

دانش فنی در صنعت بیمه

اصلاح و بهبود دورنمای رقابت

نویسنده:

آنتونلا کاپیلو

ترجمه:

دکتر رضا والاگهر

آزاده نوری حسین زاده انار

سخن مترجم

این کتاب ارزشمند با هدف تجزیه و تحلیل بر مبنای آینده‌نگری، فرصت‌ها و چالش‌های ایجادشده در مدیریت بیمه با نگاه ژرف به ریسک‌ها و شبکه‌های توزیع خدمت نگاه می‌کند و با استفاده از فناوری‌های جدید به شیوه نوآورانه‌ای بیمه را در رتبه بالایی تنظیم می‌کند. روابط مشتری و اهمیت بازاریابی مستقیم در ارتباط بین شرکت‌ها و مشتریان را یادآوری کرده و ویژگی‌های اصلی توزیع را متمایز در سه جنبه دسترسی، شفافیت و کیفیت توزیع آموزش می‌دهد.

قراردادهای هوشمند با فناوری دیجیتال کیفیت و شیوه‌ها تجزیه و تحلیل داده‌ها را بر اساس ریسک تغییر می‌دهد و این امکان را به بیمه‌گرها می‌دهد که به سرعت در برابر تغییر رفتار مشتری واکنش نشان دهند. امید است این اثر مورد قبول علاقه‌مندان صنعت بیمه قرار گیرد.

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار
۱۹	فصل اول: بیمه و تکنولوژی
۲۰	پیشگفتار
۲۱	تأثیرات فناوری اطلاعات در صنعت بیمه
۲۸	فناوری اطلاعات و ارزش بیمه
۳۷	روی تغییر در فروش و فروش بیمه تمرکز کنید
۴۶	دستورالعمل‌های بیمه
۵۸	نتیجه‌گیری
۶۱	فصل دوم: اختلال دیجیتال و راه‌اندازی پایگاه داده‌های اینترنتی بیمه‌ای
۶۱	خطرات و چالش‌ها
۶۱	پیشگفتار
۶۲	معرفی
۶۳	شکست‌های دیجیتالی
۷۴	راه‌اندازی سایت فعالیت‌های بیمه‌ای
۸۸	آیا صنعت بیمه دچار به هم ریختگی شده است؟
۹۶	نتیجه‌گیری
۹۹	فصل سوم: مرزهای جدید در توزیع بیمه
۹۹	پیشگفتار
۱۰۱	خدمات بیمه‌ای و چگونگی توزیع آن
۱۰۱	خصوصیت‌های مهم
۱۰۶	شبکه تحویل بیمه
۱۱۱	نواوری‌های فنی و تغییرات در شبکه توزیع

شیوه‌های نوآوری در توزیع بیمه	۱۱۹
انواع شبکه‌های توزیع بیمه	۱۲۰
سایت‌های مقایسه قیمت	۱۲۱
نحوه درآمدزایی از سایت‌های مقایسه قیمت	۱۲۲
به‌کارگیری برنامه‌های موبایل: رویه‌ها و نظرها	۱۲۶
نتیجه‌گیری	۱۳۲
فصل چهارم: ارتباط با مشتری در صنعت بیمه	۱۳۵
پیشگفتار	۱۳۵
نوآوری در تکنولوژی و کامل شدن ارتباطات با مشتری	۱۳۷
مشتری وفادار و بازاریابی مستقیم	۱۴۱
ابزارهای بازاریابی مستقیم	۱۴۴
مزایا و محدودیت‌های بازاریابی مستقیم	۱۵۱
مدیریت ارتباط با مشتری و استراتژی رسانه‌های ارتباط جمعی	۱۵۷
نتیجه‌گیری	۱۶۶
فصل پنجم: توزیع بیمه دیجیتالی در اروپا و ایالت متحده	۱۶۹
پیشگفتار	۱۶۹
شبکه‌های توزیع بیمه در کشورهای اصلی صنعتی	۱۷۰
نمونه تحقیق	۱۷۶
ارتباط با مشتری	۱۸۲
بررسی نتایج و ارزیابی	۱۸۹
نتیجه‌گیری	۱۹۶
فهرست منابع	۱۹۹