

МИСИЯ ЗАСТРАХОВАНЕ



Застрахователите често се определят като първия финансов отговор по време на кризи в живота на хората. Бенефициентите рядко се сещат за тях извън момента на плащане на премия, докато не дойде моментът за подаване на иск - най-важният за индустрията. Без значение дали комуникират с клиенти, регулатори, инвеститори, служители, застрахователите винаги печелят от доверието както в краткосрочен, така и в дългосрочен план.

Застрахователите стават все по-зависими от нови технологии, по-ефективни източници на данни, стратегии за киберсигурност, процеси за автоматизация. Конкуренцията между установени застрахователи и нови участници на пазара в това отношение е полезна за всички.

Оптимизацията на разходи ще продължава да е водеща за застрахователните компании, но те ще инвестират и значителни суми в технологии за автоматизация, ефективни процеси и персонализирани решения за клиенти.

Изкуственият интелект ще оказва най-много влияние, тъй като може да се използва и за обработка на искове, което е ключово. Вместо да се разчита на традиционни модели за ценообразуване на искове, AI ще събира и повече данни, за да генерира по-точни цени на полици. Потребителите търсят опростяване на процеси и за това може да помогне embedded insurance или с други думи - предлагане на застраховка като още по време на покупка на кола например.

- Какви са прогнозите на застрахователите в България за развитието на сектора?
- Доведе ли пандемията до разлика в интереса към общото застраховане и животозастраховането?
- Какъв е делът на сделките с инвестиционен характер?
- Каква е застрахователната култура на българина?
- Към инвестирането в какви технологии се насочват компаниите в сектора? Кой предлага тези решения?

Това са част от въпросите, на които ще търсим отговор на специалните страници на списание "Мениджър" в бр. 6/2023 (на пазара от края на юни до края на юли като печатно и онлайн издание) и отправяме предложение да споделите мнението си.

СРОК ЗА ПОЛУЧАВАНЕ НА МАТЕРИАЛИ: 13.06.2023 г.

ЦЕНИ ЗА УЧАСТИЕ:

Една страница реклама или текст – 4 350 лв.

Две страници реклама и/или текст – 6 550 лв.

Три страници реклама и/или текст – 7 650 лв.

Четири страници реклама и/или текст – 8 550 лв.

**Възможност за комбинация с банер кампания на manager.bg*

ДОПЪЛНИТЕЛНИ РЕДАКЦИОННИ УСЛУГИ:

Интервюта (въпроси + редактиране) – 150 лева

Native статия (написване от редактор) – 350 лева

***цените са без ДДС и включват публикуване на материалите и на www.manager.bg**