אותו מוסלק בתוך מערה חצובה בצלע הר באזור דהריה". הערך המודיעיני של חשיפת נקודת מסתור כזו, כמו גם הערך הביטחוני של סיכול גניבת רכב ממוגן ירי - ברורים מאליהם.

"כל כניסה לשטחים היא מבצע מורכב. החבר'ה שלנו הם חלק מהכוח הצבאי, ויודעים להיערך מראש לכל תרחיש, כדי לקצר את משך הזמן בין הכניסה ליציאה", מרחיב סולם. "לעתים הרכבים מאותרים בתוך מבנה סגור, ואז נדרשת פריסה בשטח וכניסה למבנה. צריך להבין, שכמעט תמיד אנו מתקבלים בזריקת אבנים ובקבוקים. לטובתנו עומדת מידת הדיוק של מערכות האיתור, שמאפשרת לנו לדעת היכן נמצא הרכב הגנוב בדיוק של מטר, גם אם הוא מוסתר בתוך מבנה".

מבחינת האוכפים, כל כניסה כזו חייבת להסתיים בתוצאות מרביות: "מרגע שהגענו אנו לא מוותרים וחוזרים עם כל מה שאפשר - כולל במקרים בהם הרכב כבר פורק. אנחנו אוספים כמה שיותר חלקים מהשטח".

מאחורי האוכפים ניצב מערך תמיכה שלם, החל מהאנשים המיומנים במרכז הבקרה הארצי ועד אמצעים טכנולוגיים מתקדמים. אבל כל המרואיינים מסכימים כי המחויבות והנחישות להביא כל מבצע לסיום מוצלח, הן אבני יסוד לשיעור ההצלחה הגבוה בסיכול גניבות רכב.

"מימוש עסק הוא תהליך ולא אירוע חד פעמי.
באורלן יצרו עבורי מסגרת להמשך פעילות
בקצב שאני קובע"
יהודה מטרסו 11 שנה באורלן
מידע נוסף באתר: www.orlan.co.il
אורלן
סוכנות לביטוח (1994) בע"מ
מקבוצת מגדל
20
1994-2014

"לצאת מהקופסה"

• חברות הסלולר מתייחסות בעיקר לנהג • אני מציע לחשוב על הרכב כצרכן תקשורת גדול אף יותר, כאשר נהג הרכב הוא רק אחד המשתמשים בתקשורת

מאת אילן גולדשטיין

מנכ"ל "פוינטר ישראל" מקבוצת "שגריר מערכות בע"מ"

מערכות האיתור והמיגון, שנוסדו ופותחו למטרות הגנה על הרכוש, כבר מזמן פרצו אל מחוץ לתחום של הגנת הרכב בלבד. היום, בזכות טכנולוגיות חדשות, המבוססות על תקשורת סלולרית עם יחידת המיגון והאיתור של "**פוינטר**", יכול המשתמש או בעל הרכב ליהנות מערכים מוספים בולטים - בתחום איכות החיים, הבטיחות והחיסכון הכספי, תוך הצגתם באמצעות האינטרנט ו/או הטלפונים החכמים.

המשדר של "פוינטר", הנקרא "**פוינטר IQ**", מעניק כיום ללקוחות "פוינטר" שימושים רבים, כאשר בבסיסם נמצא כמובן המיגון הבסיסי והאיתור במקרה של גניבה. על ידי הוספת חיישן תאוצה (אקסלרומטר) אפשר לשלב מערכת טיפול בתאונה **eCall**. מערכת זו נכנסת לפעולה במקרה של תאונה. היא יוצרת באופן אוטומטי תקשורת למוקד "פוינטר", המאויש 24/7, ומספקת למוקד מידע על עוצמת המכה ומיקום הרכב. המוקד יוצר באופן מיידי קשר עם הרכב, באמצעות מערכת דיבור עצמאית ייעודית כברירת מחדל. בהעדרה המוקד פונה אל בעל הרכב, מתוך נקודת הנחה שהוא לא בהכרח זה שנוהג ברכב וייתכן שאינו יודע על התאונה, ואז המוקד יודע לפנות ברגישות הנדרשת. אם הטלפון הוא של המשתמש ברכב, המוקד יודע לשאול באופן מיידי על מצב הנהג והנוסעים ברכב ולהפעיל במידת הצורך כוחות הצלה וחילוץ. באמצעות מיקום מדויק על גבי מפות באינטרנט, המוקד יכול להכווין את כוחות ההצלה למקום התאונה. האירופאים שערכו ניסויי במערכת eCall הגיעו לחיסכון של כ-50% מזמני ההגעה ולשיפור משמעותי בנתוני הצלת הפצועים.

מוקד זה, מלבד היותו מוקד לשעת חירום, יכול לספק לנהג מגוון שירותים מבוססי מיקום. להלן מספר קטן של דוגמאות:

- איתור הרכב בחניה בגמר משחק כדורגל.
- הכוונה לכתובת מסוימת.
- איתור נקודות עניין (כגון מסעדה, בית מרקחת או תחנת דלק).

יחידת האיתור מאפשרת מגוון שירותים חכמים נוספים. כך למשל היחידה מסייעת להילחם בתופעה המסוכנת של שכחת הילדים ברכבי הסעות. באמצעות התקנת לחצן שמותקן בחלקו האחורי של האוטובוס, הנהג מחויב לגשת לחלקו האחורי של האוטובוס בכל התחלה וסיום נסיעה, ובכך מתבצעת למעשה סריקה של האוטובוס. מעדות בעל חברת היסעים בצפון עולה, שבתחילת אוקטובר השנה הגיע למשרדי החברה נהג אוטובוס בבקשה להכניס את הרכב למוסך לתיקון. הנהג שכח לבצע לחיצה לנטרול של לחצן "שכחת ילדים" ומערכת האזעקה החלה להבהב ולשלוח התראות SMS. בעל החברה, שקיבל במקביל לנהג את ההתראה, ביקש מהנהג קודם כל לחזור לרכב ולנטרל את הלחצן. משהנהג חזר לאוטובוס מצא ילדה ישנה באחד מהספסלים האחוריים. הילדה הוסעה מייד לביתה. חישבו מה היה עלול לקרות אלמלא התריעה המערכת של "פוינטר".

המערכת מעניקה למנהלים של צי רכב כלים לניהול יעיל של הצי. באמצעות תוכנת המחשב של "פוינטר" מנהל הצי יכול לראות On-Line את כל רכבי הצי והנגררים על מפה ארצית, ראות באיזו מהירות כל רכב נוסע, לבצע שחזורי מסלול, לקבל התראות על כניסה ויציאה מאזורים מוגדרים (פוליגונים), דיווח על מצב הדלק, טמפרטורת המנוע, מצב רפידות הבלמים בציי משאיות ואוטובוסים, התראות על רכב עומד מונע שלא לצורך, כניסה לכבישי אגרה, ק"מ לטיפול, זיהוי נהג, שיוך גורר - נגרר ומגוון דוחות תפעוליים. פיתוח יישומון (אפליקציית) iFleet והצגת צי הרכב על גבי טלפונים חכמים בפני בעל הצי, מאפשר לו ניידות מרבית תוך כדי שמירת קשר קרוב עם העסק.

תחום התנהגות נהג הוא תחום עצום, אשר נמצא בתחילת דרכו כאן בארץ. פוטנציאל המידע שמיוצר באמצעות יחידת האיתור וחיישן התאוצה מאפשר לנו לאפיין בצורה מאוד טובה את התנהגות הנהג, ניטור חריגות מהירות, בלימות והאצות חזקות לרבות בפניות, ביצוע סלאלום וירידות לדרכי עפר ולתת לו ציון על הנהיגה, גם מבחינה בטיחותית וגם מבחינת חיסכון בדלק, שמירה על הרכב וכיוצא באלה. אנחנו נמצאים בתהליך במטרה לבדוק האם היכולת לנטר את התנהגות הנהג יכולה לצמצם את מספר תאונות הדרכים בארץ. מורה נהיגה שהתקין את המערכת בתוספת צג ויזואלי וקולי DFD (צג משוב לנהג), צג המציג את החריגות לנהג ומתריע עליהן בזמן אמת לנהג, דיווח על תוצאות מצוינות ומדויקות, ושהמערכת בהרבה מקרים מקדימה אותו כמורה נהיגה וחוסכת ממנו הערות לתלמידים. לטענתו אין ספק שהימצאות המערכת ברכב מחנכת את הנהגים החדשים לנהיגה זהירה ואחראית יותר, בעיקר לאחר חודשי הליווי.

על פי חזונה של "פוינטר", הרכב יהפוך להיות מרכז תקשורת. יש לחשוב על הרכב עצמו כצרכן ויצרן תקשורת גדול, כאשר נהג הרכב הוא רק אחד המשתמשים בתקשורת. מספר דוגמאות ממגוון השירותים שהרכב יכול להשתמש בהם: מולטימדיה בטכנולוגית אנדרואיד, שמאפשרת לגלוש (עם מנגנון הגנה שמונע גלישה בזמן נהיגה), חיבור לערוצי תוכן וטלוויזיה למושב הילדים מאחור, סליקת כרטיסי אשראי, הקצאת קילומטראז' לנסיעות פרטיות בצי רכב, ביטוח רכב תלוי שימוש (Pay As You Drive - PAUD), העברת מידע למוקד, יכולת שמירה על סחורה בהעברה באמצעות חיישן דלת ומצלמה שמנטרים פריצה לתאי מטען.

מערכת התקשורת מאפשרת גם ביצוע דיאגנוסטיקה מרחוק בזמן אמת המבוססת על מערכות FMS ו-OBD, כך שמנהלים של צי הרכב ו/או המוסך המטפל יכולים לראות אם יש רכבים בצי הזקוקים לטיפול. למשל - הקיץ הצלנו מעל 50 משאיות שחום המנוע שלהם עלה מעל 100 מעלות והנהג לא שם לב. במקרה

המשך בעמוד 82

ייעוץ והשוואת משכנתאות

קרן השתלמות

קרן פנסיה

קופת גמל

ניהול תיקים

ביטוח רכב

RAK.CO.IL
לנהל את הכסף שלך נכון

RAK לוקח את זירת הפיננסים צעד אחד קדימה עם ממשק חדש וידידותי, ומזמין אתכם להשוות בין הצעות המחיר של החברות המובילות בישראל, ולבחור את ההצעה המשתלמת ביותר עבורכם.

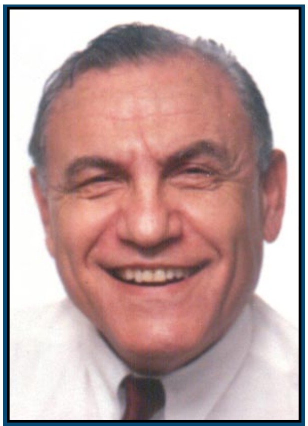
RAK

האתר להשוואת ביטוח ופיננסים

מקבוצת גלובס

Lead

שפה חדשה בעולם הנדל"ן



לוי יצחק

מנכ"ל ובעלים "לוי יצחק שמאות וסקרים"

• לאחר הצלחת תהליך ההטמעה של קודי הרכב של מחירון לוי יצחק בכל תעשיית הרכב וביטוחי הרכב מועתקת השיטה גם לעולם הנדל"ן • כל דירה מקבלת קוד שמוביל ישירות ובאופן חד ערכי למיקום שלה ובכך, בתוספת מספר החדרים אפשר לקבוע בקלות את שוויה.

השמאי הלאומי **לוי יצחק** פועל להטמעת שפה חדשה בעולם הנדל"ן הישראלי. לאחר הטמעתו המוצלחת של קוד הרכב על פיו בנוי המחירון לרכבים משומשים, פועל לוי יצחק להטמעת קוד מקביל בעולם הנדל"ן.

קוד המיקום שלוי יצחק פועל להטמיע בשפה הנדל"נית כולל 6 ספרות, שייצגו את מיקום הדירה המקודדת - באופן הבא: קוד של שתי ספרות לעיר, קוד של 2 ספרות לשכונה וקוד של 2 ספרות לרחוב. באופן זה יוצר לוי יצחק קוד חד ערכי שמראה את מיקום הדירה, המהווה את אחד הפרמטרים החשובים ביותר לתמחור הנכס. את הקוד החדש, שכלול כבר במחירון הדירות העדכני של לוי יצחק, אפשר להפעיל על כל דירה בחמישים הערים הגדולות בארץ. "כל שנותר לעשות הוא להוסיף כאמור, את מספר החדרים, אך גם ניתן להוסיף את מאפייניה הייחודיים של הדירה, ולקבל בדיוק יחסי את המחיר", הוא מסביר את ההיגיון העומד מאחורי השיטה.

"ברגע שחברות הביטוח יטמיעו את הקוד הזה במערכות המידע והמחשוב שלהן, הן יגלו כי ניהול עסקי ביטוח הדירה הופך לפשוט ביותר, כאשר אין צורך להסתבך בפרטים מרובים על אודות העיר, השכונה והרחוב. כאשר תיווצר שפה אחידה בין הסוכנים, החברות והשמאים - הדו-שיח יהיה יעיל הרבה יותר", הוא מסביר.

> "ברגע שחברות הביטוח יטמיעו את הקוד הזה במערכות המידע והמחשוב שלהן, הן יגלו כי ניהול עסקי ביטוח הדירה הופך לפשוט ביותר"

בנוסף, חברות הביטוח יוכלו לדייק יותר בקביעת פרמיות הביטוח על ידי השימוש במחירון. לדבריו, הדבר חשוב שבעתיים כאשר מדובר בביטוח נגד רעידת אדמה, **כולל ערך קרקע.**

פה המקום לציין, כי ביטוח רעידת אדמה כולל ערך קרקע, תופס תאוצה וחברות ביטוח רבות וסוכנים כוללים ביטוח זה בפוליסות הביטוח. אין צורך להרבות בדברים היתרונות של ביטוח דירה כולל קרקע למבוטח, לסוכן ולחברת הביטוח.

לוי יצחק מציג גורמים נוספים שירוויחו מהעניין, ובהם בנקים למשכנתאות, מתווכי דירות, סוחרים וכל מי שיש לו נגיעה בתחום הנדל"ן. "במקום שבנק למשכנתאות ישלח שמאי מקרקעין לפני מתן הלוואה לדיור - ניתן לקבל את המידע ממחירון הדירות ולחסוך כסף רב", מסביר לוי יצחק.

"אנו מעריכים כי מי שיקבל את התועלת הרבה הם הגופים המוסדיים המטפלים במספר רב של דירות". למרות זאת, מנגנון הקידוד מוצג גם במחירון המודפס, אך גם באתר האינטרנט, בו הוא פתוח לשימוש חינם לציבור הרחב.

"שיטת הקידוד לרכבים יצרה מהפכה", מעיד לוי יצחק. "כיום כולם משתמשים בקוד לצורך ביטוח, מכירה, הזמנת חלפים". במקום לתאר בכל פעם את סוג הרכב והמודל, משתמשים בקוד מספרי פשוט - והעבודה כולה הופכת לפשוטה הרבה יותר. כעת פועל לוי יצחק לעשות מהפכה ושפה אחידה גם בתחום הנדל"ן.

הסבר מבנה קוד מיקום

קוד העיר: 28 אור יהודה, קוד השכונה: 02 קריית גיורא, קוד הרחוב: 14 אבנר

קוד העיר	קוד השכונה	קוד הרחוב	קוד מיקום
28	02	14	280214

טקסטואל

בשנת 2013 הובילה איתוראן למעצרן של 129 חוליות גנבים
תוך סיכול בפועל ומניעת גניבתם של כ-9,635 כלי רכב
בשווי כולל המוערך ב-874,360,000 ש"ח.

איתוראן
איתך לאורך כל הדרך

שיחת פוליסה עם ג'קי רוזנברג, מנכ"ל "דורות של סוכנים" על הידע והתמיכה שהוא מעניק לסוכנים

מקצועיות וניסיון הם הערך המוסף שלי לסוכני "דורות של סוכנים"

ג'קי רוזנברג

מנכ"ל "דורות של סוכנים"

אני דואג לתת לסוכנים מוצרים וכלים להגדיל את תיק הביטוח שלהם, ממריץ ומדרבן את הסוכנים, ובשביל זה הם עובדים איתי

"הערך המוסף של '**דורות של סוכנים**', הזרוע האלמנטארית של '**דורות**', הוא הידע המקצועי והניסיון שצברתי לאורך שנותיי בענף הביטוח" - כך אומר **ג'קי רוזנברג**, מנכ"ל "**דורות של סוכנים**". לדבריו, הייחוד של "דורות" לעומת סוכנויות אחרות הוא הערך המוסף שהוא, כבעל ניסיון של כ-40 שנים בענף הביטוח, מעניק לסוכנים העובדים אתו - מקצועיות וניסיון רב בענף.

רוזנברג פעיל בענף משנת 1975. הוא גדל ב"**אררט**" שמוזגה לתוך "**כלל ביטוח**", ובתפקידו האחרון שימש בה כמנהל מחוז הדרום. בהמשך עבר ל"**מעוז**", מקבוצת "**מגדל**" - גם שם ניהל את מחוז הדרום.

ב-1998 "חצה את הקווים" ועבר לצד של סוכנויות הביטוח. לפני כשש שנים חבר ל"דורות", שהינה סוכנות שמתמחה בביטוחי חיים ובריאות, והקים את הזרוע האלמנטארית "**דורות של סוכנים**", בה הוא שותף ומשמש כמנכ"ל. הסוכנות פועלת עם כ-90 סוכנים פעילים, ורושמת פרמיה שנתית של מעל 100 מיליון שקל. ב-2013 ייצרה תפוקה של 107 מיליון שקל, וב-2014, מעריך רוזנברג, היא תייצר תפוקה של מעל 120 מיליון שקל.

• למה שסוכן הביטוח יעבוד עם "דורות של סוכנים"?

רוזנברג: זה בדיוק מה שאני שאלתי את עצמי עם הקמת הסוכנות ב-2008. והתשובה: הידע המקצועי שרכשתי בעבודתי בחברות הביטוח בתחום האלמנטארי. בעברי ניהלתי את המחלקה לביטוח משנה וסיכונים מיוחדים וצברתי ידע רב בניהול סיכונים. את הידע הזה אני חולק כיום עם הסוכנים שלנו.

הסוכן לא צריך אותי ביום יום לביטוחי רכב ודירה הנחשבים לביטוחים סטנדרטיים. בביטוחים אלה הסוכנים נהנים מיתרון הגודל

"דורות של נהגים" יכולה לייצר לסוכן רווח נוסף של אלפי שקלים בחודש

כחלק מהמאמץ של מנהלי "**דורות**" לייצר ערך מוסף ורווחי לסוכני הביטוח, הם פיתחו את כתב השירות "**דורות של נהגים**". "חבילות שירותי הדרך נמכרות במרבית המקרים בתוספת לפוליסת הרכב, כאשר העלות הבסיסית לסוכן היא כ-220 שקל לחבילה, וסוכני הביטוח מוכרים אותה בכ-400 שקל ואף מעבר לכך", מציין **ג'קי רוזנברג**, מנכ"ל "**דורות של סוכנים**", הזרוע האלמנטארית של סוכנות "דורות". הוא מוסיף כי "דורות" הצליחה להפחית מאוד את העלות של כתב השירות לסוכן, כך שהרווח הפוטנציאלי גבוה בהרבה.

בעקבות משא ומתן עם חברת שירותי הדרך "**ממסי**" ופילוח התביעות שלה, התברר ל"דורות" כי שיעור התביעות עומד על כ-15%. "גילינו שאנחנו יכולים להרוויח 85% מהעסקה הזה", אומר רוזנברג.

"דורות של סוכנים" חתמה על הסכם מול "ממסי" לפיה "דורות" תרכוש מ"ממסי" את כתב השירות המלא, כאשר "דורות" והסוכן יישאו בסיכון של הגרירה והחלופי, ו"ממסי" תיקח את סיכוני השמשות על עצמה.

• האם זה כדאי לסוכן הביטוח?

רוזנברג: כמובן. הסוכן קונה מאתנו את כתב השירות ב-85 שקל בלבד (במקום ב-220 שקל שאותם הוא קונה מחברות שירותי הדרך שאיתן הוא עובד) ובכך חוסך למעלה מ-100 שקל למנוי, ובניכוי התביעות הוא יכול להרוויח היטב.

על פי חישובינו, סוכן שמוכר כ-100 מנויים לחודש יכול להגדיל את הכנסתו בעוד 10,000 שקל לחודש וזאת מעבר לרווח שהוא מקבל מחברות הגרירה.

במרבית המקרים הלקוח מקבל מהמוסך רכב חלופי, ומפעיל אותנו רק במקרה של אובדן מוחלט או גניבה (גם זה מוגבל ל-30 יום, שאז חברת הביטוח חייבת לשלם).

כשנגיע למסה הנכונה של המנויים נחזיק בעצמנו רכבים שישמשו כרכבים חלופיים, מה שיחסוך עוד יותר בעלויות וישפר את הרווחיות.

• האם יש כבר תוצאות?

רוזנברג: יש לנו כבר 2,500 מנויים ואנחנו מצפים להגיע למכירות של 20 אלף כתבי שירות בשנה הראשונה.

המשך בעמוד 92 ‹‹‹

ארועטי ברמן gps

שלמה Sixt
רשת מוסכים ושירותי דרך

מתחייבת להמשיך להוביל ולהיות
חברת הסוכנים הגדולה ביותר בישראל!!!

תמיד
כן!

סוכן עצור! אם אתה עוד לא איתנו, הצטרף כעת!
מקומך רק עם הטובים ביותר!

תמיד כן.
שלמה SIXT
רשת מוסכים ושירותי דרך

הצטרף עכשיו
6448*
www.shlomo.co.il

הפוליסה התקנית של הדירה אל מול הטיוטה החדשה

מאת עו"ד ג'ון גבע

בשנת 1986 התקין שר האוצר את תקנות הפיקוח על עסקי ביטוח (תנאי חוזה לביטוח דירות ותכולתן), אשר קבעו, בין היתר, כי הפוליסה בחוזה ביטוח דירה ותכולתה תהיה לפי התנאים והנוסח המפורטים בתוספת (להלן: "הפוליסה התקנית"). הפוליסה התקנית קבעה תנאים מינימאליים לביטוח נזקי דירה ותכולתה וחברות הביטוח מחויבות לתכני הפוליסה התקנית ואין לשנותם אלא לטובת המבוטח.

שר האוצר ערך רוויזיה מקיפה בפוליסה התקנית ולפני כשנתיים פרסם טיוטת תיקונים ושינויים. התאחדות חברות הביטוח ולשכת סוכני הביטוח הגישו השגות והתייחסות לטיוטה זו. לאחר דיונים בהתייחסויות השונות פרסם לאחרונה שר האוצר, באמצעות הפיקוח על הביטוח, טיוטה נוספת (להלן: "הטיוטה האחרונה").

בכתבה זו נביא מספר עניינים מהותיים (מטבע הדברים לא נוכל לסקור את מכלול השינויים ונתמקד, כאמור, רק בחלק מהשינויים), אשר מופיעים בטיוטה האחרונה ויודגש, כי מדובר בתקנות עליהן צריך לחתום שר האוצר שאינן מהוות מהדורה סופית ומחייבת, אבל יש בה כדי ללמד על המגמות לתיקון הפוליסה התקנית.

ביטול הפוליסה על ידי המבוטח: לפי התנאי בפוליסה התקנית, רשאי המבוטח לבטל את הפוליסה בכל עת שהיא לפני תום תקופת הביטוח, ובלבד שהודעה על כך תישלח למבטח בדואר רשום 21 ימים לפחות לפני התאריך שבו תתבטל הפוליסה. **בטיוטה האחרונה** מוצע, כי הביטול ייכנס לתוקף במועד שבו נמסרה על כך הודעה למבטח או במועד מאוחר יותר בהתאם לבקשת המבוטח.

ביטול הפוליסה על ידי חברת הביטוח: **בפוליסה התקנית רשאי המבטח** לבטל את הפוליסה בכל עת לפני תום תקופת הביטוח לפי שיקול דעתו, ובלבד שהודעה על כך תישלח למבוטח בדואר רשום 21 ימים לפחות לפני המועד בו צפויה הפוליסה להתבטל. עד עתה לא חויבו חברות הביטוח לנמק את הסיבה לביטול הפוליסה. **בטיוטה האחרונה** מוצע, כי המבטח יהיה רשאי לבטל את הפוליסה אך ורק מסיבות של **מרמה** מצד המבוטח או בשל **אי גילוי** נאות של פרטים שנשאל טרם הוצאת הפוליסה. על המבטח לשלוח למבוטח הודעת ביטול בדואר רשום **45 ימים לפני תאריך הביטול** ולכלול בה את **הנימוקים** לביטול. בביטול בשל מרמה או אי גילוי כאמור, אין כדי לגרוע מזכויות המבטח לפי כל דין, ובניהם ביטול מוקדם יותר בגין אי תשלום פרמיה או ביטול תוך 30 ימים בגין החמרת הסיכון. כאן מתקיים מנגנון מיוחד של ביטול הפוליסה התקנית לדירה מסיבות אחרות כפי שפירטנו לעיל.

תכשיטים: בפוליסה התקנית רשאי המבטח לפי שיקול דעתו לבחור באחת או יותר מדרכי הפיצוי הבאות בגין אובדן או נזק לתכשיט: תשלום במזומן עבור ערך האובדן או הנזק, תיקון התכשיט והבאתו למצב הדומה למצבו ערב קרות הנזק או החלפת התכשיט או חלק ממנו בפריטים מאותו סוג ואיכות של אלו שאבדו או ניזוקו. התברר, כי חלק מחברות הביטוח היו מחליפות את התכשיט שנגנב בתכשיט אחר, שאיכותו ירודה יותר ושווין נמוך יותר או לחלופין מציעות פיצוי במזומן בשיעור נמוך משמעותית משווי התכשיט המבוטח. בשל ייחודיות שקיימת בתכשיטים ובשל היותם בעלי ערך מיוחד למבוטח, מוצע בטיוטה האחרונה, כי דרך הפיצוי בגין נזק או אובדן לתכשיטים תהיה **בקבלת תשלום מזומן** בלבד, אלא אם כן ניתן לספק למבוטח **תכשיט זהה** לזה שניזוק או אבד. לשכת סוכני הביטוח הביעה עמדה, כי דרך הפיצוי כפי שצוינה בטיוטה האחרונה, עדיין רחבה מדי וחברות הביטוח עלולות לפרש את הסעיף לטובתן, על כן, היא מבקשת להגדיר את הסעיף באופן כזה שלא יאפשר פרשנות. יתירה מזאת, לשכת סוכני הביטוח סבורה, כי יש להבהיר שתכשיט, אשר בוטח ושולמה בגינו פרמיה, יוחזר שווי המלא למבוטח ללא קיזוז כלשהו.

שווי תכשיטים שלא נכללו בהערכה או סקר: בפוליסה התקנית ובטיוטה האחרונה, הגבלת האחריות של המבטח היא עד 10% מסכום ביטוח התכולה לגבי תכשיטים שלא בוצעה לגביהם הערכה ע"י סוקר של חברת הביטוח. עמדת לשכת סוכני הביטוח היא שבמציאות של היום, כיוון שרמת החיים של התושבים עלתה (התקנות המקוריות הינן משנת 1986) יהיה נכון וראוי לקבוע את הגבלת אחריות המבטח עבור תכשיטים על שיעור של 20% מהתכולה המבוטחת.

על פי הפוליסה התקנית, במצב של הוספת סיכון, תכשיטים יהיו מכוסים בביטוח תכולה בהיותם מחוץ לדירה, בפיצוי המוגבל בשיעור של 5% מסכום ביטוח התכולה, אך לא בסיכון גניבה, לא בעת הימצאם ברכב כלשהו ולא בעת הימצאם בחוץ לארץ (הפחתת הפיצוי לאור הוספת הסיכון). לעומת זאת, על פי הטיוטה האחרונה, מוצע שתכשיטים יהיו מכוסים בביטוח תכולה בהיותם מחוץ לדירה בפיצוי המוגבל בשיעור של 3% מסכום ביטוח התכולה, אך לא בעת הימצאם ברכב כלשהו, או בעת הימצאם בחוץ לארץ. לשכת סוכני הביטוח סבורה, כי הפחתת הפיצוי בטיוטה האחרונה פוגעת במצבו של המבוטח לעומת הפוליסה התקנית.

תת ביטוח (ביטוח חסר): עקב מקרים רבים של העלאת טענות בגין ביטוח חסר (כשהתוצאה הינה תשלום מופחת של תגמולי ביטוח) מוצע בטיוטה האחרונה לבטל כליל אפשרות של ביטוח חסר.

רעידת אדמה: הפוליסה התקנית מכסה סיכון של רעידת אדמה למבנה הדירה ולתכולתה, אלא אם כן ויתר המבוטח במפורש על כיסוי זה בחתימתו על נספח נפרד לטופס ההצעה והדבר מצוין במפרט הפוליסה. בשל חשיבות נושא רעידת אדמה, מוצעת **בטיוטה האחרונה**, חובת **תיעוד** ל"נספח ויתור" לגבי סיכון רעידת אדמה על ידי המבטח. מבוטח, המעוניין בוויתור על כיסוי רעידת אדמה, יחתום על הוויתור הנ"ל לא רק בעת הקמת פוליסה חדשה אלא גם בכל שנה בעת **החידוש**. התברר, כי בעת חידוש פוליסת הדירה, קיימים מצבים רבים בהם לא חתמו המבוטחים על כתב ויתור ולכן חויבו אוטומטית בפרמיה נוספת בגין כיסוי רעידת אדמה. עוד התברר, כי מבוטחים רבים כלל לא ידעו, כי הם יכולים לוותר על הכיסוי לרעידות אדמה (ולשלם פרמיה נמוכה יותר מחד גיסא, אך להיות חשופים לנזקי רעידת אדמה מאידך גיסא).

בטיוטה האחרונה הודגש, שמקרה ביטוח **"צונאמי כתוצאה מרעידת אדמה"** יתווסף לכיסוי כחלק מרעידת אדמה. על כן, אם מבוטח ויתר על כיסוי רעידת אדמה, המשמעות היא, כי בחר לוותר **גם** על כיסוי של נזקים בעקבות **צונאמי**. עולה השאלה: האם רעידת אדמה, שאירעה באזור כלשהו

מחוץ למדינת ישראל, והובלה גל צונאמי למישור החוף, תכוסה במסגרת ההרחבה...? הרי הנוסח בסעיף ההרחבה הוא "רעידת אדמה למבנה הדירה או לתכולה".

נזקים בגין סערה: בפוליסה התקנית מוגדר מקרה ביטוח כאובדן או נזק שנגרמו לדירה בתקופת הביטוח כתוצאה מסיכונים שונים, למשל, סיכון הנכלל בפוליסת הביטוח הינו "סערה", לרבות גשם, שלג וברד שבאו בעת סערה". חברות הביטוח נשענו על קביעות הרשות המטאורולוגית, המגדירה "סערה" כרוחות במהירות 50-60 קשר. קביעה זו, אשר כמעט ואינה מתרחשת בישראל, גורמת למבוטחים רבים לא להיכלל בגדר הסעיף. לאור קושי זה, שונה הנוסח בטיוטה האחרונה ל"**רוח שמהירותה עולה על 30 קשר, לרבות גשם שירד באותה עת, שלג או ברד**". יחד עם זאת, לשכת סוכני הביטוח חוששת שהוספת המלים "שירד באותה עת" עלולה להקשיח את עמדות חברות הביטוח בהקשר לנזק, שנבע מסערה שקדמה או התחוללה **בסמוך** לאירוע, ובמקום לפצות מבוטח על נזק ממשי, ייאלצו מבוטחים רבים להתווכח על ההגדרות. לפיכך סבורה לשכת סוכני הביטוח כי יש לבטל את המלים "שירד באותה עת".

גינה: לפי הפוליסה התקנית, המונח "דירה" אינו כולל את הגינה. מבוטחים רבים משקיעים כסף רב בגינות ובצמחייה, אשר נפגעות בעת מקרי טבע או אש וחברות הביטוח אינן משלמות תגמולי ביטוח בגין נזקים לגינות (ידועים אירועי שריפות אשר במהלכן נפגעו גינות בשווי של עשרות אלפי ואפילו מאות אלפי שקל ללא פיצוי כלשהו). לשכת סוכני הביטוח סבורה, כי צריך לכלול את המונח "גינה, צמחים ועצים" בהגדרת דירה, כך שגם אלה יהיו מכוסים במקרים של נזקים.

מחסנים: למרות שבפוליסה התקנית ובטיוטה האחרונה, המושג "דירה" כולל את כל החלקים הקבועים של הדירה או המחוברים אליה חיבור של קבע, עמדת לשכת סוכני הביטוח היא שצריך להוסיף לטובת המבוטחים בהגדרת דירה, גם "מחסנים ומבני עזר המשמשים את הדירה".

הרחבה לנזקי צד ג': בטיוטה האחרונה נוספה הרחבה (אופציונאלית) לעניין חבות של המבוטח, בני משפחתו או עובדי משק ביתו, כלפי נזקי צד ג'. כלומר, ההרחבה חלה בשל נזקי גוף (מוות, מחלה, פגיעה או ליקוי גופני, ליקוי נפשי או ליקוי שכלי) ונזקי רכוש (נזק או אבדן לרכוש) שייגרמו לצדדי ג' - שאינם המבוטח עצמו, בני משפחתו, עובדיו (אשר בינם לבין המבוטח מתקיימים יחסי העסקה) או עובדי משק ביתו ("עובד בשירותו הישיר של המבוטח המתגורר בדירה המבוטחת") - עת נגרם הנזק בדירה המבוטחת או בסמוך לה, והחבות לנזק חלה או עשויה לחול על המבוטח, מי מבני משפחתו המתגוררים בדירה או עובדי משק הבית כמשמעם לעיל. לשכת סוכני ביטוח סבורה, כי יש לנסח את ההרחבה באופן שתחול גם לגבי נזקים שייגרמו לעובדי משק הבית, כאילו היו צדדים שלישיים לכל דבר ועניין.

מחשב נייד: על פי הפוליסה התקנית, בהגדרת תכולה מוגדר "ציוד ומלאי המשמשים לעסק". רוב חברות הביטוח פירשו סעיף זה לטובתן מתוך רצון לדחות תביעות מבוטחים. לפיכך, במקרה של פריצה לדירה שבה נגנב מחשב נייד למשל, הנמצא דרך קבע בבית אך משמש את המבוטח גם לצורך עסקו, קבעה חברת הביטוח שמדובר ב"ציוד ומלאי המשמש את העסק" ולכן לא נכלל בגדר הפוליסה. הגדרה זו שונתה בטיוטה האחרונה ל"ציוד ומלאי המשמשים לעסק בלבד" וגם לחריג זה ניתן לציין אחרת בדף פרטי הביטוח. על פי לשכת סוכני ביטוח יש לשנות את ההגדרה "למלאי או ציוד שהוא עסקי בלבד, ולא ניתן לעשות בו כל שימוש אחר מלבד שימוש לצורכי העסק". הגדרה זו תחול למשל על מצב בו חדר עבודה הופך לקליניקה של רופא שיניים או קוסמטיקאית עם ציוד מיוחד באופיו. לטענת הלשכה, לעורך דין או לסוכן ביטוח למשל, שיש לו פינת עבודה בבית, אין כל שינוי ברמת הסיכון של חברת הביטוח.

החלפת דירה: על פי הפוליסה התקנית, אם מבוטח החליף את הדירה בתוך תקופת הביטוח ועבר לדירה אחרת, יוכל המבוטח בהודעה למבטח, להעביר את הכיסוי לפי הפוליסה לדירה החדשה, כך שהכיסוי בעבור הדירה והתכולה ימשיך להיות בתוקף בדירה החדשה. על פי הטיוטה האחרונה, מועד תחילת הכיסוי יהיה בהתאם להודעת המבוטח ובהתאם לתנאי הפוליסה הקיימת. כמו כן, בתקופת המעבר בין הדירות, פוליסת הביטוח תכסה גם תכולה שנותרה בדירה הקודמת ולתקופה שלא תעלה על שלושה ימים.

נושאים נוספים מפורטים בטיוטה האחרונה ואולם קצרה היריעה במסגרת כתבה זו לפרטם. לסיכום יש לציין, כי הטיוטה האחרונה עדיין אינה בתוקף.

לסיכום - מדובר בפוליסה תקנית עליה חותם שר האוצר. הפיקוח על הביטוח רואה בפוליסה התקנית את הפוליסה הבסיסית המינימאלית שאמורה להתאים למרבית הציבור בישראל. יש לקוות, כי חברות הביטוח יוסיפו שינויים בפוליסה התקנית לטובת המבוטחים, שכן הפוליסה התקנית נועדה, בין היתר, להגן על המבוטח ולאזן את פערי הכוחות בין המבטח כצד החזק לבין המבוטח כצד החלש. לאור זאת, מבטח רשאי לשנות תנאי מתנאי הפוליסה התקנית אך ורק אם השינוי הוא **לטובת המבוטח**.

"בזכות המיזוג בשיטת אורלן הפעילות גדלה מאוד וההוצאות היחסיות הצטמצמו משמעותית"

דרור נחשון 16 שנה באורלן

מידע נוסף באתר: www.orlan.co.il

אורלן סוכנות לביטוח (1994) בע"מ מקבוצת מגדל

20 1994-2014

שירותי ענן המסייעים בניהול פוליסת ביטוח רכב

מאת אורי מימון

מנכ"ל ובעלים של "מ.ר.מ - מידע רכב ממוחשב"

שירותי ענן מחוללים מהפכה ארגונית בחברות הביטוח. שירותי CRM, ניהול פוליסה כבר מיום החיתום ועד ניהול הסיכונים - נעשים בשיתוף כל הגורמים בהישענות על שרתי ענן בכל זמן נתון.

"**מ.ר.מ - מידע רכב ממוחשב**" פיתחה מערכות תמיכה בשרתי ענן לניהול תחום הרכב בחברת הביטוח - מערכות המאפשרות לחברת הביטוח לנהל את כל הגורמים החיצוניים במערכת אחת.

שרת הענן מאפשר גישה למשתמשי הקצה באמצעות האינטרנט ובאמצעות מערכת ה-GPRS מכל מחשב, טאבלט, או טלפון חכם. שילוב התקשורת מאפשר לשלב עבודת משרד וקשר תפעולי עם כל הגורמים - מבוטח, גורמי שירות גרירה, הצלה, מוסכים, ספקי חלפים ועוד.

תהליך קבלת הרכב לביטוח: בעולם עדיין מקובל לבדוק את כלי הרכב בשלב קבלת הרכב לביטוח. באמצעות אפליקציה ייעודית מבצע המבוטח או עובד מטעם המבטח את בדיקת הרכב - מצב הרכב, מיגונים ועוד. בדיקה זו מועברת מיידית לשרת הענן וניתנת לצפייה מקוונת על ידי המבטח.

קשר CRM עם בעל הרכב: באמצעות האפליקציה יכולה חברת הביטוח להעביר מסרים ישירים לבעל הרכב, להעביר מסמכים בינה לבין המבוטח, לפרסם ישירות למבוטח מבצעי ביטוח ועוד.

אירוע תאונתי: הקשר עם המבוטח במהלך אירוע תאונתי הינו חשוב מאוד ומאפשר ניהול צמוד לאירוע. הזמנת כוחות הצלה, גרר, תיעוד האירוע והעברת המידע אודות התאונה למוקד המבטח.

כל התהליך מנוהל באמצעות אפליקציה ייעודית המאפשרת למבוטח לנהל את האירוע על ידי הדרכה ברורה והנחיות "מה עלי לעשות".

במדינות אירופה נכנסים לתהליכי יישום של חיוג על ידי לחצן מצוקה (Ecall). בשלב זה ההחלה נדחתה ל-2017, אך ברור לכל כי האחידות לניהול המצוקה תיכנס בסופו של דבר לתוקף ובכל רכב יהיה לחצן מצוקה שישדר את מיקום הרכב ל-Call Center ייעודי שינוהל במדינה על ידי שירותי ההצלה.

היכולת לתת למבוטח פתרון לניהול תאונה מתקבלת בברכה אצל מבוטחים רבים ומסייעת להם לפעול ברוגע במהלך אירוע טראומטי. קיימת חשיבות רבה לניהול האפליקציה בזמן אירוע תאונתי. קבלת תמונות הרכב הניזוק ותיעוד של תמונות צד ג' יפחיתו הוצאות ניכרות מעלויות הנזק.

האפליקציה מפנה את המבוטח לגורר או למוסך העובד בשיתוף חברת הביטוח. מרגע זה מתחיל ניהול התאונה. הדסק בחברת הביטוח מפנה שמאי באמצעות המערכת ומעביר הזמנה למוסך ההסדר.

שמאי הרכב (ובמדינות מסוימות המוסך) מכינים אומדן נזק ראשוני Online המבוסס על נתוני החלפים של יצרני הרכב. השמאי והמוסך מגיעים להסכמות ובמידת הצורך בהתאם לתנאי הפוליסה מגדירים את החלפים שישמשו את המוסך בתיקון, כולל גישה לזירת חלפים מקוונת להזמנת חלפים תחליפים במידה ואלו אכן משתתפים בתיקון.

חברת "מ.ר.מ" מפעילה זירות מסחר לחלפים במספר שווקים בעולם כשהגדולה מביניהן מופעלת בבריטניה באמצעות החברה בת שלה - **Auto3P UK**.

כל התהליך מתבצע תוך דקות בודדות והמסמך המוגמר מועבר לחברת הביטוח ולאפליקציה שברשות המבוטח.

השלב הסופי הינו קבלת חיוב ממוחשב המגיע מהמוסך לחברת הביטוח. במהלך העברת קובץ החיוב מבצעת חברת "מ.ר.מ" בדיקה אוטומטית לחיוב אשר בודק האם החיוב עומד בהתאם למחירים שנקבעו באומדן ולמחירי החלפים בהתאם למחירים אצל היבואנים השונים, או בהתאם לתוצאות זירת המסחר.

חברות ביטוח שמעוניינות יכולות לשלב בתהליך הכולל גם את מרכיב ה"ביטוח לפי שימוש" (UBI) המסופק במלואו על ידי שרתי הענן של חברת "מ.ר.מ". השירות מאפשר לקבל מעבר לנתוני השימוש ונהיגת המבוטח מידע בזמן אמת לגבי אירוע תאונתי או שימוש ברכב שלא ברשות.

שירביט

הבחירה הנכונה

בגלל
המקצועיות!

בגלל
האנשים!

בגלל
המשפחתיות!

בגלל
השירות!

בגלל
החדשנות!

מתאים לי

בגלל
היעילות!

SHIRBIT שירביט
חברה לביטוח בע"מ

להצטרפות 076-8622522

אלמנטרי שתמכור אלמנטרי! הכי אלמנטרי שירביט

למה ערן זהבי צריך סוכן שחקנים וסוכן ביטוח לא צריך סוכן סוכנים?

מאת מיקי קופל

מנכ"ל ובעלים של
KOPELL GROUP

עולם סוכני הביטוח בישראל משתנה. זו עובדה קיימת. סוכני ביטוח מתבגרים בגילם, מספר הנכנסים לענף נמוך יחסית לעבר, הדור השני והשלישי חוששים להיכנס לשוק משתנה בו העמלות מתכווצות, הרגולציה קשוחה יותר והעתיד כנראה מצריך אורות טובים כדי להסיר את הערפל הקיים.

ענף סוכני הביטוח בישראל מונה 12,811 סוכנים, בתוכם עובדי חברות ביטוח, עובדי בנקים, בתי השקעות ופקידות במשרדים. 6,149 מבניהם הם סוכני ביטוח לתחום האלמנטארי - 47.9% בסך הכל. בשנת 2010, על פי נתוני הפיקוח על הביטוח בדוח מסכם שנת 2013 לפרק סוכנים, מצוין כי מספר הסוכנים לתחום הכללי היה 6,018, כלומר עלייה של 131 סוכני ביטוח בלבד בשלוש שנים. מדובר באותם סוכני ביטוח ששילמו את רישיון סוכן הביטוח והוא אכן בתוקף. ניתן גם להדגיש כי ישנם סוכנים חדשים הכלולים במספר שצוין, וכן מספר סוכנים שעזבו במהלך השנים אך הגידול המזערי בתחום מדאיג.

לאן בעצם הולך הענף? כאחד המתבונן בענף מהצד, אך מכיר את כל סוכני הביטוח בארץ, אני יכול לציין, גם על פי הנתונים שהתפרסמו, שהגיל הממוצע של סוכני הביטוח רק הולך ומתבגר. מבלי לציין מספרים מדויקים, נציין כי זהו נתון שלא נשאר יציב או יורד, כיוון שאין כניסה מאסיבית של סוכני ביטוח צעירים. יגידו אחרים, שטוב שהשוק מצטמצם ונתח השוק של סוכני ביטוח אחרים יגדל, או נתח השוק של סוכנויות מגה יגדל. אך מישהו צריך להרים את הכפפה ולראות לאן זה הולך.

יש כבר כיוונים. אני רואה בשנים האחרונים יותר חיבורים ומיזוגים, יותר קניות ומכירות של תיקים, וכאמור חיבור לסוכנויות ביטוח אב, בהן יש פתרון לסוכני ביטוח שאין להם דור המשך. ואני עדיין לא מדבר על פתרונות מקצועיים, או פתיחת מספרי סוכן בחברות ביטוח, או בבתי השקעות.

לכן, אנו רואים בנתוני הפיקוח שמספר סוכנויות הביטוח הפעילות, הן בעצם תאגידים שגדלים באחוזים פי חמישה לעומת הגידול במספר סוכנים. חברות הביטוח צריכות להפסיק עם מכירות ישירות ללקוחות במוצרים שסוכני ביטוח מוכרים ולהתמקד בסוכני הביטוח בישראל.

בכל הקשור לעמלות, ישנה בעיה חריפה בנושא הסכמים של סוכני ביטוח מול ספקים. ספק הוא בעצם נותן שירות, חברת ביטוח, בית השקעות, בית תוכנה וכדומה. סוכן הביטוח הוא אלוף במכירות, אך אף אחד לא הכשיר אותו לניהול ולבקרה. מעטים הסוכנים שבודקים חודש בחודשו, או אפילו פעם ברבעון, את נושא העמלות וחוזרים עם משובים.

מעבר לכך, עננה כבדה מרחפת מעל אותם הסכמים, שחלק רב מהסוכנים אינם מנתחים למול דוחות שהם מקבלים. אתן דוגמה: אם סוכן ביטוח חתם מול ספק על הסכם עמלה בקסקו 27.5%, אז הוא מקבל לכל אורך הדוח 27.5% עמלה? הוא חתם על עמלת ברוטו? עמלת נטו? הנחה משותפת? הנחה בגין מרכיב בפוליסה? תוספת עמלה בגין מכירת חובה באותה חברה? עמלת רווח תיק? עמלת היקף? בונוס בגין יעדים? דמים? איך הוא יכול לבחון את כל המרכיבים שציינתי - רק אחוז קטן מהמרכיבים כדוגמה - למול ההסכם שלו.

כאשר מחפשים את הפתרון, כאן מגיע תפקידו של סוכן של הסוכנים!

סוכן ביטוח צריך "איש סוד", איש סוד אשר יבחן את ההסכמים שלו לפני חתימה או ישפר אותם לאחר מכן, סוכן של סוכנים אשר ידאג לחבר אותו לחברות הביטוח, בתי השקעות המתאימים לאופי הלקוחות שלו וידאג לשפר את עמודת הכנסותיו. סוכן אשר ידאג לייעץ לו בנושא המחשוב, שזהו אחד הדברים הכי קריטיים בנושא הניהול כיום. סוכן שיסייע ברכישת תיקים, חיבור לסוכנויות אב, צוואה נכונה אשר תשאיר את סוכן הביטוח רגוע ביום ש... כל המרכיבים הללו מורכבים ומסובכים ואם עושים אותם נכון, עם האנשים הנכונים, הדלתות תמיד תישארנה פתוחות.

יש שיאמרו שמדובר בעניין אישי מדי. נכון מאוד, אבל אתן דוגמה קלאסית מעולם הכדורגל. **יוסי בניון** חזר ארצה ל**מכבי חיפה**, אחרי כמה שנים מוצלחות אותן חווה באירופה, שם השתכר בסכומים חסרי תקדים. מדוע הוא צריך את אבי נימני כסוכן שחקנים, לחבר בינו לבין מכבי חיפה? התשובה טמונה בגוף המאמר. כי צריך לעשות את הדברים עם אנשי מקצוע טובים מאוד, כדי לעשות את הדברים נכון. **ערן זהבי** חתם על חוזה ארוך טווח ב**מכבי תל אביב** במסגרתו הוא משתכר 600 אלף יורו בשנה. הוא הגיע להסכם כזה, גם עם עו"ד וגם עם סוכן. מדוע? כי רק כשהכל שקוף ונעשה במקצועיות יש שקט נפשי.

כמה מילים על חברת "סטארט" מקבוצת KOPELL GROUP. "סטארט" גדלה משנה לשנה, והיא כבר חצתה את סף 250 אלף המנויים בשנה. ההתמקדות בסוכני הביטוח, בלקוחות וטיוב נושא השירות, הם המוטיבים העיקריים באסטרטגיה. עשינו תהליך מיתוג מחדש שהביא לתוצאות יוצאות מן הכלל בשיווק המוצרים.

לאחרונה עלה קמפיין של לשכת סוכני הביטוח שנועד להוות "קונטרה" למסע הפרסום השלילי אותו מנהלת "ביטוח ישיר" לאורך זמן נגד סוכני הביטוח. "ביטוח ישיר" יכולה להמשיך במסע ההשמצות שלה נגד סוכני הביטוח בישראל. זה לא יעזור לה. נתח השוק הגדול היה ויהיה של סוכני הביטוח בישראל - בזכות המקצועיות, ההתמדה, ההקרבה ותשלום התביעות מדי שנה. אחרי שיסכמו את כמות מיליארדי השקלים שמשולמים מדי שנה בגין תביעות באמצעות סוכני הביטוח, הציבור יבין מדוע יש להעדיף את סוכני הביטוח על פני חברות ביטוח ישיר.

אני סמוך ובטוח שהלשכה החזקה תדע להתמודד במערכה מול "ביטוח ישיר" לחיזוק מעמדו ושמו הטוב של סוכן הביטוח בישראל.

עינת גורן סמוק

ביטוח חקלאי מתפתחת וצומחת ומזמינה אתכם הסוכנים לגדול ולצמוח יחד איתנו

לפרטים נוספים: מחלקת סוכנים 03-5632804 www.bth.co.il

ביטוח חקלאי

אגודה שיתופית מרכזית בע"מ

שיחת פוליסה עם אלון טאקו, מנכ"ל "גבאי סוכנות לביטוח"
על פעילות הסוכנות בתחום הקבלנים

אנו צופים ירידה בהיקף האירועים הביטוחיים בענף הבנייה כבר בשנים הקרובות

אלון טאקו

מנכ"ל "גבאי סוכנות לביטוח"

אלון טאקו, מנכ"ל **"גבאי סוכנות לביטוח"**, אומר שכשהוא בוחן את ההתפתחויות והמגמות בענף הבנייה אותו הוא מכיר על בוריו (כמבטח של מאות חברות קבלניות) אין לו ספק שתופעת ה"חפיפניקיות" ששררה לעיתים באתרי הבנייה פסה ונעלמה. "במקומה אנו מוצאים היום בביקורנו באתרי הבנייה סדר ומשמעת, כללי בטיחות הנאכפים במלוא הרצינות, שינון הוראות בטיחות המתורגמות לשלל שפות כראוי למגדלי הבבל הלשוניים הנבנים לתלפיות בארצנו", אומר טאקו.

לאורך זמן, אומר טאקו, המאמץ הגדול של הקבלנים לעבור לשיטות עבודה ממוכנות יותר, השיפור הרב בטיב חלקי המבנה הטרומיים המובאים לאתרים ומורכבים בהם אשר חוסכים שימוש בכוח אדם, ובעבודות עתירות סיכון, חייב להוביל לירידה אותה הוא חוזה בהיקף האירועים הביטוחיים בתחום.

"מנגד, יש לשים לב שבתחום התשתיות, החשוף מטבעו הרבה יותר לפגעי טבע, אנו חווים אירועי מזג אוויר קיצוניים (כדוגמת שני האירועים שהיו בחורף האחרון) ושכפי הנראה נובעים משינויים גלובליים במזג האוויר. משכך, על חברות התשתיות להיערך בהתאם ועל המבטחים/סוכנים לעזור להן בהדרכה והכוונה על מנת למנוע נזקים", כך טאקו.

"גבאי סוכנות לביטוח" קיימת זה 25 שנה ומבטחת, בין היתר, מאות קבלנים בהיקף פעילות שנתי של יותר מ-2.5 מיליארד שקל. כך צברה החברה ניסיון רב בענף והיא נחשבת לאחת הסוכנויות הבולטות בתחום.

בראש הפעילות בתחום עומד **אלון בן צור**, מנהל המחלקה לביטוח הנדסי. בן צור, שהגיע לענף הביטוח לאחר שהיה שנים רבות אחראי על השיקום הפיזי בשכונת עג'מי ביפו, מעיד שהיקפי הפעילות הקבלניים יציבים למדי בשנים האחרונות ואומר: "קשה מאוד להעריך את המספר האמיתי של התחלות הבנייה ושל הפרויקטים שנעשים, אולם אני מעריך כי השוק עומד במקום". למרות זאת, מציין טאקו בסיפוק, הפעילות של "גבאי" בתחום זה צומחת בהיקפים מרשימים.

טאקו פעיל בענף הביטוח יותר מ-16 שנה, כאשר הוא צבר את ניסיונו במספר סוכנויות ביטוח.

בשמונה השנים האחרונות משמש טאקו כמנכ"ל "גבאי סוכנות לביטוח", שבמקביל לפעילותה בתחום הביטוח הכללי פועלת גם כמנהלת הסדרים פנסיוניים - והינה אחת ממנהלות ההסדר היחידות שאינה בבעלות חברת ביטוח.

• על מה מבוססת הפעילות של "גבאי" בתחום הקבלנים?

טאקו: הסוכנות פתחה לפני כשמונה שנים מחלקה לביטוח הנדסי, במסגרתה אנו נותנים פתרונות מלאים לקבלנים, פוליסות קבלניות מסוג "כל הסיכונים", חבויות, אחריות מקצועית ומוצר, ביטוח צמ"ה, פתרונות לתחום תשתיות (כולל מול "**נתיבי ישראל**") ופתרונות ביטוחיים לפרויקטים במסגרת תמ"א 38.

• מה בעינייך הוא היתרון המרכזי של "גבאי" ללקוחותיה?

טאקו: לקבלנים מאוד חשובה זמינות הסוכן, ואני יכול לומר בשמחה שאנחנו מאוד זמינים, ניידים, ומהירי תגובה בכל הקשור לצרכים של הלקוחות שלנו.

ענף הקבלנות מתאפיין במיידיות מאוד גבוהה. לא תמיד יש אפשרות לבצע תכנון ארוך טווח, ולעיתים יש פרויקטים שיוצאים לדרך מהיום למחר. לא פעם אנחנו נתקלים בבקשה לביטוח לפרויקט שהעבודה עליו כבר החלה. לכן, הענף דורש זמינות ומהירות תגובה. אנחנו מתחייבים כלפי הלקוחות שלנו לתת להם את השירות לו הם זקוקים במהירות הרבה ביותר, ויודעים לעזור למבטחים לתת לנו מענה מהיר ויעיל.

מאפיין נוסף של העבודה שלנו הוא שאנו מרבים להימצא בשטח ונפגשים עם לקוחותינו. הענף לא יכול להתבסס על הצעות לביטוח במיילים ובפקסים והמגע האישי הוא קריטי. במהלך העבודה חייבים להגיע ליחסי אמון הדדיים בין הסוכן ללקוח.

• אילו מגמות אתה מזהה בענף הקבלנים?

טאקו: לאור החלטת הממשלה להקטין השקעות בתחום התשתיות, אנו צופים ירידה בהיקפי הפרויקטים החדשים. לעומת זאת, אנו מקווים שהמאבק הממשלתי להורדת מחירי הדיור, יביא לפעולות ממשיות להגדלת ההיצע - קרי גידול בהתחלות הבנייה.

ניצנים לכך ניתן לראות בגידול היקפים בפרויקטים של תמ"א 38, זאת כחמש שנים לאחר אישור התמ"א. מגמת העלייה בתמ"א 38 נשענת גם על העלייה החדה במחירי הדירות, שהביאה לכך שביצוע התמ"א משתלם גם ביישובים בהם בעבר לא הייתה היתכנות כלכלית לביצועם.

• כיצד הסוכנות נותנת מענה לבעיית אישורי הביטוח?

טאקו: זה אכן נושא כאוב, אבל אנחנו הצלחנו להתאים לפוליסות שאנו משווקים הרחבות וכיסויים מיוחדים שיעזרו לנו וללקוחות שלנו לצלוח את מרבית המכשולים.

• מה מדיניות החברה ביחס לטיפול בתביעות?

טאקו: תפקידו של סוכן הביטוח הוא לתת שירות ללקוח בעת צרה. במסגרת התביעה, אם וכאשר היא מגיעה, אנחנו מגיעים לשטח, ומקפידים להיות מעורבים מאוד בטיפול בה.

• כיצד אתה רואים את ענף ביטוחי הקבלנים בישראל?

טאקו: התחרות מאוד קשה גם בין החברות וגם בין הסוכנים. לעיתים אנו מזהים מגמה של חלק מהסוכנים להורדת טיב הכיסויים הביטוחיים וזאת על מנת להוזיל את עלות הביטוח.

במערכת היחסים סוכן-חברה-לקוח אנחנו רואים את תפקידנו לא רק כשלוחי המבטח אלא גם כשלוחי הלקוח ולכן אנחנו מקפידים להתאים ולשנות על פי הצורך את ההצעות למבוטחים על מנת שיגנו עליהם כראוי בעת תביעה.

Start car
KOPELL
Kopell group

הופכים לקוחות לאוהדים

יש סוכן שחקנים...
ויש את הסוכן של הסוכנים!

רוצה לקנות או למכור תיק ביטוח?

מהיום גם לך מגיע איש סוד מקצועי, אשר ייבחן, ייעץ וישפר את ההסכמים שלך. רק סוכן של סוכנים יכול לחבר אותך לחברות הביטוח, בתי השקעות וסוכנויות אב המתאימים לאופי הלקוחות שלך כדי להגדיל את הכנסותיך למקסימום.

צור עוד היום קשר
עם מיקי קופל
miki@startcar.co.il
050-8450508

מאת ניר עובדיה

משנה למנכ"ל "אורן מזרח" מקבוצת "הפניקס"

בתי הסוכן - זירת העסקים המובילה בענף

• בתקופה זו נדרש הסוכן לחשיבה ולפעולות עסקיות ברמות גבוהות יותר ובמגוון רחב של תחומים • סוכני הביטוח חייבים לשתף פעולה ביניהם

ענף הביטוח חווה שינויים רבים ותכופים כדרך קבע, אולם נראה כי בשנים האחרונות נדרשות התאמות גדולות ומשמעותיות יותר מצד סוכני הביטוח. בעבר, ההתפתחות האבולוציונית של הסוכן התמקדה בהרחבתו והתאמתו של סל המוצרים לצד טיפול בצד ההוצאות, אולם בתקופה זו נדרש הסוכן לחשיבה ולפעולות עסקיות ברמות גבוהות יותר ובמגוון רחב של תחומים. בחרתי להתמקד במאמר זה בשני התחומים המשמעותיים ביותר לטעמי, טכנולוגיה ומיזמים משותפים.

טכנולוגיה

ההתקפות של **"ביטוח ישיר"** והניסיון להציג את סוכני הביטוח כמיושנים וכפרימיטיביים, עלובות ופוגעות שלא בצדק בציבור גדול של סוכני ביטוח שמתנהל בחזית הטכנולוגיה. יחד עם זאת, עלינו להודות כי ישנם לא מעט סוכנים, אשר חייבים לבצע קפיצת מדרגה בשילוב הכלים הטכנולוגיים בעבודתם, הן בתחום השירות והן בתחום המכירות. סימולטורים מתקדמים מספקים פתרון מהיר ומשתלם ללקוח ומאפשרים לסוכן לזכות בעסקה תוך חיסכון משאבי זמן וכוח אדם. מערכת ניהול לקוחות עדכנית, מאפשרת מתן שירות אחראי, מהיר ומבוקר במשרד הסוכן להיקף לקוחות גדול. שליטה במערכת CRM תאפשר להגדיל נתח לקוח במגוון מוצרים ושירותים, לבצע שיחות יזומות המעלות את שביעות רצונו של המבוטח ותספק שירות מהיר ויעיל ללקוח, לסוכן ולחברת הביטוח.

שיווק דיגיטלי ומכירות טלפוניות יכולים להשתלב מצוין עם הקשר האישי שמספק סוכן הביטוח, לתמוך בו ולא לגרוע ממנו. מרבית סוכני הביטוח מתחבטים בכדאיות הכלכלית שבמתן שירות נאות ללקוח וקיום פגישות כבעבר. שימוש בכלים טכנולוגיים בסיסיים כגון אתר אינטרנט, פייסבוק, אייפד, מערכת להקלטת שיחות שמאפשרת ביצוע מכירות טלפוניות ועוד, מחזקים את הקשר עם לקוח הקצה, את מעמדו וחשיבותו של הסוכן בעיניו, ומייצרים תהליכי שירות ומכירה יעילים וכלכליים עבור הלקוח והסוכן.

פיתוח ותחזוקת הכלים הטכנולוגיים במשרד הסוכן אינו פשוט ודורש יתרונות לגודל והתמקצעות. למרבית הסוכנים בענף, אין את האפשרות והמשאבים ליצירת סביבת עבודה טכנולוגית אופטימאלית, לבתי הסוכן המובילים, בהחלט כן.

מיזמים משותפים

סוכני הביטוח חייבים לשתף פעולה ביניהם. זכיתי להיות חלק מקהילת סוכנים נהדרת ב**"אורן מזרח"** ואני נחשף לתרומה הרבה של הסוכנים זה לזה. הדבר בא לידי ביטוי בעידוד, בעצות וחניכה, בחברות, אך גם בשיתופי פעולה עסקיים בין סוכנים מבוגרים לבין סוכנים צעירים, בין סוכני ביטוח כללי לבין סוכני ביטוח חיים, ברכישות ובשותפויות. הצלחת שיתופי פעולה עסקיים בין סוכנים מגדילה את יעילות הענף ומייצרת אפשרויות צמיחה אדירות למי שלוקח חלק בתפישה זו.

אז מדוע זה לא קורה?

כשל השוק נובע מכך שחברות הביטוח, שהיו המנטור העסקי של הסוכנים לאורך ההיסטוריה בענף, מתקשות מסיבות רבות (ואיני מאשים או מלין על כך) לתמוך בסוכנים בתהליכים אלו. תנאי השוק מחייבים את הסוכן לעבוד עם מספר חברות על מנת להיות תחרותי ולשרוד. מצד אחר, פיצול עבודת הסוכן אל מול מספר יצרנים פוגע בכדאיות הכלכלית של חברת הביטוח וביכולתה לתמוך בפיתוח עסקי של הסוכן. הפתרון בדרך כלל ניתן כתמיכה כספית, אשר מעצימה את חוסר היעילות בענף, שכן נדרש יותר מכסף כדי להוביל שינוי או פיתוח עסקי מוצלח ואפקטיבי במשרד הסוכן. סוכני הביטוח הם אנשי מקצוע ומכירות מהשורה הראשונה, אולם חלקם הגדול אינו מיומן בניהול או שמעדיף לעסוק בכך פחות, ולכן הפתרון לבעיות היום יום אינו מקבל מענה (בדרך כלל) בדמות תכנית עסקית או החלטה לחולל שינוי, להתמיד ולהטמיע אותו כראוי. במציאות אותה תיארתי, בתי הסוכן המתקדמים הפכו להיות זירת העסקים של ענף הביטוח. הפלטפורמה של בית סוכן המשלב פתרונות בכל ענפי הביטוח, עבודה עם מרבית החברות ובתי ההשקעות, משרדים, כלים טכנולוגיים ומנהלים מנוסים, מאפשרת לבצע עסקאות מוצלחות בענף בתמיכת חברות הביטוח כמובן ובשיתוף פעולה מלא אתן, אך גם באפקטיביות וקיימות לטווח הארוך.

כאשר הסוכן מנהל תהליכים אשר שמים את טובת הלקוח במרכז, הוא משפר בהכרח את מצבו שלו. בתי הסוכן רואים תמונת לקוח מלאה (כל המוצרים בכל החברות) ולפיכך תומכים בתפישת הלקוח במרכז.

רוצה לספק מענה טוב יותר ללקוח? רוצה להקים מוקד מכירות טלפוני? לשלב דור ממשיך בהצלחה? להתאים את המשרד לדרישות הרגולציה? חושב על מכירת תיק או פרישה מדורגת? כנראה שפעולות כאלו יתבצעו יותר ויותר בשנים הבאות ובהצלחה גדולה בליווי של בתי הסוכן המתקדמים בענף.

השנה הזאת
עומדת להיות בטוחה יותר

POINTER MAX

מערכת איתור ומיגון
עם מקסימום נוחות למשתמש

מערכת המאפשרת ניטור הרכב 24 שעות ביממה, 7 ימים בשבוע, בעלת משדר מבצעי אקטיבי המתריע על ניתוק מתח, ניתוק מחשב רכב ועל ניסיון גניבה של הרכב. המשדר שולח חיווי על מיקומו המדויק של הרכב. המערכת אינה דורשת אזעקה, מותקנת תוך התערבות מינימאלית במערכות הרכב ואינה דורשת בדיקות מיגון תקופתיות.

POINTER MAX שמה דגש על נוחות למשתמש. למערכת אין התראות שווא והיא אינה דורשת הקשת קוד סודי לפני הנעת הרכב.

POINTER MAX מאושרת ע"י חברות הביטוח כמערכת מיגון מתקדמת המשלבת איתור.

iPOINTER

אפליקציה חכמה לאיתור הרכב
מהסמארטפון בכל רגע נתון

המערכת מציגה את מיקום הרכב ואת ציר תנועת הרכב על גבי מפה בטלפון, מתריאה על חריגה ממהירות ועל כניסה ויציאה מאזורים נבחרים בארץ (תומך בליווי נהג חדש).

מערכת iPOINTER מאפשרת ניווט אל הרכב, תקשורת למוקד שירות, החלפת קוד נטרול, הצגת מצב מצבר הרכב ועוד.

סוכן יקר, קבוצת שגריר מאחלת לך שנה טובה וכנס פורה!

הקו החם של חברי לשכת סוכני הביטוח בשגריר טלפון: 03-5578822

קבוצת שגריר מערכות

מרכזי שירות | שירות כולל ללקוח | POINTER | שירותי דרך וגרירה

עושים טוב לסוכני הביטוח

שירות ברמה גבוהה ושאיפה מתמדת לשביעות רצון גבוהה של הלקוח. הן אבני היסוד והנדבכים המרכזיים המנחים את "פמי פרימיום" בפעילותה לאורך השנים. פעילות המובילה את צוות הנהלת החברה ועובדיה ליזום, לקדם ולבצע מהלכים משמעותיים כדי להבטיח שירות מקצועי, איכותי ואישי לסוכני הביטוח וללקוחותיהם.

"פמי פרימיום" - התרבות הארגונית של החברה מבוססת על חתירה מתמדת להענקת שירות איכותי ואמין ושביעות רצון גבוהה של לקוחותיה וצרכני הקצה, תוך עמידה בסטנדרטים ניהוליים, תפעוליים ושירותיים בשילוב תהליכי מדידה, בקרה ושיפור עקביים, המייעלים את השירות לסוכן. "פמי פרימיום" "חברת מתן השירותים המובילה בישראל, מעניקה את פתרונות השירות הטובים ביותר עבור חברות וסוכני הביטוח בתחומי הבריאות, הרכב, הדירה.

בשירות לענף הביטוח, סוכני הביטוח בראש סדר העדיפויות שלנו. החזון שלנו, הענקת שירות מעולה ללקוחות החברה, מניע אותנו להעניק לסוכנים וללקוחותיהם מכלול שירותים מקיף, כדי לאפשר לסוכנים להתמקד בליבת העסק מתוך ידיעה כי צרכי לקוחותיהם מטופלים באופן המיטבי.

יחידת שירות V.I.P לסוכנים

במטרה לקדם, לשפר ולייעל בעקביות את רמת השירות, דאגנו להקים את יחידת ה-VIP לסוכני הביטוח - צוות נציגי שירות ותיק ומקצועי שתפקידו להעניק לסוכן הביטוח טיפול אישי וברמה גבוהה.

תחומי השירותים לרכב ולדירה הינם תחומי שירות מורכבים, הדורשים מקצועיות וידע נרחב ובמקביל יכולת ניהול, פיקוח ופתירת בעיות מסובכות באופן מיידי. תקלה בדירה יכולה לגרור עמה נזקים מורכבים המצריכים קבלת שירות ממספר בעלי מקצוע תוך תיאום ומעקב רציף על הנעשה.

יחידת ה-VIP הוקמה בדיוק לשם כך. היחידה מאפשרת לסוכן הביטוח לקבל מענה יעיל ומקצועי בזמינות מיטבית

בשעות היום וליווי אישי מרגע המענה ועד לסיום הטיפול בפנייה. נציג היחידה ינהל את הפניה וידאג ללוות את סוכן הביטוח ואת המבוטח בכל שלבי הטיפול בה, תוך ייעול התהליך וקידומו ככל האפשר.

לכל אחד מסוכני הביטוח שלנו האפשרות לפנות בכל עת ליחידת הסוכנים בטלפון או בדואר אלקטרוני. נציג השירות שלנו פותח את הפנייה לאחר שקיבל את הפרטים האישיים מהסוכן, ומטפל בה מול המבוטח ומול גורמים רלוונטיים אחרים בחברה (מנהל התחום, מחלקת החזרים, שמאים וכו'). בתום הטיפול במבוטח, דואג נציג השירות לעדכן את הסוכן בפרטים ובסטטוס של הפניה. פניה נסגרת רק לאחר שהושגה שביעות רצון של המבוטח/הסוכן במסגרת חובת השירות של ""פמי פרימיום" מול כתב השירות שאותו רכש המבוטח.

פרופיל VIP לסוכן

לכל סוכן הפונה אלינו נפתח **פרופיל סוכן**, המשמש אותנו לזיהוי בפניות הבאות.

הפרופיל מכיל את פרטי הסוכנות / סוכן הביטוח הכוללים בין השאר: שם הסוכנות, דרכי התקשרות מלאים, אנשי קשר בסוכנות , סיכום מפגשים, תיעוד פניות, כתובות ועוד...

פרטים אלו מאפשרים לנו לנהל קשר אישי, איכותי ומקיף, עם הסוכן בכל פנייה ופנייה.

ביחידת הסוכנים מטופלות בממוצע כ-120 פניות בכל יום. בחודש ממוצע מטופלות מעל 2,500 פניות סוכנים!

ההחלטה לתת לסוכני הביטוח את השירות הטוב ביותר, הביאה אותנו להצבת יעדים ברורים לסגירה מלאה של טיפול בפניית סוכנים:

92% מהפניות מטופלות בטווח של ארבע שעות מתוכן למעלה מ-70% מההפניות מטופלות תוך שעתיים בלבד מרגע הפנייה.

כ-8% של הפניות נסגרות עד כ-24 שעות מרגע פתיחתן.

בכל מקרה, עובדי החברה פועלים באינטנסיביות על מנת שהטיפול בכל פניית סוכן יסתיים במהירות. בנוסף, כחלק משיפור רמת השירות שלנו, מבצעת "פמי פרימיום" סקרי שביעות רצון בקרב סוכני ביטוח שפנו לבקשת סיוע.

מערך השטח לסוכני הביטוח

מנהלי קשרי הסוכנים של "פמי פרימיום", דואגים להדק ולהעמיק את הקשר עם סוכני הביטוח גם בשטח ופועלים במספר ערוצי תקשורת עמם. כך הם שומרים על קשר הדוק, על מנת לתת לסוכנים כלים מקצועיים שיכולים לייעל את תהליך העבודה ואת השירות למבוטחים. צוותי השטח של "פמי פרימיום" מקיימים עשרות פגישות אישיות בחודש לייעול תהליכי השירות. הפגישות נערכות במשרדי סוכני הביטוח ומשרדי החברה, וזאת על מנת להבטיח "מגע אישי" לפניות השוטפות. מעת לעת מוזמנים סוכני הביטוח לכנסים בשיתוף חברות הביטוח בתחומי הבריאות והאלמנטר, ולימי הדרכה מרוכזים הנערכים במשרדי "פמי פרימיום".

חדשנות והשקעה טכנולוגית

כל המגעים ותהליכי השירות לסוכני

"פמי פרימיום" בשיתוף עם לשכת סוכני הביטוח - מבצע "צוק איתן"

במהלך מבצע "צוק איתן" העניקה "פמי פרימיום", בשיתוף עם לשכת סוכני הביטוח, מוקד סיוע להתמודדות ותמיכה עקב חרדה ומצוקה נפשית בעקבות המצב הביטחוני. השירות ניתן לסוכנים ולעובדי סוכנויות הביטוח ללא תשלום ופעל 24 שעות ביממה. כמו כן, הונחו נציגי השירות של החברה לטפל בפניות המגיעות מאזורי הלחימה ברגישות רבה מאוד תוך יצירתיות במציאת פתרונות וזאת כמובן בהתאם לאילוצים ולהנחיות של מערכת הביטחון.

הביטוח מופעלים מנוהלים, מתופעלים ומבוקרים באמצעות מערכות מחשוב מרכזיות וייעודיות ביעילות ובהקפדה מירביים.

"פמי פרימיום" השקיעה משאבים ומאמץ מקצועי לבניית **תוכנה לניהול קשרי לקוחות**. מנהלי החברה, בשיתוף עם יועצים מומחים וחברות פיתוח תוכנה, עמלו רבות על בניית מערכת CRM (ניהול קשרי לקוחות) מתקדמת.

המערכת פותחה על פלטפורמת SIBEL שהינה מערכת ניהול הלקוחות מהטובות והמובילות בעולם, מערכת שנוחלת הצלחה בייעול ושיפור קשרי הלקוחות בחברות הגדולות בישראל ובעולם. באמצעות המערכת החדשה יכולים סוכני הביטוח ומבוטחי "פמי פרימיום" ליהנות מערוצי שירות מגוונים, וביניהם פורטלי אינטרנט והודעות SMS שמעדכנים בזמן אמת על שלבים שונים של התקדמות הטיפול בפנייה.

בנוסף, לאחרונה הותקנה **מרכזייה חכמה** העושה שימוש בטכנולוגיה חדשנית ומתקדמת לשיפור השירות הניתן לסוכני הביטוח ומבוטחיהם.

המרכזייה החדשה מאפשרת הענקת שירותים ממוקדי לקוח וכבר שיפרה משמעותית את חוויית השירות ללקוחות בעת הפנייה למוקדי החברה וכן את יכולות הבקרה, המעקב והשליטה של מוקדי השירות של החברה.

שיפור השירות באמצעים אלו בא לידי ביטוי בצמצום זמני ההמתנה לנציג שירות, בהפעלת שירותים עצמיים ושירותי דיגיטציה אחרים (מגוון ערוצי תקשורת בטלפון, מייל, SMS, פרסונליזציה בנתב, מידע אודות שירותים וסטטוס טיפול וכו').

"פמי פרימיום" לא שוקטת על השמרים וממשיכה לייצר פתרונות ולקיים תהליכים לשיפור והעצמת השירות הניתן לסוכני הביטוח. בזכות הניסיון המקצועי הרב בטיפול באלפי אירועים בכל שנה, בארץ ובעולם, מבטיחה "פמי פרימיום" לסוכני הביטוח את השקט הנפשי ואת שביעות רצון הגבוהה הבאים לידי ביטוי במשובים המגיעים מאלפי לקוחות בריאים ומרוצים.

דבר המנכ"ל איציק חמו

"השירות לסוכן הוא מרכיב מהותי בהצלחה. ארגון נמדד ביכולות הטיפול בתקלות ובעולמות המורכבים שחברת "פמי פרימיום" פועלת בהם, יכולות להיות תקלות. יחידת השירות VIP לסוכנים נועדה בדיוק לשם כך - לתת מענה איכותי ומהיר לסוכן בעת תקלה. אנחנו כאן בשבילכם!".

יחידת VIP לסוכנים

צוות השירות האישי של סוכני הביטוח

Agentdesk@femi.com | 03-5688555

ימים א'-ה' 08:00-17:00

לתיאום פגישה - 03-5688597/69

שיחת פוליסה עם קובי צרפתי, מנכ"ל משותף ב"אגוז" על ענף הביטוח האלמנטארי

חוזר העמלות הוא אסון כלכלי לסוכני הביטוח

• בהידברות ושכנוע אפשר להגיע להישגים טובים
• צריך להחזיק גם גזר וגם מקל - אי אפשר לעבוד רק עם מקל

קובי צרפתי

מנכ"ל משותף ב"אגוז"

• כיצד אתה רואה את המתרחש בענף האלמנטארי?

צרפתי: אני חרד נוכח מה שקורה באלמנטארי. חברות הביטוח התחילו לנגוס בעמלות הסוכן ויש בכך פגיעה קשה בסוכנים. מתן הנחה על חשבון עמלה עד כדי אובדן העמלה הוא פסול. גם המסלולים המהירים נטולי העמלה בעייתיים כיוון שהם פוגעים בעמלות הסוכן.

• הטענה של החברות היא שזו הדרך להתחרות בביטוחים הישירים, ושאלמלא המסלולים הללו חלק מהלקוחות היו עוזבים לביטוח הישיר.

צרפתי: אני לא קונה את התשובה הזו. לא יכול להיות מצב שהסוכן עובד תמורת עמלה שהוא לא יכול להתקיים ממנה, ושלמעשה הוא מפסיד על המוצר כסף כיוון שביטוח רכב זה מוצר עתיר שירות. החברות קבעו מחיר אז שיעמדו בו. אנחנו ב"אגוז" מקפידים שהסוכנים לא ייפגעו כתוצאה מהפגיעה בעמלות. הסוכן צריך להילחם על העמלה. כל סוכן צריך להילחם על התיק שלו ואני ממליץ לסוכנים לבדוק היטב את דוחות העמלות שהם מקבלים. הדוחות לא ברורים והם לא שקופים - זו בעיה חמורה שצריך לטפל בה.

• כיצד תתאר את מערכת היחסים בין הסוכן לחברה?

צרפתי: בחברות אין כיום בעלי מקצוע. לחתמים שנמצאים בפרונט אין מספיק ידע מקצועי לעומת מה שהיה בעבר. ביטוחים ופוליסות שאני פעם אישרתי אצלי, היום לא החתם מקבל, אלא המטה צריך להחליט ולאשר. כל חריגה מהסטנדרט דורשת פנייה למנהל הצוות, מנהל האגף וכן הלאה. גם בחברות הביטוח טוענים שאין מספיק בעלי מקצוע, אבל מי גרם לזה? המערכת...

חיתום הוא לא רק מחיר. צריך לבחון קודם כל את הסוכן. אם הסוכן טוב, אז גם אוכלוסיית הלקוחות שלו טובה. זה הדבר השני שצריך לעניין את חברת הביטוח. הדבר השלישי שצריך לבחון זה המחיר. האופי של המבוטח זה המרכיב הכי חשוב בחיתום. ככה אני עובד, ולכן התוצאות של "אגוז" תמיד טובות - בגלל הסינון שאנו מבצעים גם בבחירת הסוכנים וגם בבחירת הלקוחות. תראה לי עוד סוכנות שהבעלים שלה הוא גם החתם הראשי...

• מה עוד מייחד את "אגוז" מבתי סוכן אחרים?

צרפתי: "אגוז" היא בית הסוכן הגדול ביותר בארץ. מרבית הסוכנים יושבים אצלנו, וכיוון שכך אני לא יכול להתפשר על איכות הסוכנים. אנחנו לא מחפשים את הגודל. אנחנו לא רוצים להיות הסוכנות הגדולה ביותר, ולכן לא פתחנו סניפים בכל הארץ. אני רוצה שליטה על מה שקורה כאן. זו להערכתי הסיבה המרכזית שכל החברות מחזרות אחרי "אגוז".

תהליך חשוב שאנו עוסקים בו כעת הוא רכישת תיקים מסוכנים מבוגרים, ואנו מסייעים להם להתמודד עם החברות. בכך אנו מאפשרים להם להמשיך לעבוד על התיק, בהתאם ליכולתם ולרצונם. הם מחליטים מתי וכיצד הם פורשים, והם יודעים שיש מי שלוקח אחריות על התיק. בעת החתימה על המכירה הכל סגור, ורק התאריך נשאר פתוח. אנחנו מקפידים לתת לסוכן את האפשרות לפרוש בכבוד.

• האם אתה עדיין מעורב בענייני רגולציה?

צרפתי: אני חבר הוועד המנהל, והשתתפתי במסגרת זו במספר פגישות מול האוצר בתחום האלמנטארי. אני חרד למתרחש בענף, כיוון שהפיקוח על הביטוח חזר בו מכמה תנאים שהובטחו לנו בעבר. למשל, כאשר אני הייתי יו"ר הוועדה, הובטח לנו שבפוליסת הדירה התקנית יבוטלו השוברים לרכישת תכשיטים שנגנבו. כעת הם כן מאשרים זאת לגבי חלק מהתכשיטים.

עוד עניין שהפיקוח חזר בו היא נושא הנסיעות לחו"ל. כעת המפקחת מאשרת לסוכנויות נסיעות ולקופות חולים למכור ביטוח בתנאים מסוימים, וזה בפירוש חזרה מההסכם והטיוטות הקודמות.

כיו"ר הוועדה התנגדתי למצב בו לסוכן אסור למכור "לידים", אבל מותר לו לשלם עבורם. אם סוכן יכול לרכוש "ליד" לביטוח נסיעות, מדוע שיהיה אסור לו למכור "ליד" לעורך דין או למוסך? קיימת מגמה של הפיקוח לפגוע בסוכנים, ואנחנו חייבים להילחם בה.

חוזר החידושים שיצא לפני החגים ממש לא מובן לי. מדובר במספר קטן מאוד של תלונות בשנה, של לקוחות שמתלוננים על חידוש אוטומטי. החוזר הזה פחות טוב ללקוח, כיוון שכעת קיימת סכנה שהלקוח יישאר בטעות ללא ביטוח. ואסור לשכוח שהחברות היו מחזירות כסף אם הלקוח לא היה מעוניין בביטוח.

נושא חשוב מאוד הוא שירותי הגרירה החיצוניים. אני מקווה שאם אכן תהיה הסדרה של התחום ושהלשכה תהיה שותפה לתהליך.

• מה לגבי עמלות?

צרפתי: טיוטת חוזר עמלות היא אסון כבד. בניגוד לסיכום - הם הכניסו את האלמנטארי פנימה. לא ייתכן שהם חוזרים בהם מההבנות שהיו איתי כיו"ר הוועדה הקודם ועם הנשיא הקודם **אודי כץ**. החוזר הזה הוא אסון כלכלי לסוכנים. נושא ההוצאות, כפי שהוא מטופל בחוזר, בעייתי מאוד. הטיוטה הקודמת לא עסקה בתחום החזר ההוצאות, וכעת הן הוגבלו.

אני תומך בהגבלת הנסיעות לחו"ל - אנחנו יודעים לטוס לחו"ל לבד, אבל שלא יפגעו בפרנסה.

Smart bike
KOPELL
Kopell group

הופכים לקוחות לאוהדים

מפחד להשאיר את האופניים החשמליים לבד?

שירות אופניים חשמליים חכם

SMART BIKE KOPELL
מקבוצת Kopell היא החברה היחידה בארץ
המעניקה אופניים חשמליים במקרה
של גניבה.
הצטרף עוד היום לחוג לקוחותינו
ותיהנה גם אתה מהשירות הבלעדי בארץ.

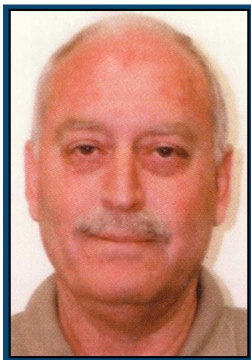
*6465
kopell.co.il

שיחת פוליסה עם חיים מידן וקובי שליסל, מבעלי "שי משב"
על יצירת ערך לסוכני הביטוח

"שי משב" מאפשרת ומסייעת לסוכניה לקיים פעילות עסקית ענפה במגוון תחומים

יש לנו פעילות רחבה בתחום העסקי, שזו בין היתר המומחיות של הסמנכ"ל החדש אורן קנר - מקצוען בתחום שיודע לתת לסוכנים שלנו פתרונות יפים ומגוונים

קובי שליסל
מבעלי "שי משב"



חיים מידן
מבעלי "שי משב"

סוכנות הביטוח "**שי משב**" הינה אחת מהסוכנויות הגדולות בתחום האלמנטארי. הסוכנות, שמוחזקת ומנוהלת על ידי **חיים מידן**, **קובי שליסל ואבי דגן**, פועלת מול יותר מ-200 סוכני ביטוח, ומחזיקה גם סניף בצפון, בניהולו של **איתמר ישראלי**, שמרחיב בימים אלה את פעילותו במשרדים החדשים. כל זאת, בנוסף לפעילות הישירה של הסוכנות.

בשיחה עם "**פוליסה**" מציינים מידן ושליסל, כי הסוכנות מאפשרת לסוכן הביטוח הפועל עמה לקיים פעילות עסקית ענפה בזכות מגוון חברות הביטוח שקשורות עם "שי משב" בהסכמים עסקיים - דבר שמעניק לסוכנים יכולת להציע ללקוחותיהם מגוון רחב מאוד של מוצרים, ובתעריפים אטרקטיביים.

• מה חדש בסוכנות?

המנכ"ל **דוד קוונשטוק** פרש לאחרונה לגמלאות, ותחתיו קיבלנו לעבודה את **אורן קנר**, שמשמש כיום כסמנכ"ל והוא פועל תחת הבעלים. שינוי פרסונלי חשוב נוסף הוא מינויו של **ישראל חן-ציון** למנהל הפעילות הישירה של הסוכנים, העבודה מול הסוכנים החדשים והטמעתם. אנחנו משתדלים ככל האפשר לקדם אנשים מתוך המערכת על מנת לעודד מצוינות.

• כיצד אתם פועלים למען סוכני הביטוח שלכם?

ראשית, אנחנו פועלים מול מגוון של חברות ביטוח, מה שמאפשר לסוכנים לייצר ולקיים פעילות ביטוחית ענפה במגוון תחומים. יש לנו פעילות רחבה בתחום העסקי, שזו, בין היתר, המומחיות של הסמנכ"ל החדש קנר, שהוא מקצוען בתחום, והוא יודע לתת לסוכנים שלנו פתרונות יפים ומגוונים, יחד עם החתמים האחרים בסוכנות.

אנחנו פועלים באופן שוטף לשיפור מערך השירות ומהירות התגובה לסוכן הביטוח. המגוון הרחב של חברות נותן לסוכן את הפתרונות של תעריפים טובים ואטרקטיביים שהוא יכול להציע ללקוחותיו.

אנחנו מקדמים את הסוכנים בתחום המקצועי, ומקיימים עבורם ימי עיון במטרה להרחיב את הידע המקצועי שלהם. מספיק שסוכן משתתף ביום עיון ונחשף לכיסוי ביטוחי מסוים וכבר השירות שהוא יכול לספק ללקוח שלו, שבדיוק צריך כיסוי מסוג זה, הוא משופר - וכבר הוא שיפר את מצב המבוטח ואת מצבו כסוכן. דוגמה זו ממחישה את החשיבות של שמירה על קשר הדוק עם הלקוחות - היכרות עמוקה עם הצרכים שלהם יכולה לייצר הזדמנויות למכירה משמעותית.

• איך אתם מסייעים לסוכנים בתחום השיווק?

אנחנו פועלים יחד עם הסוכנים שלנו לבנייה של מערכי שיווק ופיתוח עסקי, מערכים שמותאמים במיוחד לסוכן עצמו. אנחנו מלווים אותו במהלך הבנייה מול חברת הביטוח ומסייעים לו ליצור את הכיסוי הביטוחי לו הוא זקוק, כאשר הוא רוצה להיכנס לנישה מסוימת.

אנחנו מעודדים את סוכן הביטוח להתמחות ולהיכנס לנישות ייחודיות לו במטרה לשפר את הכנסתו ולגוון את הפעילות העסקית.

כל זאת כמובן בנוסף לשמירה על קשר הדוק שוטף עם הסוכנים, כדי לפתור בעיות בצורה המהירה והטובה ביותר ולקדם אותם בכל התחומים.

בנוסף, אנחנו מסייעים לחלק מסוכנינו, ומעניקים להם משרדים אצלנו.

בנוסף, אנו עוסקים ברכישת תיקי סוכנים ובמיזוגים בין סוכן לסוכן.

• כיצד אתם רואים את הענף בכללותו?

אנחנו ממשיכים להרגיש את הרגולציה שמושתת על החברות, אך גם על הסוכנים. אחת הדוגמאות הברורות ביותר היא הורדת הפרסים והבונוסים. זה מהלך אנטי שיווקי בבירור. התמריצים השיווקיים של מתנות ופרסים נפוצים בכל ענפי המשק והם דרך מצוינת לתמרץ אנשי מכירה - גם כאלו שמועסקים ישירות בחברה ולא רק סוכנים עצמאים. ודווקא מהלך זה תמוה, שכן למדינה יש אינטרס שהאזרחים יהיו מבוטחים ושלא ייפלו לנטל על המדינה. למבצעים מסוג זה יש ערכים שיווקיים וביטוחיים חשובים והם אינם סובבים רק סביב התגמול הכספי. אנו מאמינים שיינתן לסוכנים פיצוי על ביטול הפרסים.

• מה הציפיות שלכם לעתיד?

סוכנות "שי משב" תמשיך להתפתח. נמשיך ליצור מערכי ביטוח נוספים ונמשיך לתת שירות מעולה, חם ואישי לסוכני הביטוח שלנו.

סוכן הביטוח הוא אדם עם הרבה מעמסות ולכן מאוד חשוב לו היחס האישי. זה גם התמריץ החזק שלו לתת יחס אישי ללקוחות שלו. תמיכה בלקוח בתחום האישי-רגשי היא מאוד חשובה וסוכן שהקשר האישי חשוב לו יודע גם להקרין את זה ללקוחות שלו. חשוב שהם יידעו שלא רק המחשב מנהל את העסק, אלא שמאחורי המחשבים מסתתרים אנשים יצירתיים, שהם גם בני אדם.

העתיד הוא ללא גבולות - זה ענף עצום עם אפשרויות בלתי מוגבלות. חברות הביטוח יודעות למלא את הצרכים שמתעוררים אצל הלקוחות שלהם, ולהמציא את עצמן מחדש. התפתחות כתבי השירות הרבים בתחום הבריאות רק ממחישה את היכולת של החברות להרחיב את פעילותן ואת פעילותם של סוכני הביטוח. כתבי השירות הללו לא נועדו רק לקחת עוד כמה שקלים מהלקוחות, אלא הם באמת מעניקים ערך מוסף למבוטח, והרי זה מה שכולם מבקשים - לא?

קבוצת לוי יצחק

חדש בישראל

קוד מיקום

מהפכה בעולם הנדל"ן:

קוד מיקום יוצר שפה נדל"נית חדשה

לאיתור קוד המיקום לדירה סרקו את הקוד:

קוד העיר	קוד השכונה	קוד הרחוב	קוד מיקום
28	02	14	280214

הסבר מבנה קוד מיקום

קוד העיר: 28 אור יהודה, קוד השכונה: 02 קריית גיורא, קוד הרחוב: 14 אבנר

שירות שמציעה "ברינקס" מסייע לגונן על בית העסק ומפחית סיכון של מעשי שוד ואובדני כסף מזומן

• השירות החדש שמסייע בניהול ואחסון המזומנים בבית העסק, שומר על ביטחון העובדים ומאפשר זיכוי אוטומטי בחשבון עוד טרם הפקדתו של הכסף בבנק • השירות ניתן כיום ברשתות תחנות דלק, רשתות קמעונאיות, מסעדות, תחבורה ציבורית ועוד • רונן בן ארי, מנכ"ל "ברינקס ישראל": אנחנו שמים דגש רב על נושא צמצום הסיכונים לעסק והגברת הביטחון של בעל העסק, עובדיו ולקוחותיו

חברת "**ברינקס ישראל**" העוסקת במתן פתרונות מאובטחים ללקוחות מסחריים ובנקאיים, השיקה לאחרונה שירות חדש בשיתוף הבנקים המרכזיים, שנועד לסייע לבעלי עסקים לנהל את הפדיון המזומן הנצבר אצלם בצורה הרבה יותר יעילה ובטוחה, ולסייע בין היתר גם במניעת מעשי שוד.

השירות החדש, שנקרא "שירות ברינקס קומפיוסייף", הנו מערכת מתקדמת המיועדת לאחסון, ניהול והפקדת מזומנים, השומרת על ביטחון העובדים וחוסכת זמן עבודה יקר.

נתוני **משטרת ישראל** מהשנים האחרונות מצביעים על עלייה של כ-20% בכמות מקרי השוד ומקרי השוד בנסיבות מחמירות. גם נתוני הפשיעה של **הלשכה המרכזית לסטטיסטיקה** לשנת 2013 מצביעים על כך שב-2012 היו כ-400 מקרי שוד וכ-3,000 מקרי גניבה יותר מב-2011. הנתונים שנאספו ברחבי העולם מצביעים על כך ש"שירות ברינקס קומפיוסייף" שכבר פועל כיום בארצות רבות, מסייע לצמצם באופן ניכר את האפשרות למעשי שוד בבית העסק.

יש לציין כי למרות תפיסה מוטעית לפיה הכסף המזומן נמצא בירידה, המציאות מראה תמונה שונה לחלוטין. בסוף שנת 2004 הסתכם ערך מחזור המטבע בישראל בכ-21 מיליארד שקל, בעוד שכיום, בשנת 2014, הוא מתקרב ל-60 מיליארד שקל. כך גם בעולם - הכסף המזומן גדל בעולם בממוצע בכ-6% בשנה, בעוד בישראל הוא גדל בכ-10% בשנה בממוצע.

אז מדוע המזומן נותר גם כיום אמצעי תשלום כה משמעותי? יש לכך מספר סיבות, אך אולי העיקרית שבהן היא שמדובר באחת הטכנולוגיות האמינות, הפשוטות, והזמינות ביותר שהומצאו על ידי האדם. אמצעי פופולארי במיוחד לשימוש בחנויות נוחות, תחנות דלק, מסעדות, בתי קפה ורשתות שיווק. מבחינת בעל העסק שצובר את אותו מחזור מזומנים, הנפדה אוטומטית בחשבון הבנק ברגע שהכסף מוכנס לכספת החכמה בבית העסק, מדובר באמצעי זול ונוח במיוחד.

"שירות ברינקס קומפיוסייף" קיבל את כל אישורי הרגולציה הדרושים מ**בנק ישראל** והמשטרה, וכולל גם פורטל אינטרנטי המשמש לבקרה ומעקב של בעל העסק על תזרים המזומנים שלו און- ליין. מערכת המידע המאובטחת מחוברת לבית העסק ולמערכות המידע של "ברינקס" ושל הבנקים המזכים.

ברינקס קומפיוסייף

איך עובד השירות? הקופאים המורשים לכך יכולים לגשת בכל עת לכספת שמוצבת בבית העסק, להזדהות מולה באמצעות כרטיס מגנטי או קוד סודי אישי ולהפקיד את המזומנים בהתאם להנחיות. ההפקדה נעשית ממש כמו במכשיר ATM, רק בפעולה הפוכה, והמערכת מושכת את השטרות

> ## יועץ הביטוח עו"ד אורי אורלנד: השירות יכול לסייע לצמצם את חשיפתה של חברת הביטוח לנזקים, ובעיקר בשני סוגי נזק עיקריים: שוד ומעילה

פנימה ומשדרת את נתוני הזנת המזומנים ישירות לחשבון שמזוכה כאמור בסכום ההפקדה, עוד בטרם העברתו של הכסף פיזית ובצורה מאובטחת אל הבנק.

השירות חוסך תהליכים ידניים של "סגירת קופה", מייעל את הבקרה על תזרים המזומנים ומצמצם אובדן כספים. בנוסף לכך, המערכת מזהה שטרות מזויפים, ומקטינה באופן משמעותי את העלויות התפעוליות הכרוכות בטיפול ובשינוע הפיזי של המזומנים לבנק.

בכתבה שהתפרסמה ב"**תכנית חיסכון**" **בערוץ 2** ועסקה בשירות החדש, סיפר מנהל משמרת במסעדת ה"**בראסרי**", שם מותקנת המערכת, כי הוא הפסיק ללכת לבנק מאז התקנתה של המערכת במסעדה וכי "יותר מכך, זה אפילו חסך לי משרה של מי שצריך לספור את כל הכסף הזה".

לדברי עו"ד **אורי אורלנד** ממשרד "**אורי אורלנד משרד יועצים לניהול סיכונים בע"מ**", "שירות ברינקס קומפיוסייף" יכול לסייע לצמצם את חשיפתה של חברת הביטוח לנזקים, ובעיקר בשני סוגי נזק עיקריים: שוד ומעילה." מיותר להסביר מדוע השירות מצמצם את מקרי השוד ואשר למקרי המעילה, כאן תהיה לבעל העסק בקרה טובה יותר על הכספים".

המערכת, שפועלת היום בכל העולם, מיועדת בין היתר לשימוש בבתי קפה, מסעדות, סופרמרקטים, תחנות דלק, חנויות נוחות וכל בית עסק בעל היקף פעילות במזומן. המערכת יעילה במיוחד בעסקים להם מחזור מזומנים של 3,000 שקל ועד 50 אלף שקל ביום. כאמור, נתונים סטטיסטיים של השימוש בשירות בעולם, מצביעים על כך שכמות מקרי השוד קטנה בכ-60% בעקבות הכנסת השירות החדשני. במקביל מראים הנתונים קיטון של 5%-15% בחוסרים ואי התאמות פנימיות הנובעות לעיתים מאי נאמנות עובדים.

"מדובר במהפכה בעולם הפקדת המזומנים בישראל" אומר מנכ"ל "ברינקס ישראל", **רונן בן ארי**. "'שירות ברינקס קומפיוסייף' מספק ביטחון ושקיפות מלאים לבעל העסק ולעובדיו, ומאפשר ליעל את תהליך הטיפול וההפקדה של המזומנים ולשפר את הבקרה על ידי מחשוב התהליך".

פרט להובלת כספים ואספקת פתרונות לוגיסטיים מאובטחים, חברת "ברינקס" משמשת כיום גורם חיצוני למערכת הבנקאית ונחשבת ספק מוביל ואמין של פתרונות חדשניים המסייעים בניהול שרשרת אספקה של מזומנים. החברה מציעה מגוון של פתרונות הכוללים בין היתר הפעלה של מרכזי מזומנים, שירות מיקור חוץ מלא לרשתות ATM עבור בנקים מרכזיים ולקוחות גדולים בארץ ובעולם, כאשר בעתיד הקרוב צפויים לצאת מספר פתרונות חדשים.

אתה תמכור ביטוח

אנחנו לכל נדאג השאר

אז למה כדאי לך להצטרף לסוכנות אגוז?

1. כל חברות הביטוח במקום אחד
אגוז עוסקת בכל ענפי הביטוח: אלמנטרי, חיים ופיננסים; עם כל החברות הביטוח בארץ: איילון | הכשרה | הפניקס | הראל | כלל | מגדל | מנורה | שומרה | שירביט | שלמה | ועוד.

2. אפס הוצאות משרד
אתה מקבל משרד אישי מהודר משלך – ולא צריך לשלם יותר שכ"ד, ארנונה, חשמל מים וכו'.

3. עושים בשבילך הכל - כדי שתמכור
כל הפונקציות מרוכזות במקום אחד ומבוצעות עבורך: חיתום | הפקה | גבייה | תביעות | הנה"ח | ועוד. אגוז נותנת לך זמן – כדי שתוכל ללכת ולמכור.

4. כוח מול חברות הביטוח
הגודל של אגוז נותן לך כוח לקבל מהחברות תעריפים ותנאים אטרקטיביים – הרבה יותר מסוכן בודד.

5. ייעוץ מקצועי
אגוז נותנת לך ייעוץ אישי נקודתי ופיקוח שוטף של סופרוויזר שיהפכו אותך לסוכן ביטוח מקצועי יותר ומצליח יותר.

6. יחס אישי
אגוז היא בית אמיתי לסוכנים, כל סוכן מקבל תמיד מענה אדיב ונעים לכל בעיה וצורך.

7. ת'כלס, רווח גבוה יותר
מעל לכל, ולפני הכל, אגוז דואגת בשבילך לרווח שנתי גבוה יותר משמעותית.

8. אגוז - מקצוענות ללא פשרות
- 37 שנות ניסיון
- 250 סוכנים ועובדים
- בית אגוז – 8,000 מ"ר
- 500 מיליון ₪ פרמיות בשנה

לתיאום פגישה התקשר ישירות:
קובי צרפתי, מנכ"ל
054-4383917
03-9292782
kobiz@egoz-insu.co.il

אגוז סוכנויות ביטוח (1987) בע"מ
www.egoz-insu.co.il

שיחת **פוליסה** עם גילה לבנת-רוזינר, סמנכ"לית ומנהלת "שירות פל" על מתן שירות ללקוחות חברות הביטוח

שירות היבואן שלקוחות "פל" מקבלים הוא הטוב ביותר בשוק

גילה לבנת-רוזינר

סמנכ"לית ומנהלת "שירות פל"

• חברה בת חדשה שלנו בשם "פל-רום" תיתן כעת ללקוחותינו את שירות היבואן למכשירי "אלקטרה" • בקרוב צפוי לעלות לאוויר אתר אינטרנט שיאפשר ללקוחות להזמין שירות שלא באמצעות המוקד הטלפוני

"שירות היבואן שלקוחות קבוצת **'פל'** מקבלים הוא השירות הטוב ביותר שניתן לקבל בשוק", אומרת **גילה לבנת-רוזינר**, סמנכ"לית ומנהלת **"שירות פל"**. "לקוחותינו, שקיבלו מאתנו עד כה את שירות היבואן למותגים הגדולים בתחום מכשירי החשמל, יקבלו מעתה גם את שירות היבואן למכשירי **'אלקטרה'**". כך אומרת לבנת-רוזינר, בהתייחסות להקמת חברת הבת **"פל-רום"**, במאי השנה, שתיתן ללקוחות "פל" את שירות היבואן למכשירי החשמל הלבנים של "אלקטרה".

קבוצת "פל" נמנית כיום עם חברות השירות הגדולות ביותר בארץ. הקבוצה כוללת את החברות **"שירות פל"**, הנותנת שירות ללקוחות חברות הביטוח; **"סי. אס. בי."** נותנת השרות הרשמית של **"סימנס"**, **"בוש"** ו**"קונסטרוקטה**; **"רטפון"**, הנותנת שירות ללקוחות יבואנים כגון **"שארפ"**, **"הייסנס"** ואחרים; **"שירות קריסטל"**, הנותנת שירות ללקוחות **"קריסטל"**, **"תדיראן"**, **"בלומברג"**, וליצרנים אחרים, וחברות בנות נוספות, בהן חברת **HelPC**, שנותנת שירות תמיכה למחשבים ביתיים; מעבדות **"סלאדון"** שנותנת שירות למכשירים סלולריים ו"אלפא-טלקום" יבואנית **HUAWEI** - יצרנית מכשירי הטלפון הסלולריים החכמים הסינית. לאלה, כאמור, התווספה "פל-רום".

קבוצת "פל" נותנת כיום שירות למבוטחי **"מגדל"**, **"כלל ביטוח"**, **"הראל"**, **"איילון"**, **"הכשרה"**, **"שירביט"**, **"שלמה"** ו-**AIG**. לבנת-רוזינר מתייחסת לעבודתה של **מזי והבה** לתפקיד מנהלת קשרי הסוכנים ואומרת כי מדובר בהצלחה - "היא חשופה לכל המידע בקבוצה ויכולה לתת לסוכן תמונת מצב מדויקת בדבר הטיפול בתלונה של הלקוח".

• כיצד ההסכם עם "פל-רום" ישפר את השירות ללקוח?

לבנת-רוזינר: "פל-רום" נותנת את שירות היבואן ל"אלקטרה" בתחום של מוצרי חשמל לבנים. כעת, נוסף לכל המותגים בהם לקוחותינו מקבלים את שירות היבואן, הם יקבלו גם את שירות היבואן עבור מותג זה. זהו שירות שאנו מעניקים ללקוחות שלנו החל ממאי 2014.

> **אנחנו פועלים באופן שוטף על מנת לשפר את כתבי השירות ולעדכן אותם כך שיתאימו למוצרי החשמל הנפוצים**

• מה עוד חדש בקבוצה?

לבנת רוזינר: חתמנו על הסכם עם חברת **"ג'נרל מהנדסים"** לפיו אנחנו ניתן שירות ללקוחות הפרטיים של החברה.

בנוסף, אנחנו נמצאים בשלבי הקמה סופיים של אתר האינטרנט החדש שלנו. האתר יאפשר ללקוחותינו להזמין שירות דרך האתר ולא באמצעות המוקד הטלפוני.

• מול איזה חברות אתם עובדים?

לבנת-רוזינר: "מגדל", "כלל ביטוח", "הראל", "איילון", "הכשרה", "שירביט", "שלמה" ו-AIG.

אנחנו פועלים באופן שוטף על מנת לשפר את כתבי השירות ולעדכן אותם כך שיתאימו למוצרי החשמל הנפוצים היום. למשל, המגבלה הקיימת בכתב השירות לטלוויזיות עד 50 אינצ' מונעת מאתנו להעניק שירות לרבים מלקוחות חברות הביטוח.

• כיצד מתנהלת פעילותם של סוכני הביטוח עם מנהלת קשרי הסוכנים?

לבנת-רוזינר: הסוכנים לומדים להכיר אותה ולעבוד מולה באופן מיטבי. אם יש חיכוכים או בעיות במתן השירות מסיבה כלשהי, היא יודעת לתווך בין כל הגורמים הרלוונטיים ולהקל על העבודה. **מזי והבה**, שמונתה לתפקיד לאחר כ-10 שנים בקבוצה, ניהלה לפני כן את המוקד ולכן התאימה לתפקיד בצורה מושלמת. היא יודעת לשאוב עבור הסוכנים את המידע הרלוונטי מכל הקבוצה - עד לרמת הטכנאי.

אליפים
סוכנות לביטוח (2002) בע"מ

צעד חכם לעתיד בטוח

"אליפים" סוכנות לביטוח הינה אחת מהסוכנויות המובילות בענף הביטוח כיום בישראל.
לאחר כמעט 25 שנות פעילות בענף הביטוח הישראלי, אנחנו גאים לשמש בית חם לכ - 250 סוכני ביטוח הפועלים באמצעותנו בתחום ביטוח כללי, חיים, בריאות ופיננסים.

משפחת "אליפים" מזמינה אותך להצטרף אלינו.
יחד נעבור את הרפורמה החדשה ונעשה צעד משותף לעתיד בטוח!!!

למידע נוסף ניתן ליצור איתנו קשר בטלפון: 03-5157200

בברכה

אלכס צ'רנומורדיק	**בוריס שטיצמן**	**עודד יערי**	**שלמה אפלר**	**יקיר לפיד**	**שלומי טל**
מנכ"ל	מנהל ביטוח חיים	מנהל ביטוח כללי	מנהל יחידה "א-א"	מנהל יחידה "אליפים – לפיד"	מנהל יחידה "אליפים – טל"
052-8960999	052-2573882	054-7725811	052-6579697	052-3222711	054-7725820
a@elifim.co.il	b@elifim.co.il	o@elifim.co.il	es@elifim.co.il	yl@elifim.co.il	Shlomit@elifim.co.il

בקרוב עומד לצאת לאור
מדריך מעשי לביטוח עסקי (ביטוחי רכוש ואחריות)
מאת עו"ד אורי אורלנד

בקרוב יראה אור הספר, "מדריך מעשי לביטוח עסקי (ביטוחי רכוש ואחריות)" מאת עו"ד אורי אורלנד.
מטרת הספר היא הקניית כלים מעשיים לאחראי על הביטוח בארגון, לחתם, למסלק התביעות ולסוכן הביטוח לצורך הקמת מערך ביטוח בארגון, ניהול משא ומתן על תנאיו והתנהלות מקצועית בכלל.
בעוד הספרות הביטוחית בישראל עוסקת בעיקרה בהיבטים משפטיים של חוק חוזה הביטוח ובפסיקה, ספר זה, היוצא לאור בהוצאת עיתון הביטוח "פוליסה", מתמקד בפרקטיקה.
הספר, המכיל כ-300 עמודים, והערוך בצורת אוגדן, מחולק ל- 3 יחידות:

<u>יחידה ראשונה</u> – ובה מבוא קצר לביטוח כללי.
<u>יחידה שנייה</u> – ובה מבואות קצרים לביטוח רכוש ולביטוח אחריות וכן תיאור פוליסות הביטוח השונות, כולל גם המלצות לשינויים בנוסחן הגולמי.
<u>יחידה שלישית</u> – ובה דוגמת שאלון עזר להגדרת צרכי ביטוח של ארגון ולקסיקון למונחי ביטוח כללי.

<u>פרקי הספר</u>

- **מבוא קצר לביטוח כללי**
- **מבוא קצר לביטוח רכוש**
- הפוליסה לביטוח אש מורחב
- הפוליסה לביטוח אבדן רווחים מאש ומסיכונים נלווים
- הפוליסה לביטוח טרור
- הפוליסה לביטוח שבר מכני
- הפוליסה לביטוח קלקול סחורה משבר מכני
- הפוליסה לביטוח אבדן רווחים משבר מכני
- הפוליסה לביטוח ציוד אלקטרוני
- הפוליסה לביטוח סחורה בהעברה
- הפוליסה לביטוח כספים
- הפוליסה לביטוח ציוד מכני הנדסי
- הפוליסה לביטוח ביטוח נאמנות עובדים
- **מבוא קצר לביטוח אחריות**
- הפוליסה לביטוח אחריות כלפי צד שלישי
- הפוליסה לביטוח ביטוח חבות מעבידים
- הפוליסה לביטוח אחריות מקצועית
- הפוליסה לביטוח אחריות נושאי משרה
- הפוליסה לביטוח חבות מוצר
- הפוליסה לביטוח אחריות בעלי מחסנים
- הפוליסה לביטוח חבות בעלי מוסכים
- הפוליסה לביטוח אחריות המוביל
- ביטוח חובה לכלי רכב
- הפוליסה לביטוח כלי רכב
- הפוליסה לביטוח עבודות קבלניות
- שינויים בתנאים הכלליים של פוליסות ביטוח
- דוגמת שאלון להגדרת צרכי ביטוח עסקי
- לקסיקון קצר למונחי ביטוח כללי

מחיר הספר: 450 שקל, כולל מע"מ. (הספר ישלח במהלך דצמבר 2014)
למנויי "פוליסה" 400 שקל כולל מע"מ.

<u>להזמנות יפה אלון, 03-5407884, mazkirut@tikshoret.co.il, פקס 03-5493622</u>

לכבוד
הוצאת פוליסה
<u>03-5407884, mazkirut@tikshoret.co.il, פקס 03-5493622</u>

כן, אנו מעונינים לרכוש את ספרו של עו"ד אורי אורלנד, **מדריך מעשי לביטוח עסקי (ביטוחי רכוש ואחריות).**

המזמין:__________ **ארגון:**____________ **מספר עותקים:**________________
טל'________________.כתובת________________________________
נא שלחו חשבונית ע"ש____________________לכתובת.________________________

מצ"ב המחאה לפקודת תקשורת כלכלית בע"מ בסך____________שקל.
ניתן לשלם בהמחאה לסוף השנה, 28 לדצמבר 2014.

נא לחייב כרטיס אשראי ויזה | ישראכרט | דיינרס | אמריקן אקספרס | אחר

מס' הכרטיס____________________ תוקף____________________
ע"ש________________________ מס ת.ז____________________ חתימה_____________

יחידת הסוכנים של פמי פרימיום

03-5688555

Agentdesk@femi.com

אנחנו כאן, לשירותך!

סוכן ביטוח יקר,

מערך השירותים של פמי פרימיום, חברת מתן השירותים המובילה בישראל, עומד לרשותך בכל עת.
לשירותך צוות שירות ייעודי, אשר מעניק לסוכני הביטוח שירות אישי ומקצועי, לפתרון מהיר ויעיל בכל פנייה.

כשהלקוחות שלך נהנים מהשירות של פמי פרימיום, אתה יכול להיות שקט.

500
נותני שירות מקצועיים בפריסה ארצית

370,000
מפגשים עם לקוחות בשנה

2,300,000
לקוחות מרוצים

700,000
שיחות למוקד השירות בשנה

150
נציגי שירות מיומנים

פמי פרימיום
עושים טוב
www.femi.com

המשך מעמוד 8 - נמשיך להיאבק בשיווק הישיר של חברות הביטוח שפוגע במבוטחים ובסוכנים |
שיחה עם אריה אברמוביץ, נשיא לשכת סוכני הביטוח

הביטוח הן היצרניות, וזה כל תפקידן. העובדה שהן משווקות מעל הראש שלנו, בתנאים מועדפים ללקוח, פוגע גם בסוכני הביטוח וגם בלקוחות.

למשל - כאשר סוכן ביטוח מוכר פנסיה בדמי ניהול מינימליים - הוא לא מקבל עמלה כלל. מדוע המוקדן כן מקבל תגמול כאשר הוא מוכר את אותו מוצר באותו מחיר? עד שלא יופסק שיווק הביטוחים הישירים או נזכה לקבל אותם תנאים - לא נפסיק את המאבק.

עד כה המאבק מצליח. "הראל" התחייבה שלא לשווק ישירות למבוטח שלא בידיעת הסוכן, ומספר חברות כבר שינו את הפרסומות והן מפנות כעת את המבוטח לסוכן הביטוח.

• כיצד מתקדם המאבק נגד חברת "ביטוח ישיר"?

אברמוביץ: ההתמודדות מולם מתנהלת כעת רק בבית המשפט, כאשר נקבע דיון בדצמבר ב**בית המשפט המחוזי.**

• תאר את היחסים עם המפקחת על הביטוח.

אברמוביץ: יש שיתוף פעולה. אנחנו נפגשים אחת לחודש, ולנציגי הלשכה אין בעיה להיפגש עם נציגי הפיקוח. למשל, עשינו בלשכה עבודה יסודית על פוליסות אובדן כושר עבודה, והעלינו מול הפיקוח סוגיות שפוגעות במבוטחים. למשל - מדוע הכיסוי מוגבל ל-75% מהשכר? מדוע מי שאינו יכול לעבוד כלל צריך להיפגע לכל חייו? אני שמח לדווח כי הפיקוח מקבל בברכה את הרעיונות שלנו ומתקיים דיון פורה.

• כיצד הלשכה פועלת להארכת תקופת הצינון של פקידי הפיקוח?

אברמוביץ: אנחנו מצטרפים להצעת חוק שמוגשת על ידי מפלגת **מרצ**. נשמח לשתף איתם פעולה בכל שיידרש.

• כיצד מתקדמת הצעת החוק בנושא ניוד הכספים?

אברמוביץ: זו הוכחה מצוינת לנאמנות של סוכני הביטוח ללקוחות שלהם.

המצב הנוכחי בו אין אפשרות לנייד כספים עם המקדם המובטח משרת את ארבע חברות הביטוח הגדולות ותו לא. התרת הניוד עשויה לפגוע בסוכני הביטוח כיוון שזה יגרום לירידה בדמי הניהול ובהתאם בעמלות הסוכנים.

אין לי ספק שצעד כזה, שמיועד אך ורק לטובת הלקוח - יתממש. אני מקווה שהפיקוח יתעשת, לפני שזה יגיע לוועדת הכספים.

• כיצד מתקדמת הפעילות לייבא כיסויים מחו"ל?

אברמוביץ: אנחנו עובדים על זה. אחד הדברים שהכי בוערים, בעיני, הוא הבאת כיסוי לרעידת אדמה, שהוא היום מאוד רווחי אצל חברות הביטוח, ואני בטוח שניתן להשיג את אותו כיסוי במחיר נמוך יותר. החברות עושות קופה יפה מאוד על חשבון האזרחים אבל גם על חשבון סוכני הביטוח. העמלה בכיסוי הזה היא הכי נמוכה (למעט ביטוח רכב חובה) וזה הסעיף היחיד שחברות הביטוח לא מוכנות לתת עליו הנחה.

המשך מעמוד 20 - המפתח להצלחה: שירות חדשנות ומקצועיות |
שיחת "פוליסה" עם גיורא פלונסקר, סמנכ"ל בכיר, ראש האגף לביטוח עסקים ב"איילון"

חדשנות אינה מתבטאת רק בהחדרת מוצר חדש, אלא גם בשיפור מוצרים קיימים ותהליכי עבודה. פעלנו רבות לשפר הליכי מיכון, בין השאר על מנת לייעל תהליכי חידושי פוליסות. גולת הכותרת תהיה השקה קרובה של מחולל הצעות ופוליסות בתחום העסקי, אשר השימוש בו יקצר ויפשט את תהליך ביצוע הביטוח. אנו נרחיב את השימוש במחולל זה גם לעבודה במשרדי הסוכנים.

נקודה נוספת חשובה לציון היא הרחבת פעילותה של "איילון" עם מספר סוכנויות מהגדולות בענף, תוך מתן פתרונות מקצועיים לצרכיהן - תהליך שיימשך גם בשנה הקרובה.

• כיצד אתה רואה את הענף בכללותו?

פלונסקר: על ענף הביטוח הכללי אפשר לומר שהתחרות בו קשה ומרה אבל מדי פעם יש הבלחות של שפיות, בעיקר כאשר חברות מזהות תחומים בעייתיים ואז מפסיקות או מצמצמות פעילות בהם. צמצום שכזה מאפשר לאחרות להציע תנאי ביטוח הגיוניים יותר. גם השינויים שמתרחשים אצל חלק מהחברות תורמים להרחבת פעילות אצל אלו שלא משנות את מדיניותן, היות שהסוכנים מעריכים יציבות בגישה החיתומית.

נקודה חשובה נוספת היא הצורך להשקיע ולטפח אנשי מקצוע - קשה היום יותר לאתר בעלי מקצוע טובים עם ניסיון. הצורך בהשגת תוצאות חיתומיות טובות הולך ומתגבר, במיוחד בסביבת הריבית הנמוכה של היום שאינה מעודדת רווחי הון. מצד אחר, אסור לשכוח שבהיעדר אסונות בעולם, מבטחי המשנה מרוויחים וגדלה האפשרות להשיג ביטוח משנה במחירים נוחים יותר. אני יכול לומר כי "איילון" שיפרה את תנאי ביטוח המשנה ב-2014 והיא מצפה לשינוי דומה ב-2015.

• כיצד תתאר את האסטרטגיה של "איילון" במציאות זו?

פלונסקר: אנחנו משתדלים להימנע מהרפתקאות. אנחנו גם מוותרים על עסקים קיימים ולא ניגשים למכרזים חדשים כאשר התנאים לא נראים לנו. ישנו דגש רב על עבודה מקצועית ומסודרת, והטמעת מדיניות זו אצל הסוכנים שעובדים אתנו. אנחנו יודעים ומאמינים כי דרך זו מאפשרת להם לתת פתרון נכון יותר ללקוחות שלהם. זו השקעה שווה. כאשר התהליך תקין - גם הסוכן מוגן מפני תביעות אחריות מקצועית. אנחנו חוזרים ו"מתנצלים" בפני הסוכנים שאנחנו "מטרידים" אותם בזמן עשיית עסק, במטרה לעשות את התהליך נכון ומדויק. אמנם יש תלונות שיותר קשה לעבוד אתנו, אבל אנחנו לא מתכוונים לוותר על המקצועיות.

לדוגמה, ביקשנו לאחרונה מסוכנינו להחתים על ויתור רכישה של ביטוח נגד נזקי רעידת אדמה גם

בביטוחים העסקיים. אמנם בביטוחי עסקים החוק לא מחייב את בעל העסק לחתום על מסמך שכזה, אך אנחנו התעקשנו להיות בטוחים שהוא מבין את המשמעות ולוקח את האחריות על עצמו. כאשר מפחיתים כיסוי - הכל צריך להיות מתועד ומוסכם, כדי למנוע ויכוחים וסימני שאלה. הפעולה נעשית לטובת כל הצדדים - חברה, סוכן ולקוח.

• כיצד השפיעה "איילון" מהשינויים בענף?

פלונסקר: התהליכים שעברו השפיעו על "איילון" לחיוב. לא מעט סוכנים הבינו שהם מעדיפים לעבוד עם חברה שמגלה יציבות לאורך שנים. עשרות רבות של סוכנים הצטרפו לחברה, ואנחנו ממשיכים להשקיע רבות במטרה להקל על דרכי העבודה של הסוכנים.

מברכת
את
משתתפי
הכנס

"קניתי עם ביטוח"

• כאשר טובין נקנו בחו"ל והביטוח נעשה על ידי הספק - עדיין לא ברור אילו כיסויים ניתנו בביטוח וסביר שאם הלקוח לא שאל ולא בדק, התוצאה ביום האירוע עלולה להיות שאין ביטוח לסיכונים מסוימים • למה כדאי ואף רצוי לערוך ביטוח למשלוחים שלך דווקא אצל מבטח ישראלי

מאת אבי בן חורין

מומחה לביטוח ימי

כמה פעמים שמעתם את המשפט "קניתי עם ביטוח"? כמה פעמים חשבתם מה אומר המשפט הזה והאם יש לו משמעות מעבר לעובדה הפשוטה - הטובין נקנו בחו"ל והביטוח נעשה על ידי הספק?

אם ננסה להבין את התופעה, נראה שאולי מדובר בפעולה פשוטה, אך ההשלכות עלולות להביא לתופעה מורכבת, בעלת השפעה על העסקה כולה.

הרעיון שעומד מאחורי המשפט הזה מבוסס על העובדה שהפוליסה לביטוח משלוחים היא מסמך סחיר. גם אם היא יוצאת על שמו של הספק (כבעל הפוליסה והמבוטח), היא יכולה לעבור לידי הקונה וזיקת הביטוח תהיה שלו. מצב עניינים כזה אינו קיים למשל בביטוח דירה או רכב ואפילו עסק. לכן, למרות שהביטוח הימי (שכולל ביטוח משלוחים בים, באוויר וביבשה) נחשב כ"קדמון", "עתיק" ואולי המילה המתאימה היא "מיושן" - דווקא הוא נותן התייחסות מעניינת, מיוחדת ונוחה לתפעול. האם המחמאות האלו לא עולות ביוקר? בואו ונראה.

הקנייה עם ביטוח (הדוגמה הבולטת ולא היחידה היא בקנייה בתנאי ס.י.ף - COST CIF - INSURANCE AND FRIEGHT - רכישה כאשר המוכר רוכש את הביטוח עבור המשלוח כחלק מהעסקה) אינה מבהירה אילו כיסויים ניתנים בביטוח. האם הכיסוי הוא לפי I.C.C (A), כלומר על בסיס כל הסיכונים לנשוא הביטוח או שאולי בהתאם ל-I.C.C. (C) שהוא כיסוי מצומצם? חובת עריכת הביטוח בהתאם לתנאי הקנייה היא כדלקמן:

THE SELLER MUST OBTAIN AT ITS OWN EXPENSE CARGO INSURANCE COMPLYING AT LEAST WITH THE MINIMUM COVER AS PROVIDED BY CLAUSES (C) OF THE INSTITUTE CARGO CLAUSES (LMA/IUA) OR ANY SIMILAR CLAUSES.

במילים אחרות, אין חובה על המוכר לדאוג לביטוח מרבי או אפילו "סביר", אלא תנאי הסף הם הכיסוי המזערי. האם הכיסוי כולל ביטוח לסיכוני מלחמה ושביתות? כדאי לזכור שהכיסוי לנזקי טרור כלול בכיסוי לשביתות. האם הלקוח (הקונה) קיבל כיסוי לנזקים אלו? סביר להניח שאם לא שאל ולא בדק, התוצאה ביום האירוע - אין ביטוח לנושא זה.

מה לגבי אירועי פיראטיות? במסגרת הכיסוי של I.C.C (A) יש כיסוי ביטוחי (אין החרגה), אך בכיסויים האחרים יש לבקש הרחבה במפורש. האם היא תבוקש? האם מישהו חשב על כך? למען הסר ספק - הספק אמור לשלם עבור הביטוח ולכן אם חובתו מינימאלית, מדוע שיפעל מעבר לכך?

יש לזכור שלא כל הספקים בעולם נוהגים לפעול מעל ומעבר לחובתם. סביר להניח שנהפוך הוא.

עניין חשוב לא פחות הוא מי היא חברת הביטוח. יש לזכור שברגע האמת יהיה צורך להתמודד מולה. לא בטוח שהספק ינהל את כל מהלך ניהול התביעה. ניסוח חובתו של הספק ברכישת ביטוח לגבי חברת הביטוח נקבע כך:

THE INSURANCE SHALL BE CONTRACTED WITH UNDERWRITERS OR AN INSURANCE COMPANY OF GOOD REPUTE.

מה זה אומר? האם זו חברה קטנה ומקומית במדינת הספק? האם זו חברה גדולה ובינלאומית? בכל מצב יש יתרונות, אך לא מעט חסרונות. החובה שמופיעה בתנאי הסחר היא מעורפלת למדי. לאחרונה טיפלנו בתביעת מפעל ישראלי, שקנה חומר גלם בצרפת כאשר בתנאי הקנייה נכלל גם ביטוח בתנאי ס.י.ף. (מי יודע היכן בדיוק מסתיים הס.י.ף?). למרבה הצער, עם הגעת הטובין לארץ, הסתבר שהם ניזוקו באופן מוחלט במהלך ההובלה האווירית. חברת הביטוח במקרה זה הייתה חברת ביטוח אמריקאית ידועה ומוכרת, באמצעות הסניף שלה בפריז. האם זה קנה מידה להתנהלות הולמת (במושגים שלנו)? לא ולא. חברת הביטוח, על אף ששמאי ישראלי מטעמה טיפל בתביעה ועדכן אותה בתוצאות בדיקתו, לא הגיבה לשום פנייה שלנו - לא בכתב ולא בעל פה. גם השמאי, שניסה לבקש אישור המבטחת לתת לנו את דוח השמאות שלו ולשמוע התייחסות לגבי החלטתם המקצועית לגבי הכיסוי הביטוחי, נתקל בחומה שאסרה עליו למסור מסמכים, נתונים על אנשי החברה המטפלים בנושא, פרטי התקשרות איתם ומעבר לכך - דומייה מוחלטת לגבי התביעה עצמה.

אם זו ההתייחסות, כאמור, של חברת ביטוח ממדינה מערבית בעלת כללי התנהגות ידועים, למה יש לצפות מחברות שונות בעלות מסורת אחרת? ניסיוננו מוכיח שבמדינות רחוקות אחרות, ההתנהלות קשה עוד יותר.

כדי להוסיף "חטא על פשע" ישנן תופעות נוספות שלא בדיוק מעודדות שימוש בחברות ביטוח זרות. למשל, בפוליסת הביטוח הימי של כל חברה יש, בנוסף לכללים הידועים (סעיפי המכון), דף רשימה (מפרט) שבו אפשר לציין הרחבות ובעיקר סייגים ככל העולה על דעת המבטחת. במקרה אחד קיבלנו את המפרט של חברת ביטוח סינית (באותיות קטנות כמובן) ששם צוין, בין השאר, שהכיסוי הביטוחי יסתיים טרם פריקת המכולה מהאנייה. על כך כבר אמרו חברי "הגשש החיוור" - אתה הבנת את זה?

במסמך אחר ראינו שהמבטחת רושמת שהכיסוי הוא לפי C.I.C ולא I.C.C. האם ברור לכל שלא מדובר על אותם תנאים? מה אומר הכיסוי האחר - איננו

המשך בעמוד 82 ‹‹‹

מובילים בביטוח צמ"ה

מובילים בביטוח משאיות

סקוריטס ביטוח - מורשה לוידס בישראל

החברה המובילה בארץ לביטוח משאיות וצמ"ה

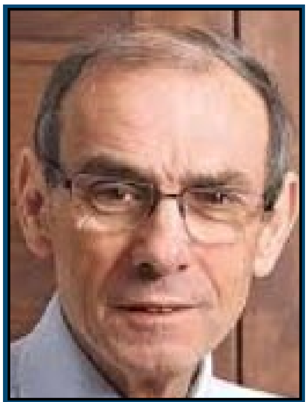
נא להתקשר לקביעת פגישה עם הסמנכ"ל
לרוויה שמש
03-7525200
סודיות מוחלטת מובטחת

סקוריטס
SECURITAS

אתר: www.securitas.co.il
טל: 1700-709-199

e-mail: ins@securitas.co.il
פקס: 03-7525300

האלמנטאר - גורם מרכזי ברווחיות חברות הביטוח



מאת חגי שפירא

הענף הפך להיות אי של יציבות, בעיקר כי הוא סובל פחות מהמגזרים האחרים מהתערבות רגולטורית המשפיעה על הרווח, וכן מהעליהום הציבורי והתקשורתי בנושאים כגון דמי ניהול, רווחיות ביטוחי הפרט בביטוח בריאות ותגמול הסוכנים

לאחר פרסום הדוחות הכספיים של חציון 2014 אפשר להבחין שהמגזר האלמנטארי ממשיך להיות היציב ביותר מבחינת חברות הביטוח - הן מבחינת התפוקה והן מבחינת הרווחיות. בשנת 2014 הביטוח האלמנטארי הוא גם הרווחי ביותר מבין מגזרי הפעילות הכוללים את ביטוח חיים/חיסכון ארוך טווח (כולל פנסיה וגמל)ומגזר ביטוח בריאות.

בחציון 2014 הרווח באלמנטארי עמד על כ-957 מיליון שקל, והוא המגזר הרווחי ביותר בחציון - 46% מרווחי הענף בשלושת מגזרי הפעילות (חיים, בריאות ואלמנטארי).

ב-2013 הרווח הגיע ל-1.5 מיליארד שקל והיווה רק 31% מהרווחיות של ענף הביטוח (4.8 מיליארד שקל בשלושת מגזרי הפעילות). ב-2012 הגיע הרווח באלמנטארי לכ-2 מיליארד שקל והיווה כ-55% מרווחיות ענף הביטוח בשלושת המגזרים.

בסקירה ההשוואתית הקודמת ("**פוליסה**", גיליון מיוחד לכנס "**אלמנטר 2013**") הזכרנו שכמעט כל החברות "החליפו את הדיסקט" בקשר לביטוח האלמנטארי בשנים האחרונות. כמעט כולן עושות כעת מאמצים על מנת להגדיל חלקן בביטוח אלמנטארי, ובעיקר בביטוחי הפרט. אותה מגמה נמשכת גם בשנה הנוכחית וניתן לצפות שהמגמה תימשך, שהרי המגזר האלמנטארי מספק רווח חיתומי בשלושה מתוך ארבעה תחומי הפעילות (ביטוח חובה, ביטוח רכב רכוש ותחום רכוש ואחרים). תחום הפעולה היחידי המפסיד חיתומית הוא תחום החבויות, אך ההפסדים מגובים בשוק הון חיובי המאזן את ההפסדים החיתומיים.

בשנים האחרונות הביטוח האלמנטארי הפך להיות אי של יציבות. זאת בעיקר מאחר שהוא סובל פחות מהמגזרים האחרים מהתערבות רגולטורית המשפיעה על הרווח, וכן מהעליהום הציבורי והתקשורתי שהיה פעיל לאחרונה בנושאים כגון דמי ניהול, רווחיות ביטוחי הפרט בביטוח בריאות, תגמול הסוכנים ועוד.

בנוסף, התחום סבל פחות מהשינויים של סביבת הריבית הנמוכה ביחס למגזרים האחרים.

עיקר ההשפעה בביטוח אלמנטארי הייתה על תחום החובה והחבויות, אך שוק ההון החיובי והשיפורים החיתומיים (בעיקר בחובה) היו דומיננטיים יותר מההשפעה השלילית של סביבת הריבית הנמוכה, שהגדילה ההתחייבויות הביטוחיות כתוצאה משינוי ריבית ההיוון בחלק מן החברות.

גם בפעילות הסוכנים מורגשת אותה יציבות, ובמגזר האלמנטארי העמלה לא רק שלא נשחקה אלא עלתה במקצת בשנים האחרונות. אותן מגמות המשפיעות על האלמנטארי בכיוון החיובי גרמו בשנים האחרונות לסוכנים רבים, שעיקר עיסוקם היה ביטוח חיים, לעבור הסבה ולהתחיל לשווק ביטוחים אלמנטאריים. זה מורגש בעיקר בענפי הפרט (ביטוחי רכב ודירות).

אנו מחלקים את הפעילות של החברות בענף הביטוח לשלוש קבוצות עיקריות:

א. החברות הגדולות - העוסקות בכל מגזרי הפעילות וכמעט בכולן תפוקת ביטוח החיים היא הדומיננטית ("**מגדל**", "**הראל**", "**כלל ביטוח**", "**מנורה מבטחים**", "**הפניקס**"). בחברות הללו אין אחידות וניתן להבחין בכך שב"הראל" הפעילות של האלמנטארי והבריאות (כולל פעילות "**דקלה**") כמעט זהות לפעילות ביטוח החיים. ואילו בקבוצת "מנורה מבטחים" תפוקת הביטוח האלמנטארי היא הדומיננטית ביותר בהתייחס לתפוקה ואילו במגזר של הביטוח חיים וחיסכון ארוך טווח - החלק של החברה בתפוקה הוא הקטן ביותר מבין הגדולות. בתחום הפנסיוני, שבו לא נרשמת פרמיה אלא דמי ניהול, היא הגורם המוביל, כאשר יותר מ-30% מכספי הפנסיה בישראל מנוהלים על ידי "מנורה מבטחים" (בעקבות הרכישה ההיסטורית של "מבטחים").

מבין החברות הגדולות ניתן לציין ש"מגדל" היא הגדולה ביותר בתחום

השוואת תוצאות מגזרי הפעילות השונים של חברות הביטוח (במיליוני שקלים)

	2012				2013				2014			
	ביטוח חיים וחסכון ארוך טווח	בריאות	ביטוח כללי*	סה"כ	ביטוח חיים וחסכון ארוך טווח	בריאות	ביטוח כללי*	סה"כ	ביטוח חיים וחסכון ארוך טווח	בריאות	ביטוח כללי*	סה"כ
פרמייה ברוטו	22,578	7,024	17,800	47,402	23,568	7,841	18,439	49,848	11,706	4,126	10,505	26,337
אחוז בתפוקה	48%	15%	38%	100%	47%	16%	37%	100%	44%	16%	40%	100%
רווח	947	689	2,017	3,653	2,540	732	1,499	4,771	816	297	957	2,070
אחוז ברווח	26%	19%	55%	100%	53%	15%	31%	100%	39%	14%	46%	100%

*** לא כולל רווחים (הפסדים) שמקורם בחו"ל**
ב-2014 מופיעות תוצאות החציון

תוצאות חברות הביטוח לחציון 2014, בחלוקה למגזרי פעילות (באלפי שקלים)

	פרמיות				אחוז בתפוקה			רווח				אחוז ברווח		
	ביטוח חיים וחסכון ארוך טווח	בריאות	ביטוח כללי*	סה"כ	ביטוח חיים וחסכון ארוך טווח	בריאות	ביטוח כללי*	ביטוח חיים וחסכון ארוך טווח	בריאות	ביטוח כללי*	סה"כ	ביטוח חיים וחסכון ארוך טווח	בריאות	ביטוח כללי*
מגדל	3,570	425	1,150	5,145	69%	8%	22%	412	18	57	487	85%	4%	12%
הראל	1,891	1,723	1,798	5,412	35%	32%	33%	88	117	158	363	24%	32%	44%
כלל ביטוח	2,371	796	1,295	4,462	53%	18%	29%	98	66	177	341	29%	19%	52%
קבוצת מנורה	1,051	271	1,611	2,933	36%	9%	55%	164	8	115	287	57%	3%	40%
הפניקס (הדר)	2,038	747	1,262	4,047	50%	18%	31%	14	48	158	220	6%	22%	72%
ביטוח ישיר	109	62	631	802	14%	8%	79%	33	16	85	134	24%	12%	63%
איילון	326	0	935	1,261	26%	0%	74%	(2)	-	79	77	-3%	0%	103%
הכשרה	288	0	576	864	33%	0%	67%	11	-	62	73	14%	0%	86%
AIG	57	102	320	479	12%	21%	67%	1	24	37	62	2%	38%	60%
שלמה	0	0	250	250	0%	0%	100%	-	-	16	16	0%	0%	100%
ביטוח חקלאי	0	0	362	362	0%	0%	100%	-	-	8	8	0%	0%	100%
שירביט	0	0	279	279	0%	0%	100%	-	-	6	6	0%	0%	100%
פסגות ביטוח	5	0	0	5	100%	0%	0%	(3)	-	-	(3)	100%	0%	0%
סך הכל ביטוח	**11,706**	**4,126**	**10,469**	**26,301**	**45%**	**16%**	**40%**	**816**	**297**	**957**	**2,070**	**39%**	**14%**	**46%**

*** לא כולל רווחים (הפסדים) שמקורם בחו"ל**

1. הטבלה לא כוללת את החברות "קרנית", "בססח", "אשרא" ו"קנט".

2. בביטוח כללי הכוונה לדמי ביטוח ברוטו, בביטוח בריאות וחיים הכוונה לפרמיה.

3. הטבלה מתייחסת לפעילות במגזרי הפעילות ואינה כוללת רווחים מפעילויות אחרות (כגון פיננסים) ו/או רווחים שאינם קשורים למגזרי הפעילות.

ביטוח החיים (בהפרש ניכר על האחרות) ואילו "הראל" היא הגדולה ביותר בביטוח בריאות (גם כן בהפרש ניכר על האחרות). גם בביטוח אלמנטארי "הראל" היא החברה הגדולה ביותר (אך ההפרש בינה לבין קבוצת "מנורה", השנייה בגודלה, קטן יחסית).

ב. חברות בינוניות - העוסקות גם בביטוח חיים ובריאות, אך כמעט כולן עתירות אלמנטארי - **"איילון"**, **"הכשרה"**, **"שומרה"**, **"ביטוח ישיר"** ו-**AIG**. בכל החברות הללו הביטוח האלמנטארי הוא הדומיננטי בתפוקה והרווחיות. עם זאת ניתן לציין שב-AIG יש רווחיות יוצאת דופן בתת תחום תאונות אישיות בביטוח הבריאות ולפיכך תרומת מגזר הבריאות לרווחיות החברה משמעותית ביותר.

ג. חברות קטנות - שעוסקות רק בביטוח אלמנטארי - **"שירביט"**, **"ביטוח חקלאי"** ו**"שלמה"**.

בחברות "שירביט" ו"שלמה" עיקר התפוקה מקורה מתחומי הרכב (רכב חובה ורכב רכוש) ואילו בחברת "ביטוח חקלאי" עיקר הפעילות מקורה בביטוחים העסקיים של התעשייה הקיבוצית.

החל משלהי 2013 קיימת תופעה חדשה, ובית ההשקעות **"פסגות"** החל לעסוק בביטוח חיים בלבד. אך הפעילות עדיין בתחילת הדרך ועדיין לא משפיעה על שוק הביטוח. אנו צופים שבתי השקעות נוספים ייכנסו בקרוב לפעילות גם בביטוח וייכנסו למסגרת רביעית וחדשה שיש לה סיכוי להתפתח.

לפי שעה, אותה קבוצה לא תיכנס לפעילות באלמנטארי, ותבנה במגזר ביטוח החיים מוצרים משלימים לאלו המסופקים בבתי ההשקעות (בעיקר ריזיקו ואבדן כושר עבודה).

על פי תוצאות 2014, אנו מבחינים שהרווחיות עד כה (בחציון) של המגזר האלמנטארי מהווה 46% מרווחי ענף הביטוח, עם רווח של 957 מיליון שקל בחציון ואילו הביטוח חיים רק במקום השני בתרומתו לרווח, עם רווח של 816 מיליון שקל המהווה כ-40% מרווחי החציון בענף. ביטוח הבריאות גם כן במגמת ירידה ברווחיות, עם רווח של 297 מיליון שקל בלבד (14% מהרווחיות בחציון).

בשנה הנוכחית ספג ביטוח החיים ירידה ברווחיותו הממוצעת, בעיקר בגלל סביבת הריבית הנמוכה והירידה המתמשכת בריבית חסרת סיכון והירידה בתשואות הגלומות בנכסים העומדים כנגד ההתחייבויות הביטוחיות. אותה ירידה ברווחיות נוצרה למרות שוק ההון החיובי.

גם בשנת 2012 וכתוצאה מהתערבות רגולטורית הייתה הפרשה של סכומים מהותיים בביטוח חיים בגין התחייבויותיהן של החברות לתשלום גמלאות בעתיד, בשל פרסום נייר עמדה של הפיקוח בקשר עם עדכון לוחות תמותה ועדכון התחזית להתארכות תוחלת החיים בעתיד.

בנוסף, אותן הנחיות גרמו לעצירה של מכירת ביטוחי חיים עם מקדמי קצבה המגלמים הבטחת תוחלת החיים ובעיקר את ביטוחי המנהלים. אותו שינוי גרם לכך שהמעבר מביטוחי מנהלים לפנסיה הואץ בין השאר בהיעדר מוצרים חדשים בביטוח חיים.

ניתן להבחין שבשתיים מתוך שלוש השנים האחרונות היו אירועים שהשפיעו על התוצאות בביטוח חיים: ב-2012 (משבר ביטול המקדמים) ובשנת 2014 (ירידת שער הריבית).

בשנת 2013, שהייתה שנה רגילה מבחינת ביטוח החיים ולמרות הירידה במכירת ביטוחי המנהלים, שוק ההון החיובי יצר בעבור שוק הביטוח שנה נורמלית שבה ביטוח החיים מוביל בתפוקה וברווחיות (כפי שהיה ברוב השנים).

כאשר אנו בודקים את ביצועי הביטוח האלמנטארי ניתן להבחין שבאותן שנים, על אף נזקי החורף הקשים של שנת 2013, המגזר יציב ברווחיותו, למרות שעיקר הרווח שלו קשור בשוק ההון, בעיקר בתחום רכב חובה.

לעוסקים בביטוח אלמנטארי יש סיפוק רב שהרי הוותיקים שבינינו זוכרים היטב שלפני יותר מעשור לא התלהבו בחברות הביטוח (הגדולות בעיקר) מהפעילות בביטוח אלמנטארי וכמעט כל המנהלים נבחנו בפעילותם במגזרי ביטוח החיים ובחלקן מן החברות הגדולות הייתה בריחה מהאלמנטארי ו/או מתחומים מסוימים שבמסגרתו.

המגזר השלישי שצמח, ביטוח הבריאות, שהינו עתיר רווח ביחס לגודלו עובר אף הוא משברים המלווים בתהודה תקשורתית והכוללת התערבות רגולטורית שאינה קשורה רק במשרד המפקח אלא גם בפעילות של משרד הבריאות (ועדת גרמן).

למרות שמגזר הבריאות מהווה מנוע צמיחה ולמרות רווחיותו בשנים האחרונות, הוא רחוק מיציבות בשל ההתערבות הרגולטורית וכן בשל הלחץ הציבורי הזוכה לרוח גבית של התקשורת וכן ללחצים של גורמים אינטרסנטיים במערכת הבריאות והמערכת הפוליטית

המשך בעמוד 86 ‹‹‹

מערכות מידע וטכנולוגיה הן כבר הרבה יותר מ"מיכון" בארגון

על מעורבות צוותי מערכות מידע ושילובם בעסקים

מאת משה שטיין

מנתח מערכות

עד לפני כמה שנים היו מערכות המידע בארגון נספח תומך למקבלי ההחלטות ולמנהלים. מחלקות מערכות מידע עברו מהפך כאשר הן הפכו להיות מרכיב חשוב בבניית הכלים להשגת יעדי הארגון ובשנים האחרונות צוותי מערכות המידע קבלו מעמד מרכזי בכל ארגון ובכל החלטה אירגונית החל משלב קביעת יעדי המכירות, ניהול כוח האדם, מענה לדרישות רגולציה ומרכיב בעל משקל כבד בבניית תקציב הארגון.

הכלים העומדים כיום לרשות הארגון לבחינת יעילותו משמשים את כל הדרגים בארגון וככאלו נדרשים להיות מתוחכמים, יעילים וכאלו שנותנים נתונים בזמן אמת על מנת לאפשר לאירגון להגיב ביעילות לשינויים בשוק.

במקביל לכלי ניתוח מידע מאפשרת הטכנולוגיה כיום להקל על עובדי האיגון לתפקד בזריזות בכלל המערכות ולאפשר ללקוחות שליטה במידע הרלוונטי להם, ביצוע פעולות באופן עצמאי ואף רכישת מוצרים. הקשר בין הארגון ללקוח תלוי באופן ישיר ביכולת צוותי מערכות המידע, מקצועיותם ושילוב בינם לבין הגורמים השונים בארגון. את אלו ניתן להשיג על ידי הידוק הקשר בין צוותי מערכות המידע, מנהלי התחומים בארגון, שיתוף עיניני של נציגי העובדים והשלמת ביצוע הפיתוחים עם גורמים היכולים לתמוך בניתוח התנהגות הלקוח.

בשנים האחרונות התחזקה המגמה במשק לשילוב צוותים המתמחים בניתוח צרכי הלקוחות והתנהגותם בהיבט אופן השימוש במערכות מחשב, הרגלי גלישה באינטרנט והתנהגות בתפעול מערכות שירות כגון עמדות מכירה. שילוב צוותים של פסיכולוגים ואנשי שיווק מנוסים ביחד עם מקבלי ההחלטות ומנתחי מערכות תוכנה מביא לא אחת להקמת מערכות ומנגנונים יעילים. מטרת שילוב גורמים מקשת רחבה של התמחויות היא לגרום למערכות להיות כמה שיותר אינטואיטיביות לעושים בהן שימוש וכפועל יוצא הגדלת היקף המכירות ואיכות השירות.

חברות האינטרנט הגדולות משקיעות נתח גדול מהתקציבים בניתוח התנהגות הלקוחות בכדי

> **"לא ירחק היום שאת מרבית מוצרי הביטוח ניתן יהיה לרכוש באינטרנט ותפקידו של סוכן הביטוח יתחזק במתן השירות ללקוחות ושימור לקוחות החברה.**

לקבל את מקסימום תשומת הלב של הלקוח למוצר אותו הם מייצגים. בשוק הביטוח יש מקום ליצירתיות רבה והקמת צוותי חשיבה וביצוע יתפסו את מקומם בראש הפירמידה של כל ארגון שירצה להוביל את השוק.

כיום, רכישת פוליסת ביטוח חובה תקפה שמשולמת באמצעות כרטיס אשראי עם חותמת בנק שהופקה על ידי חברת ביטוח נראית כעניין שבשגרה אך אל לנו לשכוח שעד לפני כמה שנים, מכירה של ביטוח חובה חייבה את הלקוח להיטרטר לסניף דואר או בנק על מנת לשלם את התעודה. היעילות שנוצרה באמצעות מערכות המחשב בהפקת תעודת ביטוח תקפה ומשולמת באופן מיידי איפשרה לחברה למכור בצמוד לפוליסת החובה גם את פוליסת המקיף והתיעלות זו היא רק דוגמה קטנה לשינוי בהרגלי המכירה של מוצרי ביטוח. לא ירחק היום שאת מרבית מוצרי הביטוח ניתן יהיה לרכוש באינטרנט ותפקידו של סוכן הביטוח יתחזק במתן השירות ללקוחות ושימור לקוחות החברה. אך כיצד ניתן יהיה להתמודד עם רכישה ישירה של מוצרי ביטוח ללא סוכן? כאן נדרש שיכנסו לפעולה צוות החשיבה של החברות בשיתוף הסוכנים וזאת כדי לאפשר לסוכן הביטוח להיות **המוביל** של המכירה ונציגה של חברת הביטוח.

כבר כיום ישנן מערכות המאפשרות להעביר ללקוח את מסמכי הפוליסה באמצעות מערכות מאובטחות תוך עמידה בתנאי הרגולציה ושמירה קפדנית על סודיות המידע המועבר וכן ביצוע בקרה לגבי זהות מקבל המידע ומועד קבלתו. תנאים אלו התאפשרו באמצעות מערכות שפותחו על ידי חברות תוכנה הפועלות במקביל להנחיות הרגולטור ומספקות פתרונות תואמים לדרישות אלו.

לסיכום, השנה הטכנולוגית הקרובה צפויה להיות רוויית אתגרים וככזו תדרוש מהאיגונים לבחון בקפידה יישום דרישות רגולציה באמצעות מערכות מידע באופן היעיל ביותר עם מינימום פגיעה ברווחיות.

התקדמות טכנולוגית תוך הצבת מטרות ויעדים ובעיקר שילוב ושיתוף כל זרועות האיגון תוך שימת ההיבט הטכנולוגי כאחד מהפרמטרים החשובים בארגון, תשאיר כל ארגון ב"ליגה של הגדולים".

משווקים ביטוח

שיחת פוליסה עם ניר כהן, מנכ"ל ובעלים של "זברה שירותי רכב" על החדשנות שמאפיינת את החברה

"זברה שירותי רכב" פועלת להתאמת השירות לצרכי הלקוח

את הגידול של החברה בכמות הלקוחות יש לזקוף לזכות ההון האנושי, מערכת טכנולוגיה מתקדמת ובאיתור הזדמנויות חדשות

ניר כהן

מנכ"ל ובעלים של "זברה שירותי רכב"

חברת **"זברה שירותי רכב"** הוקמה בשנת 2000 על ידי **ניר כהן**, כאשר הרעיון היה להקים חברה לשירותי רכב שתספק שירות אמין, מהיר ומקצועי. האסטרטגיה הייתה יצירתיות ומקוריות בפיתוח מוצרים שיספקו את צרכי הלקוחות.

כיום, "זברה שירותי רכב" הינה ספקית שירות של חמש חברות ביטוח: **"הראל"**, **"איילון"**, **"הכשרה"**, **"שירביט"** ו**"ביטוח ישיר"**. בין לקוחותיה גם חברות ההשכרה והליסינג: **"אלדן"**, **"אוויס"**, **"ליסקאר"** ו**"פרי"**. כמו כן, היא נותנת שירות ללקוחות של צי רכב גדולים כגון **"פדקס"**, **"אלביט מערכות"** ו**"איתוראן"**.

• **במה מתבטאת החדשנות של חברת "זברה שירותי רכב" לעומת מתחרותיה?**

כהן: החדשנות התמידית של "זברה" מתבטאת באיתור הזדמנויות חדשות ובכניסה לנישות ייחודיות של פעילות בענף שירותי הרכב. צורך זה נובע בראש ובראשונה מהחשיבות של התאמת השירות לצרכי הלקוח, כגון סל מגוון של שירותי דרך, החל מגרירה ותיקוני דרך קלים ועד לשירותי גרירה עבור לקוחות המוגבלים בניידות.

מחלקת השיווק בחברה מקפידה לפתח ולאתר שירותים ייחודיים שאין בענף הביטוח או הרכב, כמו פתרונות בתחום רכב חלופי לנהג חדש/צעיר ורכב חלופי שמגיע על גרר למקום התאונה ובכך חוסך זמן ללקוח, כדי שיוכל להמשיך ישירות ליעד ללא עיכובים.

• **איזה שירות חדש אתם מציעים ללקוחות?**

כהן: הערך המוסף של "זברה" הוא שהיא אינה קופאת על שמריה והיא ממשיכה כל הזמן לפתח מוצרים חדשים, למשל שירות משאית חלופית. הנהלת החברה שקדה זמן רב על בניית חבילת שירות לנהגי המשאיות כך שבזמן אירוע ביטוחי כגון: גניבה, אובדן מוחלט/להלכה ובתאונה יקבל הנהג משאית חלופית אשר תאפשר לו להמשיך את עבודתו ללא פגע. בכך אנו נענים לצרכים של הלקוח שעד היום לא היה לו פתרון, ומאפשרים לו בנוסף לקבל משאית שעונה לצרכיו, כמו משאית פתוחה או משאית קירור. כך יכולים נהגי המשאיות להמשיך בעבודתם עד לקבלת פיצוי/שיפוי כספי מחברות הביטוח.

• **מה סוד ההצלחה?**

כהן: מקצועיות העובדים ושירות ללא פשרות הם חלק מרכזי ב-DNA של החברה. ניכר מאמץ גדול של המנהלים להעסיק עובדים מקצועיים ואדיבים ולתת מענה טלפון אנושי 24 שעות ביממה. החברה בנויה ממספר מחלקות מקצועיות:

• מחלקת שירותי דרך - מונה צוות מתפעלים בעל ידע טכני רב בתחום מכונאות וחשמלאות רכב, בדגש על אבחון תקלות תפעוליות.

• מחלקת תפעול בקרה ואופטימיזציה - כל פנייה המתקבלת במוקד מועברת לאבחון טכני מקצועי ובכך נחסך זמן רב ללקוח והוא מקבל את השירות האופטימאלי.

• מחלקת שמשות - "זברה" עובדת בשיתוף פעולה עם **"אילן זגוגות רכב"** המעניקה שירות התקנת שמשות גם בבית הלקוח.

• מחלקת השכרת רכב - מטפלת בתביעות רכב חלופי ללקוחות. מדובר בתנאים המשודרגים ביותר בישראל בקטגוריית רכב חלופי בתאונה, גניבה ונזק מוחלט (טוטלוס).

• מחלקת מנויים וחיתום - מטפלת במקצועיות בחיתום, החלפות רכב, רכישת תוספות כיסוי וביצוע שינויים נוספים. מחלקה זו מעניקה גם תמיכה טכנית-תפעולית לסוכנים.

• מחלקת שיווק ומכירות - מחלקה מקצועית, השולטת בחוקים ותקנות. אנשי המחלקה ערוכים לתת מענה מקצועי ומהיר לכל לקוח ולקוח על פי צרכיו. מנהלי תיקי הלקוחות הם בעלי סמכויות ומצוידים בכלי ניהול נכונים.

• **לאחרונה השקתם אתר אינטרנט חדש.**

כהן: אכן, החברה השיקה אתר אינטרנט חדש ומשופר ובו פורטל לסוכנים. הסוכנים יכולים למצוא בו את כל המידע הדרוש להם להתאמת סוג השירות ללקוח שלהם. כמו כן, הסוכן יכול לראות את כל הנתונים על הלקוח שלו, לקבל דוחות ולבצע בדיקת שימוש בשירות - והכל בלחיצת כפתור. האתר החדש מותאם כמובן לסלולר ומאפשר לסוכן גישה למערכת ניהול קשרי לקוחות דרך הטלפון החכם - הדבר חוסך זמן ונותן פתרון לסוכן גם כאשר הוא מחוץ למשרד. אנו נמצאים כעת בתהליך פיתוח של מוצרי טכנולוגיה נוספים על מנת לתת פתרונות שהיום עדיין לא קיימים בשוק הרכב.

• **מה היעדים שלכם לשנה הקרובה?**

כהן: "זברה" היא חברה שעובדת עם חברות הביטוח בענף. הדבר אינו ברור מאליו - רק חברות בעלות יציבות כלכלית איתנה יכולות לעבוד בתנאי הסף של חברות הביטוח על כל המשתמע מכך. בנוסף, מנהלי המחלקות המקצועיות של "זברה" סימנו יעדים חדשים לצמיחה וגדילה בשנה החדשה, המשך מתן שירות איכותי, רכישת גררים וניידות שירות נוספים ופיתוח מוצרים חדשים. בשנה החדשה החברה תמשיך לשאוף לערכי מצוינות, שירותיות, חדשנות ואמינות, אשר מוטמעים בתרבות הארגונית של החברה זה שנים רבות.

בס"ד, תשע"ג, 2013

פורום מנהלי הסדרים פנסיונים בישראל

גבאי E.G. הסדרים פנסיונים | ביטוח | פיננסים

קבוצת גבאי ביטוח פיננסים וייעוץ נמנית על צמרת ענף הביטוח בישראל. הקבוצה מתמחה במתן פתרונות במערכי ביטוח מורכבים למגזר העסקי והמוסדי בתחומי ביטוח, פנסיה ופיננסים. הסוכנות נמנית, בין היתר, כאחת מסוכנויות ההסדר הפנסיוני ושייכת לפורום מנהלי ההסדרים בישראל.

חדש וייחודי

ביטוח אחריות מקצועית למְמוּנה בטיחות

גבאי סוכנות לביטוח משיקה בשבועות הקרובים פוליסה ייעודית וייחודית בתחום ביטוח אחריות מקצועית לממונה בטיחות.

פוליסה רחבה מאד שהותאמה (Tailor Made) עבור הצרכים המיוחדים והסיכונים של ממונה בטיחות, הכוללת בין השאר:

- הגדרת מקצוע רחבה ביותר.
- כיסוי לממונה בטיחות כשכיר בחברה במחירים מיוחדים.
- כיסוי לממונה בטיחות כעצמאי.
- אופציה להגדלת גבולות אחריות עד $2,000,000.
- אופציה להרחבת כיסוי צד שלישי.

הרחבות נוספות ללא תוספת פרמיה

- הוצאת דיבה ולשון הרע.
- אי יושר עובדים.
- אובדן מסמכים.

לפרטים נוספים ולקבלת הצעת מחיר אטרקטיבית, מרל: 03-7919039

כל האמור לעיל בכפוף לתנאי הפוליסה וסייגיה

סניף מרכז | רחוב החרוץ 9 , תל אביב 67060 | טל : 03-7919003 פקס : 03-7919010
סניף ירושלים | רחוב נחום חפצדי 5 , בת עופר, ירושלים 95484 | טל: 02-6524552 פקס : 02-6524560

››› המשך מעמוד 24 - ענף ביטוח הרכב - לאן? |

מאת אייל טולדנו, סמנכ"ל תחום פרט, "שומרה חברה לביטוח"

לאחר הצלחת ניסוי בו נעו רכבים ללא נהג באזורים עירוניים צפופים. כפועל יוצא מכך, ולנוכח העובדה שביטול הגורם האנושי יביא לכך שמכוניות אלו יהיו בטיחותיות בהרבה מהקיימים היום, צפויה כמובן לחול ירידה חדה במספר תאונות הדרכים. במדינת נבאדה שבארה"ב, שהייתה הראשונה שהסדירה את נושא המכוניות האוטומטיות בחוק וכבר בשנת 2012 העניקה רישיון למכונית האוטומטית הראשונה, דווח לאחרונה שהרכבים המשתתפים בניסוי גמעו כבר מרחק של כחצי מיליון קילומטר ללא מעורבות באף תאונה. מטבע הדברים הנושא יגרום לטלטלה בענף ביטוח הרכב ויציב בפניו אתגר גדול. בסיסי האקטואריה, המודלים ונוסחאות התעריף יעברו רוויזיה משמעותית לצורך התאמתם למציאות החדשה.

מעמדו של סוכן הביטוח בעתיד

מילים רבות כבר נכתבו ונאמרו בנוגע לשאלה לגבי הצורך העתידי בסוכן ביטוח בעולם דיגיטלי מתקדם המקדש טכנולוגיה. אנו ב"**שומרה**", כחברה המשווקת את מוצריה אך ורק באמצעות סוכני הביטוח שלה ואינה פועלת בערוצי מכירה ישירה, מאמינים כי אין תחליף לקשר והמגע האישי של סוכן הביטוח, קל וחומר בעולם דיגיטלי קר. בניגוד לסוכני הנסיעות שנכחדו כמעט לגמרי בעקבות המהפכה הטכנולוגית, מקומו של סוכן הביטוח לא יתייתר, ותפקידנו כמבטחים להעניק לסוכנינו כלים שיתמכו בהם בתהליכים אלו. קיימת מחשבה מוטעית בקרב חלק מהציבור, הנוטה לחשוב כי בשל תהליך רכישת הביטוח הקל והמהיר המוצע על ידי החברות והמסלולים הישירים, אפשר להסתדר ללא שירותיו של סוכן ביטוח, ללא הבנה כי מדובר בשירות מורכב מאד. למעשה, המוצר הנרכש הוא הטיפול בתביעה. יתרה מכך, לא פעם אני מביט בהשתאות בנאמנות האבסולוטית של סוכני הביטוח ללקוחותיהם, המתבטאת, בין השאר, בחתירתם להשגת המחיר הטוב עבורם, גם במחיר של פגיעה בהכנסתם. לאור זאת אני סבור שהשינויים הצפויים בנושא תגמול סוכני הביטוח אין מקומם בענפי הביטוח האלמנטארי, שמרבית המוצרים המשווקים בו דומים במהותם ובאיכותם והם בעלי רגישות עצומה למחיר. השינוי להערכתי יוביל לפגיעה בתחרות, בעיקר בחברות יצירתיות ומוטות שיווק.

››› המשך מעמוד 38 - שיווק ביטוח לצעירים |

מאת יגאל באום, מנכ"ל משותף ב- Baum & Ron והעורך המקצועי של מגזין משווקים ביטוח

כיוון שמוצרים אלה הם מוצרים שחובה לרכוש אותם, אפשר לבנות מערכת יחסים סביב מוצרים אלה ישירות לקהל היעד שצורך אותם.

הדרך לעשות זאת היא לבסס מערכת יחסים עם צעירים ספציפיים דרך רשימת הלקוחות הקיימת שלכם. רוב הצעירים ממילא מגיעים אליכם דרך קשרי המשפחה שלהם (ברוב המקרים). הרעיון המרכזי הוא לבסס קשר ישיר איתם ולדאוג לכך כי הם יקבלו יחס מצוין. בנוסף רצוי לגרום לכך כי הם יציינו את שביעות רצונם מהשירות שקיבלו ורצוי כי יעשו זאת בפייסבוק.

הדרך לפנות לצעירים היא באמצעים אישיים אם כי לא המסורתיים בהכרח: פנייה בהודעה בפייסבוק, ב-SMS או בווטסאפ תהיה יעילה יותר מאימייל ככל שגיל הלקוח נמוך יותר. כמו כן, רצוי כי הפנייה תהיה באמצעות עובד צעיר במשרד, (דור שני, פקיד/פקידת ביטוח וכו'). כן רצוי כי הפנייה תהיה פשוטה עד כמה שאפשר, המסבירה באופן הבהיר ביותר מה נדרש מהלקוח לבצע.

לסיכום: קשר בלתי אמצעי עם הצעירים (ישירות איתם ולא דרך הוריהם) והמלצה שלהם לחבריהם יחברו אתכם לעולמם של הצעירים, מה שיבטיח לכם דור חדש של לקוחות, שיגדלו ויצמחו אתכם לאורך שנים רבות.

המאמר פורסם בגיליון 3 של מגזין משווקים ביטוח

ק.ש. KESH
מורשה לוידס | LLOYD'S Coverholders
ק.ש. חתמים בינלאומיים סוכנות לביטוח (2010) בע"מ
אנו פועלים באמצעות מאות סוכנים ברחבי הארץ ומתמחים
בנישה מקצועית בתחומים הבאים:
ביטוח משאיות
ביטוח אוטובוסים
ביטוח סחורה בהעברה
ביטוח צ.מ.ה
ק.ש. KESH
מורשה לוידס | LLOYD'S Coverholders
המבטח המוביל במשאיות והסעים
LLOYD'S
להצטרפות לסוכני ק.ש חתמים בינלאומיים ולתאום פגישה
ניתן לפנות טלפונית ל 03-6251234 שלוחה 5 או במייל: info@kesh.co.il
בקרו באתר שלנו: www.kesh-ins.co.il

המשך מעמוד 30 - על תקופות שונות בביטוח "אחריות נושאי משרה" | מאת עו"ד אורי אורלנד

בסיס מועד הגשת התביעה, ועל בעלת הפוליסה, היה וזו מבקשת להמשיך ולהגן על נושאי המשרה אצלה, הן בעבר והן בהווה, להמשיך ולערוך אותו, אפילו הפסיקה את פעילותה השוטפת או את קיומה העצמאי.

במקרה הפסקת פעילות, היות ואין בה , ואף בפירוקה של החברה, כדי לפטור את נושאי המשרה מאחריות בגין התקופה שקדמה לכך, רצוי כי קודם לאותו מועד תרכוש זו פוליסה במתכונת הידועה כ-Run Off. פוליסה זאת תערך מראש לתקופה בת שבע שנים. מקובל לערוך ביטוח במתכונת Run Off גם במקרה העברת שליטה אצל בעלת הפוליסה לאחרים, או מיזוגה בחברה אחרת, משום שככלל, הביטוח הנערך על ידי החברה הרוכשת או הקולטת לא יחול על חבותם של נושאי המשרה בחברה הנמכרת או הנעברת שמקורה במעשה או מחדל שלהם שבוצעו בתקופה שקודם מועד הרכישה או המיזוג.

עם זאת, כיסוי ביטוחי לנושאי המשרה שכיהנו בחברה עד מועד העברת השליטה לאחרים או מיזוגה ניתן, לעיתים, לערוך במסגרת פוליסת הביטוח של החברה הרוכשת או הקולטת. כיסוי זה עלול להימצא חלקי (כגון שלא יחול על תביעה של הרוכשת או הקולטת ושל נושאי משרה מכהנים בה כנגד נושאי משרה שכיהנו בחברה הנרכשת או הנעברת עד מועד העסקה).

חלופה נוספת לכיסוי חבותם של נושאי משרה בעבר היא אישור המבטחים כי למרות העסקה אצל בעלת הפוליסה, ימשיך הכיסוי הביטוחי לאחריותם של נושאי משרה בה להתקיים במתכונתו המלאה, ויחול גם על מעשה או מחדל בתקופה הקודמת לאותו מועד. הסדר שכזה תלוי גם ברצונה הטוב של החברה הרוכשת או הקולטת להמשיך ולקיים את הביטוח (הסדר שעלותו הכספית בצדו). לעיתים נכללת התחייבות שכזו בהסכם למכירת שליטה בחברה. הסדר שכזה אינו רצוי, היות ואין בו כדי להבטיח לאורך זמן את זכויותיהם של נושאי המשרה עד מועד העברת השליטה תחת פוליסת ביטוח תקפה שאינה ניתנת לביטול.

המשך מעמוד 42 - "לצאת מהקופסה" | מאת אילן גולדשטיין מנכ"ל "פוינטר ישראל" מקבוצת "שגריר מערכות בע"מ"

כזה אנחנו יודעים ליצור קשר עם הנהג ובעל הצי ולהתריע על התקלה. בנוסף נשלח התראה על מצב הרפידות, ק"מ לטיפול או שעות מנוע, נסיעה בסל"ד גבוה מדי לאורך זמן ועוד.

באמצעות חברת **SaveTax** אנחנו מציעים שירות שמאפשר תשלום מס לפי שווי אמיתי של השימוש ברכב, המבוסס על חלוקת הקילומטרים האמיתית בין הנסיעות הפרטיות לנסיעות העבודה. שכיר המקבל רכב חברה משלם מס על ההטבה, המבוסס על הנחת כמות נסיעה פרטית מסוימת. אם הוא מבצע פחות נסיעות פרטיות, אנחנו בשיתוף "הוצאה מוכרת" יכולים לאסוף את הנתונים ולהציג אותם למס הכנסה, ובכך להקטין את המס המשולם בפועל או לקבל החזר על מס ששולם.

אפליקציית "**iPointer**", שהלקוח יכול להוריד לטלפון החכם שלו, מאפשרת לבעל הרכב לעקוב אחר התנהגות הנהג ברכב, כולל בקרה על מהירות הנהיגה (כולל התראות SMS על חריגה מהמהירות המותרת) והגדרת אזורים מותרים ואסורים לנהיגה. ניתן רק לדמיין את גודל ההשפעה על אופן הנהיגה של נהג צעיר, למשל, כאשר הוא יודע שהוריו יקבלו יחד אתו התרעה על נהיגה במהירות מופרזת, או יציאה מחוץ לאזור מוגדר.

בשורה התחתונה - הטכנולוגיות של היום מאפשרות ללקוח, בעל הרכב, שיפור משמעותי באיכות החיים והכל במחיר של מנת פלאפל ובקבוק שתייה. בטיחות, איכות חיים ושמירה על הרכוש - לא שווה את זה?

המשך מעמוד 72 - "קניתי עם ביטוח" | מאת אבי בן חורין, מומחה לביטוח ימי

יודעים. האם הלקוח הרגיל (קרי המבוטח הסביר) יכול לשים לב לאותיות הללו ולסדר שלהן, ולגלות מיידית שיש בעיה. התשובה ברורה לכל.

יתרה מכך, כמה מהקונים דורשים לקבל מיד עם חשבון הספק, מפרט האריזה ושטר המטען, גם את תעודת הביטוח?

נוסיף ונפשפש בתופעה של קניית ביטוח בחו"ל ונשים לב לעובדה שבמקרה של אי הסכמה בין הצדדים על המבוטח יהיה לפנות לגורמים משפטיים. מי הם ומה התייחסותם ללקוחות זרים, שלא לדבר על כאלו שהינם ישראלים? האם ההוצאות בטיפול, טרם שנגיע למסקנות והחלטות, לא יהיו מעל ומעבר לסביר? האם נקבל את אותו יחס כפי שנקבל בבית משפט ישראלי?

נושא אחר וחשוב לא פחות הוא תנאי הביטוח הנלווים לכיסוי הביטוחי. בשעתו, פנה אלינו יבואן וביקש את עזרתנו לגבי תביעת ביטוח, שהמבטח האמריקאי מסרב לשלם לו. עם קבלת מסמכי הביטוח נתגלה מקור הסירוב. סכום הביטוח של המטען המיובא היה 19 אלף דולר. הכיסוי הביטוחי (שהיה חלק מהפוליסה הפתוחה של הספק) כלל סעיף של השתתפות עצמית של 25 אלף דולר. נכון שעם גילוי העובדה הזו, טיפלנו בפנייה לספק על בסיס טענת "רמייה" (איך אפשר להבטיח ביטוח ולחייב בפרמיה כאשר במקור ברור שאין כיסוי ואין פיצוי), ואכן היה מענה חיובי והנושא הוסדר, אך למה להגיע לכך?

תופעה בעייתית אחרת היא מצב של "היזק משותף", השם העברי ל-GENERAL AVERAGE.

שוק הביטוח הישראלי ידע (וכנראה גם יודע) לטפל באירועים אלו באופן מהיר וטוב יותר מכל שוק ביטוח אחר בעולם, אך דרך ההתנהלות מול מבטח זר, כאשר יש צורך בערבויות וחתימות של המבטחים כדי להעבירם לנציג האנייה, היא קשה ובעייתית יותר.

כל האמור לעיל, מוביל למסקנה אחת חד ערכית - אם ברצונך לערוך ביטוח למשלוחים שלך, כדאי ואף עדיף לעשות זאת עם חברת ביטוח ישראלית. יש בארץ גם את הניסיון, גם את הידע, גם את היכולת ובנוסף גם את היחס ושיתוף הפעולה, שהוא מעל ומעבר למה שתוכל לזכות לו בכל חברת ביטוח אחרת בעולם. למרות כל הציניקנים שדעתם על חברות ביטוח ותשלומי התביעות שלהן ידועה, עדיין עדיף לבצע זאת פה מאשר מעבר לים והרשימה שניתנה כאן היא רק קצה הקרחון.

געש
סוכנות לביטוח (2003) בע"מ

געש סוכנות לביטוח

מברכת את באי כנס "אלמנטר 2014"

ומזמינה אתכם לקבל פתרונות מקצועיים ייחודיים בכל ענפי הביטוח

לפרטים אנא פנה למשרדי החברה.
רח' לזרוב ראשל"צ 75654 מס' מוביל: 1599-500-005 טל. 03-9434000 פקס. 03-9434001
www.gish.co.il

2plustudio.com

אורן מזרח שמחה להשיק את:

המסלול המיוחד לדור העתיד

Young
אורן מזרח

מסלול שנתי, המיועד לסוכנים נבחרים עד גיל 35
ובהם דור ממשיך וסוכנים עצמאים

במהלך השנה יהנו הסוכנים מ:

- "תכנית המנטורים"
- **סדנאות שטח**
- הדרכות והכשרות של מומחים בתחום השיווק, המכירות והניהול
- ייעוץ ופיתוח עסקי
- ליווי מקצועי של מאמן לצמיחה
- **ארגז כלים ייחודי להצלחה**

<< פרטים נוספים בקרוב....

בואו להיות חלק בקבוצה **מהדור החדש**
לפרטים: ניר עובדיה | נייד - 050-3613610
מייל - nir@oren-ins.co.il

אורן-מזרח
ביטוח ופיננסים מהדור החדש | מקבוצת **הפניקס**
www.oren-ins.co.il

- המסלול מיועד לסוכני אורן מזרח בלבד
- אורן מזרח רשאית לבחור את הסוכנים המשתתפים במסלול לאחר מיון ובחינת התאמה

אחראים לפיתוח ולקידום פעילותך בכל תחומי הביטוח

בית סוכן.

מסלולי פרישה לסוכנים תוך שילוב דור המשך.

מערכת הדרכה מקצועית לאורך כל השנה.

מוקד תיאום פגישות שרות ללקוחות קיימים.

טכנולוגיות מתקדמות לרשות הסוכנים.

מחלקת עסקים מהגדולות בארץ.

מסגרת משפחתית אשר נמצאת תמיד עבור הסוכן.

הסוכן הוא הלקוח שלנו.

ארנון את וינשטוק סוכנות לביטוח (1989) בע"מ

יובל ארנון 0544-289639 / שלמה וינשטוק 0544-929439

››› המשך מעמוד 32 - שיטת הסניפים של "שחר" מצליחה לשפר את השירות בתחום נזקי המים |

שיחה עם אבי אלקיים, מנכ"ל ובעל השליטה בקבוצת "שחר" על המהפכה בתחום נזקי המים

לאור העובדה ש"שחר" הינה החברה הוותיקה והמקצועית ביותר בענף, מצופה ממנה ובצדק להציג את המחר בתחום זה.

"שחר" כבר מוכיחה הצלחה במשימה זו. אני כבר רואה את המומנט החיובי ואת השפעתו על כלל הקבוצה.

• כיצד התהליך ישפיע על עבודתם של סוכני הביטוח?

אלקיים: אנו מודעים לכך ששירות טוב תורם להתפתחות עסקיו של הסוכן ועל כן מוטלת עלינו החובה להקל עליו. הידוק הקשר עם סוכן הביטוח הוא צעד מאוד חשוב לנו. הסניפים כבר מסייעים לנו ביצירת נגישות אמיתית לסוכן לסניף המקומי. אנחנו דואגים שבכל סניף אזורי יתקיימו מפגשים עם הסוכנים המובילים, בשאיפה להגיע בהמשך לכל הסוכנים.

• באילו מהלכים נוספים אתם נוקטים על מנת לשפר את השירות?

אלקיים: אנו נמצאים בתהליך השקעה והטמעה בטכנולוגיות חדשות, בציוד משוכלל לבדיקות אל הרס, ומפעילים שיטות ייבוש מתוחכמות שישפרו את השירות ללקוח ויסייעו לנו להקטין את היקף התביעה. זאת, בעיקר על ידי פתרון מהיר ויעיל של בעיית הרטיבות - ללא הרס מיותר.

• וכיצד השירות מושפע ממהלכים אלו?

אלקיים: כבר היום אנחנו יודעים לתת שירות טוב יותר, בלוח זמנים קצר יותר ובמחיר טוב יותר. סקרים שאנחנו עורכים בקרב הלקוחות שלנו, אשר בודקים את מידת שביעות רצונם של הלקוחות, תומכים בכך. לפי הסקרים ישנו שיפור של כ-40% בשביעות הרצון תוך כשנה וחצי. אני מקבל מסרים דומים גם מראשי חברות הביטוח ומשמאים, מה שמעיד על הצלחת המהלך.

››› המשך מעמוד 75 - הביטוח האלמנטארי - גורם מרכזי ברווחיות חברות הביטוח בשנים האחרונות |

מאת חגי שפירא

להקטנת הרווחיות של החברות. לטענת אותם גורמים, חברות הביטוח גרפו רווחים לא הגיוניים בביטוחי הבריאות על חשבון הציבור...

יוצא שלאורך זמן הפך האלמנטארי ליציב ביותר ותפוקתו הממוצעת כ-18 מיליארד שקל והרווח הממוצע לשנה כ-1.5 מיליארד שקל. עיקרו של הרווח (שני שלישים) מקורו בתחום החובה ואילו שארית הרווח (שליש) מחולק בין תחומי הפעילות האחרים.

בשנתיים האחרונות אנו מבחינים גם בתמורות חיתומיות, בעיקר בתחום רכב רכוש, ואם המגמות הללו ימשיכו אין ספק שתפוקת האלמנטארי תוסיף רבות לשווי החברות.

ראוי לציין שגם בשוק הסוכנים התחום האלמנטארי הפך להיות חשוב ביותר (והוא מייצר עמלה של 3.3 מיליארד שקל (לפי **דוח הפיקוח על הביטוח** לשנת 2013) המהווה גידול של כ-10% ביחס לשנת 2012 (כ-3 מיליארד שקל).

בביטוח חיים, לעומת זאת, אנו מבחינים שרמת העמלות זהה בין השנים 2012 ו-2013 (כ-2.5 מיליארד שקל). נתון זה מוכיח שיש נסיגה במכירות חדשות (מעבר מביטוח מנהלים לפנסיה) ו/או שחיקה ברמת העמלות.

למרות הנתונים הרשומים לעיל מציין דוח המפקח ש-77.3% מהסוכנים מרוויחים פחות מחצי מיליון שקל בחיים ואלמנטארי וניתן לומר שבגלל מעבר משווקים מביטוח חיים לאלמנטארי רמת ההכנסות מאלמנטארי אמנם גדלה ב-10% בשנה שחלפה אך היא מתחלקת על יותר משווקים, ואם ניקח בחשבון הוצאות משרד ותשלומי משכורות, רוב הסוכנים בתחום האלמנטארי נמצאים בבעיות כלכליות לא פשוטות שהרי התחום האלמנטארי דורש תשומות גדולות ביותר בשירות.

החברה הרווחית ביותר בשנת 2014 בחציון היא "מגדל", שבשנת 2014 ובניגוד למגמה שיפרה רווחיות דווקא בביטוח חיים והביטוח האלמנטארי מהווה רק כ-12% מהרווחיות של שלושת מגזרי הפעילות (רווח של 57 מיליון שקל מתוך 487 מיליון שקל בחציון).

החברה השנייה ברווחיות היא "הראל" עם רווח חציוני של 363 מיליון שקל בשלושת מגזרי הפעילות, כאשר בביטוח אלמנטארי הרווח מהווה 159 מיליון שקל המהווים כ-45% מהרווחיות בשלושת המגזרים.

החברה השלישית ברווחיותה היא "כלל ביטוח" עם רווח של 341 מיליון שקל, כאשר המגזר האלמנטארי תורם לרווח 177 מיליון שקל (כ-52%). "כלל ביטוח" הינה החברה הרווחית ביותר בחציון 2014 באלמנטארי.

בקבוצת "מנורה" הרווח הגיע ל-287 מיליון שקל ותרומת האלמנטארי כ-40% (115 מיליון שקל).

בחברת "הפניקס" הרווח הגיע לכדי 220 מיליון שקל בשלושת מגזרי הפעילות ולפיכך תרומת האלמנטארי כ-72% (158 מיליון שקל).

בכל החברות האחרות התחום האלמנטארי מוביל ברווחיות, כי בהן הוא מהווה את תחום הפעילות המרכזי.

בסך הכול בשנת 2014 הביטוח האלמנטארי מוביל בשורת הרווח בכול החברות מלבד החברות "מגדל" ו"מנורה" (בעיקר בגלל תרומת הפנסיה).

לסיכום - התחום האלמנטארי מתבסס כגורם מרכזי ברווחיות חברת הביטוח ולאורך זמן תרומתו מתקרבת ואף משתווה לתרומת ביטוח החיים. התחום יציב בתרומתו לרווח למרות תלותו בשוק ההון. בנוסף, היו התפתחויות חיוביות בחיתום שהעצימו את תרומתו לרווח, בעיקר בתחום רכב רכוש.

אין ספק שגם שנת 2014 תורמת (על פי נתוני החציון) לביסוסו של המגזר האלמנטארי כנכס חשוב של חברות הביטוח. לפיכך מגיע יישר כוח לעוסקים בתחום וכן לרגולציה שמתווה דרך בתחומים הצרכניים. למרות שיש הרבה מה לשפר באלמנטארי, הכיוון חיובי.

בשביל השקט הנפשי שלך ושל לקוחותיך

הציעו ללקוחותיכם את פוליסת הביטוח של פל - ביטוח מקיף לאחזקה ותיקון למכשירי חשמל ואלקטרוניקה ביתיים

- **פל** - חברת השרות הגדולה בישראל לתיקון מוצרי חשמל.
- **פל** - הינה נותנת השירות הרשמית של מרבית יבואני מוצרי החשמל.
- **פל** - מוקד שירות זמין ועשרות טכנאים מיומנים.
- **פל** - תו תקן לשירות ואחריות.

פל טלויזיות ווידאו (1985) בע"מ

מוקד ארצי: 1-700-700-317 , 03-5727100 או 6668* מכל טלפון

שעות פעילות המוקד: ימים א'-ה' 8:30-17:00 , ימי ו' וערבי חג 8:30-12:30

משרד ראשי ומעבדה מרכזית: רח' הורקנוס 12, איזור תעשייה צפוני לוד

סניף צפון: שד' ההסתדרות 265, צומת קריית אתא

ASK4WEB Digital

‹‹‹ המשך מעמוד 34 - הלשכה הייתה הראשונה לערוך סקרי שירות ואנו שמחים שהאוצר הרים את הכפפה |

שיחה עם אריאל מונין, יו"ר הוועדה לביטוח אלמנטארי, על השירות כערך מוסף

הערך המוסף מתבטא כמובן בבירור גם במהלך התביעה. צריך איש מקצוע שיבין את דוח השמאי, שידבר עם המוסך, שיהיה בקשר עם החברה ויוודא שירידת הערך היא נכונה. חשוב לזכור - מרבית האוכלוסייה לא קוראת את הפוליסה, ולכן לא מבינה אותה. אנו קוראים לחברות הביטוח לפשט את הפוליסות ואת המוצרים ולהפוך אותם לפשוטים יותר. בכל מקרה - סוכני הביטוח צריכים לעשות את תיאום הציפיות הנכון מול הלקוח. להדגיש מה חשוב, ולכוון את הלקוח למוצר הנכון ביותר עבורו.

• כיצד הלשכה מתמודדת עם הבעייתיות שבתביעות צד ג'?

מונין: כחלק מעבודתנו בוועדה בלשכה אנו בוחנים את צד הוצאות המשרד וגילינו שהוצאות בגין תביעות צד ג' גוזלות משאבים רבים. משך זמן הטיפול בתביעה ארוך יותר, הגורמים מולם צריך להתמודד רבים יותר, אי הוודאות של הלקוח גדולה יותר וזה משליך על ההתנהלות שלו. לסוכן יש הרבה הוצאות סביב העניין הזה. ולכן - החשיבות בניהול נכון של תביעת צד ג' היא קריטית בהוצאות המשרד. על הסוכנים לבחור את הדרך היעילה והקצרה והטובה ללקוח ולמשרד הסוכן.

אנחנו מקדמים בלשכה את מודל עבודה מול מוסכי הסדר בתביעת צד ג', מודל שקיים בחלק מהחברות כגון "**הפניקס**" ו"**הראל**". אנו מקווים לטובת המבוטחים שרוב חברות הביטוח ירחיבו את הפעילות על מנת להחזיר את השפיות לתפעול תביעות צד ג'.

הבעיה הכי גדולה בתביעות צד ג' זה חברות הליסינג. הן לא כפופות לחוזר יישוב תביעות. לכן נוצר מצב שיש שני נהלים שונים בעת תביעת צד ג'. נוהל תקין, מסודר ומפוקח כמו נוהל יישוב תביעות ונוהל "אין נוהל" בחברות הליסינג.

אנחנו כמשרדי סוכן נותנים את השירות הזה ונתקלים באטימות רבה מצד חברות הליסינג. הלשכה פנתה לחברות הליסינג על מנת להגיע להבנות לטובת המבוטחים. חברת הליסינג לא מחויבת לאף סטנדרט - היא לא נדרשת ליידע את המבוטח בשום נושא או לעמוד בלוחות זמנים. או במדדי תשלום כמקובל במחלקות התביעות בחברת ביטוח

• כיצד אתם פועלים על מנת לשפר את השירות בתחום נזקי המים?

מונין: השירות המביך שהלקוח מקבל בתחום נזקי המים נמצא בטיפול הלשכה והוועדה. אנו זועקים את זעקת המבוטחים וקוראים לחברות לנקוט בצעדים הנדרשים על מנת לוודא שהשירות ישתפר, מבחינתנו כמו דעת האוצר חברות הביטוח הן האחראיות למצב. המצב הקיים הוא מצב שאי אפשר להמשיך בו. אנחנו מודעים לכך שתביעת מים היא תביעה מורכבת וכרוכה בשרשרת אין סופית

> **"הלשכה מתנגדת ליועצים שבאים בדלת אחת כיועץ אך תוך כדי העבודה מסבירים ללקוח שהם בעצם גם סוכנים ומבצעים את העבודה כסוכן. אנו בעד שיתוף פעולה - אבל בתנאי שתהיה הפרדה**

של נותני שירות (חברה, ספק, מנהל אזור, קבלן/אינסטלטור). יש ניגודי אינטרסים מובנים בכתב השרות ובחלוקת האחריות בין ספק תיקוני המים, חברת הביטוח ולעיתים המבוטח אשר במקרים מסוימים אינו מודע לכתב השרות ומצפה כי חברת הבטוח תשפץ את הבית באותה ההזדמנות.

כאן אחריות הסוכן להיות מקצוען בכתבי השרות ובנוהל התביעה ולעזור למבוטח לצלוח את תהליך התביעה.

• מה תפקיד ביטוחי העסקים בתיק הביטוח הכללי של הסוכן?

מונין: אני חושב שעל הסוכנים להתייחס יותר ברצינות לענף העסקי ששם יש הרבה עבודה מקצועית לעשות. תמיד אפשר וצריך להיפגש שוב עם הלקוח בבית העסק שלו, לנתח יחד אתו את הצרכים העסקיים ולשפר את מצבו הביטוחי, כמו כן זו הזדמנות להרחיב את סל השירותים. ביטוח עסקים הוא תחום בו הערך המוסף של הסוכן בא לידי ביטוי באופן בולט.

לצערי סוכנים הזניחו את העבודה המסורתית - מתן הסבר על הפוליסה והתאמתה לבית העסק. אני משוכנע שיש הרבה מפעלים או עסקים בתת ביטוח. סוכן שלא ילמד את העסק לעומק - לעולם לא ייתן כיסוי מתאים.

• מה עמדתך ביחס לעניין יועצי ביטוח ואישורי הביטוח?

מונין: הוועדה הקודמת פעלה רבות על מנת להביא פתרון לבעיית קיום אישור ביטוח. לצערנו האוצר לא הסכים עם תפישתנו בעניין חשיבות העניין לציבור, מה שמקשה כיום על אלפי בעלי עסקים להתנהל. אחת הבעיות היא שהנושא כפוף לאישור **רשות ההגבלים העסקיים**, מה שמגדיל את המורכבות של הפתרון.

בבתי העסק הגדולים הייעוץ חשוב מאוד. שילוב עבודה בין סוכן ויועץ זה דבר מבורך. אך חשוב להבין כי היועץ אמור לייעץ והסוכן ישווק, יסגור את הפוליסה וייתן שירות. הלשכה מתנגדת ליועצים שבאים בדלת אחת כיועץ אך תוך כדי העבודה מסבירים ללקוח שהם בעצם גם סוכנים ומבצעים את העבודה כסוכן. אנו בעד שיתוף פעולה - אבל בתנאי שתהיה הפרדה.

• כיצד אתה חווה את תפקידך החדש בלשכה?

מונין: הלשכה עובדת על בסיס מתנדבים, שמשקיעים את זמנם וכספם בעניין. אני באופן אישי לא חשבתי שהעבודה כל כך תובענית. אני מוצא את עצמי ימים שלמים בלשכה עוסק בפעילות ציבורית, ונאלצתי עקב כך להעביר סמכויות בסוכנות שלי.

עם זאת, כיוון שאנו פועלים בענף שיש בו מידה רבה של ציניות - כל פעילות של אחד שהיא לטובת מישהו אחר היא דבר מבורך. אני כיו"ר הוועדה לא טוען שאני המבין מכולם בענף, ואני בהחלט לא האוטוריטה העליונה בתחום. אנחנו מעודדים סוכנים להעלות נושאים, לקיים דיונים ולהעלות רעיונות. אני מברך כל מי שמשקיע מזמנו, ומודה לכל חברי הועדה המשתתפים באופן פעיל בעבודה הציבורית.

מ.ר.מ

מידע רכב ממוחשב בע"מ

M.R.M - Computerized Vehicle Information
מ.ר.מ - מידע רכב ממוחשב בע"מ

מערכות ONLINE
לניהול שמאות ותיקוני רכב

בקרת חיובים ממוחשבת לכל חשבוניות התיקון

בקרת חיובים והסדרי תיקונים - עד 40% חסכון בעלויות !

השוואת מחירי חלפים: מקורי ותחליפי

מידע מדוייק ומלא בזמן אמת

שיתוף כל הגורמים באותה מערכת:
מבטח, שמאי, מוסך, ספק חלפים, סוכן ביטוח, בעל הרכב

קידמה טכנולוגית מבית מ.ר.מ

כלים חדשניים ל"ביטוח לפי שימוש" (UBI)

ערכי מדידה:
מרחק נסיעה, סוגי דרכים (עירוני, בינעירוני, דרך מהירה), זמן (שעות עומס, שעה ביום ובלילה, סופי שבוע וכדומה), מדדי נהיגה מפורטים (מהירות יתר, פניות חדות, עצירות חירום, האצת יתר), ותחקיר תאונה מלא.

מ.ר.מ - מידע רכב ממוחשב בע"מ
החרש 36, אז"ת שרונים, הוד השרון
טל': 077-7388888 פקס: 077-7388880

website: www.mrm.co.il email: mrm@mrm.co.il

››› המשך מעמוד 10 - אבן שואבת לסוכני ביטוח | שיחת "פוליסה" עם אתי אלישקוב, מנכ"לית "הכשרה" על חדשנות ומקצועיות

את זה. אנחנו ניתן חסות לכנס של האיגוד שייערך בסוף השנה, וכאמור פתחנו בשיתוף עם האיגוד קורס אליו נרשמו כבר למעלה מ-30 משתתפים.

אני גאה לומר כי חלק ניכר וחשוב מהסוכנים החדשים שמגיעים לענף מגיעים ל"הכשרה", בין היתר, על מנת לשווק את מוצרי ה"בסט אינווסט". אנחנו מסייעים להם בהמשך להיכנס לתחומי הביטוח האחרים על מנת לתת, כאמור, פתרון מקיף ללקוח.

• מול כמה סוכנים אתם עובדים?

אלישקוב: כ-600 סוכנים שלנו מוכרים את מוצרי "בסט אינווסט", כ-400 מתמחים בביטוחי החיים שלנו, וכ-600 סוכני ביטוח "אלמנטריסטים". אמנם קיימת חפיפה, אבל לא גדולה.

• איזו פעילות נוספת יש לכם מול סוכני הביטוח?

אלישקוב: גייסנו מפקחים נוספים והכנסנו השנה פונקציה חדשה בחברה - מנהלי פיתוח עסקי מחוזיים. הם פעילים במחוזות, ועוסקים בשיווק ובשירות. הם נפגשים עם הסוכנים ומסייעים להם בהכוונה שיווקית, באיתור ובאפיון פלחי שוק, בהתאמת הכלים והפתרונות, ובפעולות רבות נוספות אשר מסייעות להם להגדיל את תיק הביטוח. אני מאמינה בעבודת שטח, ואותם מנהלי פיתוח עסקי מגיעים אל משרדי הסוכנים ויודעים לנווט אותם בצורה הנכונה ביותר.

››› המשך מעמוד 12 -סוכני הביטוח הם אנשי עסקים שמעדיפים לעבוד עם חברה שמתעקשת על רמת השירות | שיחת "פוליסה" עם אורי אומיד, מנכ"ל "שלמה" על צמיחה ורווחיות

הטכנולוגי. כולנו הופכים ל"מכורים" לאתרי השוואה. הטכנולוגיה הפכה את התהליך לפשוט ולזמין. הבחירה הטכנולוגית תאיץ את התחרות. כל התהליכים הנ"ל יזמנו לנו שנה קשה, אבל תחרות היא הבסיס לפעילותנו ולנו זו הזדמנות גדולה. חשוב לי לציין שהתהליך מתלווה לירידה עקבית בשיעור ההכנסות לסוכנים שחייבים להיערך לכך.

• כיצד אתה קושר את התחרות לעלייה בעמלות?

אומיד: מניתוח נכון של פעילות הסוכנים, ניתן לראות בבירור לאורך השנים האחרונות שחיקה בשיעור ההכנסות לסוכן. תופעה זו מתרחשת אצל יותר ויותר סוכנים שנשחקים בהכנסה, בין השאר כתוצאה מתחרות. אלו מתקבצים אצל סוכנויות שהולכות וגדלות. בתהליך מוזר אך ברור, החברות נאלצות לשלם עמלות גבוהות יותר על אותה תפוקה, כשהן פועלות עם הסוכנויות הגדולות. באופן אבסורדי לו תמכנו בסוכן הקטן עוד היינו יכולים לקבל את אותה התפוקה בעמלות נמוכות יותר.

מה המוצרים החדשים לשנה הבאה?

אומיד: אנו בוחנים את פעילותנו באופן זהיר ביותר. בשנה הקרובה נחל בפעולות ברכב הנדסי כבד: משאיות, אוטובוסים וציוד הנדסי אחר. בשלב זה אנו מתמקדים בתחום החובה ובהמשך בתחום הרכוש. כמו כן, אנו בוחנים כניסה לתחום ביטוח העסקים וביטוח הבריאות.

• מה אתה צופה ל"שלמה" בעתיד?

אומיד: אנו יודעים את מקומנו בענף. הפעילות שאנו צופים בטווח של 5-6 שנים תסתכם בכ-800 מיליון שקל. בשלב הראשון עומד לנגד עינינו יעד תשואה על ההון, רווחיות והקפדה על רמת שירות שתחזק את הקשר עם הסוכנים שבחרו בשותפות עסקית איתנו. כבר היום איננו נענים בחיוב לתחילת עבודה עם כל סוכן. וכשאלה מסגרות הגדול שאנו צופים להשיג, אנו בוחרים את שותפינו בקפידה.

"דורות של נהגים"

משנים את חוקי המשחק, איתנו הרווח כולו שלך!

לראשונה בשוק הביטוח בישראל-קבוצת רכישה לשרותי דרך וגרירה לנהג.
הוזלה של עשרות אחוזים בעליות לסוכן הביטוח.

"דורות של סוכנים" מציע לך סוכן הביטוח חבילת שרותי דרך מלאה הכוללת גרירה, שמשות, רכב חלופי וזאת במחיר בסיס של 85 ₪ לשנה.

"דורות של סוכנים" והסוכנים שיצטרפו ירכשו במשותף במסגרת "קבוצת רכישה" את כל שרותי הדרך שבחבילות לפי המחירון שלהלן:

גרירה / קריאת שרות 183 ₪ .

כל יום של רכב חלופי 95 ₪ ליום.

שבר שמשות – כלול במחיר הבסיס.

הסבר:

100 מנויים ב 400 ₪ למנוי וחברת שרותי הדרך והגרירה סיפקה למנויים הנ"ל 10 ימי רכב חלופי ו 15 גרירות /קריאות שרות , הסוכן יזוכה ב 40,000 בניכוי 12,195 ₪ (עלות מחיר הבסיס + עלות שרותי הדרך).

כל שרותי הדרך ינתנו ללקוחות באמצעות מוקד ממסי שרותי דרך בע"מ הקמת המנויים במשרדי הסוכן, ישירות עם ממסי שרותי דרך בע"מ.

***כל המחירים לא כוללים מע"מ**

***כל תנאי שרותי הדרך על פי כתב השרות של ממסי שרותי דרך בע"מ.**

ממסי שרותי דרך בע"מ: רח' אריה שנקר 13,
ראשון לציון, ת.ד. 9129, רמת אפעל, 5219002
טלפון: 5202* פקס: 03-6151514

www.memci.co.il

מ.מ.ס.י.
שירותי דרך

››› המשך מעמוד 46 - מקצועיות וניסיון הם הערך המוסף שלי לסוכני "דורות של סוכנים" |
שיחת "פוליסה" עם ג'קי רוזנברג, מנכ"ל "דורות של סוכנים"

שלנו וממסלולים מיוחדים שבניתי מול חברות הביטוח.

מה שעושה את העסק הם המוצרים המורכבים - חבויות, עסקים, מוצרי נישה - שם הסוכנים צריכים אותי. במגרש הזה אני בונה מול חברות הביטוח מוצרים ייחודיים.

להלן מספר דוגמאות:

- פוליסה משולבת לחשמלאים - צד ג', אחריות מקצועית ואחריות מוצר. מדובר בפוליסה ייחודית לענף.
- כל הסיכונים לתחנות דלק - כולל הרחבות ייחודיות של מהילת דלקים ושמנים, התבקעות צינורות, מכלים, ומשאבות.
- ביטוח שלילת רישיון לרופאים כתוצאה מהפרת חובה מקצועית שנעשתה בתום לב.
- תכניות ייחודיות לסיכוני סייבר המגינות מפני: הונאה או ריגול וגניבת מידע או נזק בזדון לתוכנה ולציוד מחשב; העתקות פיראטיות של תוכנה ושימושים בלתי מורשים בכרטיסי אשראי; הזנה של נתונים שגויים; פתיחת חשבונות; יצירת פעולות פיקטיביות לשם הפקת רווח בתרמית; שתילת תוכנות המכפילות את עצמן באופן שערוצי המידע נחסמים או משנים את הנתונים; שתילת וירוסים העלולים לפגוע בפעילות התקינה של המחשב.

אני מקבל הרבה רעיונות מסוכני הביטוח שלנו. למשל, יש לאחרונה תופעה של יקבי בוטיק שהופכים לנפוצים יותר ויותר. בנינו לצורך כך פוליסה מיוחדת שמתייחסת לסיכונים האופייניים, למשל הרחבה לסיכוני תסיסה והתחממות עצמית, זיהום או קלקול של מלאי וסיכונים נוספים.

כל מוצרי הנישה הינם מוצרי מדף ומועברים לסוכנים כתבנית מכירה, הכוללים בנוסף לכיסויים גם את התעריפים/הפרמיות וההשתתפויות העצמיות, כך שסוכן "דורות" יכול תוך מספר דקות לסגור עסקה וחוסך בכך את כל התהליך הממושך של פנייה לחברות הביטוח לקבלת הצעת מחיר.

סוכן "דורות" מקדים ברוב המקרים את שאר סוכני הביטוח בסגירת עסקאות ואכן אחוז ביטוחי העסקים ב"דורות" הוא גבוה במיוחד.

• כיצד אתה שומר על קשר עם הסוכנים?

רוזנברג: יש לי נוהל שנקרא - מוצר השבוע. בכל שבוע אני מעביר לסוכנים מוצר נישה מסוים, שמאפשר להם להגדיל את חוג לקוחותיהם ולהגדיל בצורה חכמה ורווחית את תחומי פעילותם. רוב הסוכנים שומרים את כל המוצרים שאני שולח בספריה במחשב, ופונים בצורה שיטתית לעסקים בסביבתם לפי פילוח מוצרי הנישה שאני מעביר אליהם. דוגמאות לא חסרות: הפקות סרטים, רופאי שיניים, פילאטיס, פרטי אמנות, דיקור, מדבירים, מתווכים, צלמים, רופאים, פלסטיקאים, רופאים מנתחים, אחיות, רוקחים, מאמני ספורט, ועוד עשרות רבות של מוצרים הנוגעים כמעט בכל תחום.

אני דואג לתת לסוכנים מוצרים וכלים להגדיל את תיק הביטוח שלהם, ממריץ ומדרבן את הסוכנים, ובשביל זה הם עובדים איתי.

אני מאמין שאם הסוכן פתר בעיה מקצועית למבוטח, מובן מאליו שהמבוטח יעביר לסוכן גם את ביטוח הרכב/הדירה וביטוחיו האישיים, כולל ביטוחי בריאות וחיים.

ישנם סוכנים שהכפילו ושילשו את תיק הביטוח שלהם מאז שהצטרפו ל"דורות".

• ומה עם עסקים שהשוק הישראלי לא יודע להתמודד אתם?

רוזנברג: במסגרת מאמצי לתת לסוכני "דורות" פתרונות ומטריה רחבה ככל האפשר של חברות ביטוח, אנו עובדים בשיתוף פעולה עם נציגי **"לוידס"** המספקים לנו כיסויים שאין כרגע בארץ.

• כיצד אתה תורם לסוכנים מהידע המקצועי שלך?

רוזנברג: בנוסף למוצר השבוע, אני מעביר לסוכנים בכל שבוע שיעור שבועי בביטוח. הרעיון החל בשאלות ששאלו אותי סוכנים, בתביעות בעייתיות שנדרשתי לטפל ובעקבות התשובות שנתתי הגעתי למסקנה שנכון יהיה לשתף בידע את כולם. לאחרונה הוצאתי לאור חוברת שהינה לקט של עשרות מאמרים שהצטברו ובקרוב מתוכנן לצאת ספר המשלב בין המאמרים ובין מוצרי הנישה.

אני סמוך ובטוח כי השילוב של מוצרי הנישה שאני מעביר בכל שבוע, יחד עם השיעור השבועי, מחזקים את הידע המקצועי והשיווקי של הסוכנים, דבר שנותן להם בסיס חזק ואיתן לביצוע עבודתם באופן הטוב ביותר, ובצורה שתפיק להם את הרווח הגבוה ביותר.

"אורלן, עם ניסיון רב בתחום המיזוגים והרכישות, מציעה לך מגוון מסלולי התקשרות המתאימים לצרכיך."
טל לוינסון מנכ"ל משותף
אורלן
סוכנות לביטוח (1994) בע"מ
מקבוצת מגדל
20
1994-2014
מידע נוסף באתר: www.orlan.co.il

י.א. כספות בע״מ

ייצור, ייבוא שיווק ושירות לכל סוגי הכספות

DOMUS | KASO | AL-STO | diplomat SAFE | CAMANO | JUWEL

כספות מפתח או נעילה אלקטרונית דגם ״דומוס״

כספות בנויות מפלדה ברמת קשיחות גבוהה

עובי גוף - 6 מ״מ פלדה
עובי דלת חזית - 10 מ״מ פלדה

בדגם ML אלקטרוני - קוד מספרים ומפתח גיבוי לפתיחת חירום

בדגם DCM - קוד מספרים או כרטיס מגנטי
תצוגה דיגיטאלית - מנוע חשמלי
מפתחות גבוי לפתיחת חירום

MI

מעל 51 ק״ג

ML

DCM

התמונות להמחשה בלבד

כספות דגמי ״טאפי״ - TU תוצרת AL-STO (מקדוניה)

כספות בנויות מפלדה וביטון ברמת קשיחות גבוהה

2 מלכודות זכוכית בדלת המגנות מפני פריצה על המנעולים

עובי גוף - 70 מ״מ
עובי דלת - 65 מ״מ (כולל בית מנגנון בריחים סה״כ 130 מ״מ.)

מערכת בריחים המוסטת ע״י ידית
וננעלת ע״י נעילה כפולה
מנעול מפתח ״מאוור״ גרמני
ומנעול קומבינציה אלקטרונית או מכנית

רמת מיגון C1

סודיות מובטחת

חברת השירות הגדולה בישראל

עד מומחה לבתי משפט | מס׳ ספק משרד הבטחון 83315173 | 42 שנות ניסיון | ISO 9001:2008 IQC | ארגון המנעולנים בישראל

טל: 03-6322322

שבזי 14 א.ת יהוד, פקס: 03-6320555 תובנו באינטרנט: WWW.YASAFE.CO.IL

משווקים

Prime Service

פריים סרוויס - שירות בדרך המלך

הבחירה הראשונה שלך לביטוח נזקי צנרת בפוליסת הדירה

שירותי פריים מתקדמים לטיפול בנזקי צנרת בדירות יוקרה ובתים פרטיים, במסלול שירות אישי, אקסלוסיבי וחדשני.

- מנהל לקוח אישי לכל מבוטח, זמין גם לאחר שעות העבודה בסלולארי האישי.
- איתור נזילות באמצעות הדמיה תרמית וטכנולוגיות מתקדמות נוספות.
- בעלי מקצוע נבחרים מהשורה הראשונה.
- גביית דמי השתתפות עצמית אחת לאירוע (ללא קשר למספר מוקדי נזק).
- Art gallery - מתן פתרונות אומנותיים, להשלמת קרמיקה וריצוף וטכניקות צבע יחודיות.
- שירות מלא לסתימות ותיקוני אינסטלציה קלים.

מוקד שירות: **1-700-500-420**

www.primeservice.co.il

שגיא-יוגב

סוכנויות לביטוח (1988) בע"מ

חברה בת של מגדל

פוליסות פיננסיות

ביטוח חיים ומשכנתא

פתרונות לפרישה

ביטוח בריאות

ביטוח עסק

קרנות פנסיה

ביטוח דירות ורכב

ביטוח מנהלים

ביטוח דירקטורים ונושאי משרה

קופות גמל לשכירים ולעצמאים

ניהול סיכונים

קרנות השתלמות

ניהול הסדרים

פתרונות לתעשיות היי- טק

ביטוח אחריות מקצועית

היום שלנו

הוא המחר שלך

בקרו באתר שלנו: www.sgy.co.il

עיצוב: סטודיו בילט

רק בזברה שירותי רכב חבילת שירות מקיפה
המעניקה פתרון מלאה לנהגי משאיות

זברה שרותי רכב

שרותי דרך רכב חלופי שמשות רדיו דיסק

*2113

חבילת משאית חלופית:

משאית חלופית 7.5 טון עם ארגז סגור/ארגז קירור.

שירותי דרך וגרירה:

שירותי גרירה מתקדמים, אספקת דלק, אחסנת רכב, כביש 6.

משאית חלופית 7.5 טון עם ארגז סגור/ארגז קירור:

במקרה של גנבה - מהיום הראשון ל 30 ימים.
במקרה של אובדן מוחלט - מהיום הראשון ל30 ימים.
במקרה של תאונה - מהיום השני ועד 7 ימים.

החלפת שמשות:

שמשות ללא השתתפות עצמית, כולל גומיות.

www.zebracar.co.il

עול ההוכחה בבקשה להמצאה מחוץ לתחום

מאת עו"ד גד נשיץ

שותף בכיר, "נשיץ, ברנדס, אמיר"

מה זכות - ומה חובה - יש לבעל דין המבקש לזמן תושב חוץ או חברת חוץ לדין בישראל, בין כנתבע ובין כצד שלישי?

עובדות המקרה הן פשוטות: באוקטובר 2000 הוצף מבנה בתל אביב ששייך למדינה והמשמש כמחסן מצברים של **משטרת ישראל**, ממטרים חזקים שירדו. המשטרה הזמינה את הנתבעת "**אקולין טכנולוגיות**", לפעול לייבוש המחסן ותכולתו. "אקולין" מתמחה בהצלת רכוש שנפגע. החברה הביאה למחסן שלושה מפוחים רבי עוצמה לצורך ייבוש הרטיבות. במחסן פרצה שריפה שכילתה את תכולתו או מרביתה. בתום כמעט שבע שנים, על סף תקופת ההתיישנות, פנתה המדינה ל**בית המשפט המחוזי** בתל אביב בתביעה לפיצוי על מה שנטען שהיה נזקה. טענות המדינה, בתמצית, היו כי הציוד ש"אקולין" הביאה היה פגום במהלך המרת המתח מ-110 וולט ל-220 וולט הדרושים בישראל.

נטען כי החברה הקבלנית שהועסקה על ידי "אקולין" אינה מקצועית ועל כן המפוח גרם לשריפה. "אקולין" כפרה בכל העובדות האמורות אולם, בדרך של זהירות, ביקשה (וקיבלה) מבית המשפט רשות לשלוח הודעה לצד שלישי למי שהיא טענה שהייתה יצרנית המפוח, וכן לחברה שביצעה את החיווט בישראל. זו האחרונה התגלתה ככלי ריק, ונותר הדיון הפרוצדורלי נגד מי שנטען שייצר את המפוח, חברת "**דרי-איז**", שמושבה בארצות הברית.

זאת לדעת: משלוח הודעה לצד שלישי אינו מלמד על הכרה באחריות מצד הנתבעת וההודעה נחשבת למעין "תביעה על תנאי", דהיינו, במידה שהנתבעת נמצאת חייבת בדינה יהיה הצד השלישי חייב לשפות אותה, אם תוכח אחריותו. אך אין הודעה לצד שלישי כדין צירוף מלא של הצד השלישי כנתבע בתביעה, ובעל דינו של הצד השלישי הינו רק הנתבע, שולח ההודעה, ההופך לצורך זה למעין תובע.

אם הצד השלישי הינו תושב ישראל (או חברה הרשומה בישראל) הכול אתי ושפיר ולא מתעוררת כל בעיה פרוצדורלית לצירופו. מה שאין כך לגבי צד שלישי שאינו תושב, אשר לגביו (כמו לגבי כל נתבע תושב חוץ) חייב התובע (או הנתבע שולח ההודעה לצד שלישי) לפנות לבית המשפט בבקשה להתיר לו להמציא את ההודעה לצד השלישי מחוץ לתחום השיפוט. בשלב הראשון נדונה בקשה זו על ידי בית המשפט במעמד צד אחד, שכן הצד השלישי עדין אינו תובע להליך נגדו. באותו שלב בודק (או אמור לבדוק) בית המשפט את הבקשה בינו לבינו, והוא מוסמך לדחותה אם על פני הדברים היא אינה מגלה עילה.

אולם בכך טרם תם ההליך, שכן הצד השלישי, משזומן לדיון, זכאי לפנות לבית המשפט ולבקש לבטל את ההודעה, בין מן הטעם שהיא אינה עומדת במבחנים המחמירים של תקנה 500 לתקנות סדר הדין האזרחי (שיש בה 10 חלופות שהבקשה חייבת לעמוד באחת מהן) ובין מפני שהבקשה אינה מגלה עילת תביעה לכאורית נגדה. בכך דן פסק הדין נשוא רשימה זו: לאחר ש"דרי-איז" זומנה לבית המשפט כדין, היא באה וביקשה מבית המשפט לחזור ולדון באותה סוגיה. לטענתה, לא הובאה ראיה מספקת בדבר היותה היצרן של המפוח "הנאשם" או בדבר פריצת השריפה מן המפוח הנדון.

כך, למעשה, נדרשת הנתבעת למשימה כפולה של פיצול אישיות: מצד אחד היא נאלצת לטעון ולהוכיח מול התובעת שהיא אינה אחראית לאירוע, ובאותה נשימה היא נדרשת להוכיח את ההיפך מול הצד השלישי - שהציוד שהצד השלישי, "דרי-איז", סיפק (ושהנתבעת סיפקה לתובעת) היה פגום או לקוי. אכן, משימה בלתי אפשרית; ברם, די לנתבעת, שולחת ההודעה לצד השלישי, להביא ראיה לכאורה בדבר אחריות הצד השלישי. הדיון בערעור נסב על מידת ההוכחה שהנתבעת, בכובעה כתובעת בהודעה לצד השלישי, חייבת להביא.

בית המשפט העליון, מפי השופט **חנן מלצר**, קבע כי הקביעה העובדתית שנקבעה על ידי רשמת בית המשפט המחוזי, כי לא הוכח ש"דרי-איז" אכן ייצרה את המפוח (שנרכש על ידי "אקולין" מגורם ביניים) וכי האש אכן יצאה מן המפוח (או מהמעטפת שלו שלא הייתה חסינת-אש כטענת התובעת) - ואשר אושרה בערעור בשלב הראשון על ידי בית המשפט המחוזי) - אינה ניתנת לערעור עוד. אגב כך, נזקק בית המשפט העליון לשאלה מה מידת ההוכחה אשר על שולח ההודעה לצד השלישי להביא על מנת להצדיק את משלוח ההודעה. וזו תשובת בית המשפט:

"השאלה שניצבת לפתחנו בערעור זה, נוגעת למרכיב השני שהוצג לעיל - הוכחת העילה לגופו של עניין, וכן ביחס לנאותות הפורום. כאמור, יישום ההלכות הקיימות מלמד שהמבקש להמציא הודעת צד שלישי לבעל דין זר נדרש להוכיח כי מתעוררת ביחס לעילת התביעה העומדת בבסיס ההודעה "שאלה רצינית שיש לדון בה". מאחר שהודעת צד שלישי היא תובענה המותנית בתובענה העיקרית, הרי שלעיתים כדי להרים נטל זה, המבקש יידרש להצביע אף על אלמנטים מסוימים הנטענים בבסיס התובענה העיקרית (וכך גם המקרה בענייננו). משכך המבקש נתון למעשה תחת ניגוד אינטרסים מובנה - מחד גיסא, עליו להגן על עצמו בפני התובענה העיקרית. מאידך גיסא, מצופה מן המבקש בהליך הנוגע להיתר ההמצאה להראות את דבר קיומה של "שאלה רצינית" ביחס להודעה לצד שלישי וממילא גם ביחס לנטען בתובענה העיקרית".

"לאחר שהוצגו קרני הדילמה הנ"ל - הנני סבור כי על אף הקשיים ביישום הכללים וההלכות הקיימות גם במקרה הייחודי של הודעת צד שלישי, הרי שאין מנוס מהטלת הדרישה להוכחת התובענה המותנית, למצער ברמת הוכחה של 'שאלה רצינית' - אל המבקש העותר להמצאה מחוץ לתחום".

בהגיעו למסקנה זו שם בית המשפט את הדגש על שמירת האינטרסים של הצד השלישי, שהינו תושב חוץ, ועל הצורך בשמירה על כללי הנימוס הבינלאומי.

רע"א 7205/12 אקולין טכנולוגיות (98) בע"מ נגד EAZ PRODUCTS INC ORI

קבוצת רימונים Family Office ניהול נכסי המשפחה
העתיד שלך זה המקצוע שלנו

U-NET

יונט רימונים

קבוצת הביטוח והפיננסים היחידה עם יכולת ברוקראז'

סוכני יונט רימונים היחידים שיודעים להשוות בכל זמן נתון את מחירי ותנאי פוליסות הביטוח בכל החברות

מערכת השוואת מחירים - ביטוח משכנתא

פרטים אישיים מבוטח ראשי

שם	מין	גיל	מעשן (כן / לא)
דוד	זכר	30	לא

פרטים אישיים מבוטח בן/בת זוג

שם	מין	גיל	מעשן (כן / לא)
רחל	נקבה	30	לא

	הלוואה 1	הלוואה 2	הלוואה 3	הלוואה 4	סה"כ
סכום הלוואה	₪ 879,000				879,000
תקופת הלוואה	14 שנים				
ריבית שנתית	4.0%				

מבוטח ראשי	61	64	80	52	71	70	67
בן/בת זוג	52	56	70	41	63	56	67
סה"כ חודשי	114	120	150	93	134	126	135
סה"כ לתקופה	11,331	12,814	15,697	9,638	14,071	13,442	13,182

שנות החזר	התפתחות סכום ביטוח							
1	879,000	114	120	150	93	134	126	135
2	827,338	108	115	144	88	128	121	127
3	773,508	102	110	139	84	121	116	119
4	717,413	96	106	131	80	115	111	110
5	658,948	90	101	123	75	109	105	103
6	598,001	83	94	115	71	103	100	95
7	534,451	77	89	107	66	97	93	87
8	468,165	70	82	99	61	89	85	79
9	398,997	62	74	89	55	80	77	71
10	326,780	53	64	77	49	71	67	62
11	251,310	43	53	62	38	58	55	52
12	172,327	31	39	46	28	43	41	38
13	89,420	17	22	26	15	24	23	21

שומרה
חברה לביטוח בע"מ
משפחה ישראלית

כשמהירות, איכות ושירות נפגשים !!!

שומרה מדורגת במקום הראשון
במדרג פניות הציבור של המפקח לשנת 2013 !

מדרג חברות הביטוח
בענפי רכב (רכוש) ודירות לשנת 2013

מקום	שם החברה	מדרג לפרסום
1	שומרה	0.05
2	ביטוח חקלאי	0.19
3	מנורה	0.30
4	מגדל	0.36
5	הכשרה	0.62
6	שלמה	0.85
7	AIG	0.99
	ממוצע ענפי	1.00
8	הראל	1.03
9	כלל	1.08
10	איילון	1.15
11	ביטוח ישיר	1.35
12	הפניקס	1.45
13	שירביט	3.97

התוצאות מתוך הדוח השנתי של הממונה על שוק ההון ביטוח וחסכון
שפורסם באוגוסט 2014

שומרה משלמת למבוטחים שלכם הכי מהר !!!
מבין כל חברות הסוכנים בתביעות מבוטחים ברכב ובדירה שומרה במקום הראשון !

ברכב - בנזק עצמי (ביטוח מקיף)
שומרה במקום הראשון בקרב חברות סוכנים

נזק עצמי

שם החברה	מהירות נסגרו עד 30 יום
AIG	90.9
שומרה	83.6
ישיר	79.1

בדירות - בתביעות מבוטחים בפוליסת דירה
שומרה במקום הראשון בקרב חברות סוכנים

סה"כ דירות

שם החברה	מהירות נסגרו עד 60 יום
AIG	90.7
שומרה	79.1
ישיר	78.5

בהתאם לנתוני מידע סטטיסטי כפי שפורסמו על ידי החברות. יולי 2014.

מחוז מרכז
הסיבים 23 פ"ת
מיקוד 4959381
טל. 03-9258031
פקס. 03-9235151

סניף ראשון-לציון
משה לוי 11 ראשל"צ
מיקוד 7565828
טל. 03-9621270
פקס. 03-9621197

סיני
הסיבים 13 פ"ת
מיקוד 4959373
טל. 03-9251144
פקס. 03-9214583

סניף ירושלים
יד חרוצים 15 ד-ים
מיקוד 9342152
טל. 02-6712871
פקס. 02-6735925

מחוז חיפה
יפו 145 א' חיפה
מיקוד 3525114
טל. 04-8130300
פקס. 04-8130308

שומרה. לגדול בחברה טובה

WWW.SHOMERA.CO.IL