

قطاع التأمين في الشرق الأوسط يتبنى استراتيجيات رقمية لتعزيز وصوله إلى شريحة الشباب

ترتفع قيمته إلى 37.5 مليار دولار في العام 2017 بفضل النمو السكاني حسب تقرير "البيّن كابيتال"

11 أغسطس 2014 خبر صحافي للنشر

دبي، الإمارات العربية المتحدة

قالت شركة "إس إيه بي SAP" اليوم أن قطاع التأمين في منطقة الشرق الأوسط بدأ يتوجه بشكل سريع إلى تبني أحدث التقنيات الرقمية في سبيل تعزيز إمكانية وصوله إلى فئة جديدة من عملائه والتمثلة بجيل الشباب الصاعد .

وقد كشفت دراسة مسحية أعدتها الشركة أن المؤسسات العاملة في قطاع التأمين تسعى لتعزيز السرعة والمرونة في أداء أعمالها عبر أنحاء بنيتها التحتية، بغية تطوير منتجات مبتكرة وتحسين تجربة العملاء. ووجدت الدراسة الحديثة التي شارك بها 200 من التنفيذيين العاملين في شركات التأمين وتمّت خلال فعاليات مؤتمر "أي إيه إس إيه IASA" السنوي عدداً من العوامل المحفزة لاستراتيجيات الابتكار لدى شركات التأمين .

ويحظى قطاع التأمين في منطقة الخليج بالمزيد من النمو والتطور بفضل النمو السكاني في المنطقة، حيث من المتوقع أن ينمو حجم سوق التأمين في المنطقة إلى حوالي 37.5 مليار دولار أمريكي بحلول العام 2017، بعد أن بلغت قيمته 16.3 مليار دولار في العام 2012 وفقاً لتقرير شركة "البيّن كابيتال". ويبلغ تعداد جيل الشباب في منطقة الشرق الأوسط حوالي 90 مليون نسمة، ويشكلون بذلك 40% من التعداد السكاني العام للمنطقة، وذلك وفقاً للأرقام الصادرة من شركة "إيميا (Aimia)"، إحدى الشركات العالمية الرائدة في مجال إدارة ولاء العملاء .



واتفقت شركات التأمين على أن القاعدة المتنامية للعملاء من مواليد الفترة الممتدة بين أوائل الثمانينيات وأواخر التسعينيات من القرن الماضي، ممن يُعرفون بأبناء الألفية، قد زادت توقعاتها حيال التأمين على وسائل النقل. ويذكر 55 بالمائة من المستطلعة آراؤهم أن "الراحة" أولوية قصوى لأبناء تلك الفترة عند طلب منتجات التأمين، تلاها انخفاض التكاليف (22 بالمائة) فالعلاقات مع وكيل التأمين (16 بالمائة)، ومن ثمّ تمييز العلامة التجارية (8 بالمائة) .

وقد دفعت تلك النتائج بكثير من شركات التأمين إلى الأخذ في الاعتبار إمكانية تطبيق استراتيجية متكيفة للمنتجات. وأشار أكثر من نصف أفراد العينة (52 بالمائة) إلى أن الاستراتيجيات الأولية التي اتبعتها شركاتهم للوصول إلى العملاء من أبناء جيل الألفية ركزت على الاستثمار في تقنيات الإنترنت والتقنيات المتنقلة والاجتماعية للوصول إلى الزبائن عبر القنوات المتنوعة، فيما قال 21 بالمائة إن شركاتهم تعمل على تفصيل منتجات تتناسب مع الاحتياجات الفريدة لأبناء جيل الألفية، وأشار 12 بالمائة إلى أن شركاتهم تستثمر في تحليلات البيانات بهدف تقسيم اتصالاتها إلى شرائح واستهدافها .

وأشار أربعة وثلاثون بالمائة من المستطلعة آراؤهم في الدراسة أن ارتفاع توقعات المستهلكين هي الدافع الأساسي لدى شركاتهم من أجل تطوير منتجات جديدة، تليها المطالب التنظيمية المتغيرة، بواقع 22 بالمائة، وإتاحة التقنيات الجديدة، وهو الحافز الذي أشار إليه 20 بالمائة من المشاركين .



لكن بينما تبقى شركات التأمين تركز على تجربة العملاء فإن تحديث البنية التحتية لديها ما يزال يمثل أولوية لها ضمن سعيها لتحقيق المرونة والسرعة في جميع عملياتها. وأشار 51 بالمائة من المستطلعة آراؤهم إلى أن شركاتهم اعتمدت الحوسبة السحابية في مجالات معينة. وقال نحو نصف هؤلاء إن شركاتهم نفذت أنظمة مستندة إلى السحابة للعمليات الداخلية (وظائف المكتب الخلفي)، كالموارد البشرية والمحاسبة والمشتريات تحديداً، فيما اعتمدت شركات أخرى على السحابة في تنفيذ وظائف المهام الحرجة مثل إدارة السياسات (18 بالمائة) وتطوير المنتجات (7 بالمائة) وتجهيز المطالبات (6 بالمائة) وإدارة المخاطر (6 بالمائة).

وقال روس أوريت، الرئيس العالمي لقسم الابتكار والتطوير لقطاع التأمين لدى "إس إيه بي"، إن شركات التأمين باتت تشهد تحولاً في الاستفادة من الحوسبة السحابية إذ تتوسع من تطبيقها في الوظائف الداخلية فقط باتجاهات تشمل كل أرجاء الشركة، معتبراً ذلك دليلاً على ما أسماه "نضج الحوسبة السحابية"، وأضاف: "أصبحت شركات التأمين أكثر قدرة على التكيف وأشد تركيزاً على تلبية احتياجات العملاء المتغيرة، وهي تستثمر في تطوير عملياتها الداخلية ببنية تحتية متكاملة ومرنة كي تكون مبتكرة في منتجاتها وفي الطريقة التي تخدم بها وكلاءها ووسطاءها وعملاءها لتلبية تلك الاحتياجات."

ومن جانب آخر، حدّد المشاركون في الدراسة من ممثلي شركات التأمين العوائق التي تحول دون اعتماد الحوسبة السحابية في شركاتهم؛ إذ ذكر ثلث المستطلعة آراؤهم (34 بالمائة) المخاوف الأمنية باعتبارها تحدياً رئيسياً يواجه تبني الحوسبة السحابية، تلا ذلك الافتقار إلى القناعة الداخلية كعامل رئيسي آخر (28 بالمائة)، فالأمور المتعلقة بالموازنة والشأن المالي (13 بالمائة)، والبنية التحتية التقنية غير المستقرة (13 بالمائة) وضيق الوقت (12 بالمائة).

نبذة عن SAP

شركة «SAP أس آيه بي» (مدرجة في بورصة نيويورك تحت رمز التداول SAP) هي المزود الرائد عالمياً لحلول البرمجية الشاملة والمتكاملة للشركات، إذ توفر تطبيقات وخدمات فائقة تمكن الشركات باختلاف أحجامها وأعمالها من أن إدارة أعمالها بالشكل الأمثل. وتساهم SAP ضمن كافة مراحل الأعمال في إثراء تجربة المستخدمين وتساعد على العمل بطريقة أكثر كفاءة وتطبيق أفضل استراتيجية الأعمال للتفوق على منافسيهم. ويستخدم تطبيقات SAP أكثر من 258,000 عميل حول العالم للعمل بربحية أكثر والتكمن من التوافق مع المتغيرات وتحقيق نمو مستدام.

لمزيد من المعلومات، نرجى زيارة موقع الشركة على الإنترنت: www.sap.com/mena :
لمتابعة أخبار SAP على موقع تويتر @SAPMENANews :

للاستفسارات الصحفية، يُرجى الاتصال على :

حسين التميمي

مدير العلاقات العامة

شركة – SAP الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

هاتف +971 4 440 7222 :

بريد إلكتروني Husain.tamimi@sap.com :

واليس لاستشارات التسويق

هاتف +971 4 390 1950 :

بريد إلكتروني Sap@wallis-mc.com :