

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ  
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ**



**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ  
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ**

**ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ  
ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ – ΜΕΛΕΤΗ  
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ALLIANZ ΕΛΛΑΔΟΣ**

**Λουκά Μαρία**

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική

**Πειραιάς, Δεκέμβριος 2020**





**UNIVERSITY OF PIRAEUS  
DEPARTMENT OF ECONOMICS**



**MASTER PROGRAM IN  
ECONOMIC AND BUSINESS STRATEGY**

**DIGITAL TRANSFORMATION IN INSURANCE  
INDUSTRY - CASE STUDY ALLIANZ GREECE**

**By  
Louka Maria**

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic and Business Strategy

**Piraeus, Greece, December 2020**



*Στην οικογένειά μου*

## Ευχαριστίες

Με την παρούσα διπλωματική εργασία ολοκληρώνεται ο κύκλος σπουδών μου στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα Οικονομικής και Επιχειρησιακής Στρατηγικής του Πανεπιστημίου Πειραιώς.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Πολλάλη Ιωάννη για την πολύτιμη βοήθεια, καθοδήγηση και στήριξή του.

Επιπλέον, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου Χάρη και Ελένη και την αδερφή μου Δέσποινα για την υπομονή, την κατανόηση και υποστήριξη σε κάθε μου βήμα.

Ευχαριστώ την Έρη και τη Ραλλού που χωρίς εκείνες αυτό το μεταπτυχιακό δεν θα είχε την ίδια αξία και νόημα.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω το Νικόλα που είναι πάντα δίπλα μου.





# ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟ ΚΛΑΔΟ – ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ALLIANZ ΕΛΛΑΔΟΣ

**Σημαντικοί Όροι:** Ψηφιακός μετασχηματισμός, Ιδιωτική Ασφάλιση, Insurtech, Ψηφιακή τεχνολογία, Allianz Ελλάδα

## Περίληψη

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η μελέτη της έννοιας και του βαθμού ενσωμάτωσης του ψηφιακού μετασχηματισμού στον ασφαλιστικό κλάδο, τόσο διεθνώς αλλά κυρίως στην Ελλάδα. Για αυτό επιλέχθηκε η μελέτη περίπτωσης της Allianz Ελλάδας, μιας καινοτόμου εταιρείας του κλάδου που καλύπτει όλο το φάσμα των ασφαλιστικών υπηρεσιών, έχει μακρόχρονη ιστορία στην ελληνική αγορά και στηρίζεται στην τεχνογνωσία και την υποστήριξη μιας παγκόσμιας ηγέτιδας του κλάδου.

Το insurtech καλύπτει έννοιες πέρα από τον συνδυασμό της ασφάλισης και της τεχνολογίας και περιλαμβάνει την εγγενή πελατοκεντρική προσέγγιση καθώς και τη δυναμική που έχει η τεχνολογία να ενεργοποιήσει την αλυσίδα αξίας των εμπλεκόμενων φορέων και να διαταράξει τα ενοποιημένα επιχειρηματικά μοντέλα του κλάδου. Ο κλάδος της ιδιωτικής ασφάλισης παρουσιάζει βραδύτερους ρυθμούς ενσωμάτωσης της τεχνολογίας για τον ψηφιακό μετασχηματισμό του σε σχέση με άλλους κλάδους, ενώ παράλληλα δεν φαίνεται ακόμα να έχει υιοθετήσει την ουσία του insurtech.

Στην Ελλάδα το insurtech φαίνεται να είναι ακόμα στα σπάργανα και ο ψηφιακός μετασχηματισμός στην πλειοψηφία των περιπτώσεων περιορίζεται στην στείρα υιοθέτηση ψηφιακών λύσεων χωρίς όμως να συμβαδίζει από μια κάθετη αλλαγή

στην κουλτούρα των ασφαλιστικών επιχειρήσεων. Η καινοτομία καθοδηγείται κυρίως από τον ανταγωνισμό και δεν αποτελεί φιλοσοφία ολιστικής δράσης. Οι προσπάθειες ψηφιακού μετασχηματισμού κυρίως περιορίζονται στον κλάδο ασφάλισης των οχημάτων και της διεπαφής με συνεργάτες, ενώ ελάχιστες είναι οι ψηφιακές καινοτομίες σε άλλους επιχειρηματικούς τομείς. Συγκεκριμένα η Allianz Ελλάδος έχει υιοθετήσει τεχνολογικά εργαλεία όπως η τηλεματική, τα μεγάλα δεδομένα και η τεχνητή νοημοσύνη, αλλά κυρίως στον κλάδο ασφάλισης οχημάτων και στην τηλεκπαίδευση και την υποστήριξη των συνεργατών της. Στο διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον που οι εξελίξεις στην τεχνολογία είναι ραγδαίες, ο ασφαλιστικός κλάδος χρειάζεται να εντείνει περισσότερο τις προσπάθειές του για να συμβαδίσει με άλλους κλάδους και να μεγιστοποιήσει τα οφέλη της τεχνολογίας προς όλα τα εμπλεκόμενα μέρη.

# **DIGITAL TRANSFORMATION IN INSURANCE INDUSTRY - CASE STUDY ALLIANZ GREECE**

**Keywords: Digital transformation, Private insurance, insurtech, Digital technology,  
Allianz Greece**

## **Abstract**

The purpose of this paper was to study the concept and degree of integration of digital transformation in the insurance industry, internationally but mainly in Greece. That is why the case study of Allianz Greece was chosen, an innovative company in the industry that covers the entire range of insurance services, has a long history in the Greek market and relies on the know-how and support of a world leader in the industry.

Insurtech covers concepts beyond the combination of insurance and technology and includes the inherent customer-centric approach as well as the potential of technology to activate the value chain of the actors involved and to disrupt the unified business models of the industry. The private insurance industry has a slower pace of technology integration for its digital transformation than other industries, while at the same time it does not yet seem to have adopted the essence of insurtech.

In Greece, insurtech seems to be still in its infancy and the digital transformation in the majority of cases is limited to the sterile adoption of digital solutions without accompanying a vertical change in the culture of insurance companies. Innovation is driven mainly by competition and is not a philosophy of holistic action. Digital transformation efforts are mainly limited to the vehicle insurance and partner interface sector, while digital innovations in other business sectors are minimal.

Specifically, Allianz Hellas has adopted technological tools such as telematics, big data and artificial intelligence, but mainly in the vehicle insurance industry and in distance learning and the support of its partners. In an ever-changing environment where technology is rapidly evolving, the insurance industry needs to step up its efforts to keep pace with other industries and maximize the benefits of technology to all parties involved.

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	ix
Abstract.....	xi
Κατάλογος εικόνων .....	xv
Κατάλογος διαγραμμάτων.....	xv
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:.....	1
ΑΣΦΑΛΙΣΗ .....	1
1.1 Εισαγωγή .....	1
1.2 Η έννοια της ασφάλισης .....	2
1.3 Είδη / Κλάδοι ασφάλισης.....	3
1.4 Λειτουργίες μιας ασφαλιστικής εταιρείας .....	8
1.4.1 Αναλογισμός - Ratemaking .....	9
1.4.2 Αναδοχή .....	10
1.4.3 Παραγωγή .....	11
1.4.4 Διακανονισμός αξιώσεων .....	12
1.4.5 Αντασφάλιση .....	12
1.4.6 Επενδύσεις .....	14
1.5 Συνεισφορά του κλάδου: Κοινωνική - Οικονομική.....	14
1.6 Ανακεφαλαίωση .....	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:.....	17
ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ .....	17
2.1 Εισαγωγή .....	17
2.2 Ορισμός.....	18
2.3 Ιστορική αναδρομή.....	20
2.4 Εξελίξεις .....	24
2.4.1 Πεδία εφαρμογής και εργαλεία .....	24
2.4.2 Ο ψηφιακός μετασχηματισμός στην Ελλάδα .....	27
2.5 Ανακεφαλαίωση .....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:.....	31
Ο ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ .....	31

3.1 Εισαγωγή .....	31
3.2 Έννοια και ορισμός του insurtech .....	32
3.3 Νέες τεχνολογίες στον κλάδο της ασφάλισης .....	33
3.4 Εξελίξεις .....	39
3.4.1 Παγκόσμια .....	39
3.4.2 Ελλάδα .....	43
3.5 Ανακεφαλαίωση .....	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 .....	47
ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ – ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ALLIANZ ΕΛΛΑΔΑΣ.....	47
4.1 Εισαγωγή .....	47
4.2 Η εταιρεία .....	48
4.2.1 Γενικά στοιχεία .....	48
4.2.2 Προϊόντα – Ασφαλιστικές λύσεις .....	51
4.3 Ψηφιοποίηση – Εφαρμογές .....	54
4.4 Ανακεφαλαίωση .....	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 .....	61
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	61
Βιβλιογραφία .....	63

## **Κατάλογος εικόνων**

Εικόνα 1: Ψηφιακή εξέλιξη.....	21
Εικόνα 2: Ψηφιακές τεχνολογίες, εργαλεία και μέθοδοι που χρησιμοποιούν οι εταιρείες .....	26
Εικόνα 3: Επενδύσεις ελληνικών επιχειρήσεων στον ψηφιακό μετασχηματισμό 2018 .....	28
Εικόνα 4: Αναδυόμενες τεχνολογίες στον ασφαλιστικό κλάδο .....	35
Εικόνα 5: Φόρμα online ασφάλισης αυτοκινήτου .....	56
Εικόνα 6: Εφαρμογή Allianz 4You .....	58

## **Κατάλογος διαγραμμάτων**

Διάγραμμα 1: Δεδουλευμένα μικτά ασφάλιστρα 2018-2019 Allianz Ελλάδας .....	49
Διάγραμμα 2: Διάρθρωση εσόδων 2019 .....	50





# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:

## ΑΣΦΑΛΙΣΗ

### 1.1 Εισαγωγή

Η έννοια της ασφάλισης έχει την ρίζα της στην ανάγκη του ανθρώπου να ελέγξει την αβεβαιότητα και να μετριάσει τον κίνδυνο. Με την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής δραστηριότητας η ανάγκη αυτή εντάθηκε με αποτέλεσμα και την ταχεία ανάπτυξη των κλάδων των ασφαλειών. Σήμερα ο ασφαλιστικός κλάδος εντάσσεται στον τομέα της χρηματοπιστωτικής διαμεσολάβησης με σημαντική συνεισφορά στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων και της κοινωνίας αλλά και την ανάπτυξη της οικονομίας.

Ο κλάδος των ασφαλίσεων είναι δυναμικός και καλύπτει όλο και περισσότερες ανάγκες των ανθρώπων και τομέων δραστηριότητας. Για αυτό οι επιχειρήσεις του κλάδου κατηγοριοποιούνται και εξειδικεύονται στους τομείς που δραστηριοποιούνται. Κύριοι κλάδοι της ιδιωτικής ασφάλισης είναι η ασφάλιση ζωής και υγείας και η ασφάλιση ιδιοκτησίας. Άλλα σημαντικά πεδία κάλυψης των ασφαλειών είναι η ασφάλιση αυτοκινήτων, πλοίων, εμπορευμάτων, αστικής ευθύνης, νομικής βοήθειας, κλπ.

Στο παρόν κεφάλαιο περιγράφεται συνοπτικά η ιστορία και η έννοια της ιδιωτικής ασφάλισης, καθώς οι λόγοι που σταδιακά οδήγησαν στην ταχεία εξάπλωση και ανάπτυξη του κλάδου. Στην συνέχεια αναφέρονται οι κυριότεροι κλάδοι ασφάλισης και των υπηρεσιών που παρέχουν στους ασφαλιζόμενους. Επίσης παρουσιάζονται οι κυριότερες λειτουργίες μιας ασφαλιστικής επιχείρησης, εστιάζοντας στο επιχειρηματικό κομμάτι της λειτουργίας τους και συγκεκριμένα στις πράξεις αναδοχής, αναλογισμού, ανάπτυξης προϊόντων, τον διακανονισμό των αξιώσεων, την αντασφάλιση και τις επενδύσεις. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με την αναφορά της κοινωνικής και οικονομικής επίδρασης του κλάδου.

## 1.2 Η έννοια της ασφάλισης

Η ιστορία της ασφάλισης ξεκινά από τα αρχαία χρόνια και κατά την διάρκεια του χρόνου εξελίχθηκε σε μια σύγχρονη επιχειρηματική δραστηριότητα για την προστασία των ατόμων από διάφορους κινδύνους (Thompson, 2014). Από τα αρχαία χρόνια η θεμελιώδης ιδέα της ασφάλισης συνδέεται με τις οικονομικές δραστηριότητες και τις πρωτοβουλίες των ανθρώπων και την ανάγκη ελέγχου της αβεβαιότητας. Οι ασφαλιστικές επιχειρήσεις άρχισαν να εμφανίζονται στον 15<sup>ο</sup> και 16<sup>ο</sup> αιώνα με την άνθιση της επιχειρηματικότητας, της καινοτομίας και της οικονομικής δραστηριότητας στην Μεσόγειο και την Βόρεια Ευρώπη. Οι ασφάλειες αναπτύχθηκαν ραγδαία με την ανάπτυξη του βρετανικού και ολλανδικού εμπορίου τον 17<sup>ο</sup> και 18<sup>ο</sup> αιώνα και οι πρώτοι επαγγελματίες ασφαλιστές ήταν ιδιώτες. Με την πάροδο του χρόνου οι ασφάλειες έγιναν όλο και περισσότερο πολύπλοκες και κατέστησαν επιτακτική την οργάνωση του κλάδου (Masci, 2011).

Σήμερα η ασφάλιση αποτελεί όλο και περισσότερο μέρος του συνδεδεμένου χρηματοπιστωτικού τομέα και της χρηματοπιστωτικής διαμεσολάβησης και καθώς η απελευθέρωση του εμπορίου και η παγκοσμιοποίηση εξελίσσονται, αυξάνουν την καινοτομία και τον ανταγωνισμό στον κλάδο. Με βάση την βιβλιογραφία και την ιστορία η εξέλιξη της ασφάλισης μπορεί να σχετίζεται με τους ακόλουθους τέσσερις θεμελιώδεις παράγοντες (Masci, 2011):

1. Την επιχειρηματικότητα που καθιστά άμεση και επιτακτική την μείωση της αβεβαιότητας και την μετατροπή της σε κίνδυνο.
2. Το πνεύμα του συνεταιρίζεσθαι που οδηγεί στην οργάνωση συντεχνιών για την προστασία των ατόμων, ομάδων και κοινοτήτων από διάφορες απειλητικές καταστάσεις και λειτουργεί ως ένα διαφορετικό πρόσωπο της επιχειρηματικότητας.

3. Την πίεση που ασκούν διάφορα θρησκευτικά κίνητρα που καθοδηγούν τους ανθρώπους να επιλέξουν διάφορες μορφές προστασίας.
4. Την επιρροή της έρευνας για τις ασφαλιστικές λειτουργίες.

Οι έννοιες του κινδύνου και τη αβεβαιότητας είναι διακριτές, παρά το γεγονός ότι ιστορικά ο κίνδυνος σε πολλές περιπτώσεις έχει οριστεί ως αβεβαιότητα σχετικά με την εμφάνιση ζημιών. Ο όρος κίνδυνος αναφέρεται στις καταστάσεις όπου η πιθανότητα ζημιών/ απωλειών μπορεί να εκτιμηθεί με κάποια ακρίβεια, ενώ ο όρος αβεβαιότητα σε καταστάσεις όπου η πιθανότητα τυχόν απωλειών δεν μπορεί να εκτιμηθεί – ποσοτικοποιηθεί. Μέσω της λειτουργίας της ασφάλισης οι άνθρωποι διαφυλάσσονται από αιφνίδιους και τυχαίους κινδύνους και η κάλυψη των ζημιών και των κινδύνων που συνήθως συμβαίνουν σε λίγους γίνεται από τις εισφορές πολλών (Rejda & McNamara, 2014). Οι ασφαλιστικές εταιρείες ενεργούν ως χρηματοοικονομικοί μεσάζοντες και επενδύουν τα ασφάλιστρα που εισπράττουν για τις υπηρεσίες που παρέχουν δηλαδή την προστασία των αντισυμβαλλόμενων, μεταφέροντας με αυτό τον τρόπο τον κίνδυνο από ένα άτομο ή μια επιχείρηση στην ασφαλιστική εταιρεία (Insurance Information Institute, 2010).

### **1.3 Είδη / Κλάδοι ασφάλισης**

Μια από τις διακρίσεις που μπορεί να γίνει για την ασφάλιση είναι με βάση τον πάροχό της, δηλαδή σε κρατική και ιδιωτική. Η πρώτη αφορά την κοινωνική ασφάλιση και διάφορα κυβερνητικά ασφαλιστικά προγράμματα και η ιδιωτική περιλαμβάνει την ασφάλιση ζωής και υγείας, την ασφάλιση ιδιοκτησίας και την ασφάλιση αστικής ευθύνης (Rejda & McNamara, 2014). Σε αυτές τις ευρύτερες κατηγορίες της ιδιωτικής ασφάλισης υπάγονται και διακρίνονται περισσότερες κατηγορίες – κλάδοι ασφάλισης. Σύμφωνα με την Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος, υπάρχουν οι ακόλουθες επιλογές ασφάλισης (ΕΑΕΕ, 2018):

## Ασφάλειες Ζωής

Σκοπός των ασφαλειών ζωής είναι η ελαχιστοποίηση των αρνητικών επιπτώσεων στα άτομα από τραγικά γεγονότα και η εξασφάλιση καλύτερων συνθηκών ζωής για τα άτομα μεγαλύτερων ηλικιών και περιλαμβάνουν ασφάλειες για την κάλυψη κινδύνων που απειλούν την ζωή ή αναγκών που μπορεί να προκύψουν κατά την διάρκειά της. Η ασφάλιση ζωής μπορεί να καλύψει τα ακόλουθα:

- Σύνταξη
- Ασθένεια
- Ανικανότητα – Αναπηρία
- Εισόδημα λόγω πρόωρου θανάτου

Στην πρώτη περίπτωση, της σύνταξης η ασφάλιση είναι αποταμιευτική δηλαδή στόχο έχει την συσσώρευση κεφαλαίου το οποίο θα αποδοθεί στον ασφαλιζόμενο είτε εφάπαξ είτε με την μορφή σύνταξης. Οι υπόλοιπες τρεις κατηγορίες κάλυψης αφορούν την προστασία δηλαδή την κάλυψη των συνεπειών ενός δυσάρεστου ενδεχομένου, όπως την κάλυψη νοσοκομειακών εξόδων, την αποπληρωμή υποχρεώσεων, την αναπλήρωση του εισοδήματος λόγω αναπηρίας, κλπ. Τέλος οι ασφάλειες ζωής μπορούν να διακριθούν σε ατομικές και ομαδικές. Οι ατομικές ασφάλειες καλύπτουν την ζωή και την υγεία ενός ατόμου ενώ οι ομαδικές αφορούν μια ομάδα ασφαλισμένων.

## Ασφάλειες Υγείας

Οι ασφάλειες υγείας καλύπτουν υπηρεσίες για την αποκατάσταση της υγείας σε περιπτώσεις ασθενείας και της επακόλουθης ανικανότητας (προσωρινής ή μόνιμης) και παρέχουν πρόσβαση σε υπηρεσίες φροντίδας υγείας. Η ασφάλιση υγείας μπορεί να καλύπτει:

- Νοσοκομειακές υπηρεσίες

- Έξω-νοσοκομειακές υπηρεσίες
- Ανικανότητα, που λαμβάνει την μορφή αποζημίωσης ή αναπλήρωσης των απωλειών που προέρχονται από ατυχήματα, αναπηρία ή ασθένεια.

Χαρακτηριστικό των ασφαλίσεων υγείας είναι ότι παρέχουν εγγύηση για την ανανέωση των καλύψεων, ανεξάρτητα από την κατάσταση της υγείας του ασφαλιζόμενου και την ορισθείσα συχνότητα ανανέωσης. Τα συμβόλαια ασφάλισης υγείας μπορεί να παρέχουν αμιγώς καλύψεις υγείας ή να συμπληρωματικά ασφάλισης ζωής ή σύνταξης. Όμοια με την ασφάλιση ζωής η ασφάλιση υγείας μπορεί να καλύπτεται από ατομικά συμβόλαια ή ομαδικά συμβόλαια, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση ασφάλισης εργαζόμενων μιας επιχείρησης.

#### Ασφάλειες αυτοκινήτων

Με τις ασφάλειες αυτοκινήτων αντιμετωπίζονται με τον καλύτερο δυνατό οι συνέπειες ενός τροχαίου ατυχήματος και εκπληρώνονται οι νομικές υποχρεώσεις των ασφαλισμένων. Οι ασφάλειες αυτοκινήτων μπορεί να καλύψουν κάθε τύπο αυτοκινήτων και διακρίνονται σε υποχρεωτικές και προαιρετικές καλύψεις. Η υποχρεωτική ασφάλιση επιβάλλεται από τον Νόμο για την προστασία των θυμάτων από τροχαία ατυχήματα και αφορά την αποκατάσταση ζημιών που προκαλούν οι υπαίτιοι σε τρίτους. Ενώ η υποχρεωτική ασφάλιση αυτοκινήτων είναι η πιο δεδομένη υπάρχουν και οι προαιρετικές ασφάλισεις που παρέχουν μεγαλύτερη προστασία και κάποιες από τις βασικές κατηγορίες είναι:

- Μικτές ασφάλισεις που παρέχουν κάλυψη των ζημιών και των υπαίτιων τροχαίων ατυχημάτων
- Ασφάλισεις πυρός για την κάλυψη ζημιών από πυρκαγιά, πτώση κεραυνού ή εκρήξεις
- Ασφάλισεις κλοπής (μερικής ή ολικής)
- Ασφάλισεις για την κάλυψη ζημιών στα υάλινα μέρη του οχήματος

- Ασφαλίσεις από φυσικά φαινόμενα που καλύπτουν ζημιές που μπορεί να προκληθούν από χαλαζόπτωση, πλημύρες, σεισμούς, κλπ

Επιπρόσθετα της ασφάλισης για την κάλυψη ζημιών η ασφάλιση οχημάτων μπορεί να καλύψει τον ασφαλιζόμενο για:

- Οδική βοήθεια
- Νομική προστασία
- Προσωπικό ατύχημα του οδηγού

#### Ασφάλειες περιουσίας

Οι ασφάλειες περιουσίας παρέχουν προστασία από ζημιές που μπορεί να προκληθούν στα ακίνητα ή το περιεχόμενό τους. Δύο κύριες κατηγορίες ασφάλισης περιουσίας είναι οι πυρός και η τεχνική ασφάλιση. Οι ασφάλειες πυρός παρέχουν προστασία μέσω της κάλυψης οικονομικών απωλειών που μπορεί να προκληθούν από πυρκαγιά (από εκρήξεις, φυσικά φαινόμενα, κλπ). Εκτός από την κάλυψη ζημιών από πυρκαγιές, υπάρχουν ασφαλίσεις περιουσίας για κλοπές, τρομοκρατικές ενέργειες, απώλειες κερδών-εισοδήματος σε περιπτώσεις διακοπής της λειτουργίας μιας επιχείρησης, κλπ. Οι τεχνικές ασφαλίσεις που επίσης περιλαμβάνονται στον κλάδο ασφάλισης της περιουσίας, αφορούν την ασφάλιση μικρών ή μεγάλων τεχνικών έργων υποδομής και μπορεί να προσφέρουν κάλυψη για κάθε είδος κίνδυνο.

#### Ασφάλειες νομικής προστασίας

Οι ασφάλειες νομικής προστασίας είναι προγράμματα για την κάλυψη δαπανών δικαστικών ή εξωδικαστικών νομικών ενεργειών, όπως δαπάνες για την αμοιβή δικηγόρων, εξόδων που δημιουργούνται σε δικαστικές και εξωδικαστικές επιλύσεις, όπως έξοδα κληθέντων μαρτύρων, αμοιβές πραγματογνωμόνων, επιδικασθείσες δικαστικές δαπάνες, κλπ. Τα προγράμματα αυτά μπορεί να καλύψουν τον ιδιοκτήτη

ή τον οδηγό αυτοκινήτου, την οικογένεια, τον επαγγελματία και την επιχείρηση. Με τα συγκεκριμένα προγράμματα δίνεται η δυνατότητα απρόσκοπτης προσφυγής στην δικαιοσύνη, καθώς ξεπερνιούνται πιθανά προβλήματα που μπορεί να πηγάζουν από τον υψηλό κόστος ή την πολυπλοκότητα των νομικών διαδικασιών.

#### Ασφάλειες μεταφερόμενων εμπορευμάτων

Οι ασφάλειες μεταφερόμενων εμπορευμάτων παρέχουν ασφαλιστική κάλυψη κατά την μεταφορά των εμπορευμάτων επιχειρήσεων είτε πρόκειται για εισαγωγές-εξαγωγές είτε για εντός της χώρας διακινήσεις. Η ασφάλιση μπορεί να καλύπτει για βλάβες ή απώλεια των εμπορευμάτων κατά τη διάρκεια της μεταφοράς τους με οποιοδήποτε μεταφορικό μέσο.

#### Ασφάλειες πιστώσεων και εγγυήσεων

Οι ασφάλειες πιστώσεων και εγγυήσεων καλύπτουν τις ανάγκες επιχειρήσεων και ελευθέρων επαγγελματιών. Στην περίπτωση των πιστώσεων η κάλυψη αφορά την ενδεχόμενη ζημιά από την μερική ή συνολική αδυναμία αποπληρωμής οφειλών προς την επιχείρηση. Στην περίπτωση εγγυήσεων η ασφάλιση αφορά την παροχή άμεσης ή έμμεσης εγγύησης από την ασφαλιστική εταιρεία για την εκτέλεση των συμβατικών υποχρεώσεων των επαγγελματιών έναντι τρίτων.

#### Ασφάλειες βοήθειας

Οι ασφάλειες βοήθειας σχετίζονται με την κάλυψη μικρότερων ή μεγαλύτερων απρόοπτων γεγονότων. Οι βασικότερες κατηγορίες ασφάλισης βοήθειας είναι η οδική βοήθεια, η φροντίδα ατυχήματος, η άμεση ιατρική βοήθεια και η ταξιδιωτική βοήθεια. Στην περίπτωση της οδικής βοήθειας ο ασφαλισμένος μπορεί να καλύπτεται για την επί τόπου επισκευή του αυτοκινήτου, την ρυμούλκηση, την παροχή καυσίμων ή τον επαναπατρισμό του οδηγού και των επιβατών σε περιστατικά βλάβης ή ατυχήματος. Στην περίπτωση φροντίδας ατυχήματος η ασφάλιση πέρα από την βοήθεια για το όχημα παρέχει υπηρεσίες για την διευθέτηση

εκκρεμοτήτων ενός ατυχήματος, την συμπλήρωση εντύπων, την φωτογράφιση συμβάντων, κλπ ώστε να βελτιώνεται η αποτελεσματικότητα για την ολοκλήρωση των διαδικασιών. Στην περίπτωση της ιατρικής βοήθειας η ασφάλιση καλύπτει την υγειονομική μεταφορά του ασφαλισμένου, την παροχή ιατρικών συμβουλών και των επαναπατρισμό του ασφαλιζόμενου. Τέλος την περίπτωση της ταξιδιωτικής βοήθειας η ασφάλιση καλύπτει απρόβλεπτα συμβάντα κατά την διάρκεια του ταξιδιού του ασφαλιζόμενου, όπως απώλεια αποσκευών και εγγράφων, έκτακτες ιατρικές δαπάνες, κλπ.

#### Ασφάλειες αστικής ευθύνης

Οι ασφάλειες αστικής ευθύνης καλύπτουν ιδιώτες, επιχειρήσεις και επιχειρηματίες για αξιώσεις τρίτων από ζημιές που προκάλεσαν οι ασφαλιζόμενοι λόγω αμέλειας (με πράξεις ή παραλείψεις).

#### Ασφάλειες πλοίων – σκαφών αναψυχής

Οι ασφάλειες πλοίων και σκαφών αναψυχής μπορεί να καλύψουν έναντι διάφορων κινδύνων και σε κάποιες περιπτώσεις επιβάλλονται από τον Νόμο. Συγκεκριμένα υποχρεωτική από τον Νόμο είναι η κάλυψη των ιδιοκτητών σκαφών αναψυχής για αστική ευθύνη για ζημιές του σκάφους προς τρίτους και για πρόκληση θαλάσσιας ρύπανσης και για επαγγελματίες πλοιοκτήτες για αστική ευθύνη σε περιπτώσεις απώλειας ζωής ή σωματικής βλάβης και απώλειας ή ζημιάς πράγματος πάνω στο πλοίο.

### **1.4 Λειτουργίες μιας ασφαλιστικής εταιρείας**

Η ασφάλιση είναι μια διαδικασία χρηματοοικονομικής διαμεσολάβησης και το οργανωτικό πρότυπο μιας ασφαλιστικής εταιρείας είναι παρόμοιο με αυτό των άλλων επιχειρήσεων του χρηματοπιστωτικού τομέα (Outreville, 1998).για να



καταστεί η ασφάλιση διαθέσιμη στο κοινό θα πρέπει να εκτελούνται μια σειρά από εξειδικευμένες λειτουργίες και ενέργειες. Οι κυριότερες επιχειρησιακές λειτουργίες μιας ασφαλιστικής επιχείρησης είναι ο αναλογισμός, η αναδοχή, η παραγωγή, ο διακανονισμός των αξιώσεων, η αντασφάλιση και οι επενδύσεις (Rejda & McNamara, 2014).

#### **1.4.1 Αναλογισμός - Ratemaking**

Ο αναλογισμός αναφέρεται στην τιμολόγηση των υπηρεσιών ασφάλισης και στον υπολογισμό των ασφαλιστρών. Η τιμολόγηση των ασφαλίσεων διαφέρει σημαντικά από την τιμολόγηση των άλλων προϊόντων ή υπηρεσιών. Γενικά όταν πωλούνται άλλα προϊόντα, η εταιρεία γνωρίζει εκ των προτέρων το κόστος παραγωγής αυτών και οι τιμές πώλησης να μπορούν να καθοριστούν ώστε να καλύπτουν όλα τα κόστη και να αποφέρουν κέρδος. Ωστόσο, η ασφαλιστική εταιρεία δεν γνωρίζει εκ των προτέρων ποιο θα είναι το πραγματικό κόστος της. Τα συνολικά ασφάλιστρα που χρεώνονται για μια δεδομένη γραμμή ασφάλισης ενδέχεται να είναι ανεπαρκή για την πληρωμή όλων των απαιτήσεων και εξόδων κατά τη διάρκεια της περιόδου ασφάλισης. Μόνο μετά τη λήξη της περιόδου προστασίας, ο ασφαλιστής μπορεί να καθορίσει τις πραγματικές ζημιές και τα έξοδά του. Φυσικά, οι ασφαλιστικές επιχειρήσεις ελπίζουν ότι το ασφάλιστρο που χρεώνουν συν το εισόδημα από επενδύσεις θα είναι επαρκή για να πληρώσουν όλες τις απαιτήσεις και τα έξοδα και να υπάρξει κέρδος (Rejda & McNamara, 2014).

Ο αναλογιστής είναι ένας πολύ ειδικευμένος μαθηματικός που εμπλέκεται σε όλες τις φάσεις της λειτουργίας της ασφαλιστικής εταιρείας, συμπεριλαμβανομένου του προγραμματισμού, της τιμολόγησης και της έρευνας. Στις ασφάλειες ζωής, ο αναλογιστής μελετά σημαντικά στατιστικά στοιχεία για τις γεννήσεις, τους θανάτους, τους γάμους, τις ασθένειες, την απασχόληση, τη συνταξιοδότηση και τα ατυχήματα. Με βάση αυτές τις πληροφορίες, ο αναλογιστής καθορίζει τα ασφάλιστρα για ασφαλιστήρια συμβόλαια ζωής και υγείας και προσόδους. Οι στόχοι είναι να

υπολογιστούν τα ασφάλιστρα που θα καταστήσουν την επιχείρηση κερδοφόρα, θα επιτρέψουν στην εταιρεία να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά με άλλους ασφαλιστές και να επιτρέψει στην εταιρεία να πληρώσει αξιώσεις και έξοδα όταν συμβαίνουν. Ο αναλογιστής ασφάλισης ζωής πρέπει επίσης να καθορίσει τα νομικά αποθεματικά που χρειάζεται μια εταιρεία για μελλοντικές υποχρεώσεις (Rejda & McNamara, 2014).

Στις ασφάλειες ακινήτων και ατυχημάτων, οι αναλογιστές καθορίζουν επίσης τα ποσοστά για διαφορετικές γραμμές ασφάλισης. Οι τιμές βασίζονται στην προηγούμενη εμπειρία αποζημιώσεων της εταιρείας και στα στατιστικά του κλάδου. Αναλύονται επίσης προσεκτικά τα στατιστικά στοιχεία για τους τυφώνες, τους ανεμοστρόβιλους, τις πυρκαγιές, τα ποσοστά εγκληματικότητας, τα τροχαία ατυχήματα και το κόστος ζωής. Πολλές εταιρείες χρησιμοποιούν τα δικά τους δεδομένα ζημιών για τον καθορισμό των τιμών. Άλλες εταιρείες λαμβάνουν δεδομένα ζημιών από συμβουλευτικούς οργανισμούς και υπολογίζουν το ιστορικό ή πιθανό κόστος απώλειας που μπορούν να χρησιμοποιήσουν μεμονωμένες εταιρείες για τον υπολογισμό των δικών τους τιμών. Οι αναλογιστές στην ασφάλιση ακινήτων και ατυχημάτων καθορίζουν επίσης την επάρκεια αποθεματικών ζημιών, κατανέμουν έξοδα και συντάσσουν στατιστικά στοιχεία για τη διαχείριση της εταιρείας (Rejda & McNamara, 2014).

#### **1.4.2 Αναδοχή**

Σε μια κανονική ανταγωνιστική αγορά, οι ασφαλιστές είναι ελεύθεροι να επιλέξουν μεταξύ των ατόμων που υποβάλλουν αίτηση ασφάλισης και αυτούς που επιθυμούν να ασφαλίσουν. Αυτό το κάνουν αξιολογώντας τους κινδύνους που ενέχονται μέσω μιας διαδικασίας που ονομάζεται αναδοχή (Insurance Information Institute, 2010). Η αναδοχή αναφέρεται στη διαδικασία επιλογής, ταξινόμησης και τιμολόγησης των

αιτούντων ασφάλιση. Ο ανάδοχος είναι το άτομο που αποφασίζει να αποδεχτεί ή να απορρίψει μια αίτηση (Rejda & McNamara, 2014).

Η αναδοχή ξεκινά με μια σαφή δήλωση πολιτικής αναδοχής. Οι ασφαλιστικές εταιρείες θεσπίζουν ασφαλιστήρια συμβόλαια που να συνάδουν με τους στόχους της εταιρείας. Ο στόχος μπορεί να είναι ένας μεγάλος όγκος επιχειρήσεων με χαμηλό περιθώριο κέρδους ή μικρότερος όγκος με μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους. Οι κατηγορίες επιχειρήσεων που είναι αποδεκτές, οριακές ή απαγορευμένες θα πρέπει να αναφέρονται σαφώς. Επίσης στην πολιτική που υιοθετείται από την ασφαλιστική θα πρέπει να καθορίζονται τα ποσά της ασφάλισης που μπορούν να εγγραφούν σε αποδεκτές και οριακές επιχειρήσεις (Rejda & McNamara, 2014).

### **1.4.3 Παραγωγή**

Ο όρος παραγωγή αναφέρεται στις δραστηριότητες πωλήσεων και μάρκετινγκ των ασφαλιστών. Το κλειδί για την οικονομική επιτυχία μιας ασφαλιστικής εταιρείας είναι μια αποτελεσματική δύναμη πωλήσεων (Rejda & McNamara, 2014). Η ερμηνεία του συνολικού οργανωτικού επιπέδου της ασφαλιστικής παραγωγής είναι αρκετά απλή. Σημαίνει ρύθμιση του μεγάλου αριθμού μεμονωμένων εργασιών παραγωγής πληροφοριών σύμφωνα με κάποια κριτήρια εξειδίκευσης, που υλοποιούνται από συγκεκριμένα τμήματα όπως λειτουργικής εξειδίκευσης, νομικά, αναλογιστικά, πωλήσεων, χρηματοοικονομικά και διοικητικά τμήματα. Περιλαμβάνει επίσης την εισαγωγή μηχανισμών συντονισμού, όπως μια ιεράρχηση της αρχής λήψης αποφάσεων και των επίσημων σχέσεων επικοινωνίας μεταξύ των φορέων επεξεργασίας. Ιδιαίτερα το επίπεδο οργάνωσης της ασφαλιστικής παραγωγής απαιτεί πολύ πιο λεπτομερή ανάλυση και μπορεί να βασιστεί σε ένα χρήσιμο σώμα σχετικών θεωριών. Η ασφαλιστική παραγωγή δεν είναι μόνο θέμα μεμονωμένων καθηκόντων στην παραγωγή πληροφοριών, όπως ο υπολογισμός των ασφαλιστρών κινδύνου ή οι αποφάσεις για επενδύσεις κεφαλαίου. Αντίθετα, είναι το αποτέλεσμα

της οργανωμένης προσπάθειας σε πολλές μεμονωμένες διαδικασίες εισόδου-εξόδου (Muller, 1981).

#### **1.4.4 Διακανονισμός αξιώσεων**

Κάθε ασφαλιστική εταιρεία διαθέτει τμήμα αξιώσεων ή τμήμα για την προσαρμογή απαιτήσεων. Ο πρώτος στόχος για την επίλυση των αξιώσεων είναι να επαληθευτεί ότι υφίσταται καλυμμένη ζημία. Αυτό το βήμα περιλαμβάνει τον προσδιορισμό εάν ένα συγκεκριμένο άτομο ή ιδιοκτησία καλύπτεται από την πολιτική και την έκταση της κάλυψης. Ο δεύτερος στόχος είναι η δίκαιη και άμεση πληρωμή των απαιτήσεων. Εάν απορριφθεί μια έγκυρη αξίωση, ο θεμελιώδης κοινωνικός και συμβατικός σκοπός της προστασίας του ασφαλισμένου θα νικηθεί ενώ θα πληγεί η φήμη της ασφαλιστικής εταιρείας και μπορεί να υπάρξουν αρνητικές συνέπειες οι πωλήσεις. Δίκαιη πληρωμή σημαίνει ότι ο ασφαλιστής θα πρέπει να αποφεύγει υπερβολικούς διακανονισμούς απαιτήσεων και να αντιλαμβάνεται τυχόν δόλιες απαιτήσεις, διότι αυτό θα οδηγήσει τελικά σε υψηλότερα ασφάλιστρα. Ένας τρίτος στόχος είναι η παροχή προσωπικής βοήθειας στον ασφαλισμένο μετά την εμφάνιση καλυμμένης απώλειας. Εκτός από τυχόν συμβατικές υποχρεώσεις, ο ασφαλιστής θα πρέπει επίσης να παρέχει προσωπική βοήθεια μετά από απώλεια (Rejda & McNamara, 2014).

#### **1.4.5 Αντασφάλιση**

Η αντασφάλιση είναι μια άλλη σημαντική ασφαλιστική πράξη. Η αντασφάλιση είναι μια συμφωνία με την οποία ο πρωταρχικός ασφαλιστής που αρχικά πραγματοποιεί την ασφάλιση μεταφέρει σε άλλο ασφαλιστή (που ονομάζεται αντασφαλιστής) μέρος ή όλες τις πιθανές απώλειες που σχετίζονται με αυτήν την ασφάλιση. Ο κύριος ασφαλιστής που αρχικά γράφει την ασφάλιση ονομάζεται εκχωρήτρια εταιρείας. Ο

ασφαλιστής που αποδέχεται μέρος ή το σύνολο της ασφάλισης από την εκχωρούμενη εταιρεία ονομάζεται αντασφαλιστής. Το ποσό της ασφάλισης που διατηρείται από την εκχωρούσα εταιρεία για δικό της λογαριασμό ονομάζεται όριο διατήρησης ή καθαρή διατήρηση. Το ποσό της ασφάλισης που παραχωρείται στον αντασφαλιστή είναι γνωστό ως εκχώρηση. Τέλος, ο αντασφαλιστής με τη σειρά του μπορεί να αντασφαλίσει μέρος ή όλο τον κίνδυνο με άλλο ασφαλιστή. Αυτό είναι γνωστό ως αντεκχώρηση. Σε αυτήν την περίπτωση, ο δεύτερος αντασφαλιστής ονομάζεται επανεκτιμητής. Η αντασφάλιση χρησιμοποιείται για διάφορους λόγους, εκ των οποίων οι σημαντικότεροι είναι (Rejda & McNamara, 2014):

- Αύξηση της δυνατότητας αναδοχής
- Σταθεροποίηση των κερδών
- Μείωση του αποθεματικού μη δεδουλευμένων ασφαλιστρών
- Προστασία έναντι καταστροφικών ζημιών
- Δυνατότητα απόσυρσης από μια κατηγορία ασφάλισης

Πολλοί ασφαλιστές και αντασφαλιστές χρησιμοποιούν τις κεφαλαιαγορές ως εναλλακτική λύση για την παραδοσιακή αντασφάλιση. Η οικονομική ικανότητα του κλάδου των ακινήτων και των θυμάτων να πληρώσει για καταστροφές από τυφώνες, σεισμούς και άλλες φυσικές καταστροφές είναι περιορισμένη. Αντί να βασίζονται αποκλειστικά στην περιορισμένη οικονομική ικανότητα του ασφαλιστικού κλάδου να πληρώσει καταστροφικές απαιτήσεις, ορισμένοι ασφαλιστές και αντασφαλιστές χρησιμοποιούν τις κεφαλαιαγορές για να αποκτήσουν πρόσβαση στα κεφάλαια θεσμικών επενδυτών. Η πρόσβαση στις κεφαλαιαγορές αυξάνει σημαντικά τα διαθέσιμα κεφάλαια για την πληρωμή καταστροφών (Rejda & McNamara, 2014).

#### **1.4.6 Επενδύσεις**

Η επενδυτική λειτουργία είναι εξαιρετικά σημαντική στη συνολική λειτουργία των ασφαλιστικών εταιρειών. Επειδή τα ασφάλιστρα πληρώνονται εκ των προτέρων, μπορούν να επενδυθούν έως ότου χρειαστούν για την πληρωμή απαιτήσεων και εξόδων (Rejda & McNamara, 2014). Οι ασφαλιστικές εταιρείες επενδύουν σε πολλούς τομείς, αλλά κυρίως επενδύουν σε ομόλογα, γιατί τα ομόλογα είναι ίσως τα ασφαλέστερα από όλες τις κατηγορίες επενδύσεων. Οι ασφαλιστικές εταιρείες επενδύουν και στο χρηματιστήριο, αλλά η επένδυση στο χρηματιστήριο από μόνη της θα ήταν πολύ επικίνδυνη. Μια ασφαλιστική εταιρεία πρέπει να γνωρίζει με υψηλό βαθμό βεβαιότητας ότι συνολικά σε κάθε δεδομένο έτος δεν πρόκειται να υπάρξουν μη βιώσιμες απώλειες. Ως εκ τούτου, οι μετοχές μπορούν να αντιπροσωπεύουν μόνο ένα σχετικά μικρό μέρος των επενδυτικών χαρτοφυλακίων τους. Μια τρίτη επενδυτική επιλογή για τις ασφαλιστικές εταιρείες είναι μια επένδυση της οποίας οι αποδόσεις είναι ανεξάρτητες από τις δύο προηγούμενες, η επένδυση στην αγορά ενυπόθηκων δανείων, η οποία είναι σχετικά μη συσχετισμένη και επιτυγχάνει την διαφοροποίηση και τον μετριασμό του κινδύνου (Gleeson, 2019).

#### **1.5 Συνεισφορά του κλάδου: Κοινωνική - Οικονομική**

Έρευνες έχουν δείξει ότι η ασφάλιση ζωής έχει θετικό αντίκτυπο στο βιοτικό επίπεδο των ατόμων σε σύγκριση με αυτά που δεν έχουν τέτοια προστασία. Εκτός από τα ποσοτικά οφέλη που απονέμονται στα άτομα μέσω της αυξημένης χρηματοοικονομικής ασφάλειας και των ποιοτικών παροχών που προσφέρει η ασφάλιση ζωής, μια ισχυρή και ζωντανή βιομηχανία ασφάλισης προωθεί επίσης την οικονομική ανάπτυξη και αποτελεσματικότητα με πολλούς τρόπους (Cummins et al., 2016).

Ο ασφαλιστικός κλάδος συμβάλλει στην οικονομική αποδοτικότητα και προωθεί την οικονομική ανάπτυξη με διάφορους τρόπους. Πρώτον, η ασφάλιση βελτιώνει την κατανομή του κινδύνου μιας οικονομίας και μειώνει το κόστος συναλλαγής. Δεύτερον, προστατεύοντας τα υπάρχοντα περιουσιακά στοιχεία, οι ασφαλιστές παρέχουν στους οικονομικούς παράγοντες μια πιο σταθερή χρηματοοικονομική βάση. Τρίτον, οι ασφαλιστές ενθαρρύνουν τη διακυβέρνηση μέσω της κατοχής περιουσιακών στοιχείων τους, ενθαρρύνοντας τον μετριασμό του κινδύνου μέσω εγγυήσεων ή / και εξαιρέσεων κινδύνου και άμεσης παρακολούθησης των κινδύνων. Τέταρτον, η ασφάλιση μπορεί να είναι μια εναλλακτική και συμπληρωματική χρηματοδοτική στήριξη σε περίπτωση οικονομικών ζημιών που προκαλούνται, για παράδειγμα, από ατυχήματα, καταστροφές και πτώχευση (Gründl et al., 2016). Πέρα από τα παραπάνω ο κλάδος των ασφαλειών προσφέρει στην οικονομία μέσω της διευκόλυνσης του εμπορίου και των συναλλαγών, την αύξηση των αποταμιεύσεων και την προώθηση της αποτελεσματικότερης κατανομής των κεφαλαίων (Cummins et al., 2016).

Σε έρευνα του IOBE μελετήθηκε ο οικονομικός και κοινωνικός αντίκτυπος της ιδιωτικής ασφάλισης στην Ελλάδα. Η ιδιωτική ασφάλιση επιδρά στην οικονομία με τρεις τρόπους, με τον άμεσο, τον έμμεσο και την προκαλούμενη επίδραση. Η άμεση επίδραση αναφέρεται στο ίδιο το προϊόν και την προστιθέμενη αξία που δημιουργεί στην οικονομία, την φορολογία, την ασφάλιση, τις θέσεις εργασίας, οφέλη που δημιουργούνται από την δραστηριότητα των επιχειρήσεων του κλάδου. Η έμμεση επίδραση αναφέρεται στην πρόσθετη αξία που δημιουργείται σε άλλους κλάδους που σχετίζονται με τον ασφαλιστικό, όπως προμηθευτές, κλπ. Τέλος η προκαλούμενη επίδραση αφορά την αύξηση της κατανάλωσης από άτομα που σχετίζονται άμεσα και έμμεσα με τον κλάδο. Επίσης τα οφέλη είναι σημαντικά και σε κοινωνικό επίπεδο, παρά το γεγονός ότι ο κλάδος έχει χαμηλό βαθμό διείσδυσης συγκριτικά με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η ιδιωτική ασφάλιση συμβάλλει στην κοινωνία μέσω (Βέττας & Μανιάτης, 2019):

- Της ενίσχυσης της κοινωνικής σταθερότητας
- Της διαφύλαξης θέσεων εργασίας
- Της πρόληψης και διαχείρισης κινδύνων
- Της στήριξης της επιχειρηματικότητας
- Της βελτίωσης της δημοσιονομικής θέσης της χώρας και μακροοικονομικών δεικτών της οικονομίας.

## **1.6 Ανακεφαλαίωση**

Η διαμεσολαβητική λειτουργία της ασφάλισης βοηθά τους ανθρώπους να διαφυλάσσονται από αιφνίδιους και τυχαίους κινδύνους και η κάλυψη των ζημιών και των κινδύνων που συνήθως συμβαίνουν σε λίγους γίνεται από τις εισφορές πολλών. Οι ασφαλιστικές εταιρείες ενεργώντας ως χρηματοοικονομικοί μεσάζοντες επενδύουν τα ασφάλιστρα που εισπράττουν για τις υπηρεσίες που παρέχουν δηλαδή την προστασία των αντισυμβαλλόμενων, μεταφέροντας με αυτό τον τρόπο τον κίνδυνο από ένα άτομο ή μια επιχείρηση στην ασφαλιστική εταιρεία ή τις εταιρείες αντασφάλισης. Η αποτελεσματική λειτουργία του κλάδου συμβάλλει καθοριστικά στην βελτίωση της ποιότητας ζωής των ανθρώπων και την ανάπτυξη της οικονομίας.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:

### ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ

#### 2.1 Εισαγωγή

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός επηρεάζει όλους τους τομείς της κοινωνίας αλλά κυρίως την οικονομία. Οι εταιρείες έχουν την ευκαιρία να εντάξουν στα επιχειρηματικά τους μοντέλα νέες ψηφιακές τεχνολογίες όπως τα κοινωνικά δίκτυα, τα κινητά, το Δίκτυο Πραγμάτων, κλπ. Αυτό κυρίως συνεπάγεται αλλαγές στις βασικές επιχειρηματικές δραστηριότητες και οδηγεί σε τροποποίηση προϊόντων και διαδικασιών, καθώς και των οργανωτικών δομών, καθώς οι εταιρείες θα πρέπει να καθιερώσουν πρακτικές διαχείρισης για τη διεξαγωγή αυτών των πολύπλοκων μετασχηματισμών. Κατά συνέπεια, η κοινωνία αντιμετωπίζει συνολικά μια ριζική αλλαγή λόγω της ανάπτυξης ψηφιακών τεχνολογιών και της εκτεταμένης εφαρμογής τους σε όλες τις αγορές. Επίσης οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν ακόμη πιο σκληρό ανταγωνισμό λόγω της παγκοσμιοποίησης και προσπαθούν να ψηφιοποιηθούν πριν τους άλλους λόγω του αυξημένου ενδιαφέροντος των πελατών, προσπαθώντας να επιβιώσουν και να επιτύχουν ανταγωνιστικά οφέλη.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι μια διαδικασία δυναμική και συμβαδίζει με την ψηφιακή εξέλιξη και πραγματοποιείται σε αύξουσα ένταση από την δεκαετία του 1970, που άρχισε να συντελείται, έως σήμερα. Παράλληλα καθώς επηρεάζει διαφορετικά διαφορετικούς τομείς της οικονομίας και της κοινωνίας αποτελεί ένα φαινόμενο που μπορεί να προσεγγίζεται από ποικίλες οπτικές. Έτσι μέχρι και σήμερα η βιβλιογραφία δεν έχει καταλήξει σε ένα κοινό αποδεκτό ορισμό. Παρόλα αυτά σε κάθε περίπτωση σχετίζεται με την προσαρμογή των οργανισμών και συγκεκριμένα των επιχειρήσεων στις νέες ψηφιακές τεχνολογίες με τρόπο που να αυξάνουν τα οφέλη και η αξία όχι μόνο για την επιχείρηση αλλά και για τους λοιπούς ενδιαφερόμενους και κυρίως τους πελάτες. Τα τελευταία έτη οι ραγδαίες εξελίξεις

στην ψηφιακή τεχνολογία δημιουργούν ένα περιβάλλον που επιτάσσει την προσαρμογή των επιχειρήσεων όλων των τομέων στις νέες συνθήκες και την ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών με τρόπο να μεγιστοποιεί τα οφέλη.

Στο τρέχον κεφάλαιο αναπτύσσεται η έννοια και οι εξελίξεις στον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων. Αρχικά παρουσιάζονται ενδεικτικά κάποιοι από τους ορισμούς που έχουν δοθεί βιβλιογραφικά για τον ψηφιακό μετασχηματισμό σε μια προσπάθεια προσέγγισης του όρου από διάφορες οπτικές. Στην συνέχεια παρουσιάζεται ένα σύντομο ιστορικό και βασικές εξελίξεις στις ψηφιακές τεχνολογίες και κατ' επέκταση στα νέα επιχειρηματικά μοντέλα που αναπτύχθηκαν από τη δεκαετία του 1970 έως σήμερα. Τέλος παρουσιάζονται οι τρέχουσες εξελίξεις στον ψηφιακό μετασχηματισμό.

## **2.2 Ορισμός**

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι μια έννοια που βιβλιογραφικά ορίζεται με διάφορους τρόπους καθώς δεν έχει υιοθετηθεί ένας κοινός ορισμός (Schallmo et al., 2017). Στην συνέχεια παρουσιάζονται κάποιοι από τους ορισμούς που έχουν δοθεί ή η περιγραφή της έννοιας του ψηφιακού μετασχηματισμού.

«Ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι η χρήση τεχνολογίας για τη ριζική βελτίωση της απόδοσης ή της εμβέλειας των επιχειρήσεων. Τα στελέχη σε όλους τους κλάδους χρησιμοποιούν την ψηφιακή τεχνολογία και βελτιώνουν τη χρήση παραδοσιακών τεχνολογιών, όπως το ERP, για να αλλάξουν τις σχέσεις με τους πελάτες, τις εσωτερικές διαδικασίες και να προσθέσουν αξία» (Westerman et al., 2011).

«Ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι η σκόπιμη και συνεχής ψηφιακή εξέλιξη μιας εταιρείας, επιχειρηματικού μοντέλου, διαδικασίας ή μεθοδολογίας τόσο στρατηγικά όσο και συστηματικά» (Mazzone, 2014).

«Το πλαίσιο του ψηφιακού μετασχηματισμού περιλαμβάνει τη δικτύωση φορέων όπως επιχειρήσεων και πελατών σε όλα τα τμήματα της αλυσίδας προστιθέμενης αξίας και την εφαρμογή νέων τεχνολογιών. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός απαιτεί δεξιότητες που περιλαμβάνουν την εξαγωγή και ανταλλαγή δεδομένων, καθώς και την ανάλυση και τη μετατροπή αυτών των δεδομένων σε ενεργές πληροφορίες. Αυτές οι πληροφορίες πρέπει να χρησιμοποιηθούν για τον υπολογισμό και την αξιολόγηση των επιλογών, προκειμένου να καταστεί δυνατή η λήψη αποφάσεων και η έναρξη δραστηριοτήτων» (Schallmo et al., 2017).

«Ο ψηφιακός μετασχηματισμός περιγράφει τις αλλαγές που επιβάλλονται από τις τεχνολογίες πληροφοριών ως μέσο μερικής αυτοματοποίησης εργασιών» (Legner et al., 2017).

«Ο ψηφιακός μετασχηματισμός ορίζεται ως η χρήση ψηφιακών τεχνολογιών (μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κινητά, φορητές συσκευές, κλπ) για να καταστούν δυνατές σημαντικές επιχειρηματικές βελτιώσεις (όπως η βελτίωση της εμπειρίας των πελατών, ο εξορθολογισμός των λειτουργιών ή η δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων), χωρίς οι ψηφιακές τεχνολογίες να είναι απαραίτητα νέες. Η διαδικασία του ψηφιακού μετασχηματισμού συνοδεύεται από τη χρήση του συστήματος πληροφοριών και στο επίκεντρο, πέρα από την τεχνολογία, είναι και η στρατηγική» (Liere-Netheler et al., 2018).

«Ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι μια εξελικτική διαδικασία που αξιοποιεί ψηφιακές δυνατότητες και τεχνολογίες, για να επιτρέψει σε επιχειρηματικά μοντέλα, επιχειρησιακές διαδικασίες και εμπειρίες πελατών να δημιουργήσουν αξία» (Morakanyane et al., 2017).

Ο ορισμός που δίνεται από τους Morakanyane et al. (2017) περιλαμβάνει το πλαίσιο και τα χαρακτηριστικά του ψηφιακού μετασχηματισμού με ένα γενικό αλλά περιεκτικό τρόπο. Μελετώντας τα χαρακτηριστικά του ψηφιακού μετασχηματισμού αρχικά διαπιστώνεται ότι πρόκειται για μια εξελικτική διαδικασία, δηλαδή υπάρχει

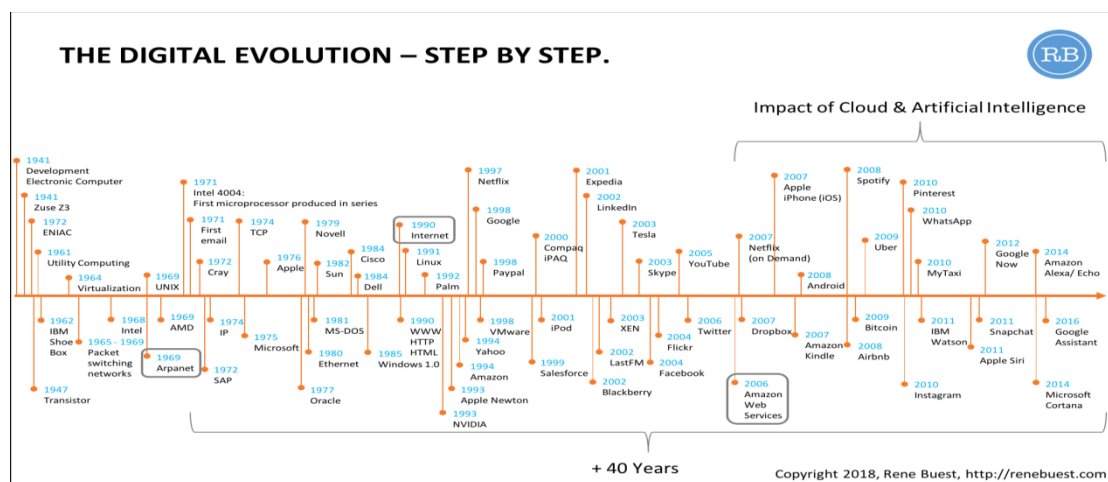
σταδιακή και συνεχής εξέλιξη που φέρνει ριζικές μεταβολές με την πάροδο του χρόνου. Οι ψηφιακές δυνατότητες αναφέρονται στις τεχνολογικές δεξιότητες που είτε κατέχονται είτε απαιτούνται από όλους τους ενδιαφερόμενους (πχ υπαλλήλους, πελάτες, κλπ) σε διάφορους τομείς ώστε ο οργανισμός να είναι σε θέση να αναπτυχθεί σε ένα ψηφιακό περιβάλλον. Οι ψηφιακές τεχνολογίες είναι μια καθοριστική παράμετρος του ψηφιακού μετασχηματισμού και αναφέρεται στις νέες και αναδυόμενες τεχνολογίες. Τα επιχειρηματικά μοντέλα, οι επιχειρησιακές διαδικασίες και οι εμπειρίες πελατών περιλαμβάνουν τους διαφορετικούς τομείς του οργανισμού που αναμένεται να μεταμορφωθούν λόγω της διαδικασίας ψηφιακού μετασχηματισμού. Τέλος η δημιουργία αναφέρεται σε όλες τις επιδράσεις και τα οφέλη για τον οργανισμό και τον πελάτη που επιτυγχάνονται από την προσπάθεια ψηφιακού μετασχηματισμού (Morakanyane et al., 2017).

### **2.3 Ιστορική αναδρομή**

Οι νέες ευκαιρίες που αναδύθηκαν από την ευρεία διάδοση του διαδικτύου οδήγησαν στον μετασχηματισμό μεγάλων τμημάτων της οικονομίας στην δεκαετία του 1990. Αυτές οι ευκαιρίες δημιούργησαν νέους τύπους ψηφιακών επιχειρηματικών μοντέλων (όπως το διαφημιστικό μοντέλο στόχευσης περιεχομένου της Google, το μοντέλο δημοπρασίας μεσιτείας του eBay, κλπ) και διαφορετικές φάσεις ψηφιακού μετασχηματισμού (Remane et al., 2016). Παρόλα αυτά η ψηφιοποίηση των επιχειρήσεων ξεκίνησε από την δεκαετία του 1970, έπειτα από μια εικοσαετία (1950-1969) που τέθηκαν οι βάσεις για την ψηφιοποίηση των επιχειρήσεων με την ανάπτυξη των ηλεκτρονικών υπολογιστών (Buest, 2018).

Η πρώτη περίοδος της ψηφιοποίησης των επιχειρήσεων ξεκίνησε το 1970 και σταματά το 2000 (Digital Enterprise 1.0), με την εισαγωγή της πληροφορικής σε όλα τα τμήματα των οργανισμών και την πρόσβαση όλο και περισσότερων υπαλλήλων σε αυτή. Η ανάπτυξη του Ethernet το 1980 ήταν ένα άλλο σημαντικό ορόσημο αυτής της εποχής, καθώς επέτρεψε την πρώτη σύνδεση υπολογιστών και άλλων συναφών συσκευών, παρέχοντας την δυνατότητα αλληλεπίδρασης και ανταλλαγής δεδομένων. Έτσι σταδιακά δημιουργήθηκαν τα πρώτα τοπικά δίκτυα και στην συνέχεια τα δίκτυα ευρείας περιοχής δίνοντας την δυνατότητα σύνδεσης εγχώριων και διεθνών υποκαταστημάτων. Ίσως το πιο σημαντικό επίτευγμα αυτής της εποχής είναι η δημιουργία του Παγκόσμιου Ιστού (World Wide Web – WWW) που επέτρεψε την πρόσβαση σε έγγραφα και πληροφορίες παγκόσμια και σε διαφορετικούς τύπους συστημάτων υπολογιστών. Η ενοποίηση πολλών εξελίξεων όπως ARPANET, το μοντέλο πελάτη-διακομιστή, TCP/IP, η δικτύωση, οι τηλεπικοινωνίες και ο Παγκόσμιος Ιστός διαμόρφωσαν το διαδίκτυο. Παρόλα αυτά σε αυτή την εποχή οι επιχειρήσεις στην πλειοψηφία τους χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο μόνο για την φιλοξενία των ιστοτόπων τους (Buest, 2018).

**Εικόνα 1: Ψηφιακή εξέλιξη**



Πηγή: Analyst POV, (2018), ανακτήθηκε από: <https://analystpov.com/strategy/digitization-its-an-evolution-and-not-a-transformation-25954>

Η δεύτερη εποχή ψηφιοποίησης των επιχειρήσεων (Digital Enterprise 2.0) εκτείνεται χρονικά από το 2001 έως το 2015 και αποτελεί μια εποχή που οι επιχειρήσεις συνειδητοποίησαν ότι η πληροφορική ήταν κάτι περισσότερο από ένα απλό εργαλείο αλλά μπορεί να αποτελέσει κεντρικό μέρος της επιχειρηματικής στρατηγικής. Ωστόσο, τα σημαντικά χαρακτηριστικά αυτής της εποχής ήταν ο υψηλός βαθμός διασύνδεσης μεταξύ οργανισμών και πελατών, συνεργατών και προμηθευτών, δημιουργώντας ολοκληρωμένα οικοσυστήματα, υποστηρίζοντάς το συστηματικά από λύσεις πληροφορικής. Έτσι οι οργανισμοί άρχισαν να χρησιμοποιούν τεχνολογίες π.χ. όπως υπολογιστές κινητής τηλεφωνίας, αρχιτεκτονικές επικεντρωμένες στο διαδίκτυο, διαδίκτυο των πραγμάτων (IoT), κοινωνικά μέσα και οικονομία API, διασφαλίζοντας έτσι μια καλύτερη διασύνδεση τόσο εντός όσο και εκτός της εταιρείας, σε διαφορετικούς κλάδους και πέρα από τα σύνορα. Η ταχεία ανάπτυξη της βιομηχανίας πληροφορικής βοήθησε πολλές εταιρείες, ιδίως νεοσύστατες επιχειρήσεις να οικοδομήσουν επιχειρήσεις πάνω σε ψηφιακούς κλάδους. Αρχιτεκτονικές με επίκεντρο το διαδίκτυο που καθορίζονται από λογισμικό και υπολογιστικό νέφος (cloud) βοήθησε νεοσύστατες επιχειρήσεις να αποφεύγουν τις πολύ πρώιμες επενδύσεις σε πόρους πληροφορικής. Ωστόσο, το cloud βοήθησε οργανισμούς οποιουδήποτε μεγέθους να αποκτήσουν γρήγορη πρόσβαση σε υπερσύγχρονες τεχνολογίες και καινοτόμες υπηρεσίες, να προσεγγίσουν ένα παγκόσμιο κοινό και να χειριστούν επεκτάσιμα περιβάλλοντα πληροφορικής. Μαζί με τις κινητές συσκευές και τις κινήσεις cloud, το Internet of Things έγινε όλο και πιο δημοφιλές και εμφανίστηκε ως μία από τις κινητήριες τάσεις της δεύτερης εποχής ψηφιοποίησης συνδέοντας το ψηφιακό με τον αναλογικό κόσμο, αναζητώντας τη μέγιστη διασύνδεση και την υψηλότερη δυνατή ανταλλαγή πληροφοριών. Χάρη στο cloud computing, τις λύσεις για κινητά, τις ασύρματες συνδέσεις και τα μεγάλα αναλυτικά δεδομένα, οι (τεχνικές) προσπάθειες και το (επενδυτικό) κόστος για τις απαραίτητες λύσεις πληροφορικής μειώθηκαν σημαντικά (Buest, 2018).

Μια άλλη μεγάλη τάση που αντικατοπτρίζει τον αντίκτυπο ενός υψηλού βαθμού διασύνδεσης για την δεύτερη εποχή ψηφιοποίησης είναι τα μέσα κοινωνικής

δικτύωσης. Η θεμελιώδης ιδέα των κοινωνικών μέσων είναι να φέρουν τους ανθρώπους κοντά μέσω υπηρεσιών που βασίζονται στο Διαδίκτυο. Χρησιμοποιώντας τις υπηρεσίες κοινωνικών μέσων μέσω ενός προγράμματος περιήγησης ιστού μέσω των επιτραπέζιων υπολογιστών και των φορητών υπολογιστών τους ή μέσω εγγενών εφαρμογών για κινητά στο smartphone, συμμετέχουν σε έναν κόσμο περιεχομένου που δημιουργείται από χρήστες γράφοντας αναρτήσεις ή σχόλια, μοιράζοντας φωτογραφίες, βίντεο ή απλώς κοινοποιώντας τους σκέψεις ή τι κάνουν σε μια στιγμή. Με βάση τα ενδιαφέροντά τους και τη συμπεριφορά τους, οι ιστότοποι κοινωνικών μέσων συνδέουν τα προφίλ χρηστών με άλλα άτομα ή ομάδες και δημιουργούν έτσι ένα κοινωνικό δίκτυο. Η κατανόηση και η σωστή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της σύνδεσης με πελάτες και ομάδες ατόμων και μπορεί να είναι ένα ισχυρό εργαλείο επικοινωνίας και μάρκετινγκ για επιχειρήσεις και οργανισμούς. Έτσι οι υπηρεσίες κοινωνικών μέσων επιτρέπουν στους οργανισμούς να προσεγγίσουν ένα ευρύτερο, ακόμη και παγκόσμιο κοινό και να συνεργαστούν μαζί τους με άμεσο και πολύ πιο κοντινό τρόπο, κατανοώντας και αναλύοντας τους τρόπους σκέψης και δράσης τους και ως εκ τούτου, ενισχύουν την εμπειρία των πελατών (Buest, 2018).

Μια άλλη σημαντική τάση της δεύτερης εποχής ψηφιοποίησης ήταν η οικονομία API (Application Programming Interface). Όλες οι μικροϋπηρεσίες διαμορφώνουν μαζί τον ιστότοπο ηλεκτρονικού εμπορίου και έχουν πρόσβαση μεταξύ τους μέσω των δημόσιων API τους. Χάρη στις υπηρεσίες για κινητά, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και cloud, τα API δεν ήταν πλέον αποκλειστικά δημοφιλή μεταξύ των προγραμματιστών, αλλά χρησιμοποιήθηκαν από διοικητικά στελέχη. Επιπλέον, τα API επέτρεψαν στους συνεργάτες, τους πελάτες και τις κοινότητες να έχουν εύκολη πρόσβαση σε δικές τους εφαρμογές, δεδομένα και συστήματα, ώστε η εταιρεία να γίνει μέρος της οικονομίας του API (Buest, 2018).

Από το 2016 έχει ξεκινήσει η τρίτη εποχή ψηφιοποίησης των επιχειρήσεων που καθορίζεται από έννοιες και επιχειρήσεις που βασίζονται σε πλατφόρμες, αλλά και

από μια ισχυρή οικονομία δεδομένων που υποστηρίζεται από υπηρεσίες και προϊόντα βασισμένα στην τεχνολογία AI (Artificial Intelligence). Πρόκειται για μια εποχή που υπάρχει μια εξελιγμένη διασύνδεση που βασίζεται στο Internet Of Everything (IoE), δηλαδή υφίσταται μια πολύ έντονη διασύνδεση μεταξύ των ατόμων, συσκευών, αντικειμένων και τοποθεσιών, συμβάλλοντας στην παροχή εξατομικευμένων λύσεων και υπηρεσιών, δημιουργώντας ένα υβριδικό σημείο επαφής, δηλαδή μια ισχυρή σύνδεση του ψηφιακού και αναλογικού κόσμου (Buest, 2018).

## **2.4 Εξελίξεις**

### **2.4.1 Πεδία εφαρμογής και εργαλεία**

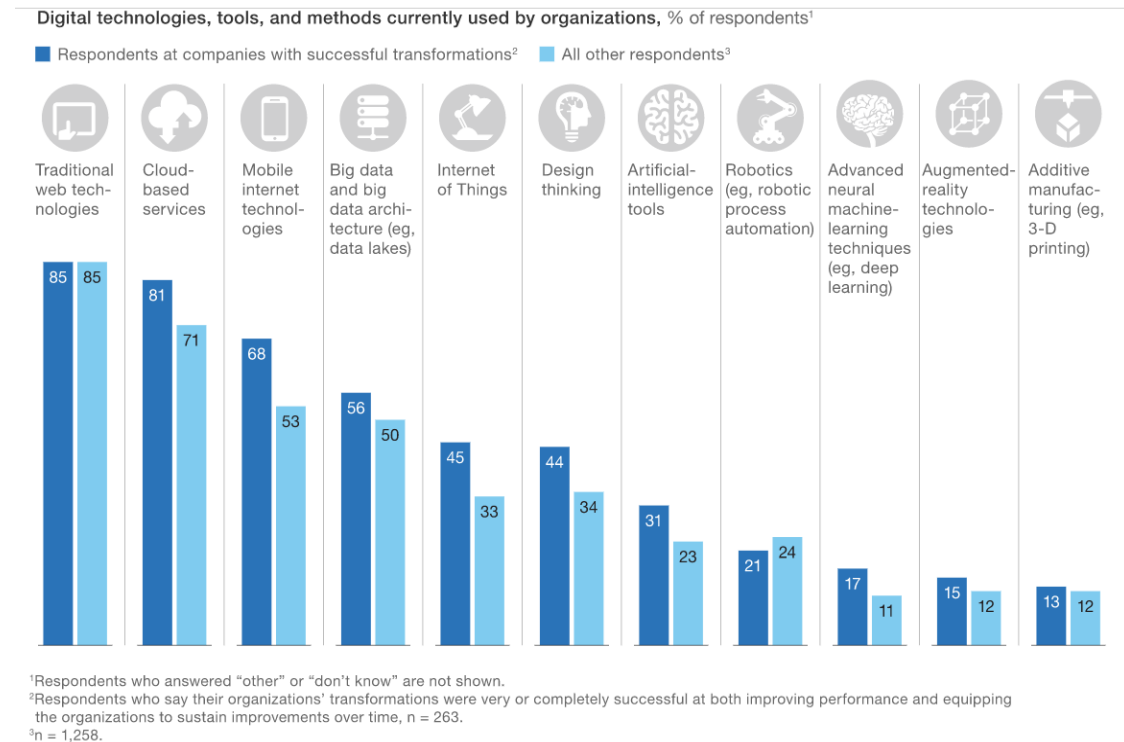
Τις τελευταίες τρεις δεκαετίες, οι τεχνολογίες και ειδικά στον τομέα των πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ), προχώρησαν με εκθετικό ρυθμό. Αυτή η άνευ προηγουμένου πρόοδος θεωρείται γενικά ως ψηφιακός μετασχηματισμός, στον οποίο η ικανότητα επεξεργασίας και αποθήκευσης δεδομένων έχει επεκταθεί δραματικά. Αυτό έχει επιτρέψει όλο και πιο εξελιγμένες ψηφιακές εφαρμογές να είναι δυνατές, όπως εφαρμογές που βασίζονται στο cloud, Internet of Things, τρισδιάστατη εκτύπωση, μεγάλη ανάλυση δεδομένων, μηχανική εκμάθηση, blockchain, ολοκλήρωση υπηρεσιών ψηφιακών προϊόντων και άλλες σχετικές πτυχές της αναδυόμενης βιομηχανίας 4.0. Η ταχεία διάδοση του ψηφιακού μετασχηματισμού οδηγεί σε νέες αλλαγές που συχνά περιλαμβάνουν μετασχηματισμούς βασικών επιχειρηματικών λειτουργιών και διαδικασιών (He et al., 2020). Παρόλο από ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι μια ολοκληρωμένη και αλληλοσυνδεόμενη έννοια, μπορεί να αφορά/συντελεστεί στα ακόλουθα πεδία (επιχειρηματικούς τομείς) (i-SCOOP, 2020):



- Επιχειρηματικές δραστηριότητες / λειτουργίες, όπως το marketing, οι ανθρώπινοι πόροι, η διοίκηση, η εξυπηρέτηση πελατών, κλπ.
- Επιχειρηματικές διαδικασίες δηλαδή συνδυασμό περισσότερες της μιας λειτουργίες και διαδικασίες για την επίτευξη ενός συγκεκριμένου επιχειρηματικού στόχου, σχετικά με τη διαχείριση, βελτιστοποίηση και αυτοματισμό των επιχειρηματικών διαδικασιών.
- Επιχειρηματικά μοντέλα, δηλαδή του τρόπου λειτουργίας των επιχειρήσεων και μπορεί να συνεπάγεται την προσαρμογή του τρόπου ή ακόμα και την πλήρη μεταβολή σχετικά με την άντληση εσόδων.
- Τα επιχειρηματικά οικοσυστήματα, δηλαδή του δικτύου όλων των ενδιαφερόμενων αλλά και των παραγόντων που επηρεάζουν την επιχείρηση, όπως κανονιστικές ή οικονομικές εξελίξεις.
- Την διαχείριση περιουσιακών στοιχείων των επιχειρήσεων, που όλο και περισσότερο σε αυτά συγκαταλέγονται άυλα περιουσιακά στοιχεία όπως η πληροφόρηση και οι ανθρώπινες σχέσεις.
- Η οργανωτική κουλτούρα που θα πρέπει να έχει πελατοκεντρικό και ευέλικτο χαρακτήρα και να βασίζεται σε βασικές ικανότητες σε τομείς όπως η ψηφιακή ωριμότητα, η ηγεσία, η αποθήκευση γνώσης (πληροφοριών) αλλά και στην αποτελεσματική συνεργασία και τον «πολιτισμό» στις επιχειρήσεις.
- Η προσέγγιση του ανθρώπινου παράγοντα (πελατών, εργαζόμενων και συνεργατών) και η προσαρμογή της συμπεριφοράς, των προσδοκιών και των αναγκών τους.

Σε έρευνα της εταιρείας McKinsey η επιτυχία του ψηφιακού μετασχηματισμού βασίζεται σε χαρακτηριστικά που εμπίπτουν στους τομείς της ηγεσίας, ανάπτυξης ικανοτήτων, ενδυνάμωση των εργαζόμενων, αναβάθμιση εξοπλισμού και τηλεπικοινωνίες. Όλο και περισσότερο ο επιτυχής μετασχηματισμός των επιχειρήσεων συμπεριλαμβάνει την ενσωμάτωση περισσότερων εξελιγμένων τεχνολογιών που οδηγούν σε πιο πολύπλοκες διαδικασίες και ενδεχομένως σε περισσότερες πιθανότητες αποτυχίας (McKinsey, 2018).

## Εικόνα 2: Ψηφιακές τεχνολογίες, εργαλεία και μέθοδοι που χρησιμοποιούν οι εταιρείες



Πηγή: McKinsey & Company, (2018), Survey, ανακτήθηκε από <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/unlocking-success-in-digital-transformations>

Όπως φαίνεται από την εικόνα 2, οι εταιρείες που έχουν ενσωματώσει σε μεγαλύτερο βαθμό τις ψηφιακές τεχνολογίες, εργαλεία και μεθόδους στην λειτουργία τους, εμφανίζουν υψηλότερο βαθμό επιτυχίας στον ψηφιακό μετασχηματισμό. Από την άλλη μεριά παρατηρείται πέρα από τις παραδοσιακές τεχνολογίες διαδικτύου, σημαντική είναι η ενσωμάτωση και των υπηρεσιών cloud, αλλά και των διαδικτυακών δυνατοτήτων των κινητών.

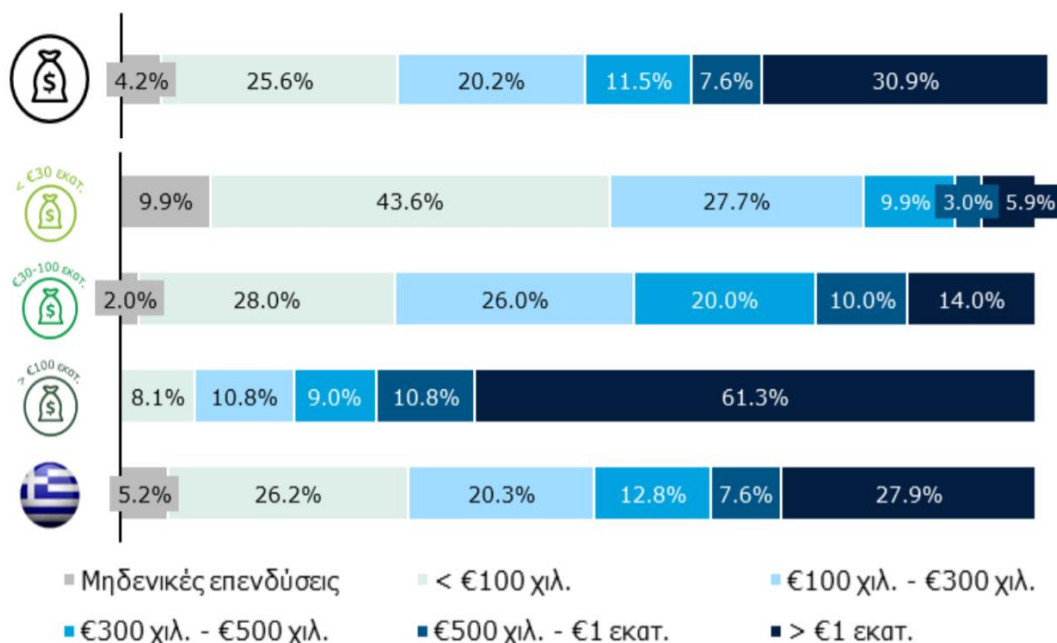
## 2.4.2 Ο ψηφιακός μετασχηματισμός στην Ελλάδα

Βάσει του SEV Digital Maturity Index (ο οποίος αποτελείται από 100 περίπου επιμέρους δείκτες, καλύπτοντας επτά διαστάσεις σχετικές με τον βαθμό ψηφιοποίησης των επιχειρήσεων, της κοινωνίας και του δημοσίου) η Ελλάδα για το 2018 κατατάσσεται στην 28<sup>η</sup> θέση (τελευταία θέση) μεταξύ των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στις δύο διαστάσεις από τις επτά και συγκεκριμένα στις Τεχνολογίες Πληροφορικής/Υψηλής Τεχνολογίας και στις υποδομές συνδεσιμότητας η Ελλάδα λαμβάνει την χαμηλότερη βαθμολόγηση, αρκετά χαμηλότερα από τον μέσο όρο της Ε.Ε. Ειδικά ως προς την ψηφιακή ωριμότητα των επιχειρήσεων η Ελλάδα κατατάσσεται στην 26<sup>η</sup> θέση με βαθμολόγηση 3,3, ενώ για την Ε.Ε. η μέση βαθμολογία ήταν 4,4 και για την Δανία που βρίσκεται πρώτη στην κατάταξη 5,8. Στο επίπεδο της τελικής βαθμολόγησης βρίσκεται ο βαθμός ενσωμάτωσης ψηφιακών τεχνολογιών και λύσεων και ο βαθμός υιοθέτησης ηλεκτρονικών συνδέσεων. Αντίθετα λίγο καλύτερη είναι η απόδοση σχετικά με την κυβερνοασφάλεια (3,8). Η χαμηλή ψηφιακή ωριμότητα των ελληνικών επιχειρήσεων κατά κύριο λόγο οφείλεται στην απουσία σαφούς ψηφιακής στρατηγικής στην πλειοψηφία των επιχειρήσεων, αλλά και στην υστέρηση ενός ευρύτερου εθνικού πλάνου για την μετάβαση στην 4<sup>η</sup> βιομηχανική επανάσταση (ΣΕΒ, 2019).

Σε έρευνα που πραγματοποίησε Παρατηρητήριο Ψηφιακού Μετασχηματισμού του ΣΕΒ τον Φεβρουάριο του 2019, μελετήθηκε ο βαθμός ψηφιακού μετασχηματισμού των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Βάσει της συγκεκριμένης έρευνας περίπου το 91% των στελεχών των επιχειρήσεων θεωρεί ότι ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι στρατηγικής σημασίας προτεραιότητα των επιχειρήσεων, αλλά μόλις το 48% έχει ξεκάθαρα ορισμένη και τεκμηριωμένη ψηφιακή στρατηγική. Όπως είναι αναμενόμενο στον ψηφιακό μετασχηματισμό επενδύουν περισσότερο οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις και συγκεκριμένα το 61,3% των επιχειρήσεων με τζίρο πάνω από 100 εκ. ευρώ την τελευταία τριετία επένδυσαν ποσά άνω του ενός εκατομμυρίου. Αντίθετα περισσότερο από το ήμισυ των μικρότερων επιχειρήσεων

(με έσοδα χαμηλότερα των 30 εκ. ευρώ) δεν έχουν επενδύσει τίποτα ή έχουν επενδύσει ποσά λιγότερα των 100 χιλιάδων ευρώ (ΣΕΒ, 2019).

**Εικόνα 3: Επενδύσεις ελληνικών επιχειρήσεων στον ψηφιακό μετασχηματισμό 2018**



Πηγή: ΣΕΒ, (2019), Μελέτη ψηφιακής και τεχνολογικής ωριμότητας οικονομίας και επιχειρήσεων

Οι επενδύσεις που έχουν πραγματοποιηθεί από τις επιχειρήσεις σε ψηφιακές τεχνολογίες (την τελευταία τριετία) όσον αφορά το ανθρώπινο δυναμικό, αφορούν κυρίως επενδύσεις σε εργαλεία απομακρυσμένης εργασίας, σε συστήματα αξιολόγησης και παροχής ανατροφοδότησης και σε πληροφοριακά συστήματα διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού. Σχετικά με τις βασικές διαδικασίες και την τεχνολογική υποδομή οι επενδύσεις αφορούσαν τον εκσυγχρονισμό των βασικών τεχνολογικών υποδομών (πλατφορμών- υπηρεσιών), τον εκσυγχρονισμό παλαιών συστημάτων και την αναβάθμιση ή την εγκατάσταση νέων συστημάτων ERP. Σε μικρότερο βαθμό πραγματοποιήθηκαν επενδύσεις στην παραγωγική και εφοδιαστική αλυσίδα. Τέλος όσον αφορά την εμπειρία του πελάτη οι μεγαλύτερες

επενδύσεις έγιναν σε ψηφιακά εργαλεία για τις πωλήσεις και το marketing, σε εργαλεία και λύσεις customer analytics και σε πολυκαναλικές λύσεις για τη διαχείριση και την ενίσχυση της εμπειρίας του πελάτη (ΣΕΒ, 2019).

## **2.5 Ανακεφαλαίωση**

Η έννοια του ψηφιακού μετασχηματισμού είναι πολυδιάστατη αλλά πάντα συνυφασμένη με την εξέλιξη της ψηφιακής τεχνολογίας, που τα τελευταία έτη πραγματοποιείται με αύξοντα ρυθμό και ενσωματώνεται όλο και περισσότερο στην καθημερινότητα των ατόμων και των οργανισμών. Η τρίτη εποχή του ψηφιακού μετασχηματισμού των επιχειρήσεων έχει ξεκινήσει από το 2016 και υποστηρίζεται από υπηρεσίες και προϊόντα βασισμένα στην τεχνολογία της τεχνητής νοημοσύνης, το Διαδίκτυο των Πραγμάτων και την έντονη διασύνδεση μεταξύ ατόμων και συσκευών. Οι λύσεις που προσφέρουν οι επιχειρήσεις θα πρέπει να είναι πελατοκεντρικές και εξατομικευμένες. Παρόλα αυτά στην πλειοψηφία των επιχειρήσεων οι νέες ψηφιακές τεχνολογίες δεν έχουν ακόμα εισαχθεί στην επιχειρηματική πρακτική και οι επιχειρήσεις στηρίζονται περισσότερο στις τεχνολογίες που αναπτύχθηκαν στην προηγούμενη εποχή. Στην Ελλάδα ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι ακόμα σε πρώιμα επίπεδα και έπεται σημαντικά των σχετικών εξελίξεων των άλλων κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:

### Ο ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ

### ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ

#### 3.1 Εισαγωγή

Στον κλάδο της ασφάλισης η τεχνολογική αλλαγή δεν είναι νέο φαινόμενο. Από την δεκαετία του 1960 η ασφάλιση ήταν ένας από τους κλάδους που σταδιακά υιοθέτησε την τεχνολογία και βρέθηκε αντιμέτωπος με τις προκλήσεις της καινοτομίας στις δυσνόητες διαδικασίες και τα συστήματα που δημιουργήθηκαν εκείνη την εποχή. Σήμερα η ασφάλιση βρίσκεται εν μέσω της Τρίτης Βιομηχανικής Επανάστασης και οδεύει προς την Τέταρτη Βιομηχανική Επανάσταση όπου φυσικοί, ψηφιακοί και βιολογικοί κόσμοι συντήκονται (Warburton, 2018). Ο ψηφιακός μετασχηματισμός μεταβάλλει την κανονική λειτουργική διαδικασία στον ασφαλιστικό κλάδο και εισάγει την τεχνολογική καινοτομία.

Ο ασφαλιστικός κλάδος βρίσκεται στο μεταίχμιο μιας παραδειγματικής αλλαγής. Η ψηφιοποίηση επιτυγχάνεται με γοργό ρυθμό, με νέες και καινοτόμες τεχνολογίες, με μεγαλύτερη χρήση δεδομένων, για πρώτη φορά με εφαρμογές στα κινητά και όχι μόνο αλλάζει τον τρόπο λειτουργίας του κλάδου, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο οι πελάτες αναμένουν να λειτουργήσει. Το πεδίο αλλάζει και μαζί του αλλάζει μορφή και ο ανταγωνισμός, αναγκάζοντας τους φορείς του κλάδου να ακολουθήσουν μια πιο καθορισμένη προσέγγιση, προσφέροντας υπηρεσίες παρεμφερείς με αυτές που παρέχονται στον κλάδο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Η ταχεία πρόοδος των τεχνολογιών cloud, τεχνητής νοημοσύνης (AI), μεγάλων δεδομένων και Internet of Things (IoT) αλλάζει το περιβάλλον στον ασφαλιστικό κλάδο.

Στο κεφάλαιο αυτό αρχικά ορίζεται και διασαφηνίζεται η έννοια του insurtech. Στην συνέχεια παρουσιάζονται οι τεχνολογίες που έχουν εισαχθεί και συνεχίζουν να

εισάγονται στον κλάδο της ασφάλισης αλλά και πως αναμένεται να επηρεάσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες και το μέλλον των ασφαλιστικών εταιρειών. Τέλος παρουσιάζονται οι τρέχουσες εξελίξεις στον ψηφιακό μετασχηματισμό του ασφαλιστικού κλάδου, τόσο παγκόσμια όσο και στην Ελλάδα, κυρίως με την αναφορά σε συγκεκριμένα καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες.

### **3.2 Έννοια και ορισμός του insurtech**

Ο όρος τεχνολογία στην ασφάλιση (insurance technology – insurtech) αναφέρεται στην τεχνολογία που είναι σχεδιασμένη για να αυξάνει την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα των ασφαλιστικών εταιρειών. Ενώ η τεχνολογία χρησιμοποιείται από τον ασφαλιστικό κλάδο εδώ και πολλά χρόνια ο όρος insurtech αναφέρεται στις πιο καινοτόμες και επαναστατικές τεχνολογίες που εισέρχονται στον χώρο (Szakiel, 2018).

Σύμφωνα με τον Ricciardi (2018) ο όρος insurtech είναι μια νέα λέξη στον ασφαλιστικό κλάδο χωρίς όμως να έχει ακόμα δοθεί σε αυτόν ένας ξεκάθαρος, κοινά αποδεκτός και εδραιωμένος ορισμός. Ο ορισμός του insurtech θα πρέπει να καλύπτει έννοιες πέρα από τον συνδυασμό της ασφάλισης και της τεχνολογίας, ώστε να περιλαμβάνει την εγγενή πελατοκεντρική προσέγγιση καθώς και τη δυναμική που έχει η τεχνολογία να ενεργοποιήσει την αλυσίδα αξίας των εμπλεκόμενων φορέων ή να διαταράξει τα ενοποιημένα επιχειρηματικά μοντέλα του κλάδου.

Με βάση τα παραπάνω ως insurtech ορίζεται «το οικοσύστημα των εστιασμένων και καινοτόμων εταιρειών (συχνά νεοσύστατων) που δημιουργούν αξία για τους πελάτες και/ή τους ασφαλιστικούς φορείς, διαταράσσοντας ή επιλύοντας προβλήματα σε ολόκληρη την αλυσίδα αξιών ασφάλισης, μέσω της εμπλοκής της τεχνολογίας, ακολουθώντας μια ευέλικτη και επικεντρωμένη στον χρήστη προσέγγιση» (Ricciardi, 2018).



Σύμφωνα με τον Waal το insurtech είναι «η τεχνολογία που υποστηρίζει την ψηφιακή εξέλιξη των ασφαλιστών και αυξάνει τις στρατηγικές προτεραιότητες και τις προτεραιότητες της τεχνολογίας της πληροφορίας (IT) και παράλληλα διαταράσσει/συνεργάζεται με τις επιχειρηματικές διαδικασίες και τα μοντέλα σε μια από τις μεγαλύτερες βιομηχανίες του κόσμου» (Fortifier, 2019).

Ο Smith ορίζει το insurtech ως «το σταυροδρόμι όπου συναντώνται ασφαλιστικές επιχειρήσεις, ψηφιακές πλατφόρμες και τεχνολογική καινοτομία. Το insurtech θα συνεχίσει να διαταράσσει όλες τις πτυχές της ασφάλισης, δηλαδή τις αλυσίδες εφοδιασμού, την εξυπηρέτηση πελατών, τα προϊόντα και πολλά άλλα» (Fortifier, 2019).

### **3.3 Νέες τεχνολογίες στον κλάδο της ασφάλισης**

Η εξέλιξη στην τεχνολογία αλλάζει τον τρόπο λειτουργίας των ασφαλιστικών εταιρειών. Προς το παρόν οι ασφαλιστικές εταιρείες διεθνώς επικεντρώνονται στη βελτίωση των ψηφιακών δυνατοτήτων τους ώστε να είναι σε θέση να προσαρμοστούν τόσο στη μεταβολή των δεδομένων στην αγορά όσο και στις εξελισσόμενες απαιτήσεις των πελατών στο μέλλον (Fortifier, 2019). Στην συνέχεια παρουσιάζονται κάποιες πρωτοποριακές λύσεις που αναμένεται να μεταμορφώσουν την ασφάλιση στο εγγύς μέλλον.

#### **1. Τεχνητή νοημοσύνη – Artificial Intelligence**

Ο ασφαλιστικός κλάδος ήταν ένας από τους πρώτους που άρχισε να χρησιμοποιεί τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης για να αυτοματοποιήσει επαναλαμβανόμενες διαδικασίες, να βελτιστοποιήσει την ανάλυση κινδύνων και να βελτιώσει την αλληλεπίδραση με τους πελάτες (Fortifier, 2019). Η τεχνητή νοημοσύνη είναι νοημοσύνη που παρέχεται από μηχανές. Ένα μηχανήμα θεωρείται «έξυπνο» όταν

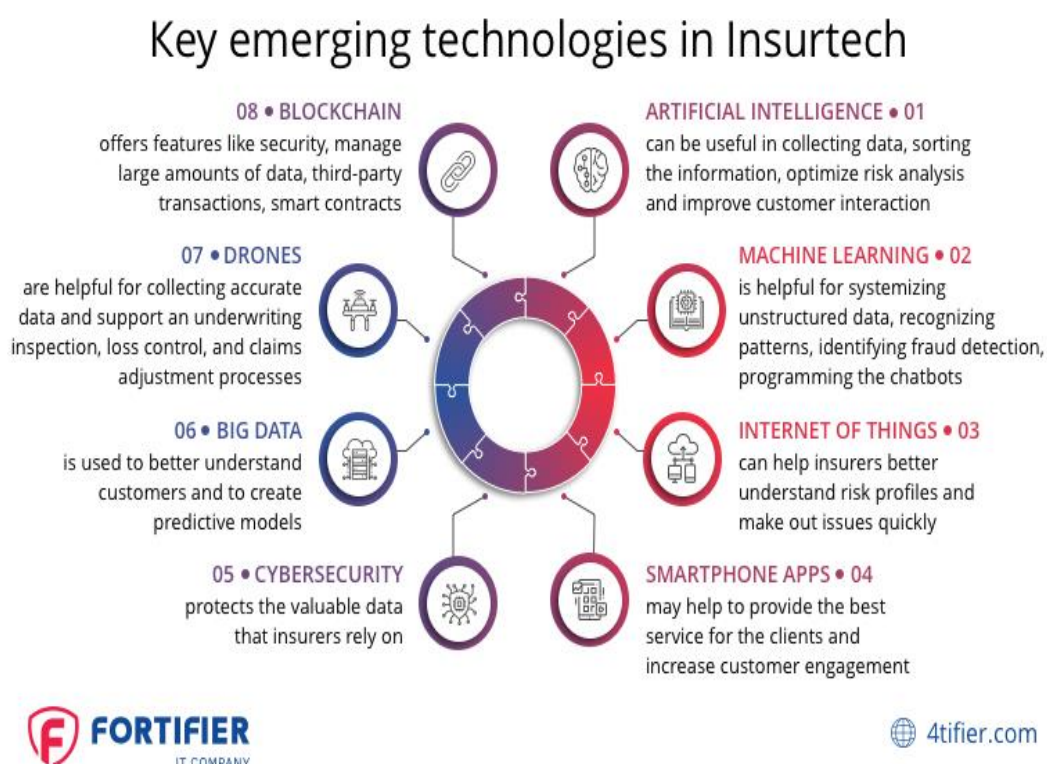
λαμβάνει υπόψη του το περιβάλλον του και αναλαμβάνει δράση για να μεγιστοποιήσει τη δυνατότητα επίτευξης ενός δεδομένου στόχου. Η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να χρησιμοποιηθεί ευρέως όταν τα προγράμματα των υπολογιστών αναπτύσσονται για να έχουν γνωστικές λειτουργίες όπως η εκμάθηση και η επίλυση προβλημάτων. Η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να εφαρμοστεί σε τομείς όπως η συλλογιστική, η γνώση, ο προγραμματισμός, η εκμάθηση, η επεξεργασία φυσική γλώσσας, η αντίληψη και η μετακίνηση/χειρισμός αντικειμένων (OECD, 2017). Κάποιες από τις εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν στον ασφαλιστικό κλάδο είναι (Fortifier, 2019; OECD, 2017):

- Ρομπότ που θα ελέγχουν αυτόνομα τις αξιώσεις, παρέχοντας εξοικονόμηση επιχειρηματικών πόρων και άμεση διευθέτηση των αξιώσεων των πελατών.
- Ρομπότ παροχής συμβουλών σε πελάτες, παρέχοντας αυτοματοποιημένη καθοδήγηση και συμβουλές. Έτσι οι άνθρωποι θα μπορούσαν να λάβουν καθοδήγηση με ένα πιο οικονομικά αποδοτικό τρόπο. Όμως ανάλογα με τη δόμηση του αλγόριθμου παροχής συμβουλών οι άνθρωποι επίσης θα μπορούσαν να λάβουν ακατάλληλες συμβουλές και να οδηγηθούν στην λήψη ακατάλληλων αποφάσεων.
- Προγράμματα παρακολούθησης της φυσικής κατάστασης των πελατών και παρεμφερείς εφαρμογές για το τμήμα ασφάλισης της υγείας.
- Συσκευές παρακολούθησης οχημάτων για τις ασφάλειες αυτοκινήτων.
- Παρεμφερείς αισθητήρες και ιχνηλάτες που διαθέτουν πραγματικά δυναμικούς και έξυπνους αλγόριθμους αναδοχής.

Σε αντίθεση με άλλους κλάδους, οι ασφαλιστικοί πράκτορες δεν αλληλεπιδρούν με τους πελάτες σε τακτική βάση. Επομένως, η δυνατότητα χρήσης των δεδομένων των πελατών για την κατανόηση των προτιμήσεών τους είναι εξαιρετικά σημαντική. Η Τεχνητή Νοημοσύνη θα μπορούσε να είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για τη συλλογή δεδομένων, τη διαλογή πληροφοριών και την παροχή ακριβέστερων προφίλ των πελατών. Παρόλα αυτά η χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στον ασφαλιστικό κλάδο

ελλοχεύει κάποιους κινδύνους, όπως η αυξημένη ευπάθεια των εταιρειών σε επιθέσεις στον κυβερνοχώρο ή τεχνικές αποτυχίες που θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε διαταραχές και ζημιές. Επίσης δυσκολίες μπορεί να ανακύψουν από τη μεταφορά της ευθύνης από τον άνθρωπο στις μηχανές και τον προγραμματιστή τους, γεγονός που οδηγεί σε νέες απαιτήσεις για την διαχείριση των κινδύνων (Fortifier, 2019).

**Εικόνα 4: Αναδυόμενες τεχνολογίες στον ασφαλιστικό κλάδο**



Πηγή: Fortifier, (2019), ανακτήθηκε από <https://4tifier.com/what-is-insurtech-what-you-should-know-about-emerging-technologies-in-the-insurance-sector/>

## 2. Μηχανική μάθηση – Machine Learning

Η μηχανική μάθηση έχει μεγάλες δυνατότητες στον ασφαλιστικό κλάδο και ειδικά στην πρόβλεψη κινδύνων. Η μηχανική εκμάθηση είναι ιδανική για την συλλογή

δεδομένων από αισθητήρες του Διαδικτύου των Πραγμάτων και μπορούν να εγκατασταθούν στο σπίτι στο πλαίσιο ενός «έξυπνου σπιτιού» ή στο αυτοκίνητο (τηλεματική) (Fortifier, 2019). Η τηλεματική ασφάλιση πραγματοποιείται όταν μια συσκευή τοποθετείται σε μηχανοκίνητα οχήματα και χρησιμοποιείται για την παρακολούθηση της οδήγησης (OECD, 2017). Επίσης η μηχανική μάθηση μπορεί να εφαρμοστεί στον χώρο της ασφάλισης για τη συστηματοποίηση μη δομημένων δεδομένων, όπως μεταγραφή κλήσεων, την αναγνώριση χειρόγραφων εγγράφων, τον προσδιορισμό του αναλαμβανόμενου κινδύνου, κλπ. Επιπρόσθετα μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τον προγραμματισμό των ρομπότ παροχής συμβουλών (chatbots) ώστε να μιλούν σαν πραγματικά άτομα (Fortifier, 2019).

### 3. Διαδίκτυο των Πραγμάτων – IoT Internet of Things

Το Διαδίκτυο των πραγμάτων (IoT) είναι ένα δίκτυο ή ένα σύστημα διασυνδεδεμένων συσκευών, αισθητήρες που αλληλεπιδρούν με άλλες συσκευές μέσω του Διαδικτύου. Αυτά τα αντικείμενα ή «πράγματα» έχουν κάρτες μνήμης και επεξεργαστές, οι οποίοι επιτρέπουν τη μεταφορά δεδομένων σε άλλες συσκευές. Επίσης μπορούν να προγραμματιστούν ώστε να εκτελούν συγκεκριμένες πράξεις και να αντιδρούν σε εξωτερικά ερεθίσματα. Η τεχνολογία του IoT δεν είναι νέα στον ασφαλιστικό κλάδο καθώς υπάρχουν ήδη συσκευές για τον έλεγχο της υγείας των ατόμων, αισθητήρες που τοποθετούνται στις μετακινήσεις και συστήματα γεωγραφικών πληροφοριών. Σήμερα οι ασφαλιστικές εταιρείες αποζημιώνουν για τη ζημιά, ενώ με την ενσωμάτωση της τεχνολογίας IoT στην εργασία τους θα είναι σε θέση να προβλέπουν τη πιθανή ζημιά και θα συμβάλει στην ανάπτυξη νέων αντασφαλιστικών προϊόντων και υπηρεσιών (Fortifier, 2019). Η εφαρμογή του IoT πέρα από την τηλεματική ασφάλιση μπορεί να χρησιμοποιηθεί με την εφαρμογή αισθητήρων σε σπίτια και επιχειρήσεις για την ειδοποίηση των αντισυμβαλλόμενων για κινδύνους όπως οι κακές καιρικές συνθήκες, η παρακολούθηση της ασφάλειας, κλπ (OECD, 2017).

#### 4. Εφαρμογές σε έξυπνα κινητά – Smartphone Apps

Δεδομένου ότι η αγορά των έξυπνων κινητών αναπτύσσεται ραγδαία, ο κλάδος της ασφάλισης μπορεί να χρησιμοποιήσει την τεχνολογία κινητής τηλεφωνίας για την αλληλεπίδραση με τους συνεργάτες και τους πελάτες. Η χρήση εφαρμογών για κινητά μπορεί να προσδώσει μια πιο άμεση επικοινωνία με τους πελάτες και να βοηθήσει (Fortifier, 2019):

- Στην παροχή περισσότερων πληροφοριών για την εταιρεία και τις υπηρεσίες.
- Στην ενσωμάτωση της τεχνολογίας μάρκετινγκ.
- Στην επιλογή κατάλληλων πακέτων υπηρεσιών.
- Στον υπολογισμό του κόστους ασφαλιστήριων συμβολαίων.
- Στην αγορά ασφαλιστικών πακέτων εξ αποστάσεως.
- Στην άμεση επικοινωνία με τους ασφαλιστικούς πράκτορες.

Επίσης οι εφαρμογές στα κινητά μπορούν να παράσχουν μεγάλη βοήθεια στις εργασίες των ασφαλιστικών πρακτόρων, καθώς κινούνται συνεχώς, συναντούν δυνητικούς πελάτες και κάνουν συμφωνίες με άλλους συνεργάτες. Επιπλέον μπορούν να τους εξυπηρετήσουν στην συμπλήρωση εγγράφων, στην τήρηση αρχείων και στην συμπλήρωση αναφορών, βοηθώντας στην σημαντική εξοικονόμηση χρόνου. Σχετικές εφαρμογές στα κινητά επιτρέπουν τη βελτιστοποίηση της ροής των εργασιών και τη μείωση του κόστους των καθημερινών εργασιών (Fortifier, 2019).

#### 5. Τεχνολογία κατανεμημένης εγγραφής – Blockchain

Η τεχνολογία blockchain είναι ένα πρωτόκολλο για την ανταλλαγή αξιών ή δεδομένων μέσω του διαδικτύου, το οποίο δεν απαιτεί μεσάζοντα. Το πρωτόκολλο της τεχνολογίας blockchain είναι η δημιουργία μιας κοινόχρηστης, κρυπτογραφημένης

βάσης δεδομένων συναλλαγών και άλλων πληροφοριών (OECD, 2017). Η ανάπτυξη που βασίζεται στην τεχνολογία blockchain και στοχεύει στην αυτοματοποίηση του ασφαλιστικού κλάδου είναι μια πολλά υποσχόμενη προοπτική. Η τεχνολογία αυτή ήδη χρησιμοποιείται για την διαχείριση, κοινοποίηση και προστασία μεγάλων όγκων δεδομένων, την πραγματοποίηση συναλλαγών με τρίτους και την δημιουργία έξυπνων συμβάσεων μέσω αποκεντρωμένων μπλοκ που εντάσσονται σε ένα κεντρικό δίκτυο και μέσω της αυτοματοποίησης. Το γεγονός ότι σε ένα δίκτυο βασισμένο στην τεχνολογία blockchain τα δεδομένα είναι δύσκολο να παραποιηθούν, καθώς μπορούν να γίνουν νέες καταχωρίσεις αλλά δεν μπορούν να μεταβληθούν οι υπάρχουσες, μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στον ασφαλιστικό κλάδο, καθιστώντας τις πληροφορίες αξιόπιστες και δύσκολη την απόκρυψη στοιχείων (Fortifier, 2019).

#### 6. Μαζικά δεδομένα – Big data

Ο όρος big data αναφέρεται στον τεράστιο όγκο δεδομένων που είναι σχεδόν αδύνατο να επεξεργαστεί με τις παραδοσιακές μεθόδους (Γαλαζίου, 2017). Στον ασφαλιστικό κλάδο η ανάπτυξη λογισμικών προγραμματισμού για την αποθήκευση δεδομένων, την ανάλυσή τους και την δημιουργία αναφορών είναι ιδιαίτερα σημαντική για την καλύτερη κατανόηση των πελατών, των συμπεριφορών και των προτιμήσεών τους. Οι ασφαλιστικές εταιρείες μπορούν να επεκτείνουν τις βάσεις δεδομένων των πελατών τους χρησιμοποιώντας τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και αναλύσεις κειμένων ώστε να διαμορφώνουν μια πιο λεπτομερή εικόνα, έχοντας ως κύριο στόχο την δημιουργία προγνωστικών μοντέλων (Fortifier, 2019).

#### 7. Συστήματα μη Επανδρωμένων Αεροσκαφών – Drones

Παρόλο που τα drones είναι μια τεχνολογία που δεν έχει σχεδιαστεί για τον ασφαλιστικό κλάδο, μπορεί να φέρει την καινοτομία σε αυτόν. Τα drones μπορεί να

χρησιμοποιηθούν για την συλλογή δεδομένων και την αξιολόγησή τους αμέσως μετά από το όποιο συμβάν. Για παράδειγμα μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες επιθεώρησης ακινήτων και να προσφέρουν εικόνες υψηλής ανάλυσης. Έτσι μπορεί να υποστηρίξουν και να διευκολύνουν τις διαδικασίες επιθεώρησης, ελέγχου, ζημιών και των αξιώσεων (Fortifier, 2019).

## 8. Κυβερνο-ασφάλεια – Cybersecurity

Οι λύσεις για την ασφάλεια στον κυβερνοχώρο μπορούν να βοηθήσουν τον ασφαλιστικό κλάδο να αντιμετωπίσει τους ολοένα αυξανόμενους κινδύνους που σχετίζονται με αυτόν. Στον κλάδο υπάρχει η διαχείριση προσωπικών δεδομένων μεγάλης κλίμακας, τα οποία μπορούν να στοχοποιηθούν από χρήστες με παράνομες προθέσεις. Για την αποτελεσματική αντιμετώπιση των ζητημάτων ασφάλειας στον κυβερνοχώρο, οι ασφαλιστικές εταιρείες θα πρέπει να θέσουν σοβαρά προστατευτικά μέτρα, να υπάρξει συνεργασία μεταξύ τμημάτων, να δοθεί προτεραιότητα στη διαφανή εσωτερική επικοινωνία και να σχεδιαστούν κατευθυντήριες γραμμές για την απόκριση στις απειλές στον κυβερνοχώρο (Fortifier, 2019).

## 3.4 Εξελίξεις

### 3.4.1 Παγκόσμια

Τα τελευταία έτη το insurtech έχει γίνει πόλος έλξης σημαντικών επενδύσεων που συγκεκριμένα το 2019 ανήλθαν σε 6,3 δις δολάρια με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης την διετία 2017-2019 58%. Το 90% αυτών των επενδύσεων χρηματοδότησε νεοφυείς επιχειρήσεις στους τομείς cloud, εφαρμογών σε κινητά, τεχνητή νοημοσύνη και δεδομένα. Οι κλάδοι που παρουσιάζουν σταθερή άνοδο στις επενδύσεις ψηφιακής τεχνολογίας είναι ο κλάδος των αυτοκινήτων, των κατοικιών και της υγείας. Το 2019

η πλειοψηφία (74%) των κεφαλαιουχικών επενδύσεων έγινε σε εφαρμογές cloud και εφαρμογές σε κινητά, το 16% σε τεχνητή νοημοσύνη, το 6% σε IoT, το 3% σε μεγάλα δεδομένα και το 1% σε τεχνολογία blockchain. Από το σύνολο των παγκόσμιων επενδύσεων την περίοδο 2010-2019, το 62% πραγματοποιήθηκε σε εταιρείες με έδρα την Βόρεια Αμερική, το 20% στην Ασία και το 16% στην Ευρώπη (Everis, 2020).

Μια από τις παγκόσμιες τάσεις στο insurtech είναι η παροχή υπηρεσιών βασισμένες στα δεδομένα. Για να γίνουν οι ασφαλιστικές εταιρείες μέρος της καθημερινής ζωής των πελατών, θα πρέπει να υπάρχει διαρκής ροή δεδομένων, πχ από συνδεδεμένες συσκευές και αυτά τα δεδομένα να μετατρέπονται σε νέες πληροφορίες που με την σειρά τους θα οδηγούν σε νέες ασφαλιστικές προτάσεις και υπηρεσίες. Κάποιες από αυτές τις εταιρείες καθώς και τα προϊόντα που έχουν αναπτύξει τα τελευταία έτη παρουσιάζονται στην συνέχεια (Peverelli & De Feniks, 2018).

Ο νικητής του βραβείου DIAMOND, η εταιρεία The Floow (με έδρα το Sheffield στην Μεγάλη Βρετανία) σχεδιάζει συστήματα τηλεματικής για να κάνει τα οχήματα ασφαλέστερα και φθηνότερα για όλους. Το GoWithFloow (GWF) είναι μια πλατφόρμα για κοινή χρήση αυτοκινήτων. Είναι ένα είδος Airbnb σε αυτοκίνητα, συμπεριλαμβανομένης της αξιολόγησης του ιδιοκτήτη ή του ενοικιαστή του αυτοκινήτου. Όμως, στο σημείο όπου η πλατφόρμα διαφέρει από άλλα παραδείγματα κοινής χρήσης αυτοκινήτων και ενοικίασης οχημάτων είναι η προσθήκη του κινητήρα τηλεματικής Floow και του συστήματος βαθμολογίας που είναι ενσωματωμένο στο λογισμικό. Αυτό σημαίνει ότι όταν ένας οδηγός ενοικιάζει ένα αυτοκίνητο, η συμπεριφορά του μπορεί να εντοπιστεί χρησιμοποιώντας τις δυνατότητες του smartphone ως αισθητήρα. Το Floow χρησιμοποιεί αυτές τις πληροφορίες για να αναπτύξει μια βαθμολογία για τον οδηγό για να βοηθήσει τους ενοικιαστές να αποφασίσουν σε ποιον θα ενοικιάσουν το αυτοκίνητό τους. Το Floow συνεργάζεται με ασφαλιστικές εταιρείες για να φέρει την πρόταση στην αγορά (Peverelli & De Feniks, 2018).



Η εταιρεία HeartShield (Βιέννη, Αυστρία) ανέπτυξε μια πλατφόρμα τεχνητής νοημοσύνης που χρησιμοποιεί δεδομένα ασθενών για να αναγνωρίσει παράγοντες κινδύνου και να προσδιορίσει εάν κάποιος είναι πιθανός υποψήφιος για καρδιακή προσβολή ή καρδιακή ανεπάρκεια εγκαίρως. Αντί να χρησιμοποιούνται στατιστικά στοιχεία του 19<sup>ου</sup> και του 20<sup>ου</sup> αιώνα, μέσω των υπολογιστών λαμβάνονται προειδοποιητικά σημάδια χρησιμοποιώντας αυτόνομα δεδομένα από κάθε είδους συσκευές που μπορούν να μετρήσουν τον καρδιακό ρυθμό, συμπεριλαμβανομένων smartphone, έξυπνων ρολογιών και κλινικών ή φορητών ECGs. Οι αλγόριθμοι πίσω από το HeartShield ξεπερνούν τους καλύτερους προγνωστικούς παράγοντες μεταβλητότητας του καρδιακού ρυθμού που χρησιμοποιούνται για την ανίχνευση καρδιακών παθήσεων και είναι πιο αξιόπιστοι από τις βαθμολογίες κινδύνου με βάση τις εξετάσεις αίματος για την αναγνώριση της στεφανιαίας νόσου (Peverelli & De Feniks, 2018).

Οι συνεχείς αναβαθμίσεις στη συλλογή δεδομένων επιτρέπουν την εφαρμογή ανάλυσης συμπεριφοράς σε όλους τους τύπους προϊόντων στον ασφαλιστικό κλάδο. Οι εταιρείες insurtech βρήκαν μια τεράστια ευκαιρία στη δραστηριότητα υγείας και επικεντρώνονται στη βελτίωση των προγραμμάτων ασφάλισης υγείας με προσιτές τιμές και βελτιωμένες ιατρικές υπηρεσίες. Στο συγκεκριμένο πλαίσιο στην αγορά της δημόσιας υγείας των Η.Π.Α., η Insurtechs χρησιμοποιεί τεχνολογία για τη βελτίωση των οικιακών διαδικασιών υγειονομικής περίθαλψης και το μοντέλο ακριβούς τμηματοποίησης τιμών. Αυτός ο τομέας έχει κερδίσει γρήγορα έλξη με την υποστήριξη εταιρειών χρηματοδότησης που επενδύουν μεγάλα χρηματικά ποσά πίσω από αυτά τα μοντέλα (Everis, 2020).

Η Allianz Suisse χρησιμοποίησε την πλατφόρμα ζωής της KASKO με βάση το cloud για τη δημιουργία και τη λειτουργία ενός νέου τύπου ασφαλιστικού προϊόντος, του splitsurance. Το προϊόν στοχεύει φοιτητές πανεπιστημίου στην Ελβετία, οι οποίοι μοιράζονται ένα διαμέρισμα με άλλους φοιτητές. Οι πελάτες μπορούν να λάβουν κάλυψη ευθύνης, να ασφαλισουν έως και τρία είδη υψηλής αξίας της επιλογής τους

και επίσης να λάβουν εκπτώσεις εάν οι συγκάτοικοί τους αποφασίσουν να συμμετάσχουν στο πρόγραμμα. Οι χρήστες μπορούν να διαχειριστούν και να ανανεώσουν την κάλυψή τους αυτόνομα μέσω μιας πύλης πελατών (Simon, 2019).

Μια ακόμα τάση στον κλάδο της ασφάλισης είναι η πώληση «αόρατων» ασφαλιστικών προϊόντων, δηλαδή αγορά προϊόντων στα οποία υπάρχει ήδη μια ασφάλιση ενσωματωμένη σε αυτά. Για παράδειγμα οι πελάτες που αγοράζουν το BMW i3 ή το i8 δικαιούνται επτά ημερών δωρεάν, ολοκληρωμένη ασφάλιση αυτοκινήτου από την BMW Car Insurance, η οποία απλώς ενεργοποιείται μέσω τηλεφώνου από τον πελάτη. Στη συνέχεια, στους πελάτες παρέχεται μια επισκόπηση των ασφαλιστικών επιλογών που έχουν στη διάθεσή τους μετά τη λήξη του επτά ημερών δωρεάν συμβολαίου και όλα είναι σχεδιασμένα και υποστηριζόμενα από την Allianz (Peverelli & De Feniks, 2018).

Τα περισσότερα προϊόντα που αναπτύσσονται στον ασφαλιστικό κλάδο είναι πελατοκεντρικά. Ένα από αυτά τα προϊόντα είναι της Cunniff η οποία παρέχει ωριαία ασφάλιση αυτοκινήτου μέσω εφαρμογής για κινητά. Ο πελάτης αρκεί να στείλει τα στοιχεία και την κατά προσέγγιση αξία του αυτοκινήτου που δανείζεται από ένα φίλο ή μέλος της οικογένειάς του, το χρονικό διάστημα (ώρες) που επιθυμεί να ασφαλιστεί και φωτογραφία του αυτοκινήτου και συνάπτεται η συμφωνία. Η εταιρεία διερευνά διάφορες βάσεις δεδομένων για να ελέγξει την εγκυρότητα των στοιχείων που αποστέλλονται, το ιστορικό αποζημιώσεων και τυχόν απάτες και είναι σε θέση να επαληθεύσει και να παράσχει κάλυψη πιο γρήγορα από οποιαδήποτε παραδοσιακή ασφαλιστική εταιρεία (Simon, 2019).

Η ασφαλιστική εταιρεία ζωής και συνταξιοδότησης Mango με έδρα το Μεξικό, επιτρέπει στους χρήστες να λάβουν ασφάλιση ζωής σε λίγα λεπτά. Η εταιρεία είναι πρωτοπόρος στο Μεξικό και χρησιμοποιεί την τεχνολογία για τον εξορθολογισμό κάθε αλληλεπίδρασης που υπάρχει μεταξύ πελάτη και ασφαλιστικής, αποφεύγοντας την περιττή γραφειοκρατία και την σύγχυση κάλυψης. Για την ασφάλιση

χρησιμοποιούνται έξυπνα bots για να απαντήσουν σε ερωτήματα που σχετίζονται με την ασφάλιση, ενώ και η διεπαφή τους είναι εξαιρετική (Simon, 2019).

Η Τεχνητή Νοημοσύνη έχει ένα ευρύ φάσμα χρήσεων που μπορούν να απλοποιήσουν σε μεγάλο βαθμό την ενσωμάτωση και την εξυπηρέτηση πελατών, ιδίως την εμπειρία διακανονισμού αξιώσεων. Παρόλο που η μέχρι σήμερα εμπειρία της εκτίμησης των αξιώσεων από ζημιές είναι ανάμεικτη, στο μέλλον μια αξίωση θα είναι πιο απλή και φθηνότερη για επεξεργασία και συνεπώς θα διευθετείται πιο γρήγορα, προς όφελος τόσο του ασφαλιστή όσο και του πελάτη. Η τεχνητή νοημοσύνη αναμένεται να φέρει επανάσταση σε πιο εξειδικευμένες λειτουργίες, όπως η πρόληψη της απάτης, η καταπολέμηση της νομιμοποίησης εσόδων από παράνομες δραστηριότητες έως και την αναδοχή και την τιμολόγηση (KPMG, 2019).

Η Snapsheet είναι μια εταιρεία που βασίζεται στην τεχνολογία και προσφέρει σε ασφαλιστικές εταιρείες λύσεις στην ασφάλιση για τη διαχείριση αξιώσεων, αυτοματοποιώντας ολόκληρη τη διαδικασία αξίωσης. Έχοντας πραγματοποιήσει σημαντικές επενδύσεις στην Τεχνητή Νοημοσύνη και τη μηχανική μάθηση, το λογισμικό της Snapsheet είναι ευέλικτο ώστε να προσαρμόζεται σε συγκεκριμένες ροές εργασίας και λειτουργικές ανάγκες, δημιουργώντας έναν ισχυρό κινητήρα στους ασφαλιστές για την μεταμόρφωση της διαχείρισης και τον διακανονισμό των απαιτήσεων του πελάτη τους (Everis, 2020).

### **3.4.2 Ελλάδα**

Στο εξωτερικό ο ψηφιακός μετασχηματισμός του ασφαλιστικού κλάδου είναι πραγματικότητα εδώ και αρκετά χρόνια, όμως στην Ελλάδα εξελίσσεται ακόμα με πιο αργούς ρυθμούς (StartUpper, 2020). Παρά το γεγονός ότι αρκετές ασφαλιστικές εταιρείες διατείνονται ότι έχουν μετασχηματιστεί ψηφιακά, διαμορφώνοντας προϊόντα με βάση τις ανάγκες των πελατών, η ασφαλιστική διείσδυση σε αυτό το

πεδίο στην Ελλάδα είναι σε χαμηλά επίπεδα. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός απαιτεί την δέσμευση μεγάλων κεφαλαίων για μεγάλο χρονικό ορίζοντα, που επί του παρόντος δεν έχει πραγματοποιηθεί στον κλάδο στην Ελλάδα, με αποτέλεσμα πολλές ασφαλιστικές εταιρείες στην χώρα να στηρίζουν το μεγαλύτερο μέρος της λειτουργίας τους σε υποδομές παλαιότερης τεχνολογίας. Επιπρόσθετα ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι μια εξελισσόμενη διαδικασία που απαιτεί την συνεχή αναβάθμιση των τεχνολογιών και των προϊόντων (Κάσσοι, 2020).

Τα τελευταία έτη (2018 και 2019) η σταδιακή μείωση της ανεργίας και η αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος είχαν θέσει τις προϋποθέσεις για άνοδο της ιδιωτικής ασφάλισης. Όμως οι επιπτώσεις από την πανδημία Covid-19 δεν άφησαν ανεπηρέαστη την ασφαλιστική αγορά και προμηνύουν αρνητικές επιπτώσεις στον τζίρο και την κερδοφορία των ασφαλιστικών εταιρειών αλλά και επιβράδυνση στην παραγωγή νέων προϊόντων για το 2020 (Κάσσοι, 2020). Ο κλάδος στην προσπάθεια ενίσχυσης της ρευστότητας, που το πρώτο εξάμηνο του 2020 μειώθηκε, αλλά και για την αντιμετώπιση της πτώσης της ζήτησης και τυχόν αδυναμιών στα υφιστάμενα δίκτυα, οδήγησε κυρίως τις μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου να εντείνουν τον ψηφιακό μετασχηματισμό τους από το δεύτερο τρίμηνο του έτους και μετά (Σακελλαρίου, 2020). Στην επιτάχυνση των διαδικασιών χρήσης περισσότερων ψηφιακών μέσων και τον ψηφιακό μετασχηματισμό των ασφαλιστικών επιχειρήσεων συνέβαλε η στροφή των καταναλωτών στα διαδικτυακά κανάλια για την αγορά προϊόντων και υπηρεσιών κατά την περίοδο των περιοριστικών μέτρων αλλά και η αύξηση χρήσης ψηφιακών υπηρεσιών εξυπηρέτησης. Παρόλα αυτά η διαδικτυακή πώληση ασφαλιστικών προϊόντων μέχρι στιγμής περιορίζεται στον κλάδο αυτοκινήτου. Μόνη εξαίρεση η ασφαλιστική NN Hellas που διαθέτει διαδικτυακά προγράμματα ασφάλισης υγείας (Χαρονικαλάου, 2020).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η μελέτη καινοτόμων παραδειγμάτων ψηφιακών λύσεων των ασφαλιστικών εταιρειών στην Ελλάδα την τελευταία διετία. Η εταιρεία Generali με τη νέα υπηρεσία της επιβραβεύει την ασφαλή οδική συμπεριφορά των πελατών

της και με αυτό τον τρόπο προάγει την ασφάλεια στους δρόμους, ενώ παράλληλα έθεσε στην διάθεση των πελατών της ψηφιακή υπηρεσία οδικής βοήθειας και φροντίδας ατυχήματος. Μια ακόμα καινοτομία που αναπτύχθηκε από την εταιρεία το προηγούμενο έτος ήταν εφαρμογή για τους πελάτες της σε πρόγραμμα εξωνοσοκομειακής ασφάλισης, δίνοντάς τους τη δυνατότητα online κλεισίματος ραντεβού με γιατρούς διαφόρων ειδικοτήτων, προγραμματισμού των διαγνωστικών εξετάσεών τους, ενημέρωση για τα συνεργαζόμενα διαγνωστικά κέντρα και λήψης άμεσης ιατρικής υποστήριξης μέσω τηλεφώνου. Επίσης η Generali ψηφιοποίησε πλήρως τη διαδικασία εξυπηρέτησης των συνεργατών της όσον αφορά τη σύναψη νέων συμβάσεων οι οποίες διεκπεραιώνονται ηλεκτρονικά και υπογράφονται επίσης ηλεκτρονικά με τη χρήση ηλεκτρονικού κωδικού (Ασφαλιστική Αγορά, 2020).

Το 2019 αναβαθμίστηκε ψηφιακή πλατφόρμα της Eurolife ERB μέσω ολοκληρωμένων ροών ασφάλισης ζωής για την προστασία και την αποταμίευση και την ασφάλιση της κατοικίας. Επίσης στην πλατφόρμα ενσωματώθηκε η δυνατότητα υποβολής αίτησης για την ηλεκτρονική έκδοση ήδη τιμολογημένων συμβολαίων κατοικίας, αλλά και δυνατότητα στους υφιστάμενους πελάτες για παρακολούθηση των συμβολαίων τους, των αιτημάτων αποζημίωσης και την λήψη εγγράφων. Τέλος λειτούργησε ένα καινοτόμο σύστημα διαχείρισης των παραπόνων των πελατών σε πραγματικό χρόνο (Ασφαλιστική Αγορά, 2020).

Μια καινοτόμα διαδικασία δήλωσης τροχαίων ατυχημάτων και ζημιών σε κατοικίες προώθησε στην αγορά η AXA Ασφαλιστική, όπου μέσω κάμερας κινητού οι ασφαλισμένοι καταγράφουν το συμβάν, στέλνουν σχετικές φωτογραφίες στην εταιρεία και δηλώνουν το περιστατικό χωρίς να χρειάζεται να οριστεί ειδικό ραντεβού με εμπειρογνώμονα για την αξιολόγηση και εκτίμηση των ζημιών. Έτσι επιταχύνονται σημαντικά οι χρόνοι για την διαδικασία επισκευής των ζημιών σε αυτοκίνητα και κατοικίες και οι διαδικασίες αποζημίωσης ξεκινούν άμεσα. Μια ακόμα ψηφιακή λύση που παρουσίασε η εταιρεία το 2019 ήταν η υπηρεσία τηλεϊατρικής που παρέχεται στους ασφαλισμένους μέσω εφαρμογής για κινητά

τηλέφωνα και αφορά τη λήψη ιατρικών συμβουλών κυρίως σε θέματα πρόληψης και καθοδήγησης σε κοινές ασθένειες όπου αυτό είναι εφικτό (Ασφαλιστική Αγορά, 2020).

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η εφαρμογή, που είναι προσαρμοσμένη στις ανάγκες του Covid-19, που προώθησε στην ελληνική αγορά εντός του 2020 η Interamerican που δίνει τη δυνατότητα στους ασφαλισμένους της στον κλάδο υγείας να ελέγξουν ανησυχητικά συμπτώματα στην υγεία τους οπουδήποτε και οποιαδήποτε ώρα. Η εφαρμογή μέσω απλών ερωτήσεων μπορεί να αξιολογήσει αξιόπιστα και να αποδώσει μια πρώτη εκτίμηση για την υγεία του ασφαλισμένου (Interamerican, 2020).

### **3.5 Ανακεφαλαίωση**

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων είναι μια πραγματικότητα που αν και συντελείται με βραδύτερους ρυθμούς στον ασφαλιστικό κλάδο αποτελεί μονόδρομο για το μέλλον των επιχειρήσεων του κλάδου. Τεχνολογίες που έχουν ήδη υιοθετηθεί από άλλους κλάδους σε μεγαλύτερο βαθμό, όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η μηχανική μάθηση, το διαδίκτυο των πραγμάτων, τα μεγάλα δεδομένα, κλπ τα τελευταία έτη εισάγονται και στις ασφαλιστικές διαδικασίες και προϊόντα όλο και περισσότερο. Χαρακτηριστικό των περισσότερων δράσεων είναι η πελατοκεντρικότητα, η προσπάθεια κάλυψης των διαρκώς μεταβαλλόμενων απαιτήσεων των πελατών και ο συγχρονισμός τους με τις εξελίξεις της τεχνολογίας. Αυτό δεν είναι εύκολο, ειδικά στην Ελλάδα, σε ένα κλάδο που παραδοσιακά στηριζόταν σε πιο παραδοσιακές μορφές επικοινωνίας και εξυπηρέτησης. Η ψηφιακή καινοτομία στην χώρα έχει κυρίως διεισδύσει στον κλάδο ασφάλισης αυτοκινήτου και στις σχέσεις με τους συνεργάτες ενώ πρόσφατα έχει αρχίσει δειλά να εισέρχεται στην ασφάλιση ζωής και κατοικίας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ – ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ:

#### ALLIANZ ΕΛΛΑΔΑΣ

##### 4.1 Εισαγωγή

Το insurtech είναι μια πραγματικότητα που με ραγδαίους ρυθμούς κερδίζει έδαφος σε σχέση με την παραδοσιακή ασφάλιση. Οι αναδυόμενοι ψηφιακοί ηγέτες του κλάδου παγκοσμίως κερδίζουν τις αγορές με καινοτόμα ασφαλιστικά προϊόντα, ταχύτερες διαδικασίες έγκρισης και προσαρμοσμένα συμβόλαια στις ανάγκες των πελατών. Ο ασφαλιστικός κλάδος θα πρέπει να υιοθετήσει την τεχνολογία για να είναι σε θέση να επικοινωνήσει, εξυπηρετήσει και να αναπτυχθεί. Με την 4<sup>η</sup> βιομηχανική επανάσταση εν εξελίξει το ασφαλιστικό περιβάλλον μετασχηματίζεται ραγδαία. Σήμερα περισσότερο από ποτέ, με την εξάπλωση της πανδημίας, οι προκλήσεις στον κλάδο είναι όλο και μεγαλύτερες, τόσο στην διαχείριση του κινδύνου όσο και στην εξυπηρέτηση του πελάτη και είναι σημαντικό να μελετηθούν οι σχετικές εξελίξεις στον κλάδο της ιδιωτικής ασφάλισης στην Ελλάδα.

Με βάση στοιχεία του 2018 στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται 53 ασφαλιστικές επιχειρήσεις, εκ των οποίων οι 33 είναι ανώνυμες ασφαλιστικές εταιρείες και 14 από αυτές παρέχουν μικτές υπηρεσίες. Από το σύνολο των ασφαλιστρών περίπου το 53,7% αφορά ασφαλίστρους κατά ζημιών και το 26,3% τις ασφαλίστρους αυτοκινήτων (ΕΑΕΕ, 2018). Σύμφωνα με την παραγωγή ασφαλιστρών για το 2019 η Allianz Ελλάδος κατατάσσεται στις δέκα μεγαλύτερες ασφαλιστικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά (Business, 2020) και η δεύτερη μεταξύ των πολυεθνικών (ΑΠΕ-ΜΠΕ, 2020). Επίσης η Allianz Ελλάδος ήταν η πρώτη ασφαλιστική που προσέφερε καινοτόμες υπηρεσίες βασισμένες στις ψηφιακές τεχνολογίες στον κλάδο της ασφάλισης αυτοκινήτου (Next Deal, 2017) και μέλος του ομίλου Allianz που

το 2020 κατατάχθηκε για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά κορυφαίο ασφαλιστικό brand παγκοσμίως (Allianz, 2020).

Στο τρέχον κεφάλαιο μέσω της μελέτης περίπτωσης της Allianz Ελλάδος πραγματοποιείται η διερεύνηση του βαθμού του ψηφιακού μετασχηματισμού της εταιρείας και των περιθωρίων βελτίωσης ώστε να μεγιστοποιηθεί η ωφέλεια προς τον πελάτη αλλά και τους συνεργάτες γενικότερα. Αρχικά παρουσιάζονται γενικές πληροφορίες και ένα σύντομο ιστορικό για την εταιρεία, αλλά και οι ασφαλιστικές λύσεις που προσφέρει. Στην συνέχεια παρουσιάζονται οι ψηφιακές εφαρμογές και λύσεις που παρέχει στους πελάτες και συνεργάτες της.

## **4.2 Η εταιρεία**

### **4.2.1 Γενικά στοιχεία**

Η Allianz Ελλάδος είναι μέλος του ομίλου Allianz και δραστηριοποιείται στην Ελλάδα και μέσω υποκαταστήματος στην Κύπρο στις ασφαλίσσεις ζημιών και ζωής, εξυπηρετώντας την πλειοψηφία των ασφαλιστικών κλάδων. Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1991 και έχει έδρα στην Αθήνα. Μοναδικός μέτοχος της εταιρείας είναι η Allianz S.E. με έδρα την Γερμανία, η οποία κατέχει το 100% του μετοχικού κεφαλαίου της (Allianz , 2020).

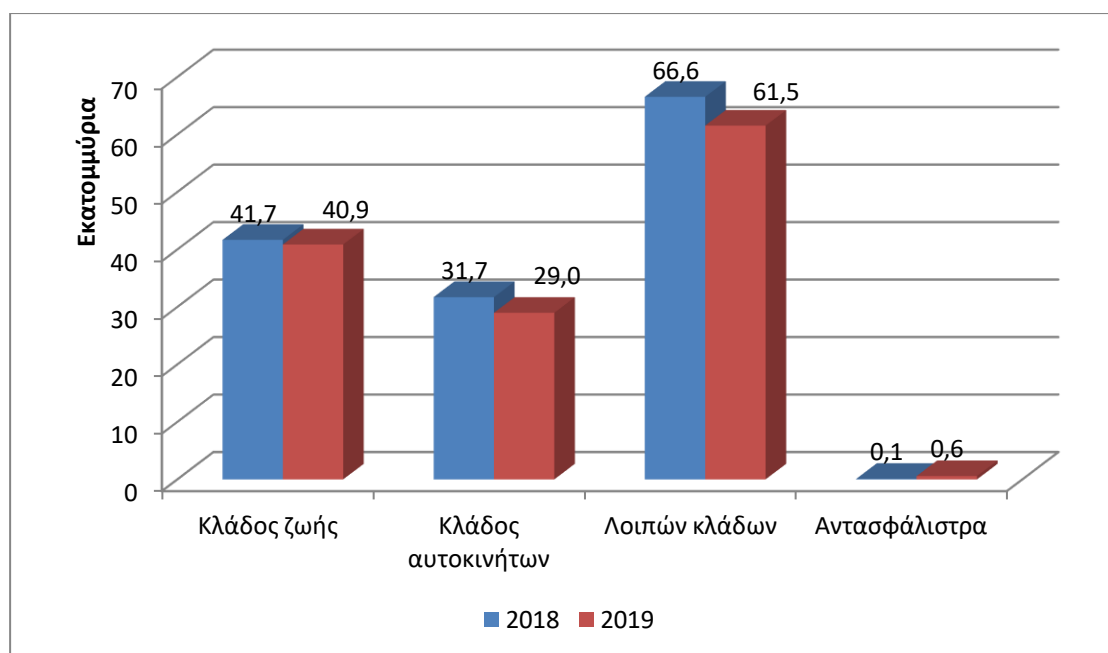
Η εταιρεία δραστηριοποιείται στο πλαίσιο της εφαρμογής της στρατηγικής του ομίλου, που περιλαμβάνει την ανταλλαγή τεχνογνωσίας και τη συμμετοχή των στελεχών σε διεθνείς πρωτοβουλίες για θέματα ευρύτερης σημασίας για τον όμιλο (Allianz , 2020). Η μητρική εταιρεία παρέχει διαρκής υποστήριξη στην Allianz Ελλάδας, ενισχύοντάς την για την υλοποίηση των στόχων της για σταθερή και κερδοφόρο ανάπτυξη (Next Deal, 2017). Οι τρεις κεντρικοί πυλώνες εστίασης, που εξασφαλίζουν την ανταγωνιστικότητά της, είναι (Allianz , 2020):



- Η δημιουργία ενός ισχυρού και υψηλής ποιότητας χαρτοφυλακίου προϊόντων.
- Η μείωση της πολυπλοκότητας και η ψηφιοποίηση επιδιώκοντας τη περαιτέρω ανάπτυξη.
- Η πελατοκεντρικότητα και η καινοτομία.

Στο τέλος του 2019 στην εταιρεία απασχολούνταν 195 άτομα προσωπικό μειωμένα κατά δώδεκα από την προηγούμενη χρονιά (Allianz , 2020). Το 2018 η εταιρεία εξυπηρέτησε περισσότερους από 270.000 πελάτες και για τέσσερα συνεχόμενα έτη από το 2015 έως το 2018 η εταιρεία διατήρησε ηγετική θέση στον δείκτη ικανοποίησης πελατών στην ελληνική αγορά στον κλάδο περιουσίας και ατυχημάτων (βάσει έρευνας της NPS) (Allianz, 2020).

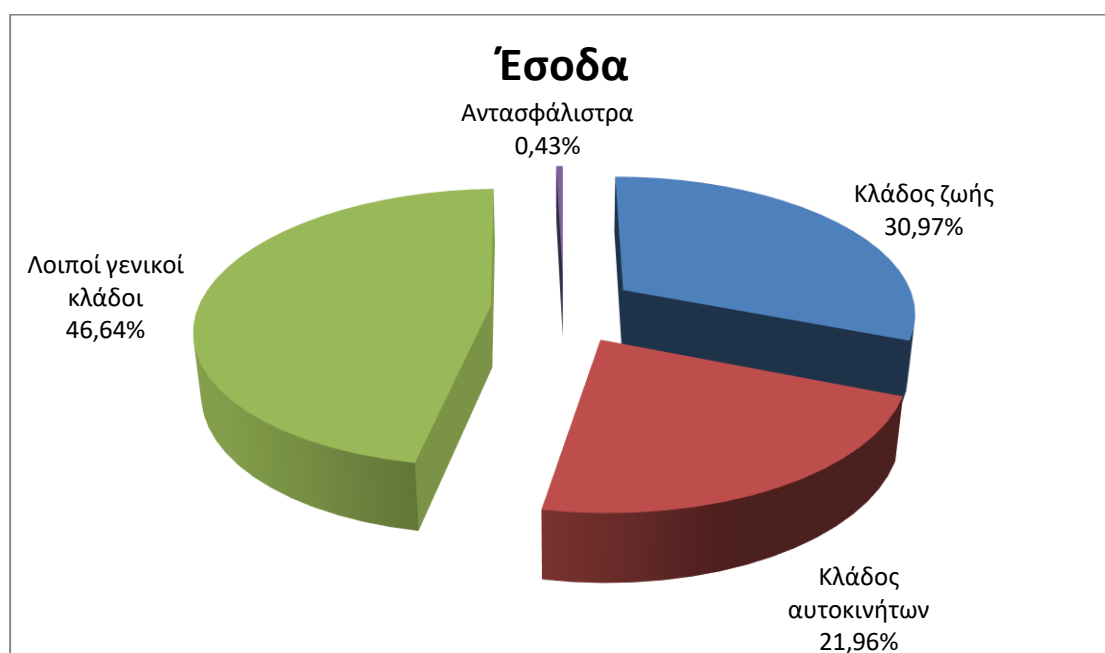
Διάγραμμα 1: Δεδουλευμένα μικτά ασφάλιστρα 2018-2019 Allianz Ελλάδας



Για το 2019 η Allianz είχε αύξηση στην παραγωγή ασφαλίσεων περίπου 5%, με μεγαλύτερη αύξηση της τάξης του 7% στον κλάδο ζωής και υγείας (ΑΠΕ-ΜΠΕ, 2020). Από την ετήσια οικονομική έκθεση του 2019 λήφθηκαν στοιχεία για τα δεδουλευμένα μικτά ασφάλιστρα της εταιρείας για το 2018 και 2019 (διάγραμμα 1).

Από τους τέσσερις κλάδους (ζωής, αυτοκινήτων, λοιπών κλάδων και αντασφαλίστρων) το σύνολο των δεδουλευμένων μικτών ασφαλίστρων ανήλθε σε 132 εκ. ευρώ, με μείωση από το προηγούμενο έτος σε όλους του κλάδους πλην των αντασφαλίστρων. Επίσης διαπιστώνεται ότι οι λοιποί γενικοί κλάδοι συνεισφέρουν κατά 46,64% στα μικτά δεδουλευμένα έσοδα της εταιρείας για το 2019, ο κλάδος ζωής κατά 30,97% και ο κλάδος των αυτοκινήτων κατά 21,96% (διάγραμμα 2).

Διάγραμμα 2: Διάρθρωση εσόδων 2019



Τα προϊόντα της Allianz καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα ασφαλιστικών αναγκών, ενώ παράλληλα προσφέρονται και εξειδικευμένες λύσεις προς εταιρικούς και εμπορικούς πελάτες (Allianz, 2020). Στην επόμενη ενότητα παρουσιάζονται συνοπτικά οι ασφαλιστικές λύσεις που προσφέρει οι εταιρεία σε ιδιώτες και επιχειρήσεις.

#### 4.2.2 Προϊόντα – Ασφαλιστικές λύσεις

Η Allianz Ελλάδα είναι μια ασφαλιστική εταιρεία που επενδύει στην εξυπηρέτηση των πελατών, την ψηφιοποίηση και τον σχεδιασμό ολοκληρωμένων λύσεων. Για αυτό τα προϊόντα της καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα αναγκών, τόσο των ιδιωτών όσο και των επιχειρήσεων. Έτσι από τα προϊόντα της καλύπτονται ανάγκες όπως η ασφάλιση αυτοκινήτου, κατοικίας, ζωής και υγείας, η σύνταξη και η αποταμίευση (Allianz, 2020). Επίσης η εταιρεία σχεδιάζει προγράμματα ασφάλισης για τις επιχειρήσεις τα οποία προσαρμόζονται στις ανάγκες καθεμιάς, ανεξάρτητα από τον κλάδο που υπάγονται ή το μέγεθός τους (Ναυτεμπορική, 2020).

#### Ιδιώτες

Το εύρος των προϊόντων που διαθέτει η Allianz καλύπτουν σχεδόν όλες τις ασφαλιστικές ανάγκες των ιδιωτών. Πιο συγκεκριμένα υπάρχουν προϊόντα για τις ακόλουθες κατηγορίες (Allianz, 2020):

**Υγείας:** τα προγράμματα που προσφέρονται είναι ολοκληρωμένα και καλύπτουν ανάγκες τόσο για την πρόληψη όσο και την αντιμετώπιση και αφορούν τόσο την νοσοκομειακή όσο και την εξωνοσοκομειακή περίθαλψη.

**Αυτοκίνητο και αναψυχή:** πιο συγκεκριμένα υπάρχουν προγράμματα που αφορούν την ασφάλιση αυτοκινήτου, μηχανής και σκάφους, αλλά και προγράμματα που παρέχουν ταξιδιωτική ασφάλεια. Όλα τα προγράμματα ασφάλισης αυτοκινήτου παρέχουν κάλυψη για αστική ευθύνη και πρόσθετες καλύψεις ανά περίπτωση.

**Σπίτι:** τα προγράμματα ασφάλισης σπιτιού απευθύνονται σε ιδιοκτήτες αλλά και σε ενοικιαστές. Κάποιες από τις καλύψεις αναφέρονται ασφάλειες για πυρκαγιά, καιρικά φαινόμενα, σεισμό, προσωπικά ατυχήματα, κλοπή, τεχνική υποστήριξη, κλπ. Επίσης υπάρχουν προγράμματα για την κάλυψη των δανειοληπτών τόσο για κινδύνους που αφορούν το κτίριο όσο και το περιεχόμενο τους, αλλά και πρόσθετες

καλύψεις όπως η απώλεια ενοίκων, αμοιβές αρχιτεκτόνων και μηχανικών, έξοδα μεταστέγασης, κλπ.

Προστασία ζωής: τα προγράμματα προστασίας ζωής αφορούν τόσο την κάλυψη σε περιπτώσεις απώλειας ζωής όσο και σε ατυχήματα. Τα προγράμματα ασφάλειας ζωής αφορούν την κάλυψη για ασθένεια ή ατυχήματα και μπορεί να παρέχουν κεφάλαιο ή μηνιαίο εισόδημα, αποπληρωμή δανείου, εισόδημα, παροχές υγείας με την μορφή επιδόματος ή πρωτοβάθμιας περίθαλψης. Η ασφάλιση για ατυχήματα μπορεί να παρέχουν κεφάλαιο σε περιπτώσεις απώλειας ζωής ή αναπηρίας και περιλαμβάνουν προγράμματα, πέρα από τα ατομικά, για φοιτητές, αλλοδαπούς και για ταξίδια.

Αποταμίευση και επένδυση: σε αυτή την κατηγορία ασφάλισης υπάρχουν συνταξιοδοτικά και αποταμιευτικά προγράμματα, επενδυτικά ασφαλιστικά προγράμματα και αμοιβαία κεφάλαια.

Αστική ευθύνη: με την ασφάλιση ιδιωτών για αστική ευθύνη οι ασφαλισμένοι καλύπτονται για την αποκατάσταση ζημιών προς τρίτους. Τα προγράμματα της εταιρείας για αστική ευθύνη επιγραμματικά είναι:

- Ασφάλεια ιδιοκτήτη ποδηλάτου
- Ασφάλεια διαχειριστή πολυκατοικίας
- Ασφάλεια κατασκευαστή κτιρίου
- Ασφάλεια οικογενειάρχη
- Ασφάλεια ιδιοκτήτη κατοικίας
- Ασφάλεια ιδιοκτήτη κατοικίδιου ζώου
- Ασφάλεια φοιτητών στο εξωτερικό

## Επιχειρήσεις

Τα προϊόντα που προσφέρει η εταιρεία προς τις επιχειρήσεις επίσης καλύπτουν ένα μεγάλο εύρος αναγκών και μπορεί να αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό τους, εμπορικούς και βιομηχανικούς κινδύνους, αστική ευθύνη, αλλά και άλλες ειδικές ασφαλίσσεις (Ναυτεμπορική, 2020). Τα προγράμματα για εμπορικούς και βιομηχανικούς κινδύνους διακρίνονται σε αυτά για μικρομεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις και παρέχουν ασφαλιστικές λύσεις σε επιχειρήσεις, γραφεία, ιατρεία, ενοικιαζόμενα δωμάτια (για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις) και σε κατασκευαστικές και παραγωγικές επιχειρήσεις, αλλά και νοσοκομεία, σχολεία, ξενοδοχεία, εμπορικά κέντρα, ενέργεια, πολιτιστικές εγκαταστάσεις και εκθέσεις, κλπ (μεγάλες επιχειρήσεις). Για τις μεγάλες επιχειρήσεις τα προγράμματα πέρα από την κάλυψη οικοδομών, πάγιου εξοπλισμού, αποθεμάτων, εμπορευμάτων, χρημάτων και οχημάτων μπορεί να καλύψουν για απώλεια κερδών από τη διακοπή εργασιών (Allianz, 2020).

Η Allianz επίσης παρέχει προγράμματα για την ασφάλιση του ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων και διακρίνονται σε προγράμματα ομαδικής ασφάλισης υγείας, ζωής και ατυχημάτων, καθώς και συνταξιοδοτικά προγράμματα και για επαγγελματική ταξιδιωτική ασφάλεια. Τα προγράμματα αστικής ευθύνης καλύπτουν σε περιπτώσεις εταιρικής, επαγγελματικής και περιβαλλοντικής ευθύνης, ενώ παρέχουν και κάλυψη για την αστική ευθύνη διευθυντών και στελεχών και αστική ευθύνη προϊόντος. Επίσης υπάρχουν προγράμματα ασφάλισης φορτηγών, αγροτικών αυτοκινήτων και εταιρικών οχημάτων (ιδιοκτητών ή με leasing) και μπορεί να καλύψουν για αστική ευθύνη, υλικές ζημιές οχημάτων, υπηρεσίες (βοήθειας, ενοικίασης, κλπ) και προστασίας. Τέλος στις ειδικές ασφαλίσσεις τα προγράμματα καλύπτουν τεχνικές ασφαλίσσεις, φωτοβολταϊκά συστήματα και τη μεταφορά εμπορευμάτων (Allianz, 2020).

### 4.3 Ψηφιοποίηση – Εφαρμογές

Μέσα για την ανάπτυξη της Allianz είναι η δημιουργία υψηλής ποιότητας προϊόντων, η καινοτομία, η εστίαση στον πελάτη και η ψηφιοποίηση (Allianz, 2020). Στο πλαίσιο της ψηφιοποίησης των δραστηριοτήτων της το 2015 επανασχεδιάστηκε η εταιρική ιστοσελίδα της εταιρείας και δημιουργήθηκε το My Allianz μια νέα διαδικτυακή πλατφόρμα ειδικά διαμορφωμένη για τους πελάτες της. Ξεκινώντας από την αναδιαμόρφωση της ιστοσελίδας η εταιρεία συνέχισε τις δράσεις της στην καινοτομία και ψηφιακά, σε μια προσπάθεια παροχής ποιοτικών υπηρεσιών στους πελάτες της τόσο φυσικά όσο και ψηφιακά. Στόχος της νέας εταιρικής ιστοσελίδας ήταν ο χρήστης να λαμβάνει την απαραίτητη πληροφόρηση εύκολα και γρήγορα σε ένα φιλικό περιβάλλον. Για την επίτευξη αυτού του στόχου η κατηγοριοποίηση των πληροφοριών έγινε με ξεκάθαρο και απλό τρόπο με βάση ένα μοντέρνο και σύγχρονο σχεδιασμό. Επίσης οι χρήστες μπορούν να έχουν πρόσβαση στην ιστοσελίδα μέσα κινητών τηλεφώνων, tablets και Desktops (Insurance World, 2015).

Το 2017 η εταιρεία δημιούργησε μια νέα πλατφόρμα για την τηλεκπαίδευση των συνεργατών της. Η πλατφόρμα τηλεκπαίδευσης αρχικά απευθύνθηκε σε επιλεγμένους συνεργάτες της εταιρείας από όλα τα κανάλια διανομής και ο σχεδιασμός της ήταν τέτοιος ώστε να καλύπτονται οι απαιτήσεις των συνεργατών της, με χαρακτηριστικά την ποιότητα, τη διαδραστικότητα και την ευελιξία. Μέσω της πλατφόρμας είναι εφικτή η εκπαιδευτική κατάρτιση των συνεργατών, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα αξιοποίησης της ποιότητας των εκπαιδευτικών προγραμμάτων της Allianz ανεξάρτητα από το που στην Ελλάδα βρίσκονται και καθιστώντας την εκπαίδευση προσιτή στον τόπο και τον χρόνο. Η ηλεκτρονική πλατφόρμα εξ αποστάσεως εκπαίδευσης από την δημιουργία της έως σήμερα συνεχώς αναβαθμίζεται και εμπλουτίζεται με σειρές προγραμμάτων που επιμορφώνουν τους συνεργάτες για προϊόντα, τεχνικές πωλήσεων και θέματα θεσμικού πλαισίου (Insurance Daily, 2017). Από τις αρχές του Μαρτίου 2020 με την αρχή της εξάπλωσης της πανδημίας Covid-19 και στην Ελλάδα η Allianz διοργάνωσε

8 διαδικτυακά σεμινάρια για τους συνεργάτες της ώστε να είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις νέες ανάγκες και τις συνθήκες της αγοράς (Ασφαλιστική Αγορά, 2020).

Από τον Ιούνιο του 2020 η Allianz πρόσθεσε μια ακόμα πρωτοποριακή εφαρμογή για την εκπαίδευση του δυναμικού των πωλήσεών της, την πλατφόρμα Sales Game. Στην πλατφόρμα συνδέονται διαδικτυακά οι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές της εταιρείας και είναι σε θέση να χρησιμοποιούν σενάρια πώλησης και να βαθμολογούνται στα διάφορα βήματα της πώλησης από τη χρήση προσομοίωσης σε περιβάλλον ηλεκτρονικού υπολογιστή, tablet ή κινητού. Με αυτό τον τρόπο οι συνεργάτες είναι εφικτό να εξοικειωθούν περαιτέρω, με έξυπνο και μεθοδικό τρόπο, με τη μεθοδολογία πωλήσεων της εταιρείας και να μπορούν καλύτερα να διαχειριστούν τις ανάγκες και τις απορίες των ψηφιακών πελατών. Πέρα από την αξιολόγηση με το πέρας της ψηφιακής συνάντησης με τον υποψήφιο ψηφιακό πελάτη, οι συνεργάτες λαμβάνουν ψηφιακή ανατροφοδότηση για την ενεργητική ακρόαση, την οικοδόμηση σχέσεων και τη κατανόηση των αναγκών του πελάτη σε όλα τα βήματα της πώλησης. Με αυτό τον τρόπο είναι δυνατό να εντοπιστούν οι όποιες αδυναμίες που χρίζουν βελτίωσης αλλά και τα δυνατά σημεία του κάθε συνεργάτη. Επίσης η εφαρμογή κρατά στατιστικά των πρόσφατων προσομοιώσεων ώστε να αξιολογείται και η πρόοδος τόσο ατομικά όσο και ομαδικά (Allianz, 2020).

Η Allianz ήταν η πρώτη ασφαλιστική εταιρεία στην Ελλάδα που προσέφερε λύσεις ασφάλειας αυτοκινήτου με βάση τη τηλεματική (Next Deal, 2017). Η Allianz είναι από τις λίγες εταιρείες στην Ελλάδα (εκ των οποίων η μια διαθέτει τα προϊόντα της μόνο διαδικτυακά) που προσφέρουν online και άμεση ασφάλιση στον κλάδο του αυτοκινήτου (Asfalinet, 2018). Η εταιρεία μέσα από την υπηρεσία direct ασφάλιση παρέχει online τιμολόγηση προγραμμάτων αυτοκινήτων αλλά και δυνατότητα online ασφάλισης. Τα ψηφιακά προγράμματα που παρέχονται είναι τρία ανάλογα με τις απαιτήσεις των ασφαλιζόμενων στον διαφορετικό βαθμό κάλυψης, ενώ παρέχεται και η δυνατότητα παραμετροποίησης για την πρόσθεση και προαιρετικών καλύψεων

(Insurance Compare, 2020). Επίσης μέσω της Allianz Direct δίνεται η δυνατότητα υπολογισμού των ασφαλίσεων και ασφάλισης μηχανών αλλά και ανανέωσης υφιστάμενων συμβολαίων από όπου κι αν βρίσκεται ο πελάτης (Allianz Direct, 2020).

### Εικόνα 5: Φόρμα online ασφάλισης αυτοκινήτου

## Ασφάλιση αυτοκινήτου online

1 Οδηγός & Αυτοκίνητο    2 Υπολογισμός    3 Προσωπικά Στοιχεία    4 Σύνοψη & Πληρωμή

### Το Αυτοκίνητό Σας

**Χρήση Αυτοκινήτου: \***  (i)  
Ε.Ι.Χ.

**Αριθμός Κυκλοφορίας: \*** (i)  
Συμπληρώστε χωρίς κενά π.χ. AAA1234

**Έτος 1ης Άδειας Κυκλοφορίας: \*** (i)  
Συμπληρώστε το έτος 1ης άδεια κυκλοφορίας

**Μάρκα: \*** (i)  
Επιλέξτε

**Μοντέλο: \*** (i)  
Επιλέξτε

**Εμπορική Αξία: \*** (i)  
Συμπληρώστε την εμπορική αξία του οχήματός σας

**Αγοράσατε καινούριο το όχημα; \*** (i)  
 ΝΑΙ  ΟΧΙ

### Βασικός Οδηγός

**Ημερομηνία Γέννησης: \*** (i)  
ΜΕΡΑ  ΜΗΝΑΣ  ΈΤΟΣ

**Έτη Κατοχής Διπλώματος: \***  (i)  
5 ΕΩΣ 10

### Πρόσθετα Στοιχεία

**Τ.Κ. Μόνιμης Κατοικίας Ιδιοκτήτη: \*** (i)  
Συμπληρώστε το Τ.Κ. χωρίς κενά ή παύλες

**Email: \*** (i)  
Συμπληρώστε το email σας π.χ. info@email.com

**Εκπαιγωγικός Κωδικός: \*** (i)  
Συμπληρώστε τον κωδικό προσφοράς

[Δείτε Τιμές >](#)

Πηγή: Allianz Direct, (2020)



Το ψηφιακό κανάλι απευθείας πωλήσεων της Allianz το 2018 βραβεύτηκε με το χάλκινο βραβείο στην κατηγορία «Best in Loyalty & Engagement». Η βράβευση αυτή διοργανώνεται από την Boussias Communication στο πλαίσιο του θεσμού Loyalty Awards και έχει ως στόχο να αναδείξει βέλτιστες πρακτικές επιχειρήσεων που έχουν βασικό άξονα προγράμματα πιστότητας και η υλοποίησή τους στοχεύει στην ενίσχυση των σχέσεων μεταξύ επιχειρήσεων και πελατών. Η στρατηγική πιστότητας της Allianz σχετίζεται με την προσφορά υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας και επιβράβευσης. Η στρατηγική αυτή βασίζεται σε μια ειδικά σχεδιασμένη εφαρμογή CRM και παρέχει εργαλεία όπως το Allianz Direct Customers Portal, τον προσωπικό χώρο επικοινωνίας, ενημέρωσης και διαχείρισης συμβολαίων και το πρόγραμμα επιβράβευσης Allianz Direct που προσφέρει διάφορα προνόμια και προσφορές που ανανεώνονται σε τακτική βάση (Allianz, 2018).

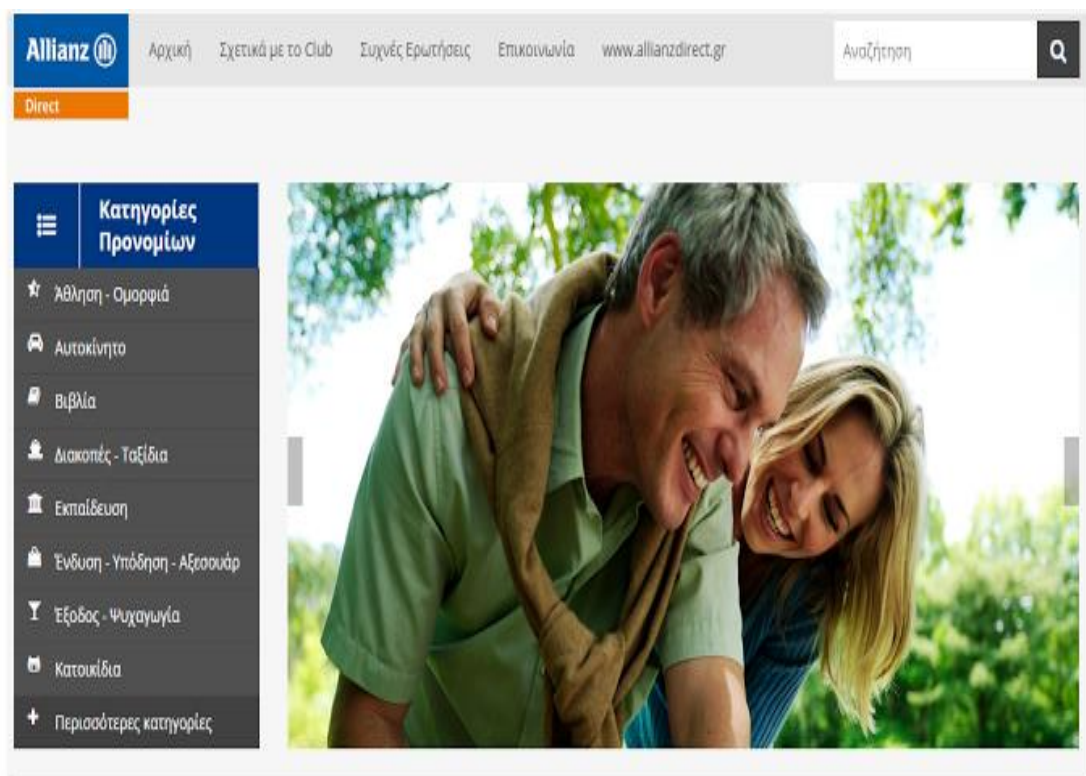
Ειδικότερα οι εφαρμογές που διατίθενται στους πελάτες της εταιρείας μέσω της επίσημης ιστοσελίδας της είναι το My Allianz, το Allianz 4You και το Allianz Roadside Assistance (RSA). Η εφαρμογή My Allianz δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες της εταιρείας να εγγραφούν στην εφαρμογή και να αντλήσουν την σχετική πληροφόρηση όλο το εικοσιτετράωρο, όλες τις ημέρες της εβδομάδας. Η εφαρμογή αυτή απευθύνεται στους πελάτες που έχουν ασφάλεια αυτοκινήτου και τους παρέχει τις ακόλουθες δυνατότητες (Allianz, 2020; Insurance World, 2015):

- Ολοκληρωμένη εικόνα για τα συμβόλαιά τους καθώς είναι συγκεντρωμένα και έτσι οι πελάτες είναι σε θέση να βλέπουν αναλυτικά τις καλύψεις τους και να εκτυπώνουν το συμβόλαιό τους όποια στιγμή επιθυμούν.
- Παρακολούθηση της εξέλιξης αποζημιώσεων και των στοιχείων του διακανονιστή προσδίδοντας στις διαδικασίες μεγαλύτερη διαφάνεια και άμεση εξυπηρέτηση.
- Ηλεκτρονική πληρωμή των ασφαλίσεων αλλά και παρακολούθηση του ιστορικού των πληρωμών.

- Άμεση επαφή με τον ασφαλιστικό σύμβουλο καθώς μέσω της εφαρμογής είναι εφικτή η εύρεση των στοιχείων επικοινωνίας.
- Λήξης ειδοποιήσεων για θέματα σχετικά με τα συμβόλαια και τις καλύψεις τους.

Μια ακόμα εφαρμογή διαθέσιμη προς τους πελάτες της Allianz είναι το Allianz 4You και πρόκειται για ένα πρόγραμμα ανταμοιβής πελατών της εταιρείας που τους παρέχει προνόμια και προσφορές που αξιοποιούνται από τους πελάτες που έχουν στην εταιρεία συμβόλαιο ασφάλισης αυτοκινήτου ή μηχανής, χωρίς κανένα κόστος (Allianz Direct, 2020). Η εταιρεία μέσω συνεργασιών κυρίως με επιχειρήσεις παροχής προϊόντων και υπηρεσιών ψυχαγωγίας, διακοπών, βιβλίων, αυτοκινήτου αλλά και άλλων κατηγοριών δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες της να τα λάβουν σε προνομιακές τιμές.

#### Εικόνα 6: Εφαρμογή Allianz 4You



Πηγή: Allianz Direct, (2020)

Οι πελάτες έχουν τη δυνατότητα να εισέλθουν στην εφαρμογή με τη χρήση των κωδικών τους και να περιηγηθούν στις ομαδοποιημένες προσφορές ανάλογα με το πεδίο ενδιαφέροντος. Η λήψη των προσφορών γίνεται είτε απευθείας με το κατέβασμα κουπονιών στον ηλεκτρονικό υπολογιστή του πελάτη με μορφή pdf είτε με την λήψη του κουπονιού στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του. Με την προσκόμιση του κουπονιού στην συνεργαζόμενη επιχείρηση οι πελάτες μπορούν να λάβουν την προσφορά (Allianz, 2020).

Τέλος προς τους πελάτες με συμβόλαια αυτοκινήτου ή μηχανής διαθέσιμη είναι η εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα Allianz Roadside Assistance. Η εφαρμογή αυτή διατίθεται στους πελάτες της εταιρείας από το 2018 δωρεάν και είναι συμβατή για συστήματα Android και iOS. Οι χρήστες σε περίπτωση ατυχήματος ή βλάβης, με την είσοδό τους στην εφαρμογή έχουν τη δυνατότητα ειδοποίησης υπηρεσίας οδικής βοήθειας. Αποστέλλοντας με μήνυμα τον αριθμό του κινητού τηλεφώνου, τις πινακίδες του οχήματος, τον τόπο και την αιτία ακινητοποίησης του οχήματος, λαμβάνουν από εξειδικευμένο συνάδελφο της εταιρείας κλήση για άμεση εξυπηρέτηση χωρίς καθυστερήσεις (Allianz, 2018).

#### **4.4 Ανακεφαλαίωση**

Η Allianz Ελλάδας έχει παρουσία στον χώρο της ιδιωτικής ασφάλισης στην Ελλάδα περίπου τριάντα χρόνια και την υποστήριξη και τεχνογνωσία μιας παγκόσμιας εταιρείας στον χώρο με εμπειρία πάνω από ένα αιώνα. Τα προϊόντα που διαθέτει στην ελληνική αγορά καλύπτουν όλο το φάσμα των υπηρεσιών ιδιωτικής ασφάλισης και σχεδιάζονται και αναπροσαρμόζονται με γνώμονα την ποιοτική εξυπηρέτηση του πελάτη και την ψηφιοποίηση. Τα τελευταία έτη έμφαση έχει δοθεί στον ψηφιακό μετασχηματισμό, κυρίως με προϊόντα που αφορούν την ασφάλιση οχημάτων και την εκπαίδευση των συνεργατών.



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Τα τελευταία έτη συντελείται μια αργή αλλά σίγουρα διαχρονική μεταβολή στα δεδομένα του ασφαλιστικού κλάδου, παγκόσμια αλλά και στην Ελλάδα. Οι ασφαλιστικές εταιρείες τώρα περισσότερο από ποτέ θα πρέπει να ενσωματώσουν στην λειτουργία τους μεγάλες βάσεις δεδομένων ώστε να είναι σε θέση αν εκτιμήσουν τον κίνδυνο, να διαχειριστούν καλύτερα τα κόστη τους, να μειώσουν τις αποζημιώσεις και να δημιουργήσουν αξία για τους πελάτες τους. Η τεχνολογία μπορεί να γίνει αρωγός σε αυτή την προσπάθεια αρκεί να ενσωματωθεί άμεσα και αποτελεσματικά σε όλο το εύρος των δραστηριοτήτων ώστε να υπάρχει μια σταθερή παροχή καινοτόμων προϊόντων και να εφαρμοστεί σε τομείς που ακόμα δεν έχει αξιοποιηθεί.

Οι υφιστάμενες ασφαλιστικές εταιρείες θα πρέπει να αλλάξουν ριζικά τα επιχειρηματικά τους μοντέλα για να μπορέσουν να ανταγωνιστούν νεοφυείς καινοτόμες επιχειρήσεις που διεισδύουν στην αγορά και στηρίζονται αποκλειστικά στην ψηφιακή τεχνολογία. Αυτό απαιτεί μια πολιτιστική αλλαγή, που δεν θα εστιάζει στο προϊόν αλλά θα διαμορφώνεται πλήρως γύρω από τον πελάτη, την εμπειρία και τα αποτελέσματα. Η ικανοποίηση και η διατήρηση των πελατών πιθανότατα θα είναι ένας από τους πιο σημαντικούς δείκτης απόδοσης των ασφαλιστικών εταιρειών στο μέλλον, ίσως σημαντικότερος από την κερδοφορία. Μια ακόμα σημαντική πρόκληση για τον κλάδο είναι η αποτελεσματική αντιμετώπιση κινδύνων, όπως οι απάτες.

Η καινοτομία θα πρέπει να είναι μέρος της καθημερινής λειτουργίας των ασφαλιστικών επιχειρήσεων και δεν θα πρέπει να περιορίζεται απλά στην απόκτηση τεχνολογίας. Ειδικά στην Ελλάδα ο ψηφιακός μετασχηματισμός του ασφαλιστικού κλάδου δίνει έμφαση στην αναβάθμιση και ψηφιοποίηση βασικών συστημάτων ή

στην πραγματοποίηση μικρών αλλαγών στο πλαίσιο της καινοτομίας. Οι επενδύσεις σε τολμηρές και διαφοροποιημένες καινοτομίες είναι περιορισμένες.

Από την μελέτη περίπτωσης της Allianz Ελλάδας, που εστίασε η έρευνα, διαπιστώθηκε ότι ενώ πρόκειται για μια πρωτοπόρο εταιρεία του χώρου στην υιοθέτηση καινοτομιών και ψηφιακών λύσεων, ο ψηφιακός μετασχηματισμός της περιορίζεται επί της ουσίας σε δύο μόνο πεδία. Το ένα αφορά τον κλάδο ασφάλισης αυτοκινήτου και το άλλο την τηλεκπαίδευση και την επικοινωνία με τους συνεργάτες της. Ενώ αυτά δεν αποκλίνουν από τις συνθήκες του ανταγωνισμού στην χώρα, φαίνεται ότι απέχουν σημαντικά από την έννοια του ψηφιακού μετασχηματισμού και της καινοτομίας έτσι όπως θα πρέπει να ενσωματώνεται από τις εταιρείες του κλάδου για μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα και υιοθέτηση ενός νέου μοντέλου λειτουργίας.

Η ολοκλήρωση του ψηφιακού μετασχηματισμού σίγουρα περιλαμβάνει την παροχή ψηφιακών λύσεων σε όλους τους επιχειρηματικούς τομείς και τη χρήση της τεχνολογίας σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας. Η τεχνολογία δεν θα πρέπει να είναι απλά μια επένδυση αλλά ένα μέσο που θα δίνει στην ασφαλιστική επιχείρηση την ευελιξία και την απαιτούμενη βοήθεια να καλύπτει έγκαιρα τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών και των συνεργατών αλλά και να ανταποκρίνεται άμεσα, αποτελεσματικά και με ασφάλεια σε τυχόν εξωγενείς και ενδογενείς απειλές.

## Βιβλιογραφία

Allianz , 2020. *Χρηματοοικονομικές Καταστάσεις 31 Δεκεμβρίου 2019*. Αθήνα: Allianz Ελλάς ΑΑΕ.

Allianz Direct, 2020. *Allianz Direct*. [Online] Available at: <https://www.allianzdirect.gr/el/home> [Accessed 15 Νοέμβριος 2020].

Allianz, 2018. *Allianz*. [Online] Available at: <https://www.allianz.com.gr/idiotes/etairia/nea/vravefsi-allianz-direct-2018.html> [Accessed 15 Νοέμβριος 2020].

Allianz, 2020. *Allianz*. [Online] Available at: <https://www.allianz.com.gr> [Accessed 10 Νοέμβριος 2020].

Asfalisinet, 2018. *Asfalisinet*. [Online] Available at: <https://www.asfalisinet.gr/%CE%B7-%CE%BC%CE%AC%CF%87%CE%B7-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CE%B1-%CE%BC%CE%B5%CF%81%CE%AF%CE%B4%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CF%89%CE%BD-online-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-direct-%CE%B1%CF%83%CF%86%CE%B1%CE%BB%CE%AF/> [Accessed 15 Νοέμβριος 2020].

Buest, R., 2018. *Analyst pov point of view*. [Online] Available at: <https://analystpov.com/strategy/digitization-its-an-evolution-and-not-a-transformation-25954> [Accessed 15 Οκτώβριος 2020].

Business, 2020. *The Objective*. [Online] Available at: <https://www.theobjective.gr/2020/05/10/%CF%83%CF%84%CE%B1-%CF%87%CE%AD%CF%81%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BE%CE%AD%CE%BD%CF%89%CE%BD-%CE%B7-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AE->

[%CE%B1%CF%83%CF%86%CE%B1%CE%BB%CE%B9%CF%83/](#) [Accessed 10 Νοέμβριος 2020].

Cummins, D., Cragg, M., Zhou, B. & deFonseka, J., 2016. The Social and Economic Contributions of the Life Insurance Industry. *The Brattle Group, Inc.*.

Everis, 2020. *Insurtech Global Outlook 2020*. Madrid: Everis.

Fortifier, 2019. *Fortifier IT Company*. [Online] Available at: <https://4tifier.com/what-is-insurtech-what-you-should-know-about-emerging-technologies-in-the-insurance-sector/> [Accessed 20 Οκτώβριος 2020].

Gleeson, P., 2019. *Zacks Finance*. [Online] Available at: <https://finance.zacks.com/insurance-companies-invest-money-11120.html> [Accessed 1 Οκτώβριος 2020].

Gründl, H., Dong, M.(. & Gal, J., 2016. The evolution of insurer portfolio investment strategies for long-term investing. *OECD Journal: Financial Market Trends*, (1).

He, Q. et al., 2020. Strategic Alliance Research in the Era of Digital Transformation: Perspectives on Future Research. *British Journal of Management*, 13, pp.589-617.

Insurance Compare, 2020. *Insurance Compare*. [Online] Available at: <http://www.insurancecompare.gr/insurance-companies-online-allianz.php> [Accessed 15 Νοέμβριος 2020].

Insurance Daily, 2017. *Insurance Daily*. [Online] Available at: <https://www.insurancedaily.gr/allianz-ellados-nea-platforma-e-learning/> [Accessed 15 Νοέμβριος 2020].

Insurance Information Institute, 2010. *Insurance Handbook A guide to insurance: What it does and how it works*. New York: Insurance Information Institute.



- Insurance World, 2015. *Insurance World*. [Online] Available at: <https://insuranceworld.gr/29356/eidiseis/asfalistikes-eidiseis/neo-eteriko-website-psifiakes-lisis-apo-tin-allianz-ellados/> [Accessed 15 Νοέμβριος 2020].
- Interamerican, 2020. *Interamerican*. [Online] Available at: <https://www.interamerican.gr/eksyphrethsh/apps/medion> [Accessed 19 Νοέμβριος 2020].
- i-SCOOP, 2020. *i-SCOOP*. [Online] Available at: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/> [Accessed 18 Οκτώβριος 2020].
- KPMG, 2019. *Insurtech 10 Trends for 2019*. Amstelveen : KPMG International.
- Legner, C. et al., 2017. Digitalization: Opportunity and Challenge for the Business and Information Systems Engineering Community. *Business & Information Systems Engineering*, 59, pp.301-08.
- Liere-Netheler, K., Packmohr, S. & Vogelsang, K., 2018. Drivers of Digital Transformation in Manufacturing. *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*, pp.3926-35.
- Masci, P., 2011. The History of Insurance: Risk, Uncertainty and Entrepreneurship. *Journal of the Washington Institute of China Studies*, 5(3), pp.25-68.
- Mazzone, D.M., 2014. *Digital or Death: Digital Transformation - The Only Choice for Business to Survive Smash and Conque*. Ontario: Smashbox Consulting Inc.
- McKinsey, 2018. *McKinsey & Company*. [Online] Available at: <https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/unlocking-success-in-digital-transformations> [Accessed 18 Οκτώβριος 2020].

- Morakanyane, R., Grace, A. & O'Reilly, P., 2017. Conceptualizing Digital Transformation in Business Organizations: A Systematic Review of Literature. *30th Bled eConference: Digital Transformation – From Connecting Things to Transforming Our Lives*, June 18 – 21, 2017; Bled, Slovenia.
- Muller, W., 1981. Theoretical Concepts of Insurance Production. *The Geneva Papers on Risk and Insurance*, 21, pp.63-83.
- Next Deal, 2017. *Next Deal*. [Online] Available at: <https://www.nextdeal.gr/asfalistikes-etaireies/allianz-ellas-anonymi-asfalistiki-etairia> [Accessed 10 Νοέμβριος 2020].
- OECD, 2017. *Technology and innovation in the insurance sector*. Paris: OECD.
- Outreville, F.J., 1998. *Theory and Practice of Insurance*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Peverelli, R. & De Feniks, R., 2018. *Digital Insurance Agenda*. [Online] Available at: <https://www.digitalinsuranceagenda.com/192/top-10-insurtech-trends-that-set-the-digital-insurance-agenda/> [Accessed 11 Νοέμβριος 2020].
- Rejda, G.E. & McNamara, M.J., 2014. *Principles of Risk Management and Insurance*. 12th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Remane, G., Hildebrandt, B., Hanelt, A. & Kolbe, L.M., 2016. Discovering New Digital Business Model Types: A Study of technology Startups from the Mobility Sector. *Conference: Proceedings of 20th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS 2016) At: Chiayi, Taiwan*.
- Ricciardi, V., 2018. InsurTech Definition as Its Own Manifesto. In *The Insurtech Book: The Insurance Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Fintech Visionaries*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd. pp.6-8.

Schallmo, D., Williams, C.A. & Boardman, L., 2017. Digital Transformation of Business Models - Best Practice, Enablers, and Roadmap. *International Journal of Innovation Management*, 21(8), pp.1740014/1-17.

Simon, N., 2019. *Mantra Labs Global*. [Online] Available at: <https://www.mantralabsglobal.com/blog/top-10-innovative-insurance-products-of-2019/> [Accessed 12 Νοέμβριος 2020].

StartUpper, 2020. *StartUpper*. [Online] Available at: <https://startupper.gr/startups/65383/script-i-elliniki-insurtech-platforma-pou-allazei-ton-asfalistiko-klado/> [Accessed 18 Νοέμβριος 2020].

Szakiel, P., 2018. *Learning Hub*. [Online] Available at: <https://learn.g2.com/insurtech> [Accessed 20 Οκτώβριος 2020].

Thompson, W., 2014. *WSR Insurance*. [Online] Available at: <http://wsrinsurance.com/how-insurance-began-3000-years-of-history/> [Accessed 10 Σεπτέμβριος 2020].

Warburton, J., 2018. Where Does InsurTech Leave the People who Work in Insurance? In *The Insurtech Book: The Insurance Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Fintech Visionaries*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd. pp.35-39.

Westerman, G. et al., 2011. *Digital Transformation: A Roadmap for Billion-Dollar Organizations*. MIT Center for Digital Business and Capgemini Consulting.

ΑΠΕ-ΜΠΕ, 2020. *Forin*. [Online] Available at: <https://www.forin.gr/articles/article/30661/enwsh-asfalistikwn-etaireiwn-ellados-shmantikh-aukshsh-paragwghs-asfalistrwn-katagrafoun-gia-to-2019-oi-deka-megaluteres-asfalistikes-etaireies-ths-xwras> [Accessed 10 Νοέμβριος 2020].

- Ασφαλιστική Αγορά, 2020. *Ασφαλιστική Αγορά*. [Online] Available at: <https://www.aagora.gr/to-ekpedeftiko-programma-allianz-ylopiite-psifiaka/> [Accessed 15 Νοέμβριος 2020].
- Βέττας, Ν. & Μανιάτης, Γ., 2019. Το Οικονομικό και Κοινωνικό Αποτύπωμα της Ιδιωτικής Ασφάλισης στην Ελλάδα. *Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος*.
- Γαλαζίου, Λ., 2017. *Επιχειρώ*. [Online] Available at: <https://www.epixeiro.gr/article/2728> [Accessed 15 Νοέμβριος 2020].
- ΕΑΕΕ, 2018. *Ένωση Ασφαλιστικών Εταιριών Ελλάδος*. [Online] Available at: <http://www1.eaee.gr/oi-epiloges-moy> [Accessed 15 Σεπτέμβριος 2020].
- Κάσσοσ, Φ., 2020. *KPMG Ορκωτοί Ελεγκτές ΑΕ*. [Online] Available at: <https://home.kpmg/gr/el/home/insights/2020/05/philippos-kassos-interview-insuranceworld.html> [Accessed 18 Νοέμβριος 2020].
- Ναυτεμπορική, 2020. *Ναυτεμπορική*. [Online] Available at: <https://www.naftemporiki.gr/afieromata/story/1651313/allianz-ellados-i-sigouria-apotelei-basiko-kefalaio-mias-epixeirisis> [Accessed 10 Νοέμβριος 2020].
- Σακελλαρίου, Ν., 2020. *Underwriter*. [Online] Available at: <https://underwriter.gr/%CF%88%CE%B7%CF%86%CE%B9%CE%B1%CE%BA%CF%8C%CF%82-%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%87%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CE%BD%CE%B5%CF%8E%CF%83%CE%B5%CE%B9/> [Accessed 18 Νοέμβριος 2020].

ΣΕΒ, 2019. *Μελέτη ψηφιακής και τεχνολογικής ωριμότητας οικονομίας και επιχειρήσεων*. Αθήνα: Επιτροπή Ψηφιακής Οικονομίας του ΣΕΒ & Συγγραφική ομάδα Deloitte.

Χαρονικαλάου, Γ., 2020. *Asfalisinet.gr*. [Online] Available at:  
<https://www.asfalisinet.gr/%CF%80%CF%89%CF%82-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CE%BC%CE%BF%CF%81%CF%86%CF%8E%CE%BD%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9-%CE%BF-%CF%87%CE%AC%CF%81%CF%84%CE%B7%CF%82-%CF%84%CF%89%CE%BD-online-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-direct-2/>  
[Accessed 18 Νοέμβριος 2020].