

SOFTEC

35
YEARS

EFEKTIVNĚ PROPOJUJEME BYZNYS A IT ŘEŠENÍ

DIGITALIZACE V ČESKÉM POJIŠŤOVNICTVÍ 2026

Se zaměřením na automatizaci
likvidačního procesu

SOFTEC.CZ

01

Progres v digitalizaci za uplynulý rok

- B2C: Digitální funkcionality pro klienta
- B2B: Digitální funkčnosti pro sales partnery
- Podpora prodeje: Metody a nástroje
- Strategie, ambice a kultura
- Provozní model (interní digitalizace)

02

Úroveň automatizace v likvidačních procesech

- Automatizace v likvidacích: Výstupy trhu
- Přínosy spojené s automatizací

03

Ambice a cíle pro rok 2026

- Ambice a cíle 2026
- Témata a trendy pro rok 2026

CÍLE STUDIE

☉ Zmapovat hlavní digitalizační trendy na trhu

☉ Nabídnout pojišťovnám srovnání s trhem

☉ V následném rozšíření studie nabídnout srovnání s trhy v okolních zemích

☉ Zmapovat dosaženou úroveň digitalizace se zaměřením na oblasti:

- Prodeje a obsluhy klientů
- Práce s partnery
- Vnitřní digitalizace provozních činností

☉ Diskutovat hlavní faktory úspěchu a největší překážky

☉ Napomáhat při zvyšování úrovně digitalizace s pozitivními dopady na pojišťovny i na jejich klienty

☉ V ročních iteracích sledovat progres dosažený v jednotlivých pojišťovnách i celkově na trhu

METODY PRŮZKUMU & ANALÝZY

Provedli jsme field research pomocí osobních rozhovorů se zástupci pojišťoven:

- Vedoucí IT oddělení a projektových kanceláří
- Vedoucí likvidačních oddělení

ROZSAH STUDIE

Komerční pojišťovny poskytující životní a neživotní pojištění v České republice

- Pojišťovny zapojené do 1. ročníku studie (2024/2025)
- Oslovení dalších pojišťoven s cílem zvětšit dotazovaný vzorek respondentů

HLAVNÍ OBLASTI

EXTERNĚ

B2C: Digitální funkcionality pro klienta

B2B: Digitální funkčnosti pro sales partnery

INTERNĚ

Podpora prodeje: Metody a nástroje

Strategie, ambice a kultura

Provozní model (interní digitalizace)

vč. práce s partnery

Automatizace v likvidačních procesech

SOFTEC

35
YEARS

PROGRES V DIGITALIZACI ZA UPLYNULÝ ROK

Výsledky průzkumu
Information
Technology (IT)

01



B2C: DIGITÁLNÍ FUNKCIONALITY PRO KLIENTA



Oproti minulému roku se sebehodnocení nemění, posun v klientských funkcích byl vyvážený stále probíhající **transformací klientských systémů**.

Ambice pro rok 2025

- Self Advice
- Technické změny na smlouvách
- Insurance on Demand / Pay as you go
- Transformace - nová generace B2C
- Motivace k využívání digitálů

Studie měřila KPI

Míra využívání mobilní aplikace.

Podíl klientů aktivně využívajících mobilní aplikaci nebo portál pro hlášení a správu škod.



U pojišťoven spojených s bankovou skupinou se nové funkce pro klienta (např. Insurance On Demand, funkce spojené | s AI, ...) plánují přidávat do smart aplikací.

Pojišťovny nemají vlastní aplikace.

AMBICE

● Co se povedlo

- Nasazení AI funkcionalit – **Self Advice** – klient si předpřipraví podklady doma a s prodejcem už jen sjedná, co potřebuje, cíl je zefektivnění a zrychlení procesu
- Rozšíření **automatizace v likvidacích** – klient projede procesem rychleji, vidí v jakém kroku likvidačního procesu se nachází, je notifikován v případě, že něco chybí
- **Omezení prodeje legacy produktů** – klientům jsou nabízené nové produkty, staré se migrují
- **ePodatelna** – umožňuje klientům digitální podávání dokumentů
- **eVýplata** – umožňuje klientům digitální výplatu penze

● Co se nepovedlo

Nedodány funkčnosti umožňující klientům provádět technické změny na smlouvách v self-service kanálech.

Realizace je přesunuta do následujícího období.

KPI

Využívání služeb

Procento klientů využívajících webový formulář, KZ nebo aplikaci Bouračka je **60 - 70%**.

Další kanály pro hlášení škod

- Call centrum (20-30%)
- E-mail (10-20%)
- Papír (jednotky %)

U call center byl pozorován rozdílný přístup

- Klient poskytne stejné informace jako ve webovém formuláři
- Klient sdělí agentovi na CC víc informací, tím se dosahuje kvalitnější vstup pro registraci události

B2B: DIGITÁLNÍ FUNKČNOSTI PRO SALES PARTNERY

LOW

MEDIUM

HIGH

Služby pro externí sales partnery se celoplošně rozvíjely a dosáhly **vyšší úrovně standardizace**.

Ambice pro rok 2025

- Rozšiřování možností i pro externí partnery
- Rozšiřování sdílení dat a STP
- Transformace – nová generace B2B nástrojů

Studie měřila KPI

- **Efektivita externí sítě** - velikost externí sítě (počet pracovníků) / kolik požadavků zpracují
- **Elektronický podpis a identifikace klienta** – podporuje pojišťovna eIDAS, BankID, biometriku.
- **Notifikace a reporting** – dostává partner automatické přehledy o výkonnosti, provizích, změnách

Banky jako sales partneři
– model se přesouvá od pobočkového prodeje k digitálně integrovanému a embedded pojištění v bankovních kanálech (bankopojištění).



AMBICE

● Co se povedlo

- Nová verze Analýzy potřeb klienta – zvyšuje úspěšnost prodeje a důvěru klientů, nabízí se prostor pro cross-sell a up-sell
- Nový provizní systém – přináší větší stabilitu a předvídatelnost ve vyplácení odměn, zvyšuje motivaci partnerů při správném nastavení pravidel
- Nové webové služby pro partnery a sjednocení přístupů – interní vs. externí partneři
- Rozšíření přístupů externích partnerů k interním aplikacím

● Co se nepovedlo

- Nedodání nového core systému dle původního plánu nepřineslo nasazení očekávaných funkcionalit jako STP a sdílení dat
- Implementace nové služby pro partnery dosud nepotvrdila plánovaný obchodní přínos, partneři ji nevyužívají, jak se očekávalo

KPI

Efektivita externí sítě

KPI není napříč pojišťovnami jednotně definováno – rozdílné přístupy a odlišná velikost sítí. **Pojišťovny sledují a vyhodnocují jednotlivé části výkonového řetězce:** lead -> nabídka -> smlouva -> trvání -> servis -> ziskovost.

Elektronický podpis

- Standard: Bank ID, elektronický podpis, podpis pomocí SMS
- Nad standard: onboarding pomocí biometrie, zaručený podpis

Notifikace a reporting

Různá maturita:

- reporting v Excelu (měsíčně)
- reporting přes webové služby (vystavené API)
- Power BI reporting (data z provizních systémů)

PODPORA PRODEJE: METODY A NÁSTROJE

LOW

MEDIUM

HIGH

Proběhla re-implementace CRM a Lead management nástrojů, která vytvořila základ pro data-driven a event-driven podporu prodeje.

Ambice pro rok 2025

- Lepší vyhodnocování dat
- Prediktivní modely s AI
- Investice do Lead managementu a CRM nástrojů
- Transformace core systémů

Studie měřila KPI

- Míra AI generované komunikace - podíl odchozí komunikace se zákazníkem generované pomocí AI
- Úspěšnost NBO (funnel) - Počet automaticky generovaných NBO, reakce klientů a úspěšně dokončené nabídky



Investice do CRM a Lead managementu se promítly do rozvoje event-driven marketingu.

Pojišťovny dnes dokážou reagovat na klientské události rychleji než před rokem.

AMBICE

● Co se povedlo

- Salesforce Marketing v provozu (Lead management)
- Salesforce CRM v provozu (360° pohled pro call centra)
- Dokončení CRM implementací
- Nasazení prediktivních modelů
- Zlepšení analýzy potřeb klienta

● Co se nepovedlo

- Jednotlivé Salesforce (SF) moduly nejsou zatím prointegrovány, zdrojová data se vytahují z jiných systémů a vkládají jako vstup ručně (např. integrace Marketing a Financial SF modulů)
- Pokračuje rozvoj Lead managementu a jeho propojení s prodejními nástroji

KPI

Míra AI generované komunikace

Standard: komunikace na klienta pomocí statických šablon, komunikační oddělení kontinuálně vyhodnocuje srozumitelnost textů, přetrvává **nedůvěra k plně AI-generovanému obsahu** směrem ke klientovi.

Zapojení AI do komunikačních procesů probíhá **v oblastech:**

- Kontrola a validace textu
- Doplnování dynamických polí
- Překlad technických výrazů do lidské řeči
- Personalizovaná/specifická komunikace

Úspěšnost E2E prodeje

- Absence jednotlivých metrik ztěžuje vyhodnocení prodejního funnelu od identifikace leadu po realizaci obchodu
- Pozitivní dopady nových nástrojů se ale začínají projevovat – pojišťovny postupně zavádějí a ladí jednotlivá nastavení a metriky

STRATEGIE, AMBICE A KULTURA

Zaměření na **automatizaci procesů a změna myšlení**, že pracovník (likvidátor) nemusí udělat všechno, vybrané kroky je potřeba automatizovat.

Ambice pro rok 2025

- Identifikace konkrétních use-cases pro využití AI
- Transformace core systémů – konektivita, online kapability
- Automatizace, STP

Studie měřila KPI

- **Rozpočet na digitalizaci.**
Podíl z celkového rozpočtu věnovaný digitálním iniciativám.
- **Počet digitálních inovací dodaných za rok.**
Nové produkty, služby, funkce.



Téma AI rezonuje u všech, cílem jednotlivých oddělení je definovat vlastní přístup k využití AI a jeho začlenění do pracovního života, do procesů.

AMBICE

Trendy

- AI – téma číslo jedna
- Digitalizace procesů
- STP
- Zjednodušení produktového portfolia
- Kontejnerizace – OpenShift
- Zaměření na SDLC – Software development lifecycle

● Co se povedlo

- Najít využití AI v procesu likvidací
- Nárůst STP a automatického zpracování smluv
- Uvést nové produkty na trh (Longevity)
- Akvizice nových sales partnerů
- Zvýšit user experience dodáním nových funkcionalit v KZ

● Překážky

- Chybí know-how
- Omezené kapacity
- Prioritizace – jenom co má business case
- Preference skupinových AI řešení
- Regulace – NIS2, AI Act, DORA – vysoká administrativa
- vyšší míra administrativy a omezená flexibilita

KPI

Inovace

Všichni respondenti dodali několik projektů v oblasti IT a nových funkcí, produktů a služeb za rok.

Průměr 3-4 dodané projekty v oblastech: likvidace, nová KZ, CRM, Lead management, produktové portfolio, back office, core systémy.

Rozpočet na digitalizaci

Meziroční nárůst rozpočtu u všech respondentů v rozmezí o 10 až 20 %.

PROVOZNÍ MODEL (INTERNÍ DIGITALIZACE)

LOW

MEDIUM

HIGH

Částečně je brzdou inovací a rozvoje skupina/matka – příliš konzervativní, vše podléhá schvalování, **pravidla omezují pokročilé využití AI**, silná bezpečnost.

Ambice pro rok 2025

- Automatizace v likvidacích
- Rozšíření využití AI
- Fokus na BO – process mining
- Rozšíření služeb pro partnery

Studie měřila KPI

- **Chybovost v likvidačních procesech.** Procento pojistných událostí vráceno kvůli chybám? Které procesy vykazují největší chybovost?
- **Počet systémů**, mezi kterými musí likvidátor přepínat pro běžnou agendu

Iniciativy bez návratnosti do 3 let jsou zastavovány.

Projekty bez jasného business case neprocházejí prioritizací.

Zaměření na snižování nákladů, modernizaci stávající infrastruktury.



AMBICE

Dlouhodobá ambice

Automatizace technického a medicínského underwritingu.

● Co se povedlo

Automatizace bagatelních škod

- PU čelní skla
- PU majetek
- PU úrazy

Digitalizace vybraných niche segmentů

● Co se nepovedlo

Process mining na škodách nenaplnil očekávání a nepřinesl očekávaný přínos v praxi.

Vytěžování dokumentů

- Faktury
- Lékařské zprávy
- Smlouvy
- Pojistní podmínky

KPI

Chybovost v procesech

Nejvyšší chybovost vykazují:

- **majetkové škody** (klient nezná pojistné podmínky, složitý popis škody, spousta příloh)
- **odpovědnostní škody** (chybí údaje o poškozeném, chybné chápání rozdílu „poškozený“ vs. „pojištěný“, nejasné vymezení zavinění)
- **životní a úrazové pojištění** (chybí lékařská zpráva, špatně vyplněná diagnóza, klient hlásí PU příliš brzy/pozdě)

Systémy likvidátorů

Core systém, DMS/Filesystem, Rozpočtový systém, Registry.

Nové generace systémů mají za cíl co největší prointegrovatost, co umožňuje dohledat data z jednoho systému.

Praxí je, že staré smlouvy zůstávají v původních systémech, a to z důvodu složité migrace dat.

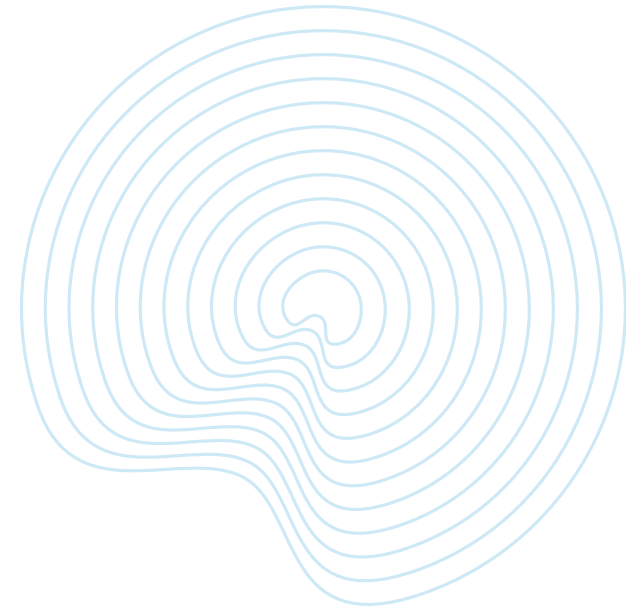
ÚROVEŇ AUTOMATIZACE V LIKVIDAČNÍCH PROCESECH

Výsledky průzkumu
Likvidace

02



AUTOMATIZACE V LIKVIDACÍCH: VÝSTUPY TRHU



Plně automatizované zpracování PU

Trh automatizuje malé a frekvenční škody u jednodušších produktů s nízkou variabilitou a vysokým objemem případů:

- Neživot – **autopojištění – skla, parkovací škody**
- Neživot – **majetek - bagatelní škody**
- Neživot – **mazlíčci**
- Život – **úrazy**, školní úrazy

Procento plně automaticky zpracovaných PU se liší, někteří jsou v začátcích a pohybují se v nižších desítkách procent, jiní dosahují i 80–100 % u vybraných PU.

Semi-automatizované zpracování PU

Trh automatizuje jednotlivé části procesu a zefektivňuje proces napříč všemi LOB:

- Hlášenky plně digitální (~ 70%)
- Automatická registrace a kategorizace PU, přidělení likvidátora (~ 100%)
- Automatická kontrola dokumentů, vyžádání chybějící dokumentace, kontroly vůči registrům
- Vytěžování dat a vyhodnocování fotodokumentace – popis škod a predikce kalkulací z fotek
- AI nástroje pro příjem PU mají nastavenou míru jistoty, při jejím nedosažení se případ předá likvidátorovi

Manuální zpracování PU

Likvidace a plnění PU jsou nejvíce manuální části procesu z důvodu vyhodnocování **komplexních pojistných podmínek a počtu podkladů** k doložení.

Nejtěžší oblasti automatizace jsou **komplexní produkty** v oblasti **Majetku a Životního pojištění**.

Automatizace odlehčuje práci likvidátorů, zaměřují se na kompletní a kontrolu dokumentace a vyhodnocení samotného plnění.

Převládá přístup, že **likvidační dopisy píšou likvidátoři**, využívají šablony, ale vysvětlení píšou sami.

- Postupně dochází k posunu **od pilotů k řízenému škálování**, kdy se automatizace rozšiřuje na další typy škod a integruje se hlouběji do core procesů likvidace.
- **Klíčovým posunem** není samotná technologie, ale **změna procesu a myšlení**, že likvidátor nemusí řešit všechny části procesu.
- **Rok 2025** se zaměřoval na **rozvoj infrastruktury**, implementaci nástrojů a tvorbu různých AI služeb.
- V **roce 2026** vstupují pojišťovny do **zlomové fáze**, kdy se díky úspěšnému škálování automatizace konečně **materializují očekávané přínosy** business case.

- Jednou z **překážek** automatizace, se kterou se potýkají všechny pojišťovny, je **strukturovanost dat** a jejich **dostupnost pro AI** vyhodnocování (legacy produkty a zastaralé systémy/technologie).
- Mladší pojišťovny a nově vzniklé produkty mají výhodu ve vyšší čistotě dat.

Celkově digitalizace směřuje k plně datově řízeným, automatizovaným a adaptabilním pojišťovnám, které dokáží rychle škálovat, lépe řídit rizika a nabídnout klientům jednodušší, rychlejší a personalizované služby.

PŘÍNOSY SPOJENÉ S AUTOMATIZACÍ

OBCHOD

Obchodní Přínos (Business Case)

Pojišťovnictví vstupuje do fáze AI-first transformace, kde digitalizace již není doplňkem, ale klíčovým předpokladem konkurenceschopnosti. Umělá inteligence, automatizace a práce s daty se stávají jádrem celého pojistného cyklu – od underwritingových rozhodnutí přes pricing až po likvidaci škod a prevenci rizik.

Ověřili jsme, že automatizace má pozitivní dopad na snižování průměrné doby vyřízení škod, a to má pozitivní vliv na zákaznickou zkušenost.

Průměrná doba vyřízení škod

- 2 – 3 dny (běžné, menší škody).
- Plně automatizované likvidace se zpracují v řádu hodin.
- Cíl je snížení nákladů, úspora času a zvýšení efektivity zaměstnanců.

Zákaznická zkušenost

Všichni potvrzují, že automatizace a optimalizace procesů zlepšují zákaznickou zkušenost. Klienti vyřídí pojistnou událost rychleji a transparentněji, notifikováni v průběhu celého procesu.

TECHNOLOGIE

Technologické možnosti a integrace

Klíčovou bariérou již není technologie, ale řízení změny. Digitalizace naráží na probíhající systémové transformace, omezené kapacity, kulturní odpor a nedostatek jasného mandátu. Závěry z trhu jednoznačně ukazují, že úspěšná transformace musí být řízena shora – jako strategické, nikoli IT téma.

Části platformy

- LLM + ML
- Agentní orchestrace
- Datová platforma
- Streaming
- RAG (Retrieval-Augmented Generation), napojení na interní data
- Hybridní infrastruktura (cloud + on-prem), převládá Azure Cloud

Služby

- OCR – vytěžování dat (faktury, smlouvy, lékařské zprávy)
- Klasifikace dokumentů
- Validace dat
- Kontrola kompletnosti
- Vyhodnocení pojistných podmínek
- Odhalení fraudů
- Chatbot, voicebot, AI asistent

Standardem se stává implementace interních AI platform (AI stack), které slouží k poskytování funkcí a služeb pro automatizaci procesů.



INVESTICE

Finanční a investiční náročnost (Business vs. IT)

Likvidace škod je hlavním tahounem digitalizace. Pojišťovny masivně investují do automatizace pomocí OCR, workflow nástrojů, decision enginů, cloudových AI platforem a low-code řešení. Cílem je zvládnout rostoucí objem pojistných událostí se stejnými nebo nižšími personálními kapacitami a postupně automatizovat i složitější produkty. Digitalizace je však efektivní pouze tam, kde existuje strukturovaný digitální vstup (hlášenky).

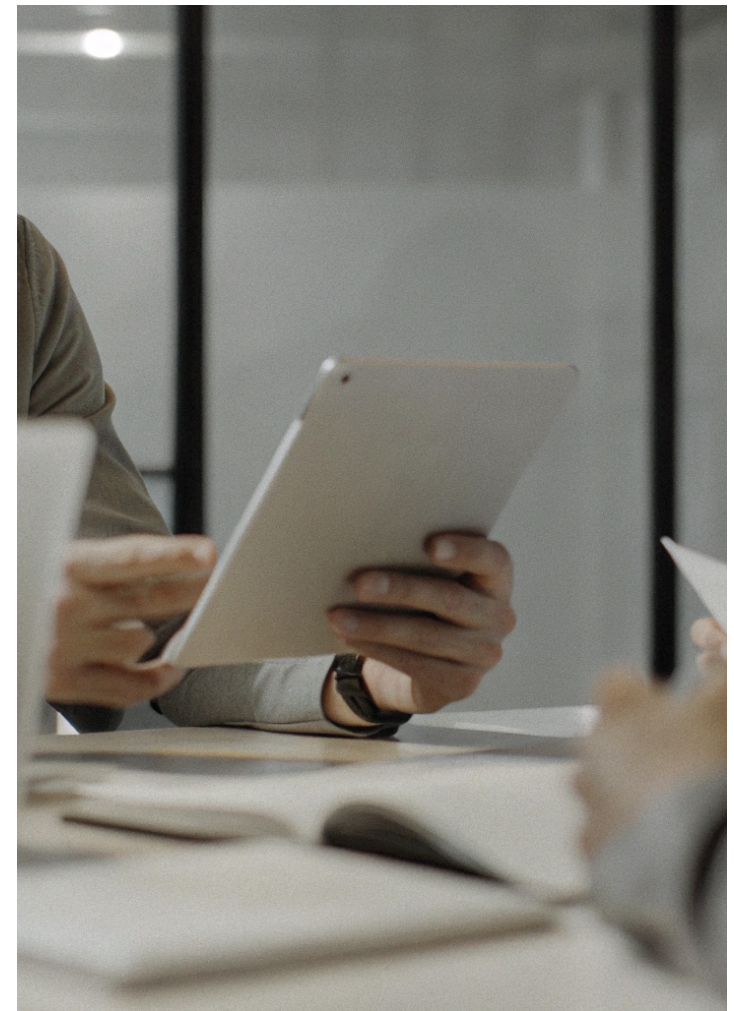
Driver automatizace. Business vs. IT

- Driver změn je Business (80:20)
- IT plní zadané požadavky
- Návratnost plánovaná do 3 let v optimalizaci business procesů

Komplexita historických **smluv** a jejich proměnlivost v čase dnes patří mezi **největší brzdy automatizace**.

Firmy, které tento problém neřeší systémově, zůstávají u izolovaných, krátkodobých řešení.

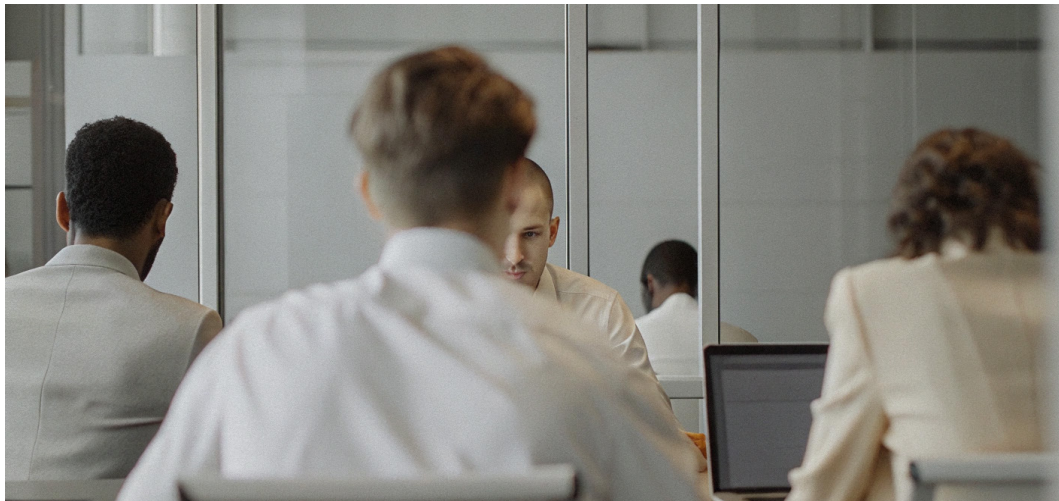
Byznys model pojišťoven se redefinuje. Trh se posouvá od prodeje izolovaných produktů k platformám, modulárním řešením a embedded pojištění v B2B2C ekosystémech.



LIDSKÉ ZDROJE

Kapacitní a personální zajištění

Celkově digitalizace směřuje k plně datově řízeným, automatizovaným a adaptabilním pojišťovnám, které dokáží rychle škálovat, lépe řídit rizika a nabídnout klientům jednodušší, rychlejší a personalizované služby. Cílem je výrazně snížit potřebu manuálních zásahů a uvolnit kapacitu specialistů pro komplexní případy, lépe využívat lidské zdroje.



Pojišťovny si s pomocí externích zdrojů nechávají vytvářet AI platformy s cílem provozovat je interně a dále je samostatně rozvíjet.

Potřeba externího zajištění

- Sdílení know-how
- Efektivita dodávek spojených s prvotním zprovozněním AI funkcionalit
- Konzultační činnost v optimalizaci business procesů

Dopady na interní zdroje

- Odborníci se mohou soustředit na složitější případy
- Seberozvoj v oblasti AI a zefektivňování denních pracovních rutin
- Stávající kapacity musí zvládnout meziroční nárůst hlášených PU



AMBICE A CÍLE PRO ROK 2026

Výsledky průzkumu

03

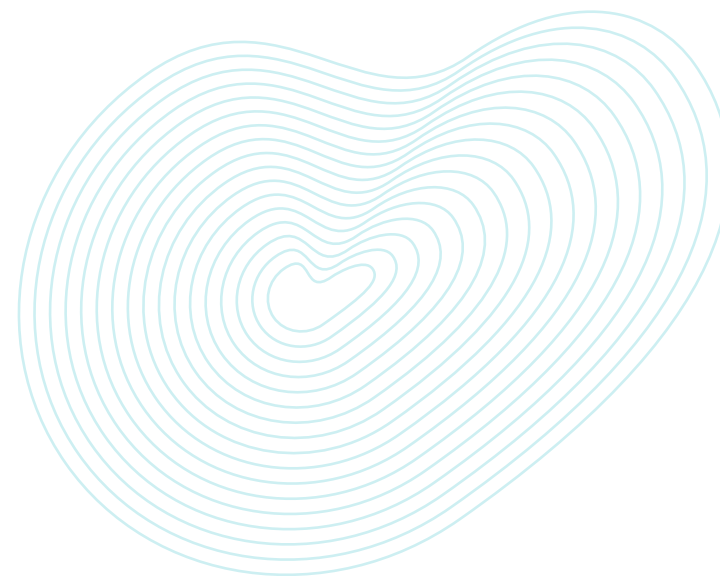


AMBICE A CÍLE 2026

Obecně zůstává cílem snižování nákladů pomocí optimalizace BE a core systémů, ve kterých se postupně automatizují procesy, což vede ke snižování FTE, případně neinvestování do nového lidského kapitálu.

Nesplněné cíle z roku 2025 se přesouvají do dalšího roku. Jedná se primárně o:

- Finalizace implementace nových core systémů
- Umožnění klientům provádět technické změny na smlouvách
- Implementaci STP use-casů



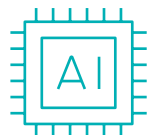
Většina pojišťoven si klade za cíl modernizovat své produktové portfolio, hledat možnosti, jak se na trhu odlišit.

Zároveň převládá ambice modernizovat kampaňové nástroje a investovat do Lead managementu a integrovat ho s core systémy pojišťoven.

TÉMATA A TRENDY PRO ROK 2026

AI Agent pro zaměstnance

- Zaměstnanci dostávají osobní cíle, jako je adopce AI a její využití v denních rutinních činnostech
- Trendem se stává zvyšování osobní produktivity pomocí AI
- Agenti se stávají „digitálními kolegy“ a mění způsoby práce napříč organizací



AI platformizace

U pokročilých pojišťoven, které již zahájily implementaci AI platforem a poskytují první služby, se diskuse posouvá směrem k zapojení agentů do těchto platforem.

U pojišťoven, které jsou s využitím AI teprve na začátku, zůstává hlavním trendem vývoj AI platformy.

SDLC s podporou AI

- Hledání využití AI v softwarovém vývoji napříč celým životním cyklem
- Analýza – mapování požadavků
- Architektura – návrhy API, datových modelů
- Coding, code review
- DevOps – dokerizace
- Podpora – analýza logů
- Tvorba dokumentace

KONTAKTUJTE NÁS



Alexander Paál
Ředitel SOFTEC CZ

+420 601 321 538
alexander.paal@softec.cz

SOFTEC CZ, spol. s r.o.
City Element
Na Strži 2102/61a
140 00 Praha
Česká republika

+420 222 588 061
softec@softec.cz

www.softec.cz



SOFTEC

35
YEARS