

رقم الدورة 1878

دورة ابتكار المنتجات التأمينية

المنتجات والتسعير التأميني
التأمين وإدارة المخاطر

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تقدم هذه الدورة إطاراً مهنياً وعملياً متكاملًا لتطوير منتجات تأمينية مبتكرة تستجيب لاحتياجات العملاء المتغيرة، والمخاطر الناشئة، وتطورات الأسواق، والفرص التجارية الجديدة، وتركز على تحويل احتياجات السوق ورؤى العملاء إلى حلول تأمينية قابلة للتطبيق تحقق قيمة واضحة للعملاء وشركات التأمين.

تتناول الدورة دورة ابتكار المنتجات التأمينية بصورة متكاملة، بدءاً من تحديد احتياجات العملاء غير الملباة والمخاطر الناشئة، مروراً بأبحاث السوق وتوليد الأفكار وتصميم المنتجات والتقييم الفني والتجاري، ووصولاً إلى التجارب الأولية والإطلاق والتوزيع ومراقبة الأداء بعد الإطلاق، كما توضح كيفية بناء عملية ابتكار تربط بين توقعات العملاء والاحتياجات والتسويق والوظائف الاكتوارية والتوزيع والتقنية والأهداف التجارية.

تركز الدورة بصورة خاصة على تطوير المنتجات من منظور يضع العميل في مركز عملية الابتكار. ويتعرف المشاركون على تقسيم العملاء، وتحليل السلوكيات المتغيرة، وتوقعات العملاء الجديدة، ونماذج التأمين الرقمية، والتخصيص، والتأمين المدمج، والحلول القائمة على الاستخدام والسلوك، والأساليب الجديدة في تصميم المنتجات وتقديمها. كما تغطي الدورة الجدوى الفنية والتجارية للمنتجات، والربحية، وتقييم المخاطر، والحوكمة، والامتثال، وحماية العملاء، والاختبار، والاستعداد للإطلاق، والتحسين المستمر. ويعمل المشاركون على بناء منظومة عملية لإدارة أفكار المنتجات وتحديد المنتجات التي تستحق التطوير أو التجربة أو التوسع أو إعادة التصميم أو الإيقاف.

أهداف الدورة

- بنهاية الدورة، سيتمكن المشاركون من:
- تحليل الدور الاستراتيجي لابتكار المنتجات في نمو شركات التأمين وتعزيز قدرتها التنافسية.
- تحديد احتياجات العملاء غير الملباة والمخاطر الناشئة والفرص الجديدة في الأسواق التأمينية.
- تطبيق أساليب تقسيم العملاء وأبحاث السوق لدعم ابتكار المنتجات.
- تطوير أفكار ومنتجات تأمينية جديدة وعروض قيمة واضحة.

- تقييم الجدوى الفنية والتجارية والتشغيلية والمخاطر المرتبطة بالمنتجات المبتكرة.
- تصميم منتجات تأمينية تستند إلى احتياجات العملاء وخصائص المخاطر وطلب السوق.
- تقييم اعتبارات التسعير والاكتتاب والمطالبات والتوزيع والربحية أثناء تطوير المنتجات.
- تطبيق التقنيات الرقمية والأساليب القائمة على البيانات في ابتكار المنتجات التأمينية.
- تقييم نماذج التأمين المبتكرة مثل التأمين المدمج والتأمين القائم على الاستخدام والحلول الشخصية.
- تصميم عمليات تجريب واختبار للتحقق من صلاحية المنتجات قبل إطلاقها على نطاق واسع.
- تعزيز حوكمة المنتجات والامتثال وحماية العملاء والابتكار المسؤول.
- إنشاء أطر لمراقبة أداء المنتجات وتحسينها بصورة مستمرة.
- تطوير محفظة ابتكار للمنتجات التأمينية تتوافق مع الأولويات الاستراتيجية وشهية المخاطر.

الفئة المستهدفة

تستهدف هذه الدورة المتخصصين المشاركين في تطوير المنتجات التأمينية وإدارة المنتجات والابتكار والاكتتاب والتسعير والوظائف الاكتوارية والتسويق والتوزيع وتجربة العملاء والتحول الرقمي وتطوير الأعمال. وتناسب بشكل خاص مديري المنتجات التأمينية، ومديري تطوير المنتجات، ومديري الابتكار، ومديري الاكتتاب، ومديري التسعير، والخبراء الاكتواريين، ومديري تطوير الأعمال، ومديري التسويق، ومديري التوزيع، ومتخصصي تجربة العملاء والتحول الرقمي، والمتخصصين المسؤولين عن استراتيجية المنتجات وإدارة دورة حياتها. كما تعد الدورة مناسبة للمديرين التنفيذيين وصناع القرار المسؤولين عن نمو شركات التأمين، والقدرة التنافسية للمنتجات، والتوسع في الأسواق، وقيمة العملاء، والتحول الرقمي، واستراتيجية الابتكار، وأداء محافظ المنتجات.

مخرجات التعلم

- عند إتمام الدورة، سيكون المشاركون قادرين على:
- شرح مبادئ وأهمية ابتكار المنتجات التأمينية ودورها الاستراتيجي.
- تحديد احتياجات العملاء الناشئة واتجاهات السوق والفرص التأمينية الجديدة.
- إجراء تحليلات منظمة للسوق والعملاء لتحديد فرص الابتكار.
- تطوير مفاهيم منتجات تأمينية وعروض قيمة تتمحور حول العميل.
- تقييم الجدوى التجارية والفنية والتشغيلية والمخاطر المرتبطة بأفكار المنتجات.
- دمج اعتبارات الاكتتاب والتسعير والمطالبات والتوزيع وتجربة العملاء في تصميم المنتجات.
- تطوير حلول تأمينية مبتكرة تستهدف شرائح محددة من العملاء.
- تقييم إمكانات التقنيات الرقمية والبيانات في تطوير المنتجات التأمينية.
- تصميم تجارب أولية واختبارات للمنتجات ومعايير واضحة لقياس نجاحها.
- تقييم اقتصاديات المنتجات وربحياتها وقابليتها للتوسع وإمكاناتها السوقية.
- تطبيق مبادئ الحوكمة والامتثال وحماية العملاء وإدارة المخاطر.
- إنشاء منظومة لإدارة أفكار وابتكارات المنتجات وترتيب أولوياتها.
- مراقبة أداء المنتجات بعد إطلاقها وتحديد فرص التحسين.
- تطوير استراتيجيات لتوسيع نطاق المنتجات التأمينية الناجحة.
- إعداد خارطة طريق عملية لابتكار المنتجات التأمينية بما يتوافق مع استراتيجية الشركة.
- المحاور التدريبية

محاوور الءورة

الءوم الأول

استراتيجية ابتكار المنتجات التأمينية وءءءء فرص السوق

- أساسيات الابتكار في صناعة التأمين.
- الءور الاستراتيجية لابتكار المنتجات في النمو والءءرة التنافسية.
- اتجاهات أسواق التأمين وءءر توقعات العملاء.
- ءءءء اءءياجاء العملاء غير الملباة وفءوءات السوق.
- ءقسيم العملاء وءءءء فرص الابتكار.
- المخاطر الناشئة وءأءرها على ءطوير المنتجات التأمينية.
- ءءلل الأسواق والمنافسين.
- ءأءر المءءرءاء ءءقنية والاقتصادية والءيموءرافية والبيئية والتنظيمية على الابتكار.
- بناء استراتيجية ابتكار المنتجات التأمينية.
- ءءءء أولوءاء الابتكار ومءالاء الفرص.
- ءءبءق عملي: ءءءء مءموءة من فرص ابتكار المنتجات التأمينية وءرءببها ءسب القيمة والإمكاناء الاستراتيجية.

الءوم الثاني

ءصميم المنتجات المءركز على العميل وءطوير الابتكراء

- منهءاء ءطوير المنتجات التأمينية الءي ءركز على العميل.
- فهم مشكلاء العملاء واءءياجاءهم وسلوكاءهم.
- ءطوير مفاهيم المنتجات التأمينية.
- ءصميم عروض القيمة للمءءءاء.

اليوم الثاني — تابع

- خصائص المنتجات وهيكل التغطيات والمزايا والاستثناءات والخيارات المتاحة للعملاء.
- تخصيص المنتجات وفق شرائح العملاء.
- تطوير حزم وحلول تأمينية مبتكرة.
- دمج تجربة العميل في تصميم المنتجات.
- التعاون بين إدارات المنتجات والاككتاب والتسعير والمطالبات والتوزيع والتقنية.
- تقييم أفكار المنتجات واختيار الأفكار ذات الإمكانيات الأعلى.
- تطبيق عملي: تصميم مفهوم منتج تأميني يركز على العميل ويستهدف شريحة محددة من السوق.

اليوم الثالث

الابتكار الرقمي ونماذج المنتجات التأمينية الحديثة

- التحول الرقمي وتأثيره على ابتكار المنتجات التأمينية.
- المنتجات التأمينية القائمة على البيانات والتخصيص.
- التأمين المدمج ونماذج التوزيع القائمة على المنظومات الرقمية.
- التأمين القائم على الاستخدام والسلوك.
- التأمين البارامتري والهياكل البديلة للمنتجات التأمينية.
- المنصات الرقمية والحلول التأمينية المدعومة بالتقنيات الحديثة.
- استخدام بيانات العملاء والتحليلات في تصميم المنتجات.
- فرص استخدام الذكاء الاصطناعي والأتمتة في المنتجات التأمينية.
- تصميم منتجات رقمية مرنة وقابلة للتوسع.
- تقييم الابتكارات وفق قيمة العميل والأهداف التجارية.
- تطبيق عملي: تطوير منتج تأميني رقمي مبتكر يعتمد على البيانات أو التقنية أو التخصيص أو أحد نماذج التأمين الحديثة.

اليوم الرابع

جدوى المنتجات واختبارها وتسويقها

- تقييم الجدوى الفنية والتجارية للمنتجات التأمينية الجديدة.
- تقييم المخاطر واعتبارات الاكتتاب.
- اعتبارات التسعير أثناء تطوير المنتجات.
- تأثير المنتجات الجديدة على المطالبات والعمليات التشغيلية.
- استراتيجية التوزيع ومواءمة المنتج مع القنوات.
- اقتصاديات المنتج وتقييم الربحية.
- إمكانات اكتساب العملاء وحجم السوق المستهدف.
- تصميم التجارب الأولية والاختبارات المحدودة للمنتجات.
- تحديد أهداف الاختبار ومعايير النجاح وآليات جمع الملاحظات.
- الاستعداد للإطلاق والتسويق التجاري للمنتج.
- تطبيق عملي: إعداد خطة لدراسة جدوى واختبار أولي لمنتج تأميني جديد قبل إطلاقه.

اليوم الخامس

حوكمة المنتجات والإطلاق والابتكار المستمر

- أطر حوكمة المنتجات التأمينية.
- الامتثال والمتطلبات التنظيمية وحماية العملاء.
- الابتكار المسؤول وإدارة مخاطر السلوك المهني.
- حوكمة اعتماد المنتجات وإطلاقها.
- الجاهزية التشغيلية وتنسيق أصحاب المصلحة.
- استراتيجية إطلاق المنتجات وتنشيط السوق.

اليوم الخامس — تابع

- مراقبة أداء المنتجات بعد الإطلاق.
- قياس تبني العملاء والمبيعات والاحتفاظ والمطالبات والربحية ورضا العملاء.
- تحديد فرص تحسين المنتجات وتوسيع نطاق الابتكارات الناجحة.
- إدارة المنتجات غير الناجحة أو الناضجة أو التي تقرر إيقافها.
- بناء منظومة مستدامة لابتكار المنتجات التأمينية.
- ورشة ختامية: إعداد خارطة طريق متكاملة لابتكار منتج تأميني تشمل فرصة السوق، واحتياجات العملاء، ومفهوم المنتج، وعرض القيمة، والقدرات الرقمية، والاكتتاب، والتسعير، والمطالبات، والتوزيع، والجدوى، والاختبار، والحوكمة، والإطلاق، وقياس الأداء، والتوسع، والتحسين المستمر.

للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/insurance-product-innovation-training-course>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440