

عنوان مقاله:

مدل طراحی و پیاده سازی اکوسیستم کسب و کار برای شرکت های بیمه

محل انتشار:

بیست و هشتمین همایش بیمه و توسعه (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

حبیب میرزایی - معاون توسعه بازار و شبکه فروش، بیمه پاسارگاد، تهران

علیرضا مهنیان - مدیر تحقیقات و توسعه بازار، بیمه پاسارگاد، تهران

خلاصه مقاله:

امروزه شرکت های بیمه علاوه بر روبرو شدن با چالش های مرتبط با نیازهای جدید مشتریان و اجبار به برآورده سازی این نیازها در سریعترین زمان ممکن، با چالش ظهور شرکت های بزرگ چندملیتی، استارتآپ ها و پلتفرم های دیجیتال و به طور خلاصه با ظهور اقتصاد مشارکتی مواجه هستند. در نتیجه این شرکت ها تنها زمانی می توانند موفق عمل کنند که داخل یک اکوسیستم (زیست بوم) قرار گرفته و از ویژگی های آن همچون فناوری های جدید، دسترسی وسیع به داده های مختلف بازار و شبکه ارتباطات استفاده کنند. اکوسیستم ها، درگاه هایی هستند که مشتریان را قادر می سازند تا از طریق یک پلتفرم واحد به حجم وسیعی از خدمات و محصولات متفاوت دسترسی پیدا کرده و در کوتاه ترین زمان خدمات مورد نیاز خود را دریافت کنند. اکوسیستم ها از اثرات شبکه ای بهره می گیرند که این امر برای شرکت های موجود در اکوسیستم مزیت های مبتنی بر مقیاس ایجاد می کند. اکوسیستم ها داده ها را ادغام و به شرکت ها کمک می کنند تا علاوه بر ارائه محصولات و خدمات شخصی سازی شده به مشتری، تجربه ای متعالی برای وی خلق کنند. با توجه به اهمیت روز افزون رویکرد اکوسیستمی به کسب و کار، در این مقاله پس از بررسی جوانب مختلف این مفهوم، با رویکرد فرامطالعه مدل طراحی و پیاده سازی اکوسیستم کسب و کار برای شرکت های بیمه ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

بیمه، اکوسیستم، اکوسیستم سازی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، استارت آپ، تفکر طراحی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1390819>

