

رویداد دوشنبه‌های استارت‌آپی حوزه نوآوری در صنعت بیمه

استارت‌آپ‌های حوزه بیمه

موضوع استارت‌آپ

بازار بیمه عمر در ایران با چالش‌هایی اساسی روبه‌رو است؛ از جمله پرداخت دیر هنگام و غیرشفاف کمیسیون‌ها، نبود انگیزه کافی برای توسعه تیمی، پراکندگی ابزارهای آموزشی و مدیریتی و کمبود سیستم‌های وفادارسازی. پله این چالش‌ها را با ترکیب چند راهکار کلیدی در یک محصول واحد برطرف می‌کند. این راهکارها شامل پرداخت شفاف و سریع پورسانت از طریق کیف پول دیجیتال، ابزارهای آموزشی و آزمون‌های سطح‌بندی برای ارتقای مهارت، باشگاه وفاداری و کامیونیتی برای ایجاد انگیزه و تعامل حرفه‌ای و همچنین گزارش‌های فردی و تیمی همراه با امکانات تیم‌سازی چندسطحی (MLM) است. مزیت رقابتی پله در این است که تمامی این ابزارها را به‌صورت یکپارچه و در یک پلتفرم ارائه می‌دهد؛ در حالی که سایر بازیگران بازار تنها بخشی از این نیازها را پوشش می‌دهند. پله بر پایه بیش از ۱۲ سال تجربه تیم مؤسس در آموزش و تیم‌سازی شبکه فروش بیمه ایجاد شده و هم‌اکنون با نمایندگی‌های واقعی وارد مرحله پایلوت بازار شده است. هدف نهایی پله، افزایش درآمد و بهره‌وری شبکه فروش بیمه و تبدیل شدن به سکوی رشد دیجیتال صنعت بیمه در ایران است.

بازار

بر اساس آمار سال ۱۴۰۳، کل بازار بیمه عمر در ایران یا بیش از ۱۱۳ هزار میلیارد تومان بوده است. در میان این بازار گسترده، شرکت‌هایی که به‌طور تخصصی در حوزه بیمه عمر فعالیت دارند، از جمله کارآفرین، باران، خاورمیانه، تجارت‌نو و معلم، در مجموع حدود ۵ هزار میلیارد تومان حق بیمه دریافت کرده‌اند. این بخش به‌عنوان بازار موجود قابل خدمت‌رسانی برای پله در نظر گرفته می‌شود. پیش‌بینی می‌شود سهم قابل دستیابی پله از این بازار یا SOM طی سه سال آینده حدود ۱ درصد از حق بیمه این شرکت‌ها، معادل ۵۰ میلیارد تومان باشد. در فاز نخست، تمرکز پله بر جذب نمایندگان و بازاربانان است و برآورد می‌شود با جذب ۱۵۰۰ نماینده فعال تا پایان سال دوم و دریافت اشتراک ماهانه به‌طور میانگین ۴۵۰ هزار تومان، درآمد سالیانه بخش B2C به حدود ۸ میلیارد تومان برسد. در فاز دوم، با ورود به همکاری مستقیم با شرکت‌های بیمه و دریافت کارمزد ۱,۵ درصدی از فروش بیمه‌نامه‌های عمر، ظرفیت درآمدی پله به‌صورت تصاعدی افزایش خواهد یافت. این ترکیب درآمدی (B2C + B2B) علاوه بر پایداری، قابلیت مقیاس‌پذیری بالایی نیز دارد.

سرمایه‌گذاری

میزان سرمایه مورد نیاز: ۲ میلیارد تومان

محل مصرف سرمایه درخواستی: توسعه محصول، ضبط آموزش، بازاریابی، زیرساخت، فضای کار

پله

اعضای تیم

امین آهی (رئیس هیئت مدیره)

امین اسدی (مدیرعامل)

امیرحسین رحمانی (مدیر توسعه محصول)

امین سلمانی (مدیر آموزش)

تجربیات و دستاوردها

- بیش از ۱۲ سال تجربه مشاوره و مشارکت در تیم‌سازی شبکه‌ای برای نمایندگان بیمه.
- سابقه موفق در رشد یک تیم فروش از ۲ نفر به بیش از ۴۰۰۰ بازاربان فعال در صنعت بیمه
- تجربه آموزش و توانمندسازی تیم-های نمایندگان در شرکت‌های مختلف بیمه‌ای

رویداد دوشنبه‌های استارت‌آپی حوزه نوآوری در صنعت بیمه

استارت‌آپ‌های حوزه بیمه

موضوع استارت‌آپ

بیمه‌هام یک پلتفرم فناوری بیمه (InsurTech) است که با ارائه یک API هوشمند، فرآیند خرید بیمه‌های خرد و موقعیت‌محور را مستقیماً در دل پلتفرم‌های دیجیتال دیگر مانند فروشگاه‌های آنلاین، سایت‌های فروش بلیط و اپلیکیشن‌های خدماتی تعبیه می‌کند. این پلتفرم بیمه را از یک محصول پیچیده و دور از دسترس به یک سرویس آنی و ساده تبدیل می‌کند که کاربر با یک کلیک می‌تواند در لحظه نیاز خود آن را فعال کند.

مزیت رقابتی بیمه‌هام شامل تمرکز دقیق بر نسل زد است، بازاری که صنعت بیمه سنتی کمتر به آن توجه داشته است. زیرساخت API-First این پلتفرم امکان یکپارچه‌سازی سریع و آسان را برای توسعه‌دهندگان فراهم می‌کند و فرآیند همکاری را به حداقل می‌رساند. سرعت و چابکی محصول نیز اجازه می‌دهد در عرض چند ماه، خدمتی عرضه شود که شرکت‌های بزرگ سال‌ها درگیر بوروکراسی آن هستند. علاوه بر این، با پیوستن هر پلتفرم میزبان، ارزش اکوسیستم به شکل تصاعدی افزایش یافته و یک خط رقابتی پایدار ایجاد می‌کند.

بازار

بازار هدف بیمه‌هام در نقطه‌ای استراتژیک قرار دارد که صنعت بیمه ایران با ارزش حدود ۱۲۰ هزار میلیارد تومان با اقتصاد دیجیتال نسل جدید نسل Z تلاقی می‌کند. در این بازار، کل صنعت بیمه کشور به همراه بخش‌های بکر و تعریف‌نشده ریسک‌های دیجیتال که تاکنون هیچ پوششی نداشته‌اند، به عنوان بازار کل در دسترس (TAM) محصول بیمه‌هام محسوب می‌شود که معادل ۲۰۰ همت برآورد می‌شود. از این میان، بخش اقتصاد دیجیتال که شامل میلیون‌ها تراکنش روزانه در حوزه‌های تجارت الکترونیک، سفر، رویداد، گیمینگ و خدمات آنلاین است، به عنوان بازار قابل دسترس (SAM) در نظر گرفته شده است. تحلیل‌های اولیه نشان می‌دهد تنها برای یکی از محصولات اولیه بیمه‌هام، یعنی بیمه کنسلی رویداد، حجمی بالغ بر ۵۰ همت در سال وجود دارد. هدف بیمه‌هام در ۱۸ ماه اول دستیابی به فروش یک میلیون بیمه‌نامه فعال از طریق همکاری با ۱۰ پلتفرم پیشرو است که بازاری معادل ۸۰ میلیارد تومانی را ایجاد می‌کند.

سرمایه‌گذاری

میزان سرمایه مورد نیاز: ۴/۷۵ میلیارد تومان

محل مصرف سرمایه درخواستی: توسعه محصول، حقوق و دستمزد، بازاریابی

نام استارت‌آپ

بیمه‌هام

اعضای تیم

امیراشکان کلیشادی (مدیرعامل)

فریبا قوامی پیروز (مدیر توسعه)

حامد جعفری (مدیر تیم‌سازی و آموزش)

تجربیات و دستاوردها

- شناسایی و تعریف ۷ محصول اولیه کاملاً نوآورانه با پتانسیل بالای ورود به بازار (MVP).
- طراحی نقشه استراتژی رگولاتوری

رویداد دوشنبه‌های استارت‌آپی حوزه نوآوری در صنعت بیمه

استارت‌آپ‌های حوزه بیمه

موضوع استارت‌آپ



طرح سدید یک سامانه هوشمند برای کنترل، دیده‌بانی و تحلیل ریسک در بنادر و گمرکات کشور است که با استفاده از فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، نقشه‌برداری دیجیتال و اتصال به داده‌های عملیاتی (گمرک، بنادر، آتش‌نشانی و ...) به شناسایی و رتبه‌بندی لحظه‌ای ریسک‌های عملیاتی، محیطی و لجستیکی می‌پردازد. این سامانه با هدف بهبود نرخ‌گذاری و طراحی بیمه‌نامه‌های ترکیبی و اختصاصی برای فعالان حوزه حمل‌ونقل و تجارت خارجی، به شرکت‌های بیمه، بیمه‌گذاران، شرکت‌های بیمه اتکایی و نهاد ناظر این امکان را می‌دهد تا تصمیمات خود را مبتنی بر داده و رتبه‌بندی ریسک اتخاذ نمایند. همچنین سدید، بیمه‌گذاران را ملزم به اخذ پوشش بیمه‌ای متناسب با سطح ریسک آنلاین خود می‌کند و بدین ترتیب از نرخ‌شکنی و کم‌پوششی در صنعت بیمه جلوگیری می‌نماید.

سدید

اعضای تیم



مهران حسنخانی (مدیر محصول)

منا سازگار (مدیر محصول)

بازار



در سال ۱۴۰۳ مجموع حق بیمه تولیدی کشور بیش از ۲۷۹ هزار میلیارد تومان بوده است. برآوردها نشان می‌دهد به‌طور میانگین بین ۲ تا ۵ درصد از این مبلغ صرف هزینه‌های فناورانه، تحلیل داده و خدمات مدیریت ریسک در صنعت بیمه می‌شود. بر این اساس، کل بازار خدمات تحلیلی و فناورانه بیمه‌ای در کشور یا TAM بین ۵ تا ۱۰ هزار میلیارد تومان در سال برآورد می‌شود. سامانه سدید تمرکز خود را بر حوزه‌های بیمه حمل‌ونقل، باربری، آتش‌سوزی، اموال و گمرک قرار داده است که طبق آمار بیمه مرکزی، حدود ۶ درصد از کل بازار بیمه کشور را شامل می‌شود. این سهم معادل ۱۶،۷۰۰ میلیارد تومان است. اگر تنها ۲ درصد از این بازار به خدمات تحلیلی و فناورانه اختصاص یابد، بازار موجود قابل خدمت‌رسانی یا SAM سامانه سدید حدود ۳۳۴ میلیارد تومان در سال برآورد می‌شود.

در فاز آغازین فعالیت، تمرکز سدید بر سه بندر اصلی کشور و چهار شرکت بیمه بزرگ قرار دارد. با هدف‌گذاری جذب ۱۰ درصد از بازار در دسترس در سال نخست، بازار هدف اولیه یا SOM سامانه سدید حدود ۳۳ میلیارد تومان در سال پیش‌بینی می‌شود.

سرمایه‌گذاری



میزان سرمایه مورد نیاز: ۵/۵ میلیارد تومان

محل مصرف سرمایه درخواستی: توسعه محصول، تیم و عملیات، بازاریابی، زیرساخت

تجربیات و دستاوردها



- ایده برتر صنعت بیمه در همایش بیمه و توسعه ۱۴۰۳
- رتبه اول دومین رویداد استارت‌آپی صنعت بیمه
- طراحی سیستم گزارش‌دهی اتکایی

رویداد دوشنبه‌های استارت‌آپی حوزه نوآوری در صنعت بیمه

استارت‌آپ‌های حوزه بیمه

موضوع استارت‌آپ

محصول Coverly یک راهکار نوآورانه در حوزه معاملات مالی و رمزارز است که با هدف کاهش ریسک و افزایش اعتماد معامله‌گران طراحی شده است. این محصول در قالب یک پلتفرم عمل می‌کند و به معامله‌گران امکان می‌دهد تا با پرداخت کارمزدی مشخص، از پوشش کامل ریسک در معاملات خود برخوردار شوند. به عبارت دیگر، Coverly با ارائه تضمین بازپرداخت صددرصدی زیان در صورت رعایت اصول و شرایط از پیش تعیین‌شده، به معامله‌گران اطمینان می‌دهد که ریسک معاملاتشان به حداقل برسد. این امر علاوه بر افزایش امنیت مالی، موجب تقویت اعتماد به نفس معامله‌گران و بهبود رفتار معاملاتی آنان خواهد شد. ساختار محصول بر مبنای دو اصل کلیدی طراحی شده است: نخست، حفظ سرمایه و تضمین بازپرداخت در شرایط خاص، و دوم، اصلاح الگوهای رفتاری و مدیریت هیجانات معامله‌گران در بازارهای پرنوسان مانند فارکس و رمزارز. از آنجا که در حال حاضر هیچ نمونه مشابه داخلی در ایران وجود ندارد و بروکرهای خارجی نیز به دلیل محدودیت‌ها امکان ارائه چنین خدماتی به کاربران ایرانی ندارند، Coverly می‌تواند یک مزیت رقابتی و جایگاه منحصربه‌فرد در بازار ایجاد کند.

بازار

بازار محصول Coverly در نقطه تلاقی دو حوزه مهم و پرتقاضا، یعنی بازارهای مالی و رمزارزها قرار دارد؛ دو بازاری که طی سال‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و به‌ویژه در ایران با استقبال گسترده‌ای روبه‌رو شده‌اند. برآوردها نشان می‌دهد که کل بازار بالقوه یا TAM در این حوزه حدود ۶۳ همت است که برآمده از ۲۱ میلیون‌ها معامله‌گر فعال روزانه در سطح کشور است. از این میان، حدود ۲۰ درصد این افراد معامله‌گران روزانه هستند که نیاز مبرم به ابزارهای مدیریت ریسک دارند و بازار قابل خدمت‌رسانی برای این استارت‌آپ در نظر گرفته می‌شوند. حجم این بازار حدود ۱۲ همت تخمین زده می‌شود. بر اساس آمار موجود حدود ۶۰۰ هزار نفر از معامله‌گران روزانه افرادی هستند که با ضرر معامله می‌کنند که با توجه به امکانات استارت‌آپ می‌توانند بعنوان بازار هدف ۱/۸ هزار میلیارد تومانی در نظر گرفته شوند.

سرمایه‌گذاری

میزان سرمایه مورد نیاز: ۲/۶ میلیارد تومان

محل مصرف سرمایه درخواستی: توسعه محصول، بازاریابی، سرمایه انسانی

Coverly

اعضای تیم

مهسا والی نژاد (مدیر محصول)

سید حسین عظیمی (مدیرعامل)

امیر مهرکار (مدیر توسعه)

تجربیات و دستاوردها

رویداد دوشنبه‌های استارت‌آپی حوزه نوآوری در صنعت بیمه

استارت‌آپ‌های حوزه بیمه

موضوع استارت‌آپ

سامانه هوشمند ارزیابی خسارت بیمه UBI یک راهکار نرم‌افزاری مبتنی بر هوش مصنوعی است که فرآیند ارزیابی و رسیدگی به خسارات بیمه خودرو را متحول می‌کند. این سامانه با سه ماژول فناورانه به صورت یکپارچه، امکان تشخیص خودکار میزان خسارت از روی عکس، تحلیل هوشمند روایت حادثه برای کشف تقلب و شبیه‌سازی سه‌بعدی تصادفات را فراهم می‌سازد. راهکار پیشنهادی ما به شرکت‌های بیمه کمک می‌کند خسارات را سریع‌تر، دقیق‌تر و کم‌هزینه‌تر ارزیابی کرده و از پرداخت‌های غیرواقعی جلوگیری کنند.

با توجه به حجم عظیم خسارات پرداختی در صنعت بیمه و رشد روند تحول دیجیتال در این صنعت، این سامانه پتانسیل تجاری قابل توجهی در ایران و منطقه دارد. این استارت‌آپ دارای یک محصول اولیه (MVP) در حوزه تشخیص خودکار خسارت خودرو از روی تصاویر است و اکنون به دنبال سرمایه‌گذاری برای تکمیل توسعه ماژول‌های پیشرفته و تجاری‌سازی محصول می‌باشد.

بازار

در ایران در حال حاضر حدود ۲۰ میلیون خودرو در حال تردد است و با احتساب هزینه نصب و راه‌اندازی سامانه، بازار کل محصول UBI در کشور حدود ۱۵۰ همت برآورد می‌شود. از این تعداد، نزدیک به ۱۸ میلیون خودرو سواری هستند که به عنوان بازار در دسترس برای این استارت‌آپ در نظر گرفته می‌شوند و حجم بازار در دسترس تقریباً ۱۳۰ همت برآورد می‌شود. این خودروها بیشترین استفاده از خدمات بیمه را دارند و ظرفیت مناسبی برای توسعه محصول فراهم می‌کنند. از میان خودروهای سواری، بیش از ۱۳ میلیون خودرو دارای کاربری شخصی هستند و به عنوان بازار قابل دستیابی یا SOM محصول UBI محسوب می‌شوند. این دسته از خودروها بیشترین تطابق را با نیازهای سامانه دارند و بازاری معادل ۹۵ همت را در اختیار استارت‌آپ قرار می‌دهند. با توجه به رشد روزافزون بیمه شخص ثالث و بیمه‌های مبتنی بر استفاده (Usage-Based Insurance)، این بازار نه تنها ظرفیت بالای درآمدی دارد، بلکه امکان مقیاس‌پذیری و توسعه سریع محصول در سطح ملی و حتی منطقه‌ای را نیز فراهم می‌کند. محصول UBI با هدف بهینه‌سازی خدمات بیمه و کاهش ریسک برای کاربران، جایگاهی منحصربه‌فرد در بازار بیمه خودرو پیدا خواهد کرد.

سرمایه‌گذاری

میزان سرمایه مورد نیاز: ۱۰ میلیارد تومان

محل مصرف سرمایه درخواستی: توسعه محصول، حقوق و دستمزد، تولید دانگل

نام استارت‌آپ

UBI

اعضای تیم

امیر معززیان (مدیرعامل)

محمد جعفری (رئیس هیئت مدیره)

تجربیات و دستاوردها

رویداد دوشنبه‌های استارت‌آپی حوزه نوآوری در صنعت بیمه

استارت‌آپ‌های حوزه بیمه

موضوع استارت‌آپ

استارت‌آپ Drive Guard یک سیستم به منظور ارزیابی و سنجش میزان ریسک راننده خودرو توسعه داده است تا شرکت‌های بیمه با در دست داشتن این اطلاعات بتوانند به تناسب میزان احتمال ایجاد هزینه، نرخ تطبیقی بیمه برای هر راننده را بصورت اختصاصی تعیین نمایند. این روش نیاز به گذشت سال‌ها به منظور تشخیص میزان ریسک راننده را برطرف می‌سازد و نیز در تشویق رانندگان به راندن کم ریسک‌تر و در نهایت سوانح کمتر و خفیف‌تر نقش بسزایی دارد. دانگل نصب شده بر روی خودرو اطلاعات مربوط به رانندگی را جمع‌آوری کرده و با استفاده از الگوریتم انحصاری هوش مصنوعی میزان ریسک را استخراج نموده و در نهایت نتایج را به شرکت بیمه ارسال می‌نماید.

سیستم به گونه‌ای طراحی شده تا بدون نیاز به ایجاد تغییر روی وسیله نقلیه قابل نصب باشد و بتواند بطور خودکار در سامانه بیمه میزان تخفیف و تعرفه پیشنهادی را مشخص سازد تا شرکت‌های بیمه از ایجاد تغییرات در رویه کاری خود بی‌نیاز گردند و با حداقل آموزش و با سطح دانش فعلی کارمندان خود بتوانند از مزایای این سیستم بهره‌مند گردند.

بازار

در حال حاضر حدود ۲۰ میلیون خودروی در حال تردد در کشور وجود دارد که با احتساب هزینه نصب و راه‌اندازی این سامانه، بازار کل محصول Drive Guard در کشور حدود ۱۵۰ همت برآورد می‌شود. بر اساس آمار موجود حدود ۱۸ میلیون خودروی در حال تردد از نوع سواری هستند که بعنوان بازار در دسترس این استارت‌آپ در نظر گرفته می‌شوند. حجم بازار در دسترس برای Drive Guard حدود ۱۳۰ همت تخمین زده می‌شود.

از این میان بیش از ۱۳ میلیون خودروی سواری دارای کاربری شخصی هستند که بعنوان بازار قابل دستیابی Drive Guard در نظر گرفته می‌شوند. این نوع خودرو با توجه به شرایط و نحوه استفاده از خدمات بیمه، بیشترین تطابق با بازار این محصول را دارند و بازاری حدود ۹۵ همت را در اختیار این استارت‌آپ قرار می‌دهند.

هدف Drive Guard دستیابی به یک درصد این بازار در دو سال اول است.

سرمایه‌گذاری

میزان سرمایه مورد نیاز: ۱۰/۸ میلیارد تومان

محل مصرف سرمایه درخواستی: توسعه محصول، حقوق و دستمزد، مواد اولیه



نام استارت‌آپ

Drive Guard

اعضای تیم

امیر متوکل- مدیر تکنولوژی و سیاستهای راهبردی

تجربیات و دستاوردها

- ورژن اول این سیستم ساخته شده و در حال حاضر ورژن دوم در حال توسعه می‌باشد.
- سابقه کاری بنیان گذار در شرکت‌های مطرح خودروسازی از قبیل ولوو و بر روی سیستم‌های پیش‌بینی تصادف
- ثبت اختراع

رویداد دوشنبه‌های استارت‌آپی حوزه نوآوری در صنعت بیمه

استارت‌آپ‌های حوزه بیمه

موضوع استارت‌آپ



در فضای فعلی بیمه کشور، بیشتر صاحبان حرفه‌ها از بیمه نامه‌هایی که باید برای مدیریت ریسک-های خود خریداری کنند، آگاهی ندارند و تعهدات و پوشش‌های بیمه نامه نیز برای آنان بسیار مبهم است. پلتفرم‌های مقایسه قیمت و فروش آنلاین بیمه‌نامه نیز، تاکنون موفق به ورود به عرصه ارائه چنین خدماتی به صاحبان حرفه نشده‌اند. استارت‌آپ حرفه‌باندر راستای خدمت‌رسانی به صاحبان حرفه‌هایی مانند پزشکان، تعمیرکاران خودرو و کارگران حرفه‌ای سرویس آنلاین را توسعه داده است که امکان استعلام لحظه‌ای حق بیمه و امکان سفارشی‌سازی محصول بیمه‌ای را فراهم کرده است. در این محصول، ریسک‌های بدون پوشش بیمه‌ای صاحبان حرفه‌ها در بیمه نامه‌های موجود در صنعت بیمه شناسایی شده و امکان مشاهده جزئیات بیمه نامه و پوشش‌ها و تعهدات آن را فراهم نموده است. علاوه بر این در این محصول فرآیندهای آموزشی و مشاوره تخصصی بیمه‌ای برای کاربران فراهم شده است.

بازار



با استفاده از پایگاه‌های داده مرتبط با مشاغل و حرفه‌های کشور، برآورد شده است که حدود پانزده میلیون نفر در ایران صاحب حرفه‌های گوناگون هستند. باتوجه به این عدد کل بازار بالقوه این استارت‌آپ حدود ۱۵ همت در نظر گرفته می‌شود. با توجه به قابلیت‌های نسخه اولیه محصول (MVP)، دامنه ارائه خدمات مدیریت ریسک صرفاً به چهار گروه حرفه‌ای شامل مهندسان عضو نظام مهندسی ساختمان، مدیران واحدهای پذیرایی، پزشکان و مسئولان فنی داروخانه‌ها محدود گردیده است. تعداد کل فعالان این چهار گروه در مجموع حدود یک‌ونیم میلیون نفر برآورد می‌شود که بازار موجود قابل خدمت‌رسانی حرفه‌بان هستند و حدود ۱۵۰۰ میلیارد تومان حجم بازار آن برآورد می‌شود. حرفه‌بان در نظر دارد در ۵ سال اول به حدود پنج درصد از این بازار خدمات بیمه‌ای ارائه نماید که بازار حدود ۱۰۰ میلیارد تومان برا این استارت‌آپ ایجاد خواهد کرد.

سرمایه‌گذاری



میزان سرمایه مورد نیاز: ۳ میلیارد تومان

محل مصرف سرمایه درخواستی: توسعه محصول، بازاریابی، سرمایه انسانی، هزینه عمومی

حرفه‌بان

اعضای تیم



امیرعباس وفایی (مدیر محصول)

الیه بابازاده (مدیر مارکتینگ)

علی هادی پور گودرزی (مدیر توسعه)

تجربیات و دستاوردها

