



## כיצד שוברים את מחסום 25% נתח השוק של מכירות ביטוח ישיר בישראל וגורמים ליותר צרכנים לרכוש ביטוח במכירה ישירה? AIG נקטה במהלך אסטרטגי ארוך טווח, שבמרכזו הוצב נציג אישי, המלווה את המבוטח ברגע האמת

של חברות ביטוח, המבוססות על סוכנים.

### האתגר השיווקי

AIG רצתה לייצר מהלך, שיהווה תשתית שיווקית שתעזור לה לפרוץ את 'תקרת הזכוכית' של נתח השוק הישיר, ולשנות את המשוואה התפיסתית הצרכנית לפיה ביטוח במכירה ישירה = מחיר נמוך ושירות לא אישי.

### הפתרונות השיווקיים

ב-AIG הגיעו לתובנה כי מה שהצרכנים רוצים הוא, שברגע האמת שבו הם באמת יזדקקו לפוליסת הביטוח שלהם, יהיה שם מישהו בשבילם. או במילים אחרות: AIG רצתה 'להאניש' את הקשר שלה עם לקוחותיה כך שיהנו מקשר אישי עם נציג קבוע, כדוגמת מודל הסוכן-לקוח בחברות מבוססות הסוכנים.

האסטרטגיה, שנהגתה בשנת 2009, יושמה בחברה במהלך השנתיים האחרונות.

לאחר שבוצעה הטמעת האסטרטגיה החדשה בקרב עובדי החברה, הושק קמפיין פרסומי רחב היקף בשלהי

### הסביבה התחרותית

המותג AIG פועל בסביבה תחרותית וצפופה, תוך שהוא מתחרה באופן ישיר עם חברות הביטוח הישיר: ביטוח ישיר ו-9,000,000 (הנמצאות בבעלות אותה קבוצה שמנצלת עובדה זו על מנת לפעול בשוק באמצעות שני מותגים, שהצרכנים אינם מודעים לקשר ביניהם). תחרות נוספת מגיעה מכיוון של חברות הביטוח הפועלות בישראל באמצעות סוכנים.

מרבית הפעילות בשוק הביטוח הישיר בישראל מתבצעת בקטגוריית הרכב. כיום, 25% מכלל ביטוח הרכב בישראל נעשה באמצעות חברות הביטוח הישיר, ושיעור זה אינו גדל גם לאחר 14 שנים של פעילות חברות הביטוח הישיר בישראל והשקעה של עשרות מיליוני שקלים בשנה בפרסום.

זאת ועוד, ההשקעה המסיבית והמתמשכת בישראל לא רק שלא מצליחה לייצר בשנים האחרונות צמיחה בנתח השוק של חברות הביטוח הישירות, אלא גם קיבעה בתפיסת הצרכן שמדובר במותגים המשחקים רק על מגרש המחיר, בעוד שיחסי אישי ושירות הם נחלת חלקן

חברת AIG העולמית הוקמה בשנת 1919 בסין, אך נאלצה לעזוב את המדינה בשנת 1949, לאחר עלייתו של מאו צה טונג לשלטון. כיום פועלת החברה בכ-100 מדינות ברחבי העולם.

AIG ישראל, העוסקת בביטוח ישיר במגוון סוגי ביטוח, החלה לפעול בישראל בשנת 1997, בבעלות משותפת של עורק ושל קונצרן AIG העולמי.

לאחר המשבר הפיננסי שפקד את העולם ואת החברה העולמית בשנת 2008 שינתה החברה את שמו של מותג עסקי הביטוח שלה ל-Chartis ככל מדינות העולם, מלבד בישראל. הסיבה לכך: חזוקו של המותג AIG בשוק המקומי.

לאיי אי ג'י ישראל חברה לביטוח בע"מ יש רישיונות לעסוק בענפי ביטוח כללי וחיים. הענפים בהם פועלת החברה הם: ענפי פרט (ביטוח רכב ורכוש, ביטוחי חובה

לרכב וביטוחי דירות), ביטוחי בריאות, תאונות אישיות ונסיעות לחו"ל, ענפי ביטוח מסחרי (ביטוח מקיף לבתי עסק, ביטוח אובדן רכוש, ביטוח הנדסי, ביטוח אחריות מעבידים, ביטוח אחריות לצד שלישי וביטוח נושאי משרה ודירקטורים), ביטוח אחריות המוצר וביטוח חיים.

גם להעביר את האוטו טסט



**כשתצטרך, AIG תהיה שם בשבילך**

אי אי ג'י ישראל חברת לימטד בי"מ

גם כשתתקע בלי דלק



**כשתצטרך, AIG תהיה שם בשבילך**

אי אי ג'י ישראל חברת לימטד בי"מ

גם אם ייגנב לך הארנק



**כשתצטרך, AIG תהיה שם בשבילך**

אי אי ג'י ישראל חברת לימטד בי"מ



www.aig.co.il

## דברים שלא ידעת על AIG

- לאחר המשבר של 2008 שינתה החברה את שם מותג הביטוח שלה ל-Chartis בכל העולם, מלבד בישראל.
- הגיינגל של החברה (אחד-שמונה-מאות-ארבע-מאות-ארבע-מאות-איי-אי-ג'יי) הולחן לפי המנבינה של התפילה היהודית "א-מ-ן".
- 60% מעובדי החברה הינן נשים.
- החברה מתחייבת למענה בתוך 60 שניות במוקדי השירות והמכירה שלה.
- 80% מהמשרות הבכירות ב-AIG מאוישות בעובדים שקודמו בתוך החברה.

ליהנות משירות של טיפול בבעיות אינסטלציה וחשמל על ידי נציג מקצועי בכל שעות היממה. את הנדבך המרכזי באסטרטגיה היווה מהלך "הנציג האישי". במסגרת השירות, שפותח בחברה במשך שנה וחצי, לקוח החברה מלווה על ידי נציג אישי מרגע פתיחת האירוע הביטוחי: החל משלב מילוי המסמכים, דרך עדכון בתהליך (למשל, תוך כמה זמן יתקון הרכב), וכלה במשוב בגמר הטיפול בתיביעה וכדומה. הנציג משמש כנקודת קשר אישית של הלקוח עם החברה והוא זה שעונה על שאלותיו ומספק את כל צרכיו. במחקרים שעשתה החברה על מנת לבחון את אפקטיביות המהלך נמצא, כי החברה הצליחה לנכס לעצמה ערכים כמו "שירותיים ייחודיים", "שם ברגע האמת" ו"ליווי צמוד בתיביעה" וזאת בפער מהמתחרים.

### ובעתיד...

לאחר שהמותג השלים את השלב הראשון במהלך הטמעת אסטרטגיית הנציג האישי, נוצרה התשתית שתאפשר למותג לקטוף את הפירות ולהגדיל את חלקו לא רק בתחום ביטוחי הרכב, אלא גם בתחומים אחרים, המהווים את מנועי צמיחה של AIG בעתיד: ביטוחי תאונות אישיות, ביטוח חיים וביטוח בריאות.



או במקרה של תאונה להיעזר בשירות VIP שבמסגרתו מגיע נציג למקום, מזמין עבורם מונית שתיקה אותם ליעדם, וממתין לגרר במקום שהלקוח המבוטח ייאלץ לעשות זאת. לקוחות שרכשו ביטוח דירה ורכב יכולים להשתמש בשירות "אובדן ארנק", הכולל כיסוי הוצאות החלפה עבור הארנק שאבד או נגנב וכן עבור המסמכים האישיים וכרטיסי האשראי שהיו בתוכו; לקוחות ביטוח דירה יכולים

באמצעות סדרת פרסומות בטלוויזיה בכיכובם של אבי קושניר ומוני מושנוב. הקמפיין לווה בסלוגן של המהלך: "כשתצטרך, AIG תהיה שם בשבילך". בנוסף, על מנת לחזק את הערכים המוספיים שהיא מציעה, השיקה AIG שורה של מוצרים ושירותים נילווים (חלקם בתוספת תשלום). למשל, לקוחות שרכשו כיסוי גרירה יכולים ליהנות משירות המספק להם דלק אם נתקעו באמצע הנסיעה;

2011

AIG משיקה בישראל את מהלך "נציג אישי".

2010

החברה משיקה מהלך פרסומי נרחב תחת הסלוגן "כשתצטרך, AIG תהיה שם בשבילך".

2009

AIG הופכת למובילה במכירת מוצרי תאונות אישיות.

1997

AIG מושקת בישראל.

1919

קורנליוס ונדר סטאר מקים בשנחאי את הסניף הראשון של מה שעתידי להיות קונצרן AIG.