

SOFTEC

# DIGITALIZACE V POJIŠŤOVNICTVÍ

ÚROVEŇ DIGITALIZACE  
NA ČESKÉM POJISTNÉM TRHU 2024

Contains trade secret of company SOFTEC, spol. s r.o., no copy and no further distribution of these documents.  
In the case of unauthorized access return immediately to company SOFTEC, spol. s r.o. and contact any SOFTEC representative

# CÍLE STUDIE

---

**01** Zmapovat hlavní digitalizační trendy na trhu

---

**02** Zmapovat dosaženou úroveň digitalizace se zaměřením na oblasti:

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

**03** Nabídnout pojišťovnám srovnání s trhem

**04** Diskutovat hlavní faktory úspěchu a největší překážky

---

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

---

**06** V následném rozšíření studie, nabídnout srovnání s trhy v okolitých zemích

---

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

# GLOBALNÍ TRENDY V POJIŠŤOVNICTVÍ

Využití technologií k vytváření inovativních řešení a zlepšování efektivity, zákaznické zkušenosti a řízení rizik

**Digitální platformy a mobilní aplikace** pro klienty; chatboty a virtuální asistenty pro 24/7

**Prediktivní analýza a hodnocení rizik**, využití sociálních médií ke zlepšení profilování rizik a cenotvorby

**Personalizace životního a zdravotního pojištění** – analýza dat s podporou AI, personalizované sazby

**Platformy pro zdraví a wellness**, pro sledování a propagaci zdravého životního stylu, pobídky a slevy

**Automatizované zpracování pojistných událostí** s rozpoznáváním obrazu snižuje čas a náklady

**Vzdálené inspekce nemovitostí**, používání dronů a satelitních snímků šetří čas a zdroje

**Detekce a prevence podvodů** pomocí AI a strojového učení, monitorování v reálném čase

**Blockchain pro chytré smlouvy**, větší transparentnost a bezpečnost transakcí

**Kybernetické pojištění**, vývoj speciálních pojistných produktů pro nová rizika

**Peer-to-peer pojištění**, nové obchodní modely

**Telematika, IoT**, pojištění založené na využití, hlubší personalizace

**Pojištění na vyžádání**, dočasně, pro krátkodobé pojištění

# STUDIE DIGITALIZACE V POJIŠŤOVNICTVÍ | ČESKÁ REPUBLIKA



## HLAVNÍ VÝSTUPY

### B2C: DIGITÁLNÍ FUNKCIONALITY PRO KLIENTA

- Rozšiřování samoobsluhy klienta jak v NŽP, tak i v ŽP
- Primárním kanálem pro prodej a obsluhu jsou ale (digitalizovaní) obchodníci

### B2B: DIGITÁLNÍ FUNKCIONALITY PRO OBCHODNÍKY

- Přístup „Phygital“ – B2B2C
- Dva hlavní způsoby přístupu: přes aplikace/systémy anebo přes API
- Rozšiřování sdílení dat a STP

### PODPORA PRODEJE: METODY A NÁSTROJE

- Převládají investice do CRM nástrojů, analytiky a transformace legacy světa
- Využívání telemetrie je v začátcích

### OPERAČNÍ MODEL: INTERNÍ DIGITALIZACE

- Zaměření na likvidace, BO, konektivitu a automatizaci práce s partnery
- Opatrný nástup AI

### STRATEGIE: ŘÍZENÍ KOMPLEXNÍCH ZMĚN

- Hlavním cílem digitalizace je úspora nákladů
- Obchodní strategie pojišťoven se odlišují

# B2C: DIGITÁLNÍ FUNKCIONALITY PRO KLIENTA

## Sebehodnocení pojišťoven

Low

Medium

High



Standardem je autorizovaný web, self-service / klientské zóny a paperless komunikace s klientem



Převládá digitální hlášení PÚ



Nastupuje prodej jednoduššího ŽP a asistenční služby, zejména v oblasti prevence

SOFTEC

## AMBICE A TRENDY

- „Self-advisory“ – automatický poradce pro klienty
- Umožnění technických změn na smlouvách online
- Nastupují digitální služby prevence
- „Insurance on demand“ / „Pay as you go“
- Simplifikace, gamifikace

## ZAÚJALO NÁS



- 01 Regulace pro online sjednání ŽP jsou pro některé až odrazující
- 02 Nižší podpora pojišťoven na přechod do digitálních kanálů

# B2B: DIGITÁLNÍ FUNKCIONALITY PRO OBCHODNÍKY

## Sebehodnocení pojišť'oven

Low

Medium

High



Dva hlavní způsoby propojení:

- přes aplikace/FE systémů, typicky pro interní síť
- zpřístupnění služeb přes API, typicky pro externí síť



Plný paperless



STP, sdílení dat

SOFTEC

## AMBICE A TRENDY

- Nová generace nástrojů
- Rozšiřování možností nejen pro interní síť, ale i pro externí prodejce – provádění změn přímo na smlouvách, analýza potřeb klienta, onboarding, investiční cesta, ..
- Rozšiřování sdílení dat a STP
- Operativní řízení – např. sdílení úkolů

## ZAÚJALO NÁS



- 01** Přístup „Phygital“ – většina prodeje jde přes obchodníka, a ten je plně digitální
- 02** Facebook skupina pro prodejce – neformální způsoby zpětné vazby



# PODPORA PRODEJE: METODY A NÁSTROJE

## Sebehodnocení pojišť'oven



Low

Medium

High

- ✓ Skutečný **Customer 360**
- ✓ **Personalizace**, cílený a **event-driven** marketing
- ✓ **Telemetrie** – první vlaštovky
- ✓ **Sociální sítě** – poskytují jenom informace, kampaně, částečně umožňují komunikaci, proklik na prodejní portály

SOFTEC

## AMBICE A TRENDY

- Lepší práce s daty a jejich **vyhodnocování**
- **Prediktivní modely**
- **Rozšiřování nabídky** služeb
- Investice do CRM nástrojů a **Lead Managementu**

## ZAÚJALO NÁS



- 01** Starší propočty **Business Case-ů** je vhodné **aktualizovat** – nápady, které ještě nedávno byli ztrátové dnes už BC můžou mít (např. v IoT)

# OPERAČNÍ MODEL: INTERNÍ DIGITALIZACE

## Sebehodnocení pojišť'oven



Low

Medium

High



**Paperless**



Zaměření na **Likvidace PÚ** (hlášení, dokumentace, asistence) a **BO**



**Propojení s partnery** – autoservisy, exekutoři, ...



**AI nastupuje opatrně** – bezpečnost, spolehlivost, legislativa

SOFTEC

## AMBICE A TRENDY

- **Rozšíření služeb** pro partnery – portály pro smluvní servisy, rozhraní na lékaře, ...
- **Nové servisní modely** a aplikace, co je budou podporovat
- **Automatizace**, zejména v Likvidacích a BO, s využitím AI
- Zaměření na **HR procesy**

## ZAÚJALO NÁS



- 01** **Odlišné celkové strategie**, zejména ve vztahu k servisním (ne prodejním) partnerům
- 02** **Aukce** na prodej vraků, na opravy ještě ne



# STRATEGIE: ŘÍZENÍ KOMPLEXNÍCH ZMĚN



- ✓ Digitální strategie je **součástí celkové strategie**
- ✓ Online prodej má dedikované vlastníky, ale **podléhá 1 členovi představenstva**
- ✓ Pojišťovny **sledují banky a velké telko operátory**, i eCommerce je dál
- ✓ Obavy spojené s komerčním využitím AI

## AMBICE A TRENDY

- **Digitální cesta klienta a personalizace**
- Zaměření na **klientskou zkušenost**
- Hledání **idejí s Business Case-em**
- Hledání skutečných **možností využití AI**
- **Transformace** legacy světa pro nové funkčnosti – konektivita a online kapability, umožnění interakcí s vnějším světem

## ZAÚJALO NÁS



- 01 Kapability pro digitalizaci:** technologická připravenost, lidé a change mgmt, business architektura – řízení procesů
- 02 Schopnost měřit** svou digitalizaci je v začátcích



**Alexander Paál**

**CEO Softec CZ s.r.o.**

**+420 601 321 538**

**[alexander.paal@softec.cz](mailto: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](mailto:softec@softec.cz)**

**[www.softec.cz](http://www.softec.cz)**