

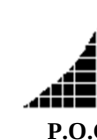


גיא מר-חיים
שותף-בכיר
פי.א.ו.סי. היי טק (1992) בע"מ
יעוץ אסטרטגי

טל. 052-6868748
פקס. 08-8699619
gai.marchaim@gmail.com

צו
השעה

סוכן
פיננסי



P.O.C



לסוכן הביטוח כדאי לפתח את תחום הפיננסים מכיון ש:-

1. הזדמנות עסקית גדולה

- ▼ ועדת בכר פתחה למגזר החוץ-בנקאי אפשרות להתחרות על ניהול הנכסים הפיננסיים שבידי הציבור.
- ▼ נכסים אלה הגיעו במחצית 2015 להיקף של 3.3 טריליון ₪, בשיעור צמיחה שנתי של 7-8%.
- ▼ רק 10% מהנכסים הפיננסיים נמצאים בביטוח חיים.
- ▼ אולם המגזר החוץ-בנקאי (המוסדיים) מנהל נכסים בהיקף של 1.5 טריליון ₪, כמעט 50% מסך הנכסים.

היקף הנכסים הפיננסיים שבידי הציבור יוני-2015 (מיליארדי ₪)

327	ביטוח חיים
966	גמל, פנסיה ופיצויים, השתלמות
239	קרנות נאמנות
1,532	סה"כ מוסדיים
933	פקדונות בבנקים
815	שוק ההון והשקעות בחו"ל
3,280	סה"כ הנכסים הפיננסיים בידי הציבור

לסוכן הביטוח כדאי לפתח את תחום הפיננסים מכיון ש-:

2. מנוע הצמיחה של חברות הביטוח

- ▼ בעקבות המלצות ועדת בכר, נאלצו הבנקים למכור את הקופות והקרנות שבבעלותם, אשר נמכרו בעיקר לחברות הביטוח.
- ▼ חברות הביטוח שילמו מיליארדי שקלים עבור רכישות אלו, מכיון שהן רואות בתחום הפיננסי מנוע צמיחה עיקרי.
- ▼ באמצעות רכישות אלו חברות הביטוח לוטשות עיניים לניהול כל הנכסים הפיננסיים של הציבור (3.3 טריליון ₪), כולל הפקדונות בבנקים, ולא רק החסכון לטווח ארוך.
- ▼ כדי להגביר את פעילות השיווק מול הצרכן הפרטי, חברות הביטוח ובתי ההשקעות מעונינים לקדם ולתמוך בסוכני הביטוח שיגבירו את פעילותם בתחום הפיננסי.
- ▼ אם סוכני הביטוח לא יתנו מענה הולם לצורכי ההפצה של חברות הביטוח, הן תפתחנה ערוצי הפצה חלופיים שיתחרו בסוכן.



לסוכן הביטוח כדאי לפתח את תחום הפיננסים מכיון ש:-

3. מענה ללחץ להוריד עמלות

- ▼ הפיקוח על הביטוח ושוק ההון שם לו מטרה להוריד את שיעורי עמלות הניהול שגובות חברות הביטוח והעמלות שהן משלמות לסוכנים.
- ▼ לחץ זה גרם כבר לירידה בשיעורי העמלות ויגרום לירידה נוספת בעתיד.
- ▼ המשמעות היא שסוכן הביטוח צריך להגדיל את היקף פעילותו רק כדי לשמור על היקף עמלתו.
- ▼ לסוכן הביטוח יהיה קל יותר להגדיל את היקף ההכנסות מלקוח קיים מאשר להגדיל את היקף הלקוחות.
- ▼ התחום הפיננסי מציע לסוכן הביטוח הזדמנות להגדיל את היקף הפעילות אצל הלקוח הקיים.
- ▼ אם הסוכן לא ינצל את ההזדמנות הזו, הוא עלול למצוא סוכן אחר או ערוץ הפצה אחר המשווק מוצרים פיננסיים ללקוח שלו.



לסוכן הביטוח כדאי לפתח את תחום הפיננסים מכיון ש:-

4. הלקוח צריך יועץ חוץ-בנקאי

- ▼ הלקוח הממוצע צריך יועץ פיננסי, שיסייע לו לנהל את הנכסים הפיננסיים שלו בצורה מקצועית.
- ▼ הרגולציה התזזיתית רק מגבירה את הצורך הזה, בעיקר כאשר היא נותנת לצרכן עוד דרגות חופש.
- ▼ הצרכן הממוצע מתקשה למצוא יועץ הולם בבתי ההשקעות, מאחר שסף הכניסה שלהם גבוה מדי.
- ▼ בלית ברירה, הצרכן יפנה אל יועצי ההשקעות בבנקים, למרות שהם אינטרסנטיים בפתרונות שלהם ולמרות שהם לא נותנים לו פתרון מקיף.
- ▼ סוכן הביטוח ניצב בפני הזדמנות לנצל את החלל שנוצר ולמצב את עצמו בתור היועץ הפיננסי של הלקוח.



לסוכן הביטוח כדאי לפתח את תחום הפיננסים מכיון ש-:

5. מנוף למהפך תדמית הסוכן

- ▼ **מקור התדמית הבעייתית של ענף הביטוח הוא בעצם היות הביטוח "מוצר שלילי" - מוצר שהלקוח נהנה ממנו ומפיק תועלת רק כשהלקוח בסיטואציה שלילית.**
- ▼ **בעיה בלתי-פתירה. מי שעוסק ב"מוצר שלילי" סובל מבעיית תדמית אינהרנטית.**
- ▼ **שגרה ללקוח. שגרת הביטוח ללקוח, כפי שהוא תופש אותה, היא שהוא משלם כסף חודש בחודשו ללא תמורה מוחשית.**
- ▼ **"יוצא פראייר". למרות שהצרכן מבין רציונלית שהוא קונה שקט נפשי, תמיד תהיה לו תחושה אמוציונלית שהוא "יוצא פראייר".**
- ▼ **"מוצר חיובי". התחום הפיננסי מהווה הזדמנות לשינוי התדמית השלילית של הסוכן, מכיון שזהו מוצר הנותן ללקוח תמורה חיובית שוטפת.**



לסוכן הביטוח כדאי לפתח את תחום הפיננסים מכיון ש-:

6. מענה לביטוח ישיר

- ▼ למרות שהמתחרים של הביטוח הישיר הם חברות הביטוח הקונבנציונליות, הביטוח הישיר אינו תוקף אותן, אלא את הסוכנים.
- ▼ הביטוח הישיר תוקף בפרסומותיו את סוכני הביטוח, כי הוא פונה לפן האמוציונלי של הצרכן.
- ▼ לכן מענה למתקפות הביטוח הישיר דרך פנייה לפן הרציונלי של הצרכן אינו אפקטיבי, אלא רק נותן לגיטימציה לקמפיינים של הביטוח הישיר.
- ▼ הדרך היחידה להתמודד עם הביטוח הישיר בפן האמוציונלי היא "לעבור למגרש שהוא לא משחק בו" - מוצרים פיננסיים.
- ▼ בניית התדמית הפיננסית לסוכני הביטוח היא המענה הנכון למתקפות "הביטוח הישיר" על סוכני הביטוח.



גורמי המפתח להצלחה לפעילות בתחום הפיננסי

1. One Stop Shop

- ▼ גורם מפתח מרכזי להצלחה הוא היכולת לתת ללקוח מענה כולל לצרכים הפיננסיים שלו.
- ▼ צרכים אלה כוללים, בנוסף לביטוח, גם חסכון לטווח ארוך, חסכון לטווח קצר, ואשראי לטווח ארוך ולטווח קצר.
- ▼ הבנק של הלקוח נותן מענה לחלק גדול מהצרכים הללו, וסוכן הביטוח צריך לשאוף לתת מענה טוב יותר מהבנק.
- ▼ היצרנים, חברות הביטוח ובתי ההשקעות, יכולים ורוצים לתמוך בסוכני הביטוח בהרחבת סל המוצרים, והסוכן יכול לנצל זאת כמנוף.



גורמי המפתח להצלחה לפעילות בתחום הפיננסי

2. הגדלת מספר היצרנים

▼ הגדלת הריכוזיות בענף והגברת הלחץ להורדת עמלות הסוכן מחייבות את הסוכן להגדיל את כמות היצרנים שהוא עובד איתם.

▼ היצרנים שמים להם יעד שיווקי להגדיל את כמות סוכני הביטוח שהם עובדים איתם, והסוכן יכול לנצל זאת כדי לשפר את תנאיו כשהוא מתחיל לעבוד עם יצרן חדש.

▼ רק אם הסוכן יעבוד עם מספר יצרנים אלטרנטיביים הוא יוכל לייצר ביניהם תחרות שתגן על האינטרסים והעמלות שלו.



גורמי המפתח להצלחה לפעילות בתחום הפיננסי

3. שדרוג השיווק

▼ סוכן הביטוח חייב לשדרג את הפעילות השיווקית שלו כדי להתפתח בתחום הפיננסי.

▼ לפעילות השיווקית שתי מטרות עיקריות:

1. להעלות את מודעות הלקוח לסוכן, ולגרום לו לבקש הצעה גם מהסוכן, כאשר הוא שוקל הצעות מתחרות.

2. לגרום ללקוח להעדיף את הצעת הסוכן על הצעות מתחרות.

▼ שיווק פסיבי (תכנית נאמנות) הוא הכלי העיקרי להעלאת המודעות לסוכן אצל הלקוח.

▼ מאמץ מכירה אקטיבי (פגישות ושיחות טלפון) הוא הכלי העיקרי לגרום ללקוח להעדיף את הצעת הסוכן.

▼ הזמן המוקדש למאמץ אקטיבי הוא צואר הבקבוק העיקרי המגביל את מכירות הסוכן.



גורמי המפתח להצלחה לפעילות בתחום הפיננסי

4. שדרוג מקצועי

- ▼ מומחיות וידע מקצועי הם זכות הקיום של סוכן הביטוח ויתרונו התחרותי בעיני הצרכן.
- ▼ כדי להיתפש על-ידי הצרכן כמתחרה ראוי לבנק, סוכן הביטוח צריך להפגין רמה מקצועית גבוהה בתחום הפיננסי.
- ▼ היצרנים יכולים ורוצים לסייע לסוכנים בהעלאת הרמה המקצועית שלהם בתחום, ומוכנים לתמוך בסוכנים באמצעות מומחים מטעם היצרנים.
- ▼ הרושם שהסוכן יעשה על הלקוח במומחיותו וברמתו המקצועית ישפיע לא רק על נכונות הלקוח לקבל פיתרון חלופי להצעת הבנק, אלא גם על נכונותו לעבוד עם סוכני ביטוח מתחרים.



גורמי המפתח להצלחה לפעילות בתחום הפיננסי

5. שדרוג טכנולוגי

▼ טכנולוגיה ואוטומציה ברמה גבוהה הם גורם מפתח קריטי בהצלחת הסוכן להיכנס לתחום הפיננסי.

▼ השינויים התכופים במוצרים הפיננסיים וברגולציה העוטפת אותם, והנתונים הרבים שהסוכן צריך לשלוט בהם, מחייבים אותו להסתייע בכלים ממוחשבים.

▼ כלים אלה יסייעו לסוכן בשני רבדים:

1. להעצים את יכולותיו בתחום הפיננסי

2. לחסוך לו המון זמן יקר

▼ אימוץ הטכנולוגיה החדשנית ישפיע מהותית על הרושם שסוכן הביטוח יעשה על הלקוח ברמתו המקצועית.



גורמי המפתח להצלחה לפעילות בתחום הפיננסי

6. הקמת שותפויות

▼ הקמת שותפויות היא מנוף חשוב שהסוכן יכול לנצל כדי להגדיל פעילות בתחום הפיננסי.

▼ שותפויות המנצלות את בסיס הלקוחות המשותף למכירה צולבת (Cross Selling) יוכלו:

1. להגדיל הכנסות מהרחבת המכירות
2. להעלות את שיעור העמלות מהיצרנים
3. להגדיל את רמת הידע המקצועי המשותף
4. לחסוך בעלויות (על בסיס יתרון לגודל)

▼ בנוסף לגידול בהכנסות, שותפויות מאפשרות:

1. למנף את מגבלת הזמן של הסוכן
2. להסדיר את מסלול הפרישה של הסוכן מבלי לאבד ערך.
3. להגדיל את היתרון התחרותי מול סוכנים מתחרים.

▼ ענף עורכי-הדין המבוסס על שותפויות הוא דוגמא מצוינת למודל עסקי בענף מאד תחרותי.

הנה כא אל גדול ...

מביטוח לפיננסיים העתיד של סוכן הביטוח

סיכום: התרחבות בתחום הפיננסי

סוכן הביטוח חייב לעשות מאמצים להרחיב את פעילותו
בתחום הפיננסי מכיון ש-:

1. קיימת הזדמנות עסקית גדולה לסוכן, בעלת פוטנציאל להגדלת הכנסות משמעותית בתחום זה.
2. חברות הביטוח רואות בתחום זה מנוע צמיחה עיקרי, ולכן מצפות מהסוכן להוות ערוץ הפצה עיקרי או שיפתחו ערוץ הפצה תחליפי / ישיר.
3. הרגולטור לוחץ להוריד את שיעור עמלות הסוכן, מה שמחייב את הסוכן להגדיל את היקף פעילותו ולו רק לשמור על היקף הכנסותיו.
4. הלקוח צריך יועץ פיננסי שהוא מומחה ברמה גבוהה, דבר הנותן הזדמנות לסוכן להיכנס למשבצת זו, ומאידך מציב לו איום מצד סוכן מתחרה.
5. התחום הפיננסי מהווה הזדמנות לשינוי תדמיתי של סוכן הביטוח, הסובל מתדמית שלילית עקב האופי "השלילי" של מוצרי הביטוח לעומת האופי "החיובי" של המוצרים הפיננסיים.
6. התמקדות בתחום הפיננסי היא המענה הנכון מול מתקפות "הביטוח הישיר"

אוקיאנוס כחול

הנה כא אל אדול ...

מביטוח לפיננסים
העתיד של סוכן הביטוח

סיכום: התרחבות בתחום הפיננסי

גורמי המפתח העיקריים להצלחת הסוכן בתחום
הפיננסי הם:

1. הרחבת סל המוצרים והשירותים (One Stop Shop)
2. הגדלת מספר היצרנים
3. שדרוג הפעילות השיווקית
4. העלאת הרמה המקצועית
5. שדרוג רמת הטכנולוגיה והאוטומציה
6. הקמת שותפויות

Who
Moved
My
Cheese?

סוכן, שירחיב את פעילותו
בתחום הפיננסי, יוכל להגדיל
את הכנסותיו ורווחיו, למרות
האיומים הרבים על הענף.

אוקיאנוס כחול

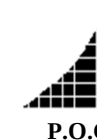


גיא מר-חיים
שותף-בכיר
פי.א.ו.סי. היי טק (1992) בע"מ
יעוץ אסטרטגי

טל. 052-6868748
פקס. 08-8699619
gai.marchaim@gmail.com

צו
השעה

סוכן
פיננסי



P.O.C