

تكنولوجيا التأمين: اتجاه جديد لصناعة تأمين متطورة ومتحولة تكنولوجيا - دراسة حالة الشركة الأمريكية "Lemonade" -

شراقة صبرينة*1

1. جامعة فرحات عباس-سطيف1، (الجزائر)، sabrina.cheraga@univ-setif.dz.

نُشر في: 2021-06-18

قُبِل في: 2021-05-01

استلم في: 2021-03-06

الملخص:

أشارت العديد من الدراسات إلى تخلف صناعة التأمين عن التحول الرقمي والتكنولوجي بسبب طابعها المتحفظ. رغم ذلك هناك مؤشرات توجي ببداية تغييرات جذرية تمس هذه الصناعة، والتي اقترنت بظهور شركات ناشئة في مجال تكنولوجيا التأمين. هذه الأخيرة أعطت وجها جديدا لأعمال التأمين بتوفيرها لمناهج ابتكارية وأدوات رقمية تدفع من خلالها صناعة التأمين نحو تغيير نموذج عملها التقليدي. تهدف هذه الورقة لمعرفة التوجه الجديد لصناعة التأمين في ظل الفرص المتاحة لحلول وتطبيقات تكنولوجيا التأمين، والفوائد المحققة من مشاريع الشراكة الممكنة، مع الإشارة لتجربة "Lemonade" الأمريكية وتحليل عوامل نجاحها. وقد توصلت الدراسة إلى أهمية الشراكة بين شركات التأمين التقليدية وشركات تكنولوجيا التأمين لتطوير الصناعة وتسريع تحولها التكنولوجي، إلى جانب تغيير منهج التسويق بالتركيز على العميل واحتياجاته.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا التأمين؛ تحول تكنولوجي؛ رقمنة؛ شركات تكنولوجيا التأمين؛ شركة (Lemonade).

رموز تصنيف JEL: O33؛ G22

Insurtech: a new trend for a developed and technologically transformed insurance industry - a case study of the American company "Lemonade"

Cheraga Sabrina ^{1*}

1. Farhat ABBES University- Setif1 , (Algeria), sabrina.cheraga@univ-setif.dz

Received: 06/03/2021

Accepted: 01/05/2021

Published: 18/06/2021

Abstract:

Several studies have indicated that insurance industry lags behind digital and technological transformation due to its conservative nature. The indicators suggesting the beginning of drastic changes, which have been accompanied by the emergence of new companies in the field of insurtech. The latter has given a new face to the insurance business by providing innovative approaches and digital tools that push the insurance industry towards changing its traditional business model. This paper attempts to identify the benefits achieved from partnership projects, with reference to the American "Lemonade" experience and the analysis of its success factors.

The study concluded the importance of partnership between traditional insurance companies and insurance technology companies to develop the industry and accelerate its technological transformation, and changing the marketing approach by focusing on the customer.

Keywords : Insurtech ; technology transformation ; digitalization ; insurtech companies ; Lemonade company.

JEL classification codes : O33؛G22.

* : *Corresponding author*

مقدمة:

صناعة التأمين في العالم على حافة التغيير اليوم، حيث بدأت تكنولوجيا التأمين في التأثير على توجهات السوق العالمي للتأمين، عبر استحداث منتجات مبتكرة وأكثر ذكاء، إلى جانب وضع التكنولوجيات الناشئة في متناول شركات التأمين التقليدية. إن أعمال التأمين بحاجة للاندماج في عالم التكنولوجيا والابتكار وترتبط ارتباطاً وثيقاً به، نظراً لأن التواصل مع العملاء يجرى عبر منصات إلكترونية رقمية وبواسطة أجهزة ذكية معقدة. ورغم أهمية عنصر التكنولوجيا والابتكار في العديد من جوانب نشاط التأمين، لا تزال صناعة التأمين متأخرة قليلاً في مواكبة التغيرات المتسارعة، كما يوصف استخدامها لهذه التكنولوجيات بالبطيء بسبب تعقدها وطبيعة التنظيم الصارم الذي يحكم هذه الصناعة.

مشكلة البحث

مع تنامي وتيرة التغييرات التكنولوجية في السنوات الأخيرة، بدأت صناعة التأمين تشهد نظاماً بيئياً مضطرباً، بسبب ظهور شركات ناشئة في مجال تكنولوجيا التأمين تعتمد أساساً على التكنولوجيات المغيرة. هذه الأخيرة تنطوي على ابتكارات تساعد على بروز أسواق تأمين جديدة كلياً وتغير من أساليب التعامل والتواصل مع العملاء. ومثلما هزّ ظهور التكنولوجيا المالية القطاع المالي وغير وجه صناعة التمويل، هناك اعتراف دولي متزايد بأن صناعة التأمين ستعيد توقعها نحو التحول التكنولوجي، وأنها ستحقق مكاسب كبيرة من الابتكارات الجديدة التي جلبتها تكنولوجيا التأمين، وستتجه نحو مرحلة جديدة من التطور في نماذج الأعمال الخاصة بها. من هذا المنطلق تبرز إشكالية البحث في السؤال التالي:

كيف يمكن لتكنولوجيا التأمين أن توجه صناعة التأمين نحو التحول التكنولوجي وتطوير نماذج أعمالها التقليدية؟
وللإجابة عن الإشكالية المطروحة نضع الفرضية الرئيسية التالية:

"رغم تأخر صناعة التأمين العالمية في تبني التكنولوجيات الناشئة حديثاً إلا أنها بادرت بأولى خطوات التغيير والتحول التكنولوجي بظهور شركات ناشئة في مجال التأمين، من خلال عقد مشاريع شراكة بين الطرفين لتطوير الصناعة ودفعها نحو عالم الابتكار والرقمنة".

أهمية البحث

تتبع أهمية الدراسة الحالية من أهمية تكنولوجيا التأمين في خلق صناعة تأمين متطورة ومتحولة جذرياً للأفضل، من خلال دفعها نحو اعتماد تكنولوجيات التحول الرقمي واستخدام الحوسبة السحابية والتحليلات المتقدمة والذكاء الاصطناعي في مجال أعمالها. وهذا بهدف الارتقاء بتجربة العملاء وتحسين طرق التفاعل معهم، بالشكل الذي يمهد الطريق نحو سوق تأمين عالمية كفاءة وأكثر تنافسية وأكثر ابتكاراً.

أهداف البحث

جاءت هذه الورقة البحثية لبلوغ الأهداف التالية:

- استكشاف عالم تكنولوجيا التأمين ورصد آخر التطورات التكنولوجية على المستوى الدولي.
- تسليط الضوء على أهم الفرص المتاحة لصناعة التأمين من دخولها في التعاون مع شركات تكنولوجيا التأمين.
- إبراز أهم العناصر التي يمكن تطويرها في نموذج أعمال التأمين التقليدي في ظل تبني تكنولوجيا التأمين.

خلفية نظرية حول تكنولوجيا التأمين

تعريف تكنولوجيا التأمين

يتشكّل مصطلح "تكنولوجيا التأمين" من كلمتين هما: التأمين (Insurance) والتكنولوجيا (Technology)، ويعرف اختصاراً بـ (Insurtech) أو (Assurtech) أي تكنولوجيا التأمين أو التأمين التكنولوجي. هذا المصطلح مستوحى من التكنولوجيا المالية (Fintech)، والتي تتعلّق بإنتاج وتوفير خدمات تجمع بين الخدمات المالية وعنصر التكنولوجيا. تتضمّن التكنولوجيا المالية قسماً فرعياً يتمثّل في تكنولوجيا التأمين، وفي الوقت الحاضر يستخدم لوصف صناعة جديدة تماماً تعتمد على شركات ناشئة صغيرة موجّهة بالتكنولوجيا، وتستخدم طرقاً وأساليب مستحدثة لإحداث خلل في سوق صناعة التأمين العالمية (Signority, 2017). لقد وردت تعريف كثيرة في حقل التكنولوجيا المالية للإحاطة بمفهوم تكنولوجيا التأمين منها:

- تكنولوجيا التأمين تقنية تتعلّق بـ "مجموعة من نماذج الأعمال أو المنصّات التي تخلق تجربة عملاء محسّنة من خلال تطبيق تكنولوجيات مبتكرة في صناعة التأمين" (Patter, 2017). فهي "مصطلح جديد نسبياً يستخدم لوصف الابتكارات الجديدة التي تحوّل وتغيّر صناعة التأمين، عبر تحسين توفير التكاليف وتعظيم كفاءة مقدّمي خدمة التأمين والعملاء معاً" (Azam, 2020). وتتعلّق أيضاً بظهور "تكنولوجيات مبتكرة تعمل على تغيير النموذج الحالي لصناعة التأمين، بهدف تحسين الكفاءة وتعزيز رضا العملاء، وهذا بالاعتماد على منظمات رقمية وشركات ناشئة صغيرة ذات تركيز كبير وقدرات فنية ممتازة وثقافة رشيقة مناسبة تماماً للابتكار ودفع التغيير". (European, 2019)

استناداً للتعريف المدرجة، نرى بأنها تتفق من حيث ارتباط تكنولوجيا التأمين بالتكنولوجيات والابتكارات الجديدة التي تقود صناعة التأمين نحو التغيير والتطوّر، فهي تنطوي على استخدام عنصر التكنولوجيا والابتكار في نموذج أعمال التأمين لجعل صناعة التأمين أكثر كفاءة وأكثر فعالية. وبهذه الطريقة فهي تشكّل مفترق طرق حيث تلتقي النماذج التقليدية القديمة المتوارثة منذ عقود خلت والمنصّات الرقمية والابتكار التكنولوجي الحديث. وتجدر الإشارة إلى أن ظهور (Insurtech) بدأ سنة 2010 باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في التفاوض مع الوسطاء، وتقديم الدعم لشركات التأمين في تصميم وثائق تأمين تتناسب مع احتياجات العملاء (جمعة، 2019).

شركات تكنولوجيا التأمين

ظهرت شركات تكنولوجيا التأمين لتطوير صناعة التأمين وتحسين أداء شركات التأمين التقليدية، من خلال وضع مجموعة من الحلول والتطبيقات الذكية التي توجّه الصناعة نحو التحول الرقمي والابتكار التكنولوجي.

تعريف شركات تكنولوجيا التأمين

شركات تكنولوجيا التأمين هي: "شركات تشط في قطاع التأمين، تعتمد على التكنولوجيات الجديدة لإدخال ابتكارات تؤدي إلى ظهور نماذج اقتصادية وعمليات ومنتجات مستحدثة" (atlas, 2018). هذه الشركات غالباً ما تكون شركات ناشئة بحجم صغير وحديثة النشأة، تنشأ من فكرة ريادية وإبداعية تجمع بين التأمين والتكنولوجيا المتقدّمة، وتستخدم مهاراتها وخبراتها في مجال التكنولوجيا الرقمية للاستحواذ على حصص سوقية في الفروع التي تستهدفها حتى الآن شركات التأمين التقليدية. لقد كان ظهور هذا النوع من الشركات لإعادة تشكيل صناعة التأمين وإدخال

تحولات عميقة، وإجراء تحسينات لها القدرة على تعديل سلوك جميع الجهات الفاعلة في السوق: عملاء، وسطاء، شركات تأمين، معيدين، وإثراء الخدمات المقدّمة لحملة وثائق التأمين وبتكلفة أقل. (atlas, 2018)

أنواع شركات تكنولوجيا التأمين والقطاعات الرئيسية التي تنشط فيها

يمكن تصنيف شركات تكنولوجيا التأمين إلى ثلاث فئات هي: (Email, 2020)

1. **المتمكنين (Enables):** شركات تقدّم خدمات متخصصة لشركات التأمين التقليدية في كل مرحلة من مراحل سلسلة القيمة.

2. **الموزعين (Distributors):** شركات تساعد شركات التأمين التقليدية لبيع منتجات التأمين عبر الأنترنت.

3. **المتحدّين (Challengers):** شركات تعمل على إدخال نماذج أعمال جديدة في قطاع التأمين.

تقدّم شركات (Insurtech) حلولاً فعالة في فرع تأمينات الأضرار بشكل أكبر، فالاستثمارات التي يجري إنجازها وتنفيذها في هذا الفرع الحيوي تعد أكثر أهمية بسبب الحضور القوي للقياس عن بعد كما في تأمين المركبات، التأمين الصحي، التأمين على الإسكان (أتمتة المنازل)، في حين يبقى فرع تأمينات الحياة أقل أهمية وأقل استقطاباً لاستثمارات (Insurtech). والشكل التالي يلخص أهم مجالات نشاط هذه الشركات:

الشكل رقم (01)

أنشطة شركات تكنولوجيا التأمين العالمية



Source: (Mckinsey, 2017, p. 04)

يوضّح الشكل مجال تدخّل شركات (Insurtech) على مستوى فروع التأمين ومراحل عملية التأمين، هذه الشركات ظهرت عبر سلسلة قيمة التأمين ومجالات أعمال التأمين المتنوّعة، فهي تركز بشكل أكبر على جانب التوزيع في السلسلة بنسبة 37% وعلى فرع الحوادث (P&C) في أنشطة التأمين بنسبة 46%، بينما يبقى فرع التأمين على الحياة يشكّل أدنى نسبة بـ 21%. ووفقاً للتقرير (Q2/2017) حول تكنولوجيا التأمين الصادر عن (Venture scanner)،

فإن القطاعات الرئيسية التي تستقطب مهارات هذه الشركات تتمثل في: (Monia Ben Najima, 2017)

- تأمين السيارات: 130 شركة ناشئة بمبلغ تمويل إجمالي قدر بـ 6.6 مليار دولار.
- تأمين الصحة/ السفر: 132 شركة ناشئة بمبلغ تمويل إجمالي قدر بـ 9.3 مليار دولار.
- تأمين الحياة، المنازل، الممتلكات/الحوادث: 114 شركة ناشئة بمبلغ تمويل إجمالي 6.9 مليار دولار.

خصائص نموذج أعمال (Insurtech) والتكنولوجيات المعتمدة

تستفيد شركات تكنولوجيا التأمين من التكنولوجيات الجديدة الناشئة لخفض التكاليف وتوفير تغطية تأمينية تناسب العملاء بشكل أفضل. ويتميز نموذج الأعمال الخاص بهذه الشركات بالتركيز على العملاء، شخصية المنتجات، أتمتة كلية للعمليات، اتخاذ القرارات بناء على البيانات المتاحة. كما يعتمد النموذج على تكنولوجيا الهاتف المحمول وتطبيقاته للوصول إلى تغطية واسعة، حيث يجري من خلاله سداد الأقساط تلقائياً عبر منصة تأمين الهاتف المحمول (Koprivica, 2018, p. 621). وعادة ما تركز شركات (Insurtech) نشاطها على أجزاء السوق التأميني غير المستغلة والمنتجات الفردية سواء الجديدة أو منتجات موجودة معدلة كالتأمين عن بعد. في هذا السياق يرى (Thomas) بأن نموذج أعمال (Insurtech) يقوم بالأساس على ثقافة الإبداع والابتكار، فشركات التكنولوجيا تحرص على تجربة أساليب جديدة دون الخشية من الفشل السريع، وهذا يعني مخالفتها للقواعد واعتقادها بأن الفشل يولد النجاح. كما تميل إلى وضع علامة تجارية لنفسها بأسماء بسيطة تتضمن كلمة واحدة لا تنسى وتلقى صدى واسعاً لدى العملاء، كأن تضع السؤال التالي: ما الذي يمكن أن يكون أكثر موثوقية من صديقك (Oscar)؟، أو ما الذي يمكن أن يكون أكثر انتعاشاً من بعض (Lemonade)؟ (Thomas, 2017). والجدول التالي يلخص أصناف التكنولوجيا المستخدمة:

الجدول رقم (01)

مفاهيم وأصناف التكنولوجيا المعتمدة في نشاط (Insurtech)

الشركات المستخدمة	الوصف	الصنف/ المفهوم
Freindsurance (ألمانيا) Inspeer (فرنسا) Lemonade (USA)	مزيج بين التأمين المتبادل التقليدي والحلول التكنولوجية الحديثة	تأمين الند للند (Peer to Peer insurance)
Trov, Slice (USA) Cuva (UK), Tikkr (Sweden)	نموذج لتغطية مخاطر يواجهها العميل في لحظة معينة، من خلال تقديم عروض تأمينية لتغطية فترات زمنية مختارة	تأمين بالطلب (On-demand insurance)
Oscar (USA) Zhong An (Chine) Bima (Marchés émergents)	عرض منتجات تأمين رقمية بالكامل يمكن الوصول إليها فقط عبر شبكة الانترنت	تأمين رقمي (Digital Insurance)
Velocity (USA) Logical Glue (UK) Ping An (china)	توفير حلول برمجية في مختلف العمليات: عروض المنتجات، انتقاء المخاطر، التسعير، كشف الاحتيال، تقديم منتجات مشخصة، التنبؤ بالمطالبات والسماح بالاكتتاب الآلي.	تحليلات البيانات الضخمة وبرامج التأمين (Big data Analytics, Insurance Software)

Octo, Cocoon (UK) Sureify (USA)	خلق عالم متصل يتيح إمكانية جمع البيانات عبر أجهزة استشعار ذكية: طائرات الدرون، سيارات ومنازل ذكية، أجهزة التحكم عن بعد..	إنترنت الأشياء (Internet) (of things)
Sparkle (UK) Monax (USA) Helperbit (Italy)	البلوك تشين قاعدة بيانات لا مركزية لجميع المعاملات الرقمية، وهي تكنولوجيا لتخزين المعلومات باستخدام التشفير والخوارزميات. العقود الذكية عقود ذاتية التنفيذ تعتمد على (DLT).	البلوك تشين والعقود الذكية (Blockchain & smart) (contracts)
Ping An (China) Zhong An (China)	تكنولوجيا لتخزين الملفات على الأنترنت، بحيث يمكن الوصول إليها في أي مكان وفي أي وقت.	الحوسبة السحابية (Cloud) (computing)
Tractable Insurefy (UK)	الذكاء الذي تعرضه الآلات، يستخدم عندما يتم تطوير برامج الحاسوب للحصول على وظائف معرفية ولحل المشكلات. المشورة الروبوتية هي نموذج لنصائح مؤتمتة لها القدرة على تقديم المشورة بطريقة أكثر فعالية وأقل تكلفة.	الذكاء الاصطناعي/ المشورة الروبوتية (Artificial) (intelligent/ Chatbot)
Policy Bazaar (India) Root (Ohio) Dinghy (UK)	الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية مع تطبيقاتها ستحل محل أجهزة الحاسوب المكتبية للوصول للعملاء، اعتمادا على جيل شبكات المحمول التي تتيح إمكانية الدفع المسبق من الهاتف وتسمح بإرسال الرسائل القصيرة	تكنولوجيا المحمول (Mobile) (Technology)

Source: (Koprivica, 2018, p. 622)

بناء على الجدول أعلاه، نجد أن أكثر التكنولوجيات المطلوبة حاليا لتطوير نموذج صناعة التأمين التقليدي في ظل تكنولوجيا التأمين تتمثل في الحوسبة السحابية والذكاء الاصطناعي، إنترنت الأشياء لجمع البيانات وتحليل المخاطر والتنبؤ بها وتسعيرها بدقة، تطبيقات الهاتف المحمول الذكي للتوزيع واستقطاب العملاء على نطاق واسع، البيانات الضخمة والبلوك تشين للاكتتاب وانتقاء الأخطار. تدعم هذه التكنولوجيات التطور الرقمي لشركات التأمين التقليدية، وتعتبر العنصر الأكثر قدرة والأكثر أهمية لتوليد القيمة، وهو ما قادها لمضاعفة استثماراتها في الشركات الناشئة، حيث تم تخصيص 74% من إجمالي المبلغ المتاح للحوسبة السحابية والهواتف الذكية والتطبيقات، 16% في الذكاء الاصطناعي، 6% في إنترنت الأشياء (DATA, 2020). بالمقابل يمثل الذكاء الاصطناعي (AI) وإنترنت الأشياء (IOT) ما يقرب من نصف إجمالي الاستثمار في شركات تكنولوجيا التأمين عالميا، حيث ارتفع

معدل الاستثمار بشكل ملحوظ ليصل إلى 1.7 مليار دولار، وحسب تقرير (Burmark) شكّلت التحليلات والذكاء الاصطناعي وأنتريت الأشياء 56% من إجمالي عدد الصفقات التي جرت عام 2016، وحوالي 70% من إجمالي القيمة المستثمرة. (Monia Ben Najima, 2017)

استراتيجيات احتضان شركات تكنولوجيا التأمين من طرف شركات التأمين التقليدية

تقدّم شركات تكنولوجيا التأمين فوائد عديدة جعلتها شريكا جذابا وفعّالا لشركات التأمين التقليدية، وفيما يلي شرح للعلاقة بين الطرفين وسرد لبعض النماذج العملية التي جسّدت فكرة التعاون:

طبيعة العلاقة بين شركات تكنولوجيا التأمين العالمية وشركات التأمين التقليدية

تعد شركات تكنولوجيا التأمين شركات صغيرة أنشئت حديثا بعدد قليل من الموظفين والموارد المتاحة، رغم ذلك وفي فترة وجيزة وجدت نفسها في وضعية المنافس أو الشريك العملاق ذي السمعة العالمية لكبرى شركات التأمين في السوق العالمي. يشكّل ظهور هذه الشركات مصدر قلق لشركات التأمين القائمة في هذه السوق، وذلك لأنها تمسّ جوانب حسّاسة في صناعة منظّمة بشدة وتنفّر تاريخيا من أي نوع من أنواع التغيير مثل: علاقة الزبون، سلسلة القيمة، أنظمة التشغيل، إدارة البيانات وغيرها. كما تتدخّل على مستوى جميع روابط سلسلة القيمة من المنتج وصولا لخدمة العملاء (Atlas M. , 2018).

إن الثورة الرقمية والتكنولوجية وما تحمله من تحولات عميقة لصناعة التأمين العتيقة ستوجّه الطرفين نحو مساعي التقارب، فشركات التأمين بدورها لن تتردّد في الاستفادة من مزايا التعاون القائم على نموذج مبتكر أساسه استخدام التكنولوجيا، مما يجعلها في تحدّ كبير وتحت ضغط أكبر لإعادة اختراع نفسها مجدّدا. وحسب تقرير (World Insurtech report 2018) فإن قرابة 96% من شركات التأمين تتطلّع للتعاون مع الشركات الناشئة لتحسين الخدمات وتلبية طلبات العملاء على الحلول الرقمية والخدمات الأفضل، وأشار التقرير إلى أن برامج الشراكة ستكون بمثابة الحل الجديد والنهج المفضّل عوض التطلّع إلى استراتيجية الاستحواذ، ويبقى التعاون بين الطرفين أساس ومفتاح النجاح (business, 2020).

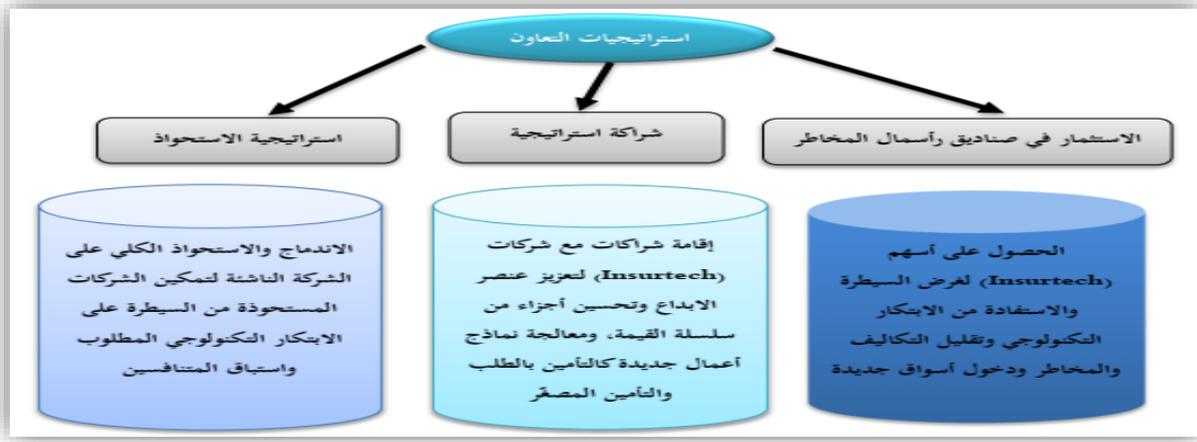
ووفقا لدراسة (Mckinsey) سيتطلّب النموذج المستحدث مزيجا من نقاط القوة لشركات التأمين والمهارات الجديدة والمزايا التي جلبتها شركات (Insurtech)، حيث ستمنحها الدعم لإعادة التواصل مع عملائها بعد فترة من الانقطاع، وإعادة تأكيد هدفها الاجتماعي في حمايتهم ودعمهم بسرعة وبتكلفة أقل (European, 2019)، وكشفت الدراسة أيضا عن أن 60% إلى 90% من جميع الشركات الناشئة حاليا تقدّم خدمات ذات قيمة مضافة لشركات التأمين من أجل تحسين أساليب أعمالها وزيادة الربحية، وأن 9% فقط قد يحدثون خلافا في سلسلة القيمة (Patter, 2017). وفي سياق متّصل أكّدت نتائج دراسة (Antonella) أن شركات تكنولوجيا التأمين لا تشكّل تهديدا تنافسيا لشركات التأمين التقليدية، لأن هذه الأخيرة كثيرا ما تبحث عن فرص الشراكة مع شركات (Insurtech) بهدف ابتكار كل مرحلة من مراحل سلسلة قيمة التأمين (Antonella, 2020, p. 08).

بناء على ما سبق يتّضح بأن شركات تكنولوجيا التأمين حتى ولو كانت تمثّل تهديدا لشركات التأمين وتتنافس على حصتها في السوق العالمي، فهي في الواقع فرصة جيّدة لدعم الأفكار المبتكرة ومجال للإبداع والمزايا التنافسية،

كما تعتبر مفتاحاً أساسياً للتوسع والنمو السريع لأنها موجهة بالتكنولوجيات الحديثة الناشئة، وستطوي نتيجة التعاون في النهاية على إعادة تنظيم سلسلة القيمة لصناعة التأمين وتحديثها أكثر.

الشكل رقم (02)

أشكال التعاون بين شركات التأمين التقليدية وشركات (Insurtech)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

(Antonella, 2020, p. 03) . (IAIS, 2017, p. 17)

لقد أشارت الكثير من الأبحاث الجديدة إلى أن ما يقرب من ثلثي كبرى شركات التأمين العالمية تستثمر في قطاع تكنولوجيا التأمين (Signority, 2017) ، وتملك صناديق استثمار هامة في شركات تكنولوجيا التأمين لتحقيق أهداف عديدة كتقليل التكلفة وولوج أسواق جديدة مثل: شركة (Axa, Aviva, Allianz, Munich Re). رغم ذلك تبقى هذه الشركات العتيقة في الواجهة وعلى صدارة الترتيب، وهذا بالنظر لمتطلبات رأس المال الضرورية للحصول على الاعتماد، وجملة اللوائح التنظيمية التي تنظم وتؤطر سير عملها التقني والمالي.

بعض نماذج الشراكة بين شركات التأمين التقليدية والشركات الناشئة لتكنولوجيا التأمين

تتشارك العديد من شركات التأمين مع شركات تكنولوجيا التأمين لاستكشاف مجالات مبتكرة كالسيارات ذاتية القيادة، المنازل الذكية، التأمين بالاستخدام وغيرها، وفيما يلي عرض لبعض مشاريع الشراكة بين الطرفين: (Patter, 2017)

* شركة (Sureify): وضعت الشركة لنفسها علامة تجارية "الجسر بين شركات النقل والعملاء"، وتركز على الاكتتاب المحسن ومشاركة العملاء من خلال تزويد شركات التأمين بمزيد من البيانات حول حملة وثائق التأمين عبر الأجهزة المحمولة وأنترنيت الأشياء.

* شركة (Senteri): توفر أجهزة ذكية متصلة تقدم لشركات التأمين تحديثات ديناميكية حول المخاطر كالأخطار في منازل العملاء، ويتيح تطبيق المحمول "Sentri" للعملاء فرصة التحقق من المنتجات المثبتة في ممتلكاتهم والمؤهلة لبرامج خصم التأمين. مثل أنظمة الأمان، أجهزة إنذار الدخان، أقفال الأبواب الآلية.

* شركة (Ping An): تستخدم تقنية السحابة لربط قواعد بيانات العملاء الأساسية ومنصات إدارة المطالبات ونظام الذكاء الاصطناعي لإدارة مخاطر، بهدف إنشاء نظام ذكي لمعالجة مطالبات التأمين بتأمين السيارات، حيث يعالج نظام (AI) 95% من هذه المطالبات (Hu, 2020).

* شركة (All state): أنشأت الشركة برنامج دردشة آلي يسمى (ABIE)، والذي يتواجد على موقعها على الويب ويقدم إجابات على أسئلة أصحاب الأعمال حول قضايا التأمين في الوقت الفعلي. ميزة هذا البرنامج تكمن في أنه متاح للعملاء على مدار 24 ساعة وطوال أيام الأسبوع، كما أن التعلّم الآلي سيمكّن شركات التأمين من استخراج البيانات والمعلومات القيمة بشكل أكثر فعالية (balances, 2019).

بالنظر لهذه النماذج المتواجدة في السوق العالمي يتبين بأن شركات تكنولوجيا التأمين قد خطت خطوات كبيرة في مجال صناعة التأمين، من عمليات تقديم الطلبات على الأنترنت والمشورة الآلية والاكتتاب الآلي وتطوير المنتجات، إلى إدارة المطالبات وانقضاء المخاطر وكشف الاحتيال وتحسين عمليات التأمين.

صناعة التأمين في ظل توجهات السوق العالمي نحو تكنولوجيا التأمين

ورد في تقرير مؤسسة (KPMG) للخدمات المالية العالمية حول توقعاتها لاتجاهات أسواق التأمين في العالم لسنة 2020، أن ظهور مفهوم تكنولوجيا التأمين سيعمل على توجيه صناعة التأمين نحو تحولات جذرية تستلزم تغييرا في نماذج تشغيل شركات التأمين التقليدية. وذكر نفس التقرير أن أسواق التأمين الدولية ستعرف تحولا تدريجيا نحو الأتمتة الكاملة لعمليات التأمين والتحول التكنولوجي على غرار سوق التأمين الصيني (جمعة، 2019)، وستعمل التوجهات الرقمية الجديدة على تجاوز الحدود التقليدية للصناعة، وتغيير الركائز الأساسية التي تقوم عليها كالاكتتاب وانقضاء المخاطر وطرق توزيع منتجات وخدمات التأمين.

متطلبات التحول في صناعة التأمين العالمية

أشار (A. Bose) الرئيس التنفيذي لوحدة الأعمال الاستراتيجية بشركة (Capgemini) إلى أنه مع تطور سوق التأمين العالمي ستتجاوز شركات التأمين دورها التقليدي كهيئات تغطي المخاطر وتعوّض الخسائر، إلى الشركاء الذين يحدّدون المخاطر ويتنبؤون بها للوقاية منها. لأجل ذلك يتطلّب منها التعاون مع شركات تكنولوجيا التأمين كطرف جيد بالفعل تجربة العملاء عبر استغلال التكنولوجيات المبتكرة. ووفقا لتقرير (The world Insurtech report 2019) توجد ثلاثة تحولات استراتيجية تتطور من خلالها صناعة التأمين العالمية: (Capgemini, 2019)

1. التحول من التركيز على المنتج إلى التركيز على تجربة العملاء، حيث أن 70% من الشركات أدركت أن التركيز على حلول المخاطر الشاملة للعملاء يعد أمرا حاسما لإرساء قواعد سوق تأمين مستقبلية متطورة.
2. تطوّر البيانات كأصل مهم، حيث أن أكثر من 70% من شركات التأمين وشركات تكنولوجيا التأمين أدركت بأن قدرات إدارة البيانات المتقدمة هي بالغة الأهمية.

3. الانتقال من ملكية الأصول إلى الاقتصاد التشاركي والذي سيصبح الأكثر شيوعا لجيل الألفية، حيث أدركت أكثر من 35% من الشركات المذكورة أن التركيز على الملكية المشتركة للأصول يعد أمرا بالغ الأهمية.

لقد غيرت التكنولوجيات الجديدة وجه صناعة التأمين العالمية ودفعتها لتطوير نماذج الأعمال التقليدية الموروثة من الزمن الماضي. ولإنجاح تجربة التحول أشار التقرير السابق إلى أن النجاح في السوق المستقبلية يعتمد أساسا على مدى قدرة شركات التأمين على التطور إلى شركات مبتكرة، ويتطلّب ذلك تحسين نضجها الرقمي والانضمام إلى نظام بيئي مفتوح لتقديم عروض رقمية أساسها الخبرة والتعاون الفعّال مع شركات (Insurtech). (Capgemini, 2019).

تكنولوجيا التأمين فرصة صناعة التأمين العالمية للتحول التكنولوجي السريع

إن الشيء المنقّق عليه وسط خبراء التأمين أن مؤسسات قطاع التأمين تغدو بخطى بطيئة نحو عالم التكنولوجيا والابتكارات الحديثة، رغم ذلك بدأت في تغيير اتجاهها بظهور شركات تكنولوجيا التأمين ذات النّقدّم التكنولوجي والتجربة الرقمية المعقّدة. وفيما يلي الفرص المتاحة لصناعة التأمين في ظل التوجه الجديد نحو تكنولوجيا التأمين:

1. **مواكبة التغيرات التكنولوجية:** أشار (Thomas) إلى أن شركات التأمين تسعى لتحديث الأنظمة القديمة دون التضحية بالمناهج السابقة التي وصلت إليها (Brady, 2020). إن التغير في سلوك العملاء والتغير التكنولوجي يسلكان نفس الاتجاه نحو التزايد باستمرار، فالنظورات المتسارعة التي تمسّ عالم التكنولوجيا تحدث بالمقابل تأثيرا واضحا في سلوكيات العملاء واحتياجاتهم، مما يفرض على شركات التأمين متابعة التغيرات الطارئة باستمرار، وأن تكون في مستوى تطّاعات عملائها بتبني التكنولوجيا في أنشطتها، لخلق منتجات مبتكرة تكون أكثر انساقا مع احتياجاتهم، على اعتبار أن وثائق التأمين الحالية هي مجرد منتجات نمطية مصمّمة بمقاس واحد للجميع. وكذا جعل علاقتها بالعملاء مباشرة دون أية وساطة، وهذا اعتمادا على إطلاق منصات توزيع جديدة مؤتمتة بالكامل وذاتية التوجيه، تمكّن العملاء من اقتناء منتجاتهم عبر هواتفهم الذكية وأجهزتهم اللوحية دون تدخل بشري.

2. **تحسين عمليات الاكتتاب وتقييم المخاطر:** طوّرت حلول تكنولوجيا التأمين أساليب اكتتاب جديدة، فالبيانات المجمّعة من أجهزة الاستشعار وأترنت الأشياء بما في ذلك الأجهزة الذكية القابلة للارتداء، إلى جانب استخدام البيانات الضخمة وتحليلات البيانات لإبلاغ قرارات الاكتتاب الدقيقة وتقييم وتسعير المخاطر، غالبا ما يكون في الوقت الحقيقي وبالشكل الذي يسمح للمؤمنين بتقديم تغطيات أفضل (Berry, 2017). وبالتالي في ظل تبني تكنولوجيا التأمين ستعرف هذه الشركات تحولا كليا نحو نماذج الوقاية المعقّدة، والارتقاء بصناعة التأمين نحو عروض مشخصة أكثر. كما أن الكم الهائل من البيانات المتاحة لشركات التأمين في زمن قياسي سهّل عملية تبادل المعلومات بكل سلاسة وفعالية، بما يتيح الإحاطة بالمخاطر وتقديرها وتسعيرها بدقة أكثر.

3. **تسيير أفضل لمطالبات التأمين:** تعتمد تكنولوجيا التأمين في تسيير مطالبات التأمين على تقنية البلوك تشين لمنع فرص الاحتيال، ومعالجة المطالبات المشغّلة تلقائيا بواسطة أجهزة الذكاء الاصطناعي، وهذا لجعل الإجراءات أسهل وأسرع. وكمثال عن ذلك، تعمل الشركة الصينية (Zhong An) الناشئة على دمج التكنولوجيا في كل عملية من نشاط قطاع التأمين لإعادة تشكيل سلسلة القيمة ككل، حيث تجاوز معدّل أتمتة الاكتتاب 99% وتسوية المطالبات 95%، وبلغت نسبة الذكاء الاصطناعي المطبّقة في خدمة العملاء على الأترنت 70%، لتحقق بذلك اقتصادا في القوى العاملة بنسبة 61% (Albert Yuen Chia LK, 2020).

4. **عروض خدمات تأمين جديدة وتحسين تجربة العملاء:** أدى انتشار استخدام التكنولوجيا إلى عرض خدمات تأمين جديدة كالتأمين على أساس الاستخدام والتأمين بالطلب، وهذا للتخفيف من المخاطر المحتملة في العالم الرقمي. فتكنولوجيا التأمين ساعدت على إطلاق هذه الخدمات التي تحقق اقتصادا في التكلفة وتقلّل من مخاطر التأمين، حيث تم تصميمها للسماح لجيل الألفية بالوصول لغطاء التأمين المستهدف (Berry, 2017)، ويبقى الرهان الآمن لشركات التأمين هو تفضيل تجربة العملاء للفئة العمرية (18-30 سنة) (bourse, 2019). تسمح تكنولوجيا التأمين بتطوير خدمات التأمين وتخصيصها لشرائح معيّنة، وتسهّل عملية ربط شركات التأمين بعملائها وتحسين كفاءة التفاعل بين الطرفين، مما يحسّن من تجربة العملاء وبيّح فرصة ولوج أسواق متنامية

بسرعة. زيادة على ذلك، تدفع الشركات للابتكار والتوسع خارج حدود التأمين التقليدي في الأسواق الجديدة ذات القيمة المضافة، كتأمين شاشة الهاتف، القضايا في المحاكم، بطاقة الائتمان وغيرها.

دراسة حالة شركة (Lemonade) لتكنولوجيا التأمين

ازدهرت صناعة تكنولوجيا التأمين على مدى السنوات القليلة الماضية، حيث بلغ عدد الشركات سنة 2019 حوالي 1544 شركة ناشئة بتمويل قدره 29 مليار دولار. وقد قام فريق (Dash devs) بتحليل السوق واختيار أفضل الشركات الناشئة التي أطلق عليها اسم "أحادي القرن"، وهي كل شركة ناشئة تساوي أو تزيد قيمتها عن مليار دولار (Tomych, 2020)، من خلال نمو رقم أعمالها الكبير بغض النظر عن مستوى الربحية المحقق، ولديها القدرة على تغيير صناعة التأمين على مستوى العالم. وقد اعتمد التصنيف على مقدار التمويل الذي تم جذبها طوال فترة تواجدها في السوق العالمية. من بين هذه الشركات سوف نقتصر على التعريف بتجربة شركة (Lemonade) الأمريكية الناجحة.

التعريف بالشركة (Lemonade US)

تعتبر (Lemonade) شركة أمريكية رائدة في مجال صناعة تكنولوجيا التأمين، دخلت عالم التكنولوجيا المالية مؤخرًا من بابه الواسع، وتأسست في أبريل 2015 بنيويورك وبتمويل قدره 480 مليون دولار. هي شركة ناشئة تقدم عروضاً تأمينية مبتكرة لمالكي المنازل والمستأجرين وأصحاب العقارات تحت شعار الحفاظ على طلب العميل والتكيف مع احتياجاته المتغيرة (Tomych, 2020). في سبتمبر 2016 حصلت الشركة على رخصة التأمين الخاصة بها من هيئة التنظيم لولاية نيويورك، وأصبحت تخضع لنفس التزامات شركات التأمين التقليدية خاصة من حيث قواعد الملاءة المالية (Moran, 2019, p. 04). وبهذا الإجراء أصبح في إمكان الشركة ممارسة نشاط التأمين لكن بشكل محدود يقتصر على تقديم منتجات محددة وفئات معينة.

نطاق وطبيعة عمل الشركة

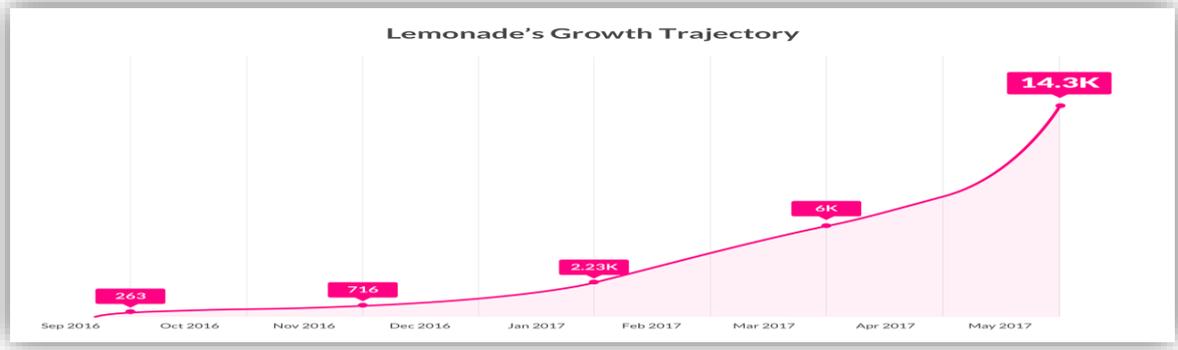
تهتم (Lemonade) بتقديم منتج التأمين الخاص بالمستأجرين وملاك المنازل، ولقد أصدرت أولى وثائقها في نيويورك سنة 2016 لتوفر كل شيء بدء من تكاليف إعادة الإعمار وتلف الممتلكات الشخصية وسرقتها، إلى فقدان المسؤولية القانونية (Kaplunou, 2020). إلى جانب التأمين الصحي للحيوانات الأليفة ابتداء من جويلية 2020 في معظم مناطق الولايات المتحدة الأمريكية، وتأمين المسؤولية المدنية والأشياء في ألمانيا ومؤخرًا هولندا، وتستحوذ على 1% من إجمالي سوق تكنولوجيا التأمين (Jennewine, 2020). لا تعتبر (Lemonade) شركة تأمين، إنما تعد شركة تكنولوجيا تعمل كمنصة عبر توفير خدماتها على الموقع الإلكتروني المصمم بشكل جذاب وبواجهة ديناميكية تتيح سهولة التنقل للتسجيل في العملية، أو من خلال تطبيق ذكي والذي يجرى تنزيله على الجهاز المحمول للتعامل بهدف التسجيل أو التبليغ عن الحوادث بشكل فوري. يركز منهج التسويق في الشركة على العميل بشكل أساسي عبر تقديم أفضل تجربة له وجعل أسلوب التواصل مباشرة ودون وسطاء. عكس ما هو معمول به في شركة التأمين والتي تستهدف المنتج التأميني بالدرجة الأولى عبر تقديم أفضل خدمة لمنافسة الآخرين في السوق.

عرض موجز لنشاط الشركة

1. مسار تطور الشركة: رغم قصر المدة الزمنية لنشاط الشركة إلا أنها تمكنت من تسجيل نسب نمو مقبولة ومتزايدة باستمرار، وتطمح لضمان تغطية واسعة تقارب 50% من سكان (USA)، والشكل التالي يوضح تطور الشركة:

الشكل رقم (03)

تطور نمو الشركة خلال التسعة أشهر من الافتتاح



Source (Winger, 2017)

تعرف الشركة نموًا متسارعًا للفترة (2016-2017) بسبب زيادة طلب العملاء على منتجات تأمين المنازل والاستئجار، وهذا راجع لأسلوب الشركة المبتكر والقائم على الشفافية والثقة في التعامل، وسرعة معالجة مطالبات التأمين وكشف الممارسات الاحتيالية التي تشكل أولى خطوات النجاح في صناعة التأمين. فالتأمين هو واحد من بين القطاعات الأقل موثوقية في الاقتصاد الأمريكي، ويحتل مرتبة منخفضة للغاية في جميع فئات رضا العملاء حسب ما كشف عنه استطلاع شركة (EY) لسنة 2014، (Hubner, 2018) لذا فإن أسلوب الشركة الجديد سيضيق من دائرة الاحتيال لا محالة، ويمكنها من الحفاظ على تنافسيتها في السوق العالمية.

2. نشاط الشركة: تمتلك الشركة ترخيصًا في أوروبا يسمح لها بالعمل في 31 دولة أوروبية، وترخيصًا للعمل في 41 ولاية أمريكية. حاليًا تنشط في دولتين أوروبيتين فقط (ألمانيا، هولندا) وفي 35 ولاية أمريكية، في سبتمبر 2020 أعلنت أنها ستدخل سوق التأمين الفرنسي مع نهاية العام (Jennewine, 2020)، مما يعطي إشارة واضحة عن وجود مجال كبير للتوسع والنمو في المستقبل، والشكل التالي يبين نمو الأقساط وعملاء الشركة:

الشكل رقم (04)

نمو أقساط وعملاء شركة (Lemonade) للفترة (2018-2020)



Source: (Hertz, 2020)

تشير جميع المؤشرات إلى تزايد النسب للفترة (2018-2020)، حيث ارتفعت أقساط التأمين من 72 مليون دولار سنة 2019 إلى 155 مليون دولار سنة 2020 (الربع الثاني) وتسجيل نسبة زيادة بـ 115%. لكن رغم نسب النمو المسجلة فهي تبقى منخفضة مقارنة بالنسبة المسجلة في 2019 (208%). ويوضح الشكل أيضًا زيادة الأقساط بالنسبة لكل عميل بزيادة عدد وثائق التأمين المصدرة (17%) ودفع المزيد من الأقساط بالنسبة للعملاء الحاليين، مما يدل

على أن الشركة تسعى جاهدة لتجسيد استراتيجيتها للنمو السريع من خلال توسيع قاعدة العملاء الحاليين واكتساب عملاء جدد (84%) بطرق ابتكارية جذابة.

شرح نموذج عمل الشركة

ابتكرت (Lemonade) نموذجًا تجاريًا جديدًا للتأمين أعادت من خلاله هيكله نموذج التأمين التقليدي بشكل يتوافق مع الاقتصاد السلوكي والتكنولوجيا الرقمية الحديثة. من خلال هذا النموذج عملت الشركة على استخدام الذكاء الاصطناعي وروبوتات الدردشة مكان الوسطاء لتقديم عقود التأمين الخاصة بها، والتعامل مع المطالبات والإجراءات الإدارية المعقدة بآلات متعلمة، وكذا تحسين عملية شراء التأمين وإعادة تعريفه على أنه سلعة اجتماعية ذات أبعاد تضامنية وليس مجرد وسيلة لأخذ الأموال وجني الأرباح. كما جسدت فكرة محيط عمل بدون ورق وخالي من العيوب في الواقع، وبهذه الخطوات تكون الشركة قد غيرت فعلا وجه الصناعة المتقادم، ودفعت العملاء لخوض تجربة فريدة من نوعها. إن الشيء الذي دفع (Lemonade) لهذا التغيير الجذري هو النقائص التي تضمنها النموذج التقليدي، والتي تتعلق أساسا بالممارسات الاحتياطية وغياب عنصر الثقة بين أطراف التعاقد، مما قادها لاتخاذ الشفافية عنوانا لها وهدفا تسمو لتحقيقه عبر توجيه الأقساط بطريقة شفافة جدا، وتحديد وجهة الأموال الفائضة دون تضليل أو تدليس. والشكل التالي يلخص فكرة نموذج الشركة المبتكر:

الشكل رقم (05)

فكرة نموذج عمل (Lemonade)



Source : (Dan Ariely, 2017)

يوضح الشكل أن الشركة قامت بعكس نموذج الأعمال التقليدي في صناعة التأمين، فهي تنتظر لكتلة الأقساط المجمعة على أنها أموال العملاء بحيث تقتطع نسبة 20% في شكل مصاريف ثابتة مقابل سداد المطالبات التأمينية بسرعة فائقة. تطلب الشركة من كل عميل عند التسجيل اختيار الجمعية الخيرية المتبرع لها، ثم يجري تجميع كل العملاء الذين اختاروا نفس الجمعية في مجتمع صغير أين تجمع أقساطهم في وعاء مشترك، فإذا نتج عن العملية مبالغ فائضة بعد دفع المطالبات لمستحقيها، يتم توجيهها مباشرة لصندوق التبرع الذي اختاره العميل مسبقا وهذا ما يسمى ببرنامج "Giveback" (Prince, 2017). تستخدم الشركة تطبيق المحمول لتسيير المطالبات التي يجري تحليلها على الفور خلال 03 دقائق بواسطة الروبوتات (AI) للموافقة عليها وتسليمها، مما يخلق تجربة عملاء محسنة والذين غالبا ما يلجؤون لمشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. يبدأ قسط تأمين مستأجر (Lemonade) من 5 دولار شهريًا والتأمين على المنزل بسعر منخفض يصل إلى 25 دولار شهريا، ما يجعله أرخص من منافسيه بنسبة تصل إلى 80%، بينما يستغرق شراؤه أقل من 90 ثانية عبر التطبيق أو الموقع (Reggy de Feniks, 2017).

تحليل عوامل نجاح نموذج عمل "Lemonade"

صنفت "Lemonade" من أكثر الشركات الناشئة نجاحا في مجال تكنولوجيا التأمين، ويرجع ذلك لتغيير منهجها كليا وتبني نموذج الرسوم الشفافة، والذي يقوم على استبعاد أي سبب لرفض مطالبات التأمين وتسريع زمن تسويتها وسدادها. فضلا عن ذلك يتميز نموذج أعمالها بقيامه على المزج الفريد بين التكنولوجيا والجانب الاجتماعي للتأمين، حيث حاولت عبر هذا الأسلوب إظهار منتج التأمين على أنه خدمة تضامنية قبل كل شيء. وفيما يلي عرض لأهم العوامل التي صنعت نجاح تجربة الشركة:

1. **استخدام التكنولوجيا:** "Lemonade" هي شركة تكنولوجيا تمارس التأمين وتعمل على تطوير برمجيات خاصة بهذا المجال، حيث تحرص على أن تكون التكنولوجيا والابتكار في صلب استراتيجيتها لدعم النهج الشفاف في نموذجها، وهذا لكي تقدم الأفضل للعملاء من حيث الكفاءة، البساطة، السرعة. كنتيجة لذلك نجد أن أغلب عملاء الشركة هم من فئة الشباب الراغبين في اختصار زمن المعاملات وتقادي هدر المزيد من الوقت في ملء نماذج طلبات التأمين المطولة، حيث أن 81% منهم تتراوح أعمارهم ما بين 25-44 عام وحوالي 40% من المستأجرين تقل أعمارهم عن 30 سنة، كما أن 87% من العملاء الشباب لم يشتروا منتجات لتأمين منازلهم (Prince, 2017). وهنا يظهر الدور الفعال للشركة في محاولة إقناع فئة العملاء الشابة لشراء تأمين المستأجرين لتحقيق النمو تدريجيا.

2. **تجربة عملاء رقمية وفعالة:** تستند تجربة العملاء في شركة "Lemonade" على تنزيل مجاني للتطبيق "Lemonade" على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، وما يزيد التجربة متعة وتميزا أكثر هو إدخال روبوتات الدردشة المدعومة بالذكاء الاصطناعي في إدارة عمليات التأمين. هذه الروبوتات لها القدرة العالية على صياغة وثائق التأمين وتصميمها حسب احتياجات العملاء واستفساراتهم، ويمتد دورها ليشمل مرحلة المطالبات ومعالجتها آليا، حيث يطلب الروبوت من العملاء تحميل مقاطع الفيديو وصور الأضرار خلال الحادث لمعالجة أسرع، كما يتسنى للعملاء أيضا إمكانية إجراء تعديلات على التغطية بنقرة بسيطة على أجهزتهم. وقد تصدّرت الشركة المرتبة الأولى في تسوية المطالبات من الموافقة إلى السداد والدفع في حدود ثواني فقط عوض أسابيع باستخدام التعلم الآلي والخوارزميات وغيرها (Robles, 2019). استنادا لذلك فإن الشركة نجحت في تجربتها لاتخاذها منهاج مختلفا ومبتكرا تركّز من خلاله على السرعة في إنجاز العمليات ورقمنتها بالكامل، إلى جانب تقليل تواجد العنصر البشري لأدنى المستويات بما يقلل الأخطاء في العمل وسوء الفهم لدى العميل.

3. **صفر ورق:** يبحث جيل الألفية المستهدف من طرف "Lemonade" عن بديل مبتكر خالي من الأوراق والإجراءات المطولة، وللتخلص من عبء الأعمال الورقية ألزمت الشركة عملاءها بالتخلي نهائيا عن الوثائق الورقية، خاصة لدى دفع المطالبات واستبدالها بمقاطع الفيديو المسجلة والمختومة بالتوقيع الإلكتروني للمتضرر، مما يزيد من كفاءة العملية وفعاليتها. وبوصولها لمرحلة صفر ورق تكون الشركة قد بلغت أعلى مستويات التحول الرقمي.

4. **اعتماد مفاهيم الاقتصاد السلوكي:** يعتمد نموذج العمل في "Lemonade" على الاقتصاد السلوكي لتضييق مجال الممارسات الاحتياطية. فعند التسجيل على تطبيق الشركة لشراء الخدمة يطلب الروبوت من العميل التوقيع باسمه كتعهد على أن يكون صادقا في الادلاء بالمعلومات الجوهرية الهامة، ولأن الشركة تعالج كميات هائلة من البيانات باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي، فهذا سيسمح لها بكشف الادعاءات المضللة بغرض الاحتيال

(Moran, 2019, p. 04). إن الشركة تملك استراتيجية ذكية طويلة الأجل تسعى من خلالها لترسيخ فكرة العمل الخيري، فنموذج العمل التقليدي لصناعة التأمين قائم على أساس تضارب وصراع المصالح بين الأطراف ورفع الأرباح عبر تخفيض المدفوعات للعملاء، مما يشكّل حافزا كبيرا لرفض المطالبات التأمينية. عكس النموذج المبتكر والذي يقوم على أساس توجيه ما يزيد عن احتياجات الشركة للصندوق الخيري، أي أن أي عمل احتيالي من طرف العملاء سيُطال صندوق التبرّع وليس أموال الشركة، مما يجعل حافز رفض المطالبات غير وارد نهائياً.

* برنامج العمل الخيري: تتميّز "Lemonade" عن شركة التأمين التقليدية بكونها شركة ذات منفعة عامة، تقوم بإشراك العملاء في العمل عبر برنامج "Giveback"، مما يعطي نشاطها طابعاً اجتماعياً تعزّز به ثقة العملاء. لذلك فهي تقدّم تفصيلاً كاملاً لكيفية تقسيم مبالغ الأقساط المجمّعة بشفافية كبيرة كما يلي: (Moran, 2019, p. 05)

- 20 % من الأقساط تذهب للشركة كمصاريف ثابتة.
- 80 % الأقساط المتبقية وتستخدم لدفع المطالبات وإعادة التأمين لتغطية المطالبات الكبرى ومصاريف أخرى.
- ما يتبقى من النسبة 80 % يتم التبرّع بها للصندوق الخيري.

لقد تزايدت مبالغ الأقساط المتبرّع بها من سنة لأخرى لتصل إجمالي التبرّعات إلى 631 ألف دولار سنة 2019 عبر برنامج "Giveback"، ولقد تم الإفصاح عنها بشكل علني وشفاف للغاية بهدف رفع عامل الثقة لدى العملاء والمفقود في شركات التأمين التقليدية. الأطراف والهيئات الخيرية المتبرّع لها في هذه الفترة كمنظمة اليونيسف ومشروع المياه الخيري (Viktor, 2020).

من خلال عرض تجربة "Lemonade" الأمريكية في مجال تكنولوجيا التأمين نرى بأن هذه الشركة أصبحت مصدراً بارزاً للتأمين المبتكر الذي يفضّله جيل الألفية من العملاء، فهي تسعى لتحقيق مقولتها الشهيرة "تحويل التأمين من الشر الضروري إلى الخير الاجتماعي" من خلال فلسفتها الجديدة في العمل، والتي تتطوي على تقديم طريقة مبتكرة ومختلفة تماماً لممارسة التأمين وطرح الخدمات في السوق بأسلوب راقٍ وجذاب. وهذا مكنها إلى حد بعيد من تجاوز عيوب نظام التأمين الكلاسيكي القديم كانخفاض رضا العميل وكثافة الأعمال الورقية وغياب عنصر الابتكار والابداع. رغم حداثة الشركة إلا أنها تمكّنت من ولوج السوق العالمي للتأمين وفرض مكانتها فيه، ومنافسة عمالقة التأمين على حصصها في السوق، وهذا لتركيزها على نهج الرسوم الشفافة وزرع الثقة في نفوس العملاء، وكذا تجنّب نزاع المصالح بين مختلف الجهات بعدم تحقيق الأرباح عبر رفض المطالبات. وتبقى هذه التجربة مثالا حياً يحتذى به لقيادة التغيير في صناعة التأمين، وتوجيهها نحو تطوير نموذج أعمالها التقليدي في إطار مشاريع الشراكة بينها وبين أبرز شركات التأمين العالمية كشركة (Allianz, Ashton, Lloyd's London).

الخاتمة

حدثت في الفترة الأخيرة تطورات كبيرة على مستوى العالم تقدّمت من خلالها التكنولوجيا بشكل هائل، وعملت على تحويل صناعة رائدة عالمياً بالرغم من تحفظها وصرامة قوانينها. إن صناعة التأمين العالمية تتجه اليوم نحو التغيير وقد أثبتت جاهزيتها للتحويل التكنولوجي لتحقيق أقصى قدر من الكفاءة، ولبلوغ هذا المستوى سيتعيّن على شركات التأمين القائمة البحث عن شركات (Insurtech) باعتبارها عامل التغيير الأساسي، ولضمان سرعة التحول التكنولوجي والأتمتة الكلية للعمليات. وبناء على ما تم عرضه تبيّن صدق الفرضية الرئيسية، حيث أن صناعة التأمين العالمية

باشرت باحتضان التجربة الرقمية واستخدام التطبيقات الذكية في ممارسة أنشطتها الروتينية، انطلاقاً من مبادرات ومشاريع الشراكة في مجال (Insurtech) التي حققت من خلالها نقلة نوعية في مجال المنتجات المبتكرة وتجربة العملاء، ليبقى التحدي الحقيقي لشركات التأمين التقليدية القائمة هو أن تصبح أكثر إبداعاً في أعمالها اليومية، وأن تتبنى عنصر الابتكار كمتطلب أساسي للتقدم والاستمرارية والنجاح المستدام.

1. النتائج

- تتمتع ابتكارات تكنولوجيا التأمين بالقدرة على تقديم مزايا عديدة لصناعة التأمين كتحسين الكفاءة التشغيلية، خفض التكاليف، تحسين تقييم المخاطر، الارتقاء بتجربة العملاء، تحسين إدارة مطالبات التأمين ومنع الاحتيال، شراء منتجات التأمين بطرق جذابة.
- أدركت شركات التأمين التقليدية مدى حاجتها لتكنولوجيا التأمين في عملية التحول التكنولوجي، وهذا لقيامها على الابتكار والابداع وتركيزها على نهج العميل واحتياجاته.
- بظهور تكنولوجيا التأمين ستعرف صناعة التأمين تحولاً تدريجياً من نموذج تقليدي يركز على المنتج إلى نموذج مبتكر يركز على العميل.
- ستشكل التكنولوجيات الجديدة الناشئة كالذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي وغيرها قوة دافعة نحو التغيير والتحول الجذري لصناعة التأمين العالمية، من نموذج الكشف والإصلاح (الأضرار) إلى نموذج مستحدث أساسه التنبؤ والوقاية من المخاطر.
- رغم أن شركات تكنولوجيا التأمين ينظر إليها كمنافس قوي أو مخرب لصناعة التأمين، إلا أن مجال التعاون بينهما يجلب فرص نمو هائلة في الأسواق، وتوسيع نطاق منتجات التأمين (التوسع ما وراء التأمين).

2. التوصيات

- عقد شراكات استراتيجية مع شركات (Insurtech) التي تضمن لشركات التأمين توفير قدرات تكنولوجية ومهارات عالية.
- خلق ثقافة رقمية وثقافة الابداع والابتكار لدى العاملين بقطاع التأمين التقليدي وتحفيزهم لقبول فكرة التغيير.
- يجب على شركات التأمين أن تضع العميل في صميم استراتيجيتها، عبر الاستخدام الذكي للبيانات المجمعة من أترنت الأشياء والأجهزة المتصلة، لفهم احتياجات المستهلكين وتقديم عروض مشخصة وبأسعار مكيّفة.
- تبني فلسفة عمل جديدة، حيث تصبح الابتكارات والتكنولوجيا جزء لا يتجزأ من نموذج أعمال التأمين الجديد.
- التركيز على الجانب التنظيمي والقانوني الذي يلعب دوراً محورياً في دعم وتشجيع الابتكار في صناعة التأمين.

قائمة المراجع:

المراجع باللغة العربية

الشاذلي، جمعة. (2019). "Insurtech": تحد جديد يواجه شركات التأمين على مستوى العالم. جريدة المال الاقتصادية المصرية، 2019.08.03، على الموقع (www.almalnews.com).

المراجع العربية باللغة الإنجليزية

Al-Shazly, Jumaa. (2019). Insurtech: A new challenge facing insurance companies worldwide. Al-Mal Egyptian Economic Newspaper, 03.08-2019, online (www.almalnews.com).

المراجع باللغة الأجنبية

- Signority. (2017). what is insurtech? And why the insurance industry should take immediate notice? (www.signority.com), consulté le 15.07.2020
- Grant, P. (2017). what is insurtech? Digital media and UX specialist. CSIO, December.
- Shafiu A. (2020). What is Insurtech? TYB. June 1st. (www.tweakyourbiz.com).
- the European. (2019). How Insurtech is transforming the insurance industry? Banking and finance. 14th May. (www.the-european.eu), consulté le 16.07.2020.
- Atlas magazine. (2018). Une Assurtech, c'est quoi ? 16.Mai. Sur (www.atlas-mag.net).
- Atlas magazine. (2018). L'avènement des « Assurtech ». n°(148), Février. (www.atlas-mag.net), consulté le 17.07.2020.
- Email, W. (2020). Insurtech: Technology trends shaping the Insurance. Future Mind, May 19. (www.futuremind.com), consulté le 18.07.2020.
- Monia, B. N. (2017). From Insurance to Insurtech. May 19th. (www.mindthebridge.com), consulté le 19.07.2020.
- Koprivica, M. (2018). Insurtech: challenges and opportunity for the insurance sector. Conference proceedings. 2nd international scientific conference, ITEMA, Nov.08. P619-625.
- Thomas, A.R.(2017). Insurtech: Innovation in p&c insurance space. 6Jully. (www.midliman.com). 25.12.2020.
- Atlas magazine. (2018). Les Assurtechs, L'assurance du futur. n°(151). Mai. sur site (www.atlas-mag.net), consulté le 27.07.2020.
- Internet of business. (2020). Insurtech: collaboration is key to the future2020. (www.internetofbusiness.com), consulté le 27.07.2020.
- Antonella, c. (2020). The technological disruption of insurance industry: A review. International journal of business & social sciences, vol 11(n°1), center of promoting Ideas USA, (www.ijbssnet.com). consulté le 16.01.2021.
- Michel, Hu. (2020). Lessons from china's Insurtech leader. BCG. (www.bcg.com).
- The balances. (2019). What is insurtech and how are insurers using it ?, August7, 2019 (www.thebalancesmb.com), consulté le 28.01.2020.
- Albert, Y. and others. (2020). the future of insurance in Asia pacific. Osborne c. March. Capgemini. (2019). The world Insurtech report, October 7. (www.capgemini.com).
- Nicolas, B. (2017). Insurtech where are we now? Norton Rose fullbright, Feb. (www.nortonrosefullbright.com), consulté le 30.01.2020.
- Café de la bourse Assurtech. (2019). Une offre adaptée et de meilleure qualité pour les particuliers, 02 octobre. (www.cafédebourse.com), consulté le 30.07.2020.
- PWC. (2018). Insurtech insights: global insurtech report 2018. (www.pwc.com.au) .
- Thomas, B. (2020). Insurance technology trends that are shaping 2020. Board of innovation. (www.boardofinnovation.com), consulté le 31.01.2020.
- Gero, M.C.(2017). Impact of insurtech on the Insurance industry. PWC strategy&. October 6th. (www.strictlybiz.co.nz). consulté le 01.10.2020
- Igor, T. (2020). Introduction to Insurtech: Business models, challenges trends. (www.dashdevs.com), consulté le 02.08.2020.
- Roger, P.R.F.(2017). Lemonade: the market most talked about disruptor. 28 August. Digital Insurance agenda. (<https://www.digitalinsuranceagenda.com>), consulté le 02.08.2020.
- Mckinsey. (2017). Insurtech- the threat that inspires, Mckinsey & company, March. (www.mckinsey.com). consulté le 16.01.2020.
- OECD. (2017). Technology and Innovation in the insurance sector. (www.oecd.org/daf/fin). IAIS. (2017). Fintech developments in the insurance industry. February 21st. (www.iaisweb.org). consulté le 16.01.2020.
- Patritio, R. (2019). How Lemonade disrupted the insurance industry and built a multi-billion dollars business- Econsultancy. April 23rd. Good to SEO. (www.goodtoseo.com).
- Pavel, K. (2020). what we can learn from Lemonade: an insurtech case study. Feb. 11. smart/IT. (www.seekingalpha.com). consulté le 10.02.2021.
- Trevor, J. (2020). Lemonade: Refreshing take on insurance, sep.17. Seeking alpha. (www.seekingalpha.com). consulté le 10.02.2021.
- Shai, W. (2017). Lemonade exposed eight months in. May 30. (www.lemonade.com).

- Kaenan H. (2020). Lemonade's 2Q 2020 results unpacked the good and the bad. Aug.13. (coverager.com/lemonades-2q2020-results). consulté le 11.02.2021.
- Dan, A. (2017). Social impact in 100 days. Jan 31. (www.lemonade.com).
- Mark, P. (2017). Case study: Lemonade-A Refreshing new approach to insurance. May 25. (www.linkedin.com). consulté le 11.02.2021.
- Victor, (2020). The Lemonade Insurance Business Model – How Does Lemonade Insurance Work & Make Money? October 03. (<https://productmint.com/the-lemonade-insurance->) .
- Richard, M. (2019). Lemonade Insurance: the pioneer for the future of Irish insurance. Research gate. Dec16. p04. (www.researchgate.net). consulté le 12.02.2021.
- Sophia, H. (2018). Lemonade: Insurance that millennials love. Itonics. May 13. (www.itonics-innovation.com). consulté le 15.02.2021.