

## خلاصه سخنرانی مهندس میثم عسگری

مهندس میثم عسگری در هفدهمین دوره می صبح فناوری در تاریخ ۲۸ تیرماه، به میزبانی شرکت "عصر امین کارآفرین" به بیان تجربیات خود در حوزه بیمه، پرداخت. در ادامه به اهم موضوعات مطرح شده در این سخنرانی اشاره می‌گردد:

ورود تکنولوژی به صنایع مختلف از ۱۰ سال پیش جدی شده است. اگر ما در صنعتی تکنولوژی و تغییرات آن را جدی نگیریم، با مشکلات عدیده ای مواجه می‌شویم. مانند تاکسی‌های تلفنی که با تغییرات تکنولوژی همراه نشدند و امروزه دیگر خبری از آنها نیست. هر صنعتی یا باید تغییرات تکنولوژی را بپذیرد و با آن همراه شود و یا این طوفان می‌آید و برای آن سرنوشت می‌نویسد و آینده تعیین می‌کند. اما صنعت بیمه کمی وضع متفاوت‌تری دارد. از صنعت تاکسی تلفنی قدرتمندتر است اما نمی‌تواند مانند بانک برای مصرف‌کننده نهایی تعیین تکلیف کند. در این صنعت اصل عملیات جذب و فروش توسط شبکه چندصد هزار نفری نمایندگان انجام می‌شود.

صنعت بیمه، از جمله صنایعی است که ما در آن ضعف داریم و به صورت خانوادگی جلو میرود و تقریباً به نسل سوم رسیده است. تا پنج سال پیش این صنعت کاملاً به شکل سنتی دنبال می‌شد اما مشکل اصلی که با آن مواجه است این است که هنوز هم خط مقدم آن به صورت سنتی دنبال می‌شود و در این زمینه مقاومت و عدم آگاهی وجود دارد. تازه چندسال است که کد یکتا پیگیری می‌شود و عاملان فروش باید در سامانه یکپارچه کد صدور دریافت کنند.

کارگزاری‌های بیمه در برابر تغییراتی از جنس هوشمندسازی و سیستمی شدن مقاوت دارند. در مقابل این طیف سنتی، برخی کارگزاری‌های آنلاین به وجود آمده‌اند که با تبلیغات گسترده و تکنیک‌های مختلف در حال کم کردن سهم بازار آنان هستند. در حال حاضر در حوزه بیمه خودرو سه درصد بازار در دست کارگزاری‌های آنلاین است که بیشتر آن به بیمه بدنه و شخص ثالث تعلق دارد. از سال ۱۴۰۱ کم کم احساس خطر در کارگزاری‌های سنتی به وجود آمد و متوجه شدند که سهم بازار خود را در حال از دست رفتن می‌بینند.

امروزه در صنعت بیمه فقط بخش صدور و فروش بیمه نامه، دیجیتالی شده است که به نظر من زیاد حائز اهمیت نیست. البته که باعث شده است تا کار مردم راحت‌تر پیش برود اما زیاد بار فناورانه‌ای ندارد. مشکل اصلی صنعت بیمه، فروش نیست بلکه مواردی مثل تقلب است و باید در این زمینه اقداماتی صورت پذیرد. زیرا بیمه شخص ثالث اجباری است و در سایر زمینه‌ها نیز در حال فرهنگسازی هستیم و رشد خوبی دارد. هدف اصلی ورود تکنولوژی باید خدمات پس از فروش و خسارت باشد. در حال حاضر یک پروژه را با پلیس راهنمایی و رانندگی در دست داریم. این پروژه که در قم اجرا می‌شود، در مرحله طراحی و تست یکساله است و "کروکی آنلاین" نام دارد. این پروژه در یکی دو ماه آینده اجرایی می‌شود و به وسیله آن کروکی کاغذی تقریباً بلا استفاده خواهد شد و از لحظه ای که تصادف اتفاق می‌افتد و پلیس به محل حادثه می‌آید تمامی مراحل به صورت دیجیتال انجام می‌شود. کروکی که ارسال می‌شود همزمان در سرورهای پلیس و بیمه می‌نشیند و به شرکت بیمه‌ای نیز ارسال شده و پرونده تشکیل می‌شود. برداشت ما این است که به کمک این پروژه تقلب در حوزه کروکی به حداقل برسد. همچنین در حوزه کشف تقلب نیز با یکی از استارت‌آپ‌ها برای طراحی یک پلتفرم به توافق رسیده‌ایم که بر روی

دیپا-های بیمه بررسی ها و عملیات را داشته باشند و به وسیله الگوریتم-های پیشرو IT شروع به کشف تقلب می-کند. محل درآمد این پلتفرم نیز از همین مسیر است .

یک پروژه دیگری نیز به تازگی شروع شده است که راننده محوری نام دارد. در این پروژه نمره منفی یکسال گذشته، جرایم و خسارات فرد که مقصر حادثه است را جمع آوری و یک نمره بین ۰ تا ۱۰ برای ریسک شخص تعیین می-کنیم و آن را در اختیار شرکت های بیمه ای برای ارزیابی ریسک می گذاریم. هر تخلف یک ضریب دارد که براساس اهمیت و خطرآفرین بودن آن تعیین می-شود. این سیستم برای مصرف-کننده نیز طراحی شده است . فرد می-تواند با وارد کردن کد ملی و شماره گواهی نامه خود در اپلیکیشن همراه کارت نمره خود را در یکسال گذشته مشاهده کند. ریسک راننده که مشخص شود بیمه گذار حتی می-تواند از بیمه کردن فرد سرباززند و یا حق بیمه بالاتری دریافت کند .

سرویس سویچ نیز از دیگر نوآوری-های بیمه مرکزی است که با مقاوت-هایی نیز روبه-رو است. در جهت ترغیب کارگزاران به استفاده از این سرویس قرار بر این شده است که آنقدر آن را جذاب کنیم و داخل آن خدمات ارائه دهیم که هر کسی به آن وصل نشود محکوم به شکست خواهد بود. همچنین از ماه های آینده نیز قرار است به کارگزاری-های سنتی، سرویس رایگان فروش بیمه آنلاین ارائه دهیم .

علاوه بر آن، در حال حاضر به دنبال تاسیس یک مرکز نوآوری بیمه هستیم. در این صنعت ما ۱۲ سرفصل اصلی داریم که باید بر روی آن-ها کار شود. می-خواهیم فرصت ایجاد نوآوری در این زمینه-ها را به استارتاپ-ها بدهیم و با آن-ها همکاری کنیم و مشتاقانه منتظر پیشنهادات آنان خواهیم بود. در بیمه مرکزی هیچگونه مقاومتی برای حرکت به سمت نوآوری-ها وجود ندارد و در حال فرهنگ-سازی این موضوع نیز هستیم. در بیمه مرکزی همیشه مردم و تجربه خوب آنان از بیمه در اولویت قرار داشته است و همواره در تلاش بوده-ایم تا شرایط مساعدی را برای آنان فراهم کنیم. به عنوان مثال از سال گذشته تا کنون دبه شخص ثالث حدود ۶۰ درصد افزایش داشته است و باید حق بیمه نیز به همان اندازه افزایش پیدا می-کرد اما تنها ۳۲ درصد افزایش را در حق بیمه شخص ثالث شاهد بودیم. به همین منظور از فناوری-ها و نوآوری-هایی که تجربه مشتریان را ارتقا بدهند، استقبال می-کنیم زیرا اگر مصرف-کننده تجربه بهتری از بیمه داشته باشد، تنوع سبد خرید خود را نیز افزایش می-دهد.