



ΕΡΕΥΝΑ Σ.Δ.Α.Ε 2026

Η Καθημερινότητα του Ασφαλιστικού Διαμεσολαβητή Σήμερα

Προοίμιο:

Μετά από έντονες διαβουλεύσεις, παραγωγική σκέψη και εσωτερική ερευνητική εργασία που αναλογίστηκε την έλλειψη ξεκάθαρης εικόνας για την καθημερινότητα του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή στην Ελλάδα, ο Σύνδεσμος Διαμεσολαβητών Ασφαλιστικών Εργασιών (ΣΔΑΕ) παρουσιάζει την πρώτη πανελλαδική έρευνα του, η οποία ήρθε να καλύψει αυτό το κενό στην έρευνα πάνω στην αγορά της ιδιωτικής ασφάλισης στην χώρα. Με τη συμμετοχή 385 επαγγελματιών της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης, αυτή η ακαδημαϊκού τύπου έρευνα προσπαθεί να αποτυπώσει με σαφήνεια την πραγματική εικόνα της αγοράς και της καθημερινότητας των ασφαλιστικών διαμεσολαβητών.

Η έρευνα παρουσιάστηκε κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης του Σ.Δ.Α.Ε στο Money Show Thessaloniki 2026, παρουσία στελεχών και επαγγελματιών της ασφαλιστικής αγοράς.

Λέξεις Κλειδιά: ασφαλιστικός διαμεσολαβητής, συμβόλαιο, συνεργασία, σύμβαση

Εισαγωγή:

Μετά από σκέψη και εσωτερική έρευνα αναλογιζόμενη τη μη ύπαρξη ξεκάθαρης εικόνας για την καθημερινότητα του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή, η πανελλαδική έρευνα του ΣΔΑΕ καλύπτει αυτό το κενό στις αρχές του 2026, ξεκινώντας την όλη διαδικασία συλλογής της πληροφορίας στα τέλη του 2025. Με τη συμμετοχή 385 επαγγελματιών της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης, η ακαδημαϊκού περιεχομένου έρευνα αποτυπώνει με σαφήνεια την πραγματική εικόνα της αγοράς σήμερα όσον αφορά την καθημερινότητα του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή. Όπως θα γίνει σαφές και παρακάτω μέσω των ευρημάτων του ερωτηματολογίου που συμπλήρωσαν οι συμμετέχοντες, ο σύγχρονος διαμεσολαβητής λειτουργεί κατά κύριο λόγο ως ένας ευέλικτος, αλλά μοναχικός επαγγελματίας, με το γραφείο του να παραμένει το βασικό κέντρο δραστηριότητάς του και την προσωπική του παραγωγή να αποτελεί τον πυρήνα της επιχειρηματικής του δραστηριότητας. Παράλληλα, οι ενέργειές του επαγγελματικά είναι κυρίως τοπικού χαρακτήρα, ενώ η αγορά χαρακτηρίζεται από μικρά και ατομικά σχήματα, με περιορισμένο δίκτυο συνεργασιών.

Εν συνεχεία, σε επίπεδο καθημερινής λειτουργίας, η έρευνα αναδεικνύει μια αγορά που βρίσκεται σε μεταβατικό στάδιο. Το email όπως φαίνεται και παρακάτω κυριαρχεί ως βασικό εργαλείο επικοινωνίας, ενώ η χρήση έντυπων διαδικασιών εξακολουθεί να συνυπάρχει με τα ψηφιακά μέσα. Οι διαμεσολαβητές συνεργάζονται με περιορισμένο αριθμό ασφαλιστικών εταιρειών και επιλέγουν κυρίως μικτά μοντέλα συνεργασίας, δίνοντας έμφαση στην ποιότητα των προϊόντων και των καλύψεων. Την ίδια στιγμή, παρατηρείται μια συγκρατημένη στάση απέναντι σε νέες μορφές συνεργασίας, όπως

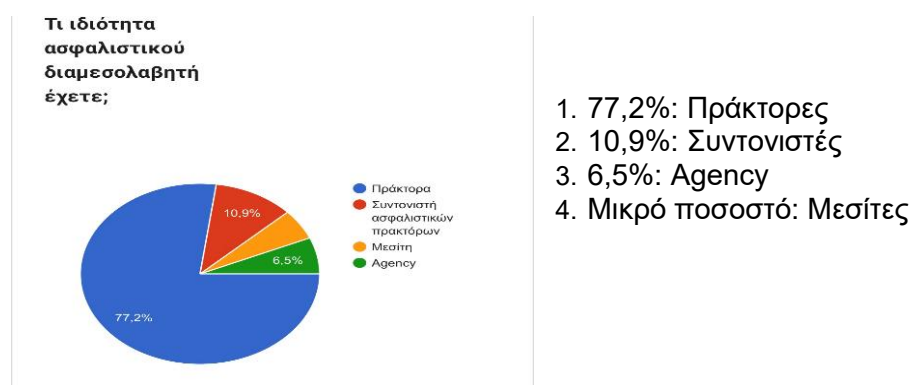
οι ΕΠΥ, γεγονός που καταδεικνύει μια αγορά που εξελίσσεται, αλλά με προσεκτικά βήματα.

Ως προς τις προκλήσεις και τις προοπτικές στο μέλλον για την ασφαλιστική διαμεσολάβηση, τα ευρήματα είναι ιδιαίτερα αποκαλυπτικά. Συγκεκριμένα, η χαμηλή ασφαλιστική συνείδηση, η γραφειοκρατία και ο αθέμιτος ανταγωνισμός αποτελούν βασικά εμπόδια ανάπτυξης του κλάδου, ενώ ταυτόχρονα οι επαγγελματίες εκφράζουν την ανάγκη για ουσιαστική στήριξη, εκσυγχρονισμό των διαδικασιών και αναβάθμιση του ρόλου τους από πωλητές σε συμβούλους. Τέλος, παρά την αυξανόμενη διάθεση για αξιοποίηση νέων τεχνολογιών, όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η ανθρώπινη σχέση και η εμπιστοσύνη παραμένουν το ισχυρότερο ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα για το μέλλον του κλάδου.

Όλα τα παραπάνω και επιπλέον διαφωτιστικά ευρήματα, αναδεικνύονται παρακάτω μέσω των διαγραμμάτων που έχουν σχηματιστεί. Φυσικά, και μέσω των απαντήσεων που δόθηκαν σε 19 καίρια για την καθημερινότητα του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή ερωτήματα, πέφτει φως σε κάποιες όχι και τόσο ξεκάθαρες εκφάνσεις της καθημερινότητας του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή.

Ανάλυση των ευρημάτων

Ιδιότητα ασφαλιστικού διαμεσολαβητή



Το γράφημα καταδεικνύει μια έντονη μονοδιάστατη δομή της αγοράς, όπου οι πράκτορες αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία. Αυτό σημαίνει ότι το μοντέλο διαμεσολάβησης στην Ελλάδα παραμένει κυρίως παραδοσιακό και προσωποκεντρικό, με περιορισμένη ανάπτυξη πιο σύνθετων δομών (π.χ. brokerage).

Η χαμηλή παρουσία μεσιτών και agencies δείχνει πως υπάρχει περιορισμένη θεσμική ωρίμανση στην ελληνική αγορά, δίνεται λιγότερη έμφαση στην ανεξαρτησία των επαγγελματιών της ιδιωτικής ασφάλισης και σε μια πολύ-προϊοντική στρατηγική. Ακόμη είναι εμφανές πως υπάρχει εξάρτηση από τις ασφαλιστικές εταιρείες με την αγορά να παραμένει agent-driven, κάτι που επηρεάζει και τον τρόπο λειτουργίας, τις συνεργασίες και την εξέλιξη του κλάδου.

Πόσο συχνά
βρίσκεστε στο
γραφείο σας ;



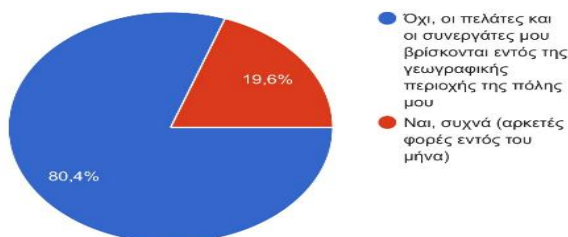
Παρουσία στο γραφείο

1. 67,4%: Βρίσκονται κυρίως στο γραφείο
2. 16,3%: Κινούνται εκτός
3. 13%: Πηγαίνουν όταν χρειάζεται
4. Μικρό ποσοστό: χωρίς χώρο

Παρά την ψηφιοποίηση που τείνει να γίνει μια κανονικότητα στην ασφαλιστική αγορά, το ασφαλιστικό γραφείο εξακολουθεί να είναι ο πυρήνας της επαγγελματικής δραστηριότητας ενός ασφαλιστικού διαμεσολαβητή. Το

γεγονός αυτό δείχνει ότι η εργασία παραμένει σταθερή και όχι πλήρως «εν κινήσει» καθώς υπάρχει ανάγκη φυσικής παρουσίας του εκάστοτε επαγγελματία για την εξυπηρέτηση των πελατών του, τη διαχείριση εγγράφων και το συνεχές χτίσιμο εμπιστοσύνης με τον κύκλο του. Ταυτόχρονα, το γεγονός ότι το 30% των ερωτηθέντων περίπου που κινείται εκτός ή υβριδικά δείχνει ότι η αγορά μεταβαίνει σταδιακά σε πιο ευέλικτα μοντέλα διαχείρισης. Επομένως γίνεται κατανοητό πως υπάρχει μια μεταβατική ισορροπία μεταξύ παραδοσιακού γραφείου και κινητής εργασίας.

Ταξιδεύετε
συχνά εκτός
της πόλης σας;



Μετακινήσεις εκτός πόλης

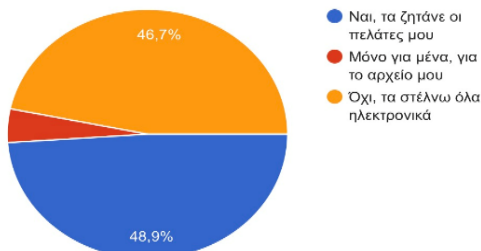
1. 80,4%: Όχι (δραστηριότητα εντός πόλης)
2. 19,6%: Ναι, συχνά

Η δραστηριότητα είναι καθαρά τοπική. Αυτό σημαίνει πως οι διαμεσολαβητές βασίζονται σε προσωπικά δίκτυα, την τοπική αγορά και εργάζονται

με μια περιορισμένη γεωγραφική επέκταση.

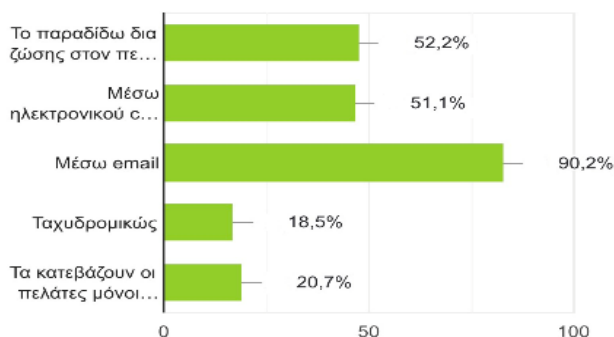
Επιπλέον το φαινόμενο αυτό δείχνει να μειώνει τις οικονομίες κλίμακας και να περιορίζει την ανάπτυξη μεγαλύτερων σχημάτων στην αγορά (μια τάση που αυξάνεται βέβαια σταδιακά). Η αγορά κατά τα φαινόμενα είναι σχετικά κατακερματισμένη, με τοπική βάση και μερικώς εξωστρεφής.

**Εκτυπώνετε τα
συμβολαία σας;**



επικρατούν διαφορετικά προφίλ πελατών (εκ των οποίων κάποιοι ζητούν έντυπα τα ασφαλιστήριά τους). Αξίζει να σημειωθεί πως η ζήτηση από τους πελάτες επηρεάζει ακόμα έντονα τη διαδικασία της έκδοσης και εκτύπωσης του ασφαλιστηρίου συμβολαίου. Σίγουρα, η αγορά βρίσκεται σε υβριδικό στάδιο ψηφιοποίησης.

**Πώς στέλνετε
τα συμβολαία
σας;**



προηγμένων ψηφιακών πλατφορμών και υπάρχει ακόμα εμπιστοσύνη σε απλά εργαλεία. Παράλληλα, το υψηλό ποσοστό φυσικής παράδοσης των συμβολαίων δείχνει αφενός ότι υπάρχει ανάγκη ανθρώπινης επαφής. Αφετέρου, η μέτρια χρήση των ασφαλιστικών portals δείχνει ότι δεν υπάρχει ακόμη πλήρης ψηφιακή μετάβαση και αυτό δείχνει ότι η ελληνική ασφαλιστική αγορά είναι ψηφιακά απλή και όχι ακόμη ιδιαίτερα προηγμένη και απαιτούνται βήματα προόδου πάνω σε αυτό το κομμάτι.

Εκτύπωση συμβολαίων

1. 48,9%: Ναι, για πελάτες
2. 46,7%: Όχι, όλα ηλεκτρονικά
3. Μικρό ποσοστό: μόνο για αρχείο

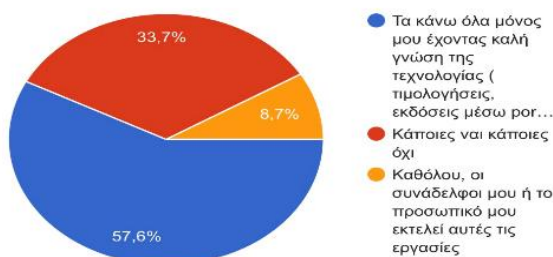
Φαίνεται ξεκάθαρα μια αγορά σε μετάβαση όπου υπάρχει σχεδόν ισορροπία μεταξύ του παραδοσιακού στοιχείου (έντυπο) και του ψηφιακού (paperless). Αυτό δείχνει ότι υπάρχουν πλέον στην αγορά διαφορετικά επίπεδα ψηφιακής ωριμότητας και

Τρόπος αποστολής συμβολαίων

1. 90,2%: Email
2. 52,2 %: Δια ζώσης
3. 51,1%: Μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων
4. 18,5%: Ταχυδρομικά
5. 20,7 %: self-download πελάτη

Όπως φαίνεται, το email κυριαρχεί πλήρως ως βασικό εργαλείο επικοινωνίας δείχνοντας πως υπάρχει μια χαμηλή υιοθέτηση

**Εξυπηρετείστε
μόνος σας όσον
αφορά
ημερήσιες
εργασίες ενός
ασφαλιστικού
διαμεσολαβητή;**



ανάπτυξη του διαμεσολαβητή και την εξάρτηση του επαγγελματία από την προσωπική του απόδοση.

Λειτουργία εργασιών του διαμεσολαβητή

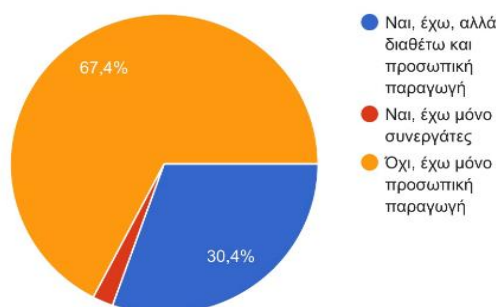
1. 57,6%: Τα κάνουν όλα μόνι
2. 33,7%: Μερική βοήθεια
3. 8,7%: Έχουν υποστήριξη

Τα παραπάνω αποτελούν κρίσιμα ευρήματα καθώς δείχνουν ότι ο ασφαλιστικός διαμεσολαβητής λειτουργεί ως επιχειρηματίας και πωλητής και διαχειριστής εσωτερικών υποθέσεων ταυτόχρονα. Ένα πραγματικό one-man show. Το γεγονός αυτό έχει ως επιπτώσεις τον υψηλό εργασιακό όγκο, την περιορισμένη προσωπική

Δίκτυο συνεργατών

- 67,4%: Δεν έχουν δίκτυο (μόνο προσωπική παραγωγή)
- 30,4%: Έχουν δίκτυο αλλά και προσωπική παραγωγή
- Πολύ μικρό ποσοστό: μόνο δίκτυο

**Έχετε δίκτυο
συνεργατών;**



Η πλειοψηφία των διαμεσολαβητών λειτουργεί χωρίς δίκτυο συνεργατών, γεγονός που επιβεβαιώνει ότι ο κλάδος χαρακτηρίζεται από έντονη ατομικότητα και περιορισμένη οργανωτικά εργασιακή κλιμάκωση. Το γεγονός αυτό υποδεικνύει ότι οι περισσότεροι επαγγελματίες βασίζονται αποκλειστικά στις προσωπικές τους πωλήσεις και τις στις σχέσεις εμπιστοσύνης που έχουν αυτοί οικοδομήσει με τα χρόνια τριβής του στο χώρο. Επίσης τα δομημένα μοντέλα agency και ο ιδιαίτερος τρόπος ανάπτυξής τους άρχισαν να εκλείπουν και να εγκαταλείπονται από τις ασφαλιστικές εταιρίες. Επιχειρηματικά, διαφαίνεται μια δυσκολία στην διόγκωση της παραγωγής του επαγγελματία της ασφάλισης είτε μέσω της ανάπτυξης της προσωπικής του παραγωγής είτε μέσω σύναψης συνεργασιών, υπογραμμίζεται η ύπαρξη περιορισμένη μεταβιβασιμότητας της ασφαλιστικής επιχείρησης στο επόμενο επίπεδο και υποδηλώνεται μια υψηλή εξάρτηση από το ίδιο το άτομο. Τέλος, από το

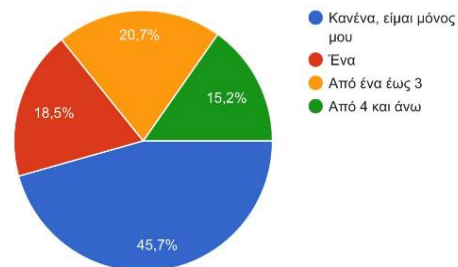
παραπάνω διάγραμμα φαίνεται πως η ελληνική αγορά της ασφάλισης είναι προσωποκεντρική και όχι με έμφαση της δημιουργίας ενός δικτύου συνεργατών.

Μέγεθος επιχείρησης

1. 45,7%: Μόνοι τους
2. 18,5%: 1 άτομο
3. 20,7%: 2–3 άτομα
4. 15,2%: 4+ άτομα

Αποδεικνύεται πως η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι ατομικές ή μικρές. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται τα από χαμηλά επίπεδα οργανωτικής ανάπτυξης που υπάρχει στην αγορά και στις περιορισμένες επενδύσεις που έχουν γίνει από τους ασφαλιστές τα τελευταία χρόνια πάνω σε ζητήματα ανθρώπινου δυναμικού, αυτοματισμούς και σύγχρονων οργανωτικών δομών. Εν συνεχεία, από

Πόσα άτομα
απασχολείτε
στην
επιχείρησή σας;

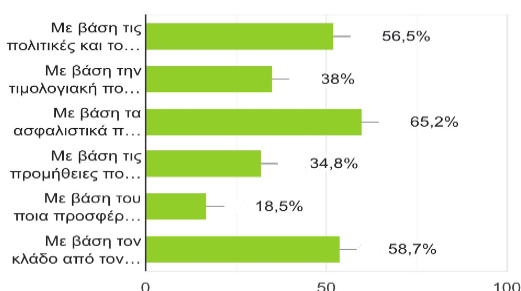


τα παραπάνω γίνεται κατανοητό πως στην ελληνική αγορά είναι σχετικά δύσκολη η υιοθέτηση καινοτομιών, η αντοχή σε κρίσεις είναι περιορισμένη αλλά ενθαρρυντική (όπως φάνηκε στα χρόνια της πανδημίας και στις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής) και υπάρχει υψηλή ευελιξία αλλά σε χαμηλότερη κλίμακα σε σύγκριση με άλλες αγορές. Στον κλάδο είναι κοινώς αποδεκτό κυριαρχούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με εξαιρέσεις να αποτελούν προφανώς τα μεγάλα δίκτυα και σχήματα ασφαλιστικής πρακτόρευσης τα οποία σε πολλές περιπτώσεις έχουν την εργασιακή δομή ασφαλιστικής εταιρίας.

Κριτήρια συνεργασίας με εταιρείες

Με βάση ποια κριτήρια συνάπτετε συνεργασίες με τις ασφαλιστικές εταιρείες;

1. 65,2%: Ασφαλιστικά προϊόντα
2. 58,7%: Κλάδος/ειδίκευση
3. 56,5%: Πολιτικές εταιρείας
4. 38%: Τιμολόγηση
5. 34,8%: Προμήθειες
6. 18,5%: Προσφορά καλύτερων λύσεων



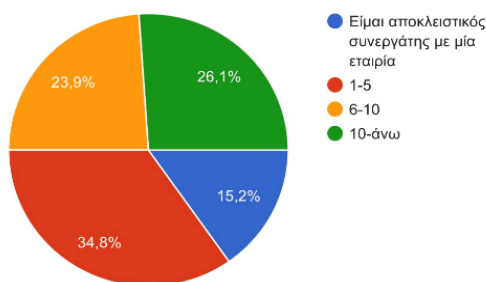
Το πιο κρίσιμο εύρημα στην εν λόγω περίπτωση είναι ότι το προϊόν υπερिशύει της τιμής (εύρημα που αντιτίθεται του κοινού αισθήματος ότι το σημαντικότερο κριτήριο σύναψης συνεργασίας είναι οι προμήθειες). Πάραυτα, τα ευρήματα από την εν λόγω ερώτηση δείχνουν ότι ο κλάδος επιδέχθηκε επαγγελματικής

ωρίμανσης και παρατηρηθεί μια στροφή προς τη συμβουλευτική πώληση. Επίσης, οι προμήθειες, όπως προαναφέρθηκε πιο πάνω, δεν είναι ο βασικός οδηγός προς τη σύναψη συνεργασιών και πλέον διαφαίνεται πως οι συνεργασίες είναι πιο ποιοτικές παρά οππορτουνιστικές επενδύοντας στην αξία της συνεργασίας μεταξύ διαμεσολαβητών και ασφαλιστικών εταιριών.

Πλήθος συνεργαζόμενων εταιρειών

Με πόσες εταιρείες έχετε σύμβαση;

1. 34,8%: 1–5 εταιρείες
2. 26,1%: 10+ εταιρείες
3. 23,9%: 6–10
4. 15,2%: αποκλειστική συνεργασία



Η αγορά φαίνεται να κινείται μεταξύ ενός πολυασφαλιστικού μοντέλου, με τη χρήση προϊόντων από πολλές εταιρείες και μιας ελεγχόμενης συνεργασίας με λιγότερες και ενδεχομένως ποιοτικότερες επιλογές. Το παραπάνω υφίσταται λόγω της ανάγκης ευελιξίας για την κάλυψη των ασφαλισμένων από την μια, αλλά και η ανάγκη απλοποίησης των συνεργασιών από την άλλη. Ακόμη,

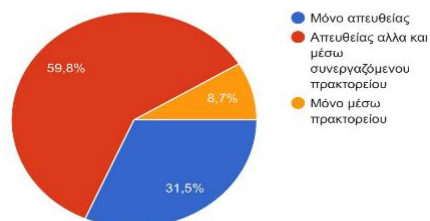
αποτελεί γεγονός το στοιχείο ότι δεν υπάρχει πλήρης πολυδιάσπαση των διαμεσολαβητών και υπάρχει μια ισορροπία στις επιλογές του, γεγονός που δεν κάνει την αγορά χαοτική παρόλο που είναι ανοιχτή στη συνεργασία με πολλές εταιρίες.

Τρόπος συνεργασίας

1. 59,8%: Μικτό μοντέλο
2. 31,5%: Μόνο απευθείας
3. 8,7%: Μέσω πρακτορείου

Φαίνεται στην παρούσα περίπτωση πως οι επαγγελματίες της ασφάλισης είναι προσαρμοστικοί. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι επιλέγουν να μην δεσμεύονται αποκλειστικά από τις ασφαλιστικές εταιρίες και επιλέγουν να ακολουθούν το πιο αποδοτικό κανάλι διανομής. Το γεγονός αυτό υπογραμμίζει την ύπαρξη ευελιξίας και στρατηγικού πραγματισμού.

Έχετε σύμβαση απευθείας με εταιρίες ή μέσω ασφαλιστικών γραφείων;

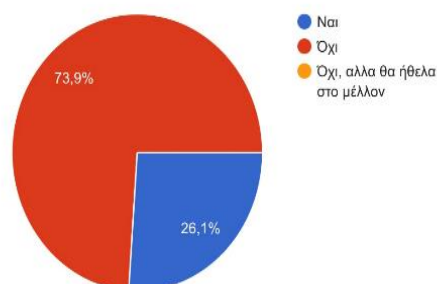


Συνεργασία με ΕΠΥ

- 73,9%: Όχι
- 26,1%: Ναι

Η αγορά εδώ και αρκετά χρόνια, και ιδιαίτερα μετά τα χρόνια της πανδημίας του COVID-19, είναι σαφώς επιφυλακτική απέναντι στις ΕΠΥ. Η επιφυλακτικότητα αυτή οφείλεται πιθανώς στην έλλειψη εμπιστοσύνης των ασφαλιστών προς τις εταιρίες αυτές, σε κανονιστικές ασάφειες και στον έντονο ανταγωνισμό που επικρατεί. Τα παραπάνω οδηγούν τις ΕΠΥ σταδιακά να αποχωρούν από το οικοσύστημα της ασφαλιστικής αγοράς της Ελλάδας και να χάνουν το βήμα τους εκεί.

Συνεργάζεστε με ΕΠΥ;



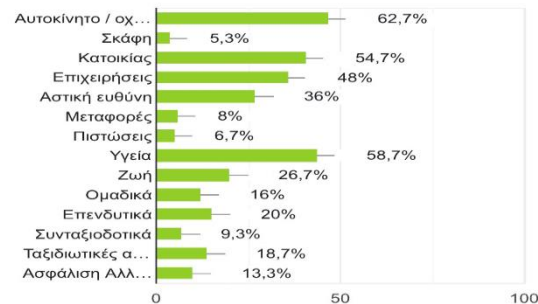
Κλάδοι δραστηριοποίησης

Κορυφαίοι κλάδοι:

1. Αυτοκίνητο (62,7%)
2. Υγεία (58,7%)
3. Κατοικία (54,7%)
4. Επιχειρήσεις (48%)
5. Αστική ευθύνη (36%)

Η αγορά της ιδιωτικής ασφάλισης είναι κατευθυνόμενη κατά κύριο λόγο προς στο retail. Συγκεκριμένα, είναι γεγονός πως κυριαρχούν οι κλάδοι που έχουν μαζική αποδοχή και όχι οι κλάδοι που παράγουν όχι εξειδικευμένα ή niche προϊόντα ασφάλισης. Εν συνεχεία, παρατηρείται ότι υπάρχει περιθώριο ανάπτυξης σε κλάδους εξειδικευμένες καλύψεις και πληρέστερες B2B λύσεις.

Αν απαντήσατε ναι, πατήστε με ποιους ασφαλιστικούς κινδύνους ασχολείστε περισσότερο ή έχετε εξειδίκευση; (έως 3 επιλογές)

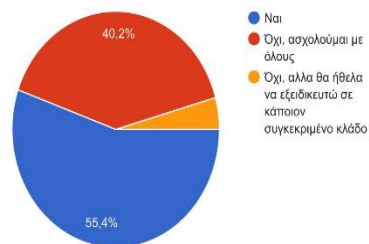


Εξειδίκευση

1. 55,4%: Έχουν εξειδίκευση
2. 40,2%: Γενική δραστηριότητα
3. Μικρό ποσοστό: θέλουν να εξειδικευτούν

Θα λέγατε ότι έχετε εξειδίκευση σε κάποιον συγκεκριμένο κλάδο;

Η αγορά είναι ως προς την αναζήτηση εξειδίκευσης πάνω σε έναν ή συγκεκριμένους κλάδους είναι διχασμένη. Συγκεκριμένα, οι μισοί συμμετέχοντες εξειδικεύονται κάπου και οι υπόλοιποι ασχολούνται με όλους τους ασφαλιστικούς κλάδους ή κάποια στιγμή θα έβλεπαν θετικά την οδό της εξειδίκευσης. Αποτελεί γεγονός το στοιχείο ότι η αγορά της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης βρίσκεται σε φάση αναζήτηση ταυτότητας, καθώς δεν υπάρχει σαφής τοποθέτηση ως προς το πιο μοντέλο είναι αποδοτικότερο και τα μοντέλα διαχείρισης που χρησιμοποιούνται ποικίλουν.



Ετοιμότητα για AI

1. 27,2%: Χρησιμοποιούν ήδη
2. 44,6%: Θέλουν αλλά χρειάζονται καθοδήγηση
3. 18,5%: Διστακτικοί
4. 9,8%: Αρνητικοί

Υπάρχει θετική στάση, αλλά όχι ολική ετοιμότητα καθώς η αγορά ναι μεν δεν αντιστέκεται στην τεχνολογία αλλά δεν ξέρει και πώς να την αξιοποιήσει. Τέλος, είναι γεγονός ότι υπάρχει μια τεράστια ευκαιρία για την αξιοποίηση νέων ψηφιακών εργαλείων και συγκεκριμένα εργαλείων που θα βασίζονται στην τεχνητή νοημοσύνη.

Πόσο έτοιμοι νιώθετε να αξιοποιήσετε τεχνητή νοημοσύνη (AI) ή αυτοματοποιημένα εργαλεία στην καθημερινή σας εργασία;

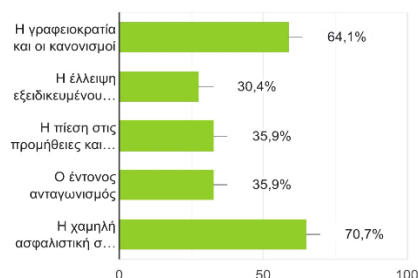


Εμπόδια ανάπτυξης

1. 70,7%: Χαμηλή ασφαλιστική συνείδηση
2. 64,1%: Γραφειοκρατία
3. 35,9%: Ανταγωνισμός
4. 35,9%: Πίεση στις προμήθειες
5. 30,4%: Έλλειψη εξειδίκευσης

Ποιο θεωρείτε σήμερα το μεγαλύτερο εμπόδιο στην ανάπτυξη του ασφαλιστικού σας γραφείου; (έως 3 επιλογές)

Το βασικό πρόβλημα που αναδεικνύεται στη εν λόγω περίπτωση είναι η ίδια αγορά της ασφάλισης και όχι μόνο ο κλάδος ως κλάδος. Με άλλα λόγια, φαίνεται και από την έρευνα ότι για άλλη μια φορά οι πελάτες δεν κατανοούν την αξία της ιδιωτικής ασφάλισης, με πολιτεία παράλληλα να δυσκολεύει τις διαδικασίες της σύναψης της ασφάλισης αλλά και των ασφαλιστικών εργασιών εν συνόλω. Επομένως, τα εμπόδια στην περαιτέρω ανάπτυξη της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης είναι δομικά και εξωγενή.

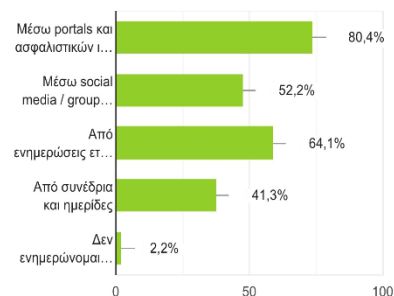


Πηγές ενημέρωσης

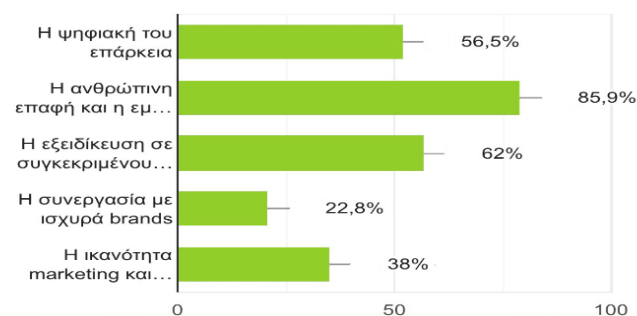
1. 80,4%: Portals
2. 64,1%: Εταιρείες
3. 52,2%: Social media
4. 41,3%: Συνέδρια
5. 2,2%: Δεν ενημερώνομαι

Είναι κοινώς αποδεκτό πως επί των πλείστων, η ενημέρωση των διαμεσολαβητών πάνω στα θέματα της αγοράς είναι από την μια ψηφιακή αλλά και από την άλλη κατευθυνόμενη από τις ασφαλιστικές εταιρίες. Γενικότερα είναι μεγάλη επιρροή των ασφαλιστικών εταιρειών στην γρήγορη και πλήρη ενημέρωση των συνεργατών τους και η ανεξάρτητη γνώση είναι μικρότερη.

Πώς ενημερώνεστε συνήθως για εξελίξεις στον ασφαλιστικό κλάδο;



Ποιο πιστεύετε ότι θα είναι το σημαντικότερο πλεονέκτημα ενός ασφαλιστικού διαμεσολαβητή στο μέλλον; (Εως 3 επιλογές)



Πλεονεκτήματα στο μέλλον

1. 85,9%: Ανθρώπινη επαφή
2. 62%: Εξειδίκευση
3. 56,5%: Ψηφιακές δεξιότητες
4. 38%: Ικανότητα Marketing
5. 22,8%: Συνεργασία με ισχυρά Brands

Το πιο δυνατό συμπέρασμα του εν λόγω διαγράμματος είναι ότι η αν και η τεχνολογία ανεβάζει στροφές και κυριαρχή στην εργασιακή πραγματικότητα, ο ανθρώπινος παράγοντας συνεχίζει να κυριαρχεί και να παίζει χαρακτηριστικό ρόλο στην ασφαλιστική αγορά της Ελλάδας. Σημαντικό πως

στα πλεονεκτήματα του μέλλοντος στη αγορά κυριαρχεί ένας συνδυασμός του της διαχρονικής εμπιστοσύνης στον ανθρώπινο παράγοντα και την νεωτερικότητα των ψηφιακών εργαλείων και φαίνεται ότι το μέλλον είναι υβριδικό.

Τι ζητούν σήμερα οι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές για τον κλάδο τους

Τι ζητούν σήμερα οι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές για τον κλάδο τους; Ποιες αλλαγές θεωρούν απαραίτητες ώστε η ασφαλιστική διαμεσολάβηση στην Ελλάδα να λειτουργεί πιο αποτελεσματικά, δικαιότερα και με μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία για τον καταναλωτή; Στα ερωτήματα αυτά έχουν απαντήσει, έμμεσα αλλά ουσιαστικά, μέσα από την τελευταία ερώτηση ελεύθερης απάντησης της παρούσας έρευνας. Προφανώς, ανάλογες απόψεις όπως αυτές που θα παρουσιαστούν παρακάτω, έχουν ακουστεί από τα διάφορα κλαδικά και ακαδημαϊκά σχετικά με την ιδιωτική ασφάλιση μέσα. Ωστόσο, η προστιθέμενη αξία των παρακάτω απόψεων είναι ότι οι απαντήσεις των 385 ερωτηθέντων σκιαγραφούν ένα ολιστικό και κατανοητό πλαίσιο προκλήσεων, αλλά και προτάσεων, με ιδιαίτερο ενδιαφέρον για το μέλλον του κλάδου.

Συγκεκριμένα, ένα από τα βασικότερα ζητήματα που αναδεικνύουν οι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές είναι η ανάγκη ενίσχυσης της ασφαλιστικής συνείδησης στην Ελλάδα που πρόκειται για ένα διαχρονικό αίτημα του κλάδου, το οποίο εξακολουθεί να αποτελεί προϋπόθεση για τη βιώσιμη ανάπτυξη της ιδιωτικής ασφάλισης. Οι διαμεσολαβητές τονίζουν ότι απαιτούνται περισσότερες καμπάνιες ενημέρωσης, με κοινή στρατηγική και συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων μερών όπως η πολιτεία, οι ασφαλιστικές εταιρείες και οι διαμεσολαβητές. Παράλληλα, υπογραμμίζουν ότι η καλλιέργεια ασφαλιστικής κουλτούρας δεν μπορεί να επιτευχθεί χωρίς ίδιους κανόνες λειτουργίας σε όλα τα κανάλια διανομής, διαφάνεια και σαφήνεια σε τιμολογήσεις, όρους συμβολαίων και διαδικασίες αποζημίωσης.

Ακόμη, ιδιαίτερη έμφαση δίνεται επίσης στη σχέση ασφαλιστικών εταιρειών και διαμεσολαβητών. Οι τελευταίοι επιθυμούν οι εταιρείες να βρίσκονται πιο κοντά τόσο στους ίδιους όσο και στους πελάτες, παρέχοντας ουσιαστική υποστήριξη και ξεκάθαρο ρόλο στην μεταξύ τους αλληλεπίδραση. Σήμερα, παρατηρείται συχνά το φαινόμενο οι διαμεσολαβητές να επιβαρύνονται με λειτουργίες και ενέργειες που δεν εμπίπτουν στον πυρήνα του ρόλου τους, όπως η διαχείριση ζημιών, γεγονός που αποσπά χρόνο από τη συμβουλευτική προς τον πελάτη. Σε αυτό το πλαίσιο, ενισχύεται η τάση για εξειδίκευση σε συγκεκριμένους κλάδους ασφάλισης, καθώς και η σταδιακή μετάβαση από την απλή πώληση προϊόντων σε έναν καθαρά συμβουλευτικό ρόλο.

Παράλληλα, οι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές επισημαίνουν την ανάγκη για ισχυρότερη συλλογική εκπροσώπηση, μέσω της ύπαρξης ενός οργανωμένου και αξιόπιστου συλλογικού οργάνου, με κύρος και ουσιαστική δράση. Το γεγονός αυτό θεωρείται κρίσιμη για τη διασφάλιση των δικαιωμάτων τους και τη θεσμική ενίσχυση του επαγγέλματος. Πολλοί υπογραμμίζουν ότι απαιτείται πρώτα απ' όλα η ενίσχυση της αυτοπεποίθησης των ίδιων των διαμεσολαβητών, η αναγνώριση του κοινωνικού ρόλου που επιτελούν και η συνειδητοποίηση ότι η ιδιωτική ασφάλιση αποτελεί λειτουργήμα με σημαντική προσφορά στην οικονομία και την κοινωνία.

Ένα ακόμη κομβικό ζήτημα είναι ο αθέμιτος ανταγωνισμός. Για την καταπολέμηση αυτού οι διαμεσολαβητές ζητούν αυστηρότερη εποπτεία από την Τράπεζα της Ελλάδος, ώστε να διασφαλιστεί ο υγιής ανταγωνισμός με ίσους όρους για όλους. Ιδιαίτερη κριτική ασκείται στον ανταγωνισμό από τις τράπεζες και τις διαδικτυακές πλατφόρμες, όπου συχνά παρατηρείται παραπληροφόρηση του καταναλωτή ή σύγκρουση ρόλων, με τις ασφαλιστικές εταιρείες να λειτουργούν ταυτόχρονα ως «σύμμαχοι» και ανταγωνιστές των διαμεσολαβητών. Προτείνεται, μεταξύ άλλων, η



δημιουργία ανεξάρτητου φορέα υποδοχής καταγγελιών, καθώς και η θεσμοθέτηση σαφών ορίων μεταξύ των διαφορετικών καναλιών διανομής.

Στο ίδιο πλαίσιο εντάσσεται και το αίτημα για ισονομία σε όλα τα κανάλια πώλησης, σε συνδυασμό με τον εκσυγχρονισμό της εταιρικής κουλτούρας και των ψηφιακών εργαλείων που είναι σήμερα διαθέσιμα. Οι διαμεσολαβητές θεωρούν απαραίτητη την ανάπτυξη σύγχρονων ασφαλιστικών προϊόντων πέραν των παραδοσιακών κλάδων, όπως το αυτοκίνητο, η κατοικία και η υγεία, ώστε να καλυφθούν νέες ανάγκες της αγοράς που ανακύπτουν όλο και περισσότερο σήμερα.

Ακόμη ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στην υπάρχουσα γραφειοκρατία, η οποία εξακολουθεί να αποτελεί σημαντικό εμπόδιο για πολλούς επαγγελματίες. Παρά τα βήματα προόδου, η ασφαλιστική διαμεσολάβηση στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται ακόμη από χειροκίνητες διαδικασίες, ασύμβατα συστήματα μεταξύ εταιρειών και συχνές αλλαγές στο κανονιστικό πλαίσιο. Για αυτούς τους λόγους οι διαμεσολαβητές ζητούν απλούστευση των διαδικασιών, μείωση της διοικητικής επιβάρυνσης και πιο λειτουργική εφαρμογή της οδηγίας IDD, ώστε να διευκολύνεται η καθημερινή επαγγελματική πρακτική.

Παράλληλα, τονίζεται η ανάγκη για αναβάθμιση της εκπαίδευσης και της κατάρτισης. Αν και τα τελευταία χρόνια η εκπαίδευση πραγματοποιείται κυρίως ηλεκτρονικά, συχνά περιορίζεται σε παρουσιάσεις και ανακοινώσεις. Για αυτό και οι διαμεσολαβητές ζητούν πιο ουσιαστικά προγράμματα, από ανεξάρτητους και αξιόπιστους φορείς, τόσο για τους ίδιους όσο και για στελέχη των ασφαλιστικών επιχειρήσεων, προκειμένου να αναβαθμιστεί συνολικά το επίπεδο του κλάδου.

Τέλος, σημαντικά ζητήματα αποτελούν για τους ασφαλιστικούς διαμεσολαβητές η φορολογική μεταχείριση των μικρών διαμεσολαβητών, με προτάσεις για αφορολόγητο όριο και δικαιότερη φορολόγηση, καθώς και η ανάγκη για ψηφιοποίηση και αυτοματοποίησης. Επίσης η καλύτερη ψηφιακή διασύνδεση και η άμεση πρόσβαση σε δεδομένα μπορούν να βελτιώσουν σημαντικά την εξυπηρέτηση πελατών και να επιτρέψουν στους διαμεσολαβητές να επικεντρωθούν στον πραγματικό τους ρόλο: τη συμβουλευτική και την οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης.

Εν κατακλείδι, όπως γίνεται κατανοητό από τα παραπάνω, μπορεί οι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές να παρουσιάζουν διαφορές μεταξύ τους όσον αφορά τις απόψεις τους ως προς το πως προσεγγίζουν την ιδιωτική ασφάλιση στην πράξη και τον τρόπο με τον οποίο την βλέπουν. Αλλά το μόνο σίγουρο είναι πως όλοι επιζητούν τον εξορθολογισμό του κλάδου και την καλύτερη των συνθηκών εργασίας τους σε όλα τα επίπεδα που σχετίζονται με την ασφαλιστική διαμεσολάβηση και την ιδιωτική ασφάλιση.

Τελικά Συμπεράσματα:

Τελειωτικά, η παραπάνω έρευνα του ΣΔΑΕ δείχνει παραστατικά ότι ο κλάδος είναι ατομικός, τοπικός και σε μετάβαση. Κινείται προς τη ψηφιοποίηση, την εξειδίκευση και επιδιώκει να έχει έναν συμβουλευτικό ρόλο, αλλά κρατά βέβαια έντονα την ανθρώπινη επαφή ως βασική του αξία.

Συγκεκριμένα, όσον αφορά την ιδιότητα του ασφαλιστικού διαμεσολαβητή, η αγορά είναι προσωποκεντρική και κυριαρχείται από τους ασφαλιστικούς πράκτορες, με και παρατηρείται χαμηλότερη ανάπτυξη πιο σύνθετων και ανεξάρτητων δομών (όπως μεσίτες και οι συντονιστές). Υπάρχει επίσης πλέον μεταβατική ισορροπία με φόντο την παρουσία του ασφαλιστή στο γραφείο του καθώς κυριαρχεί μεν η φυσική παρουσία στο γραφείο, αλλά αναπτύσσονται σταδιακά πιο ευέλικτα/υβριδικά μοντέλα εργασίας.

Ακόμη, οι μετακινήσεις των επαγγελματιών της ασφάλισης εκτός πόλης είναι περιορισμένες καθώς η δραστηριότητά τους είναι κυρίως τοπική και περιορισμένη γεωγραφικά. Εν συνεχεία, όσον αφορά την εκτύπωση των ασφαλιστηρίων συμβολαίων, η ελληνική αγορά βρίσκεται σε υβριδικό στάδιο ψηφιοποίησης, με τη συνύπαρξη έντυπων και ψηφιακών πρακτικών λόγω των διαφορετικών αναγκών των πελατών να είναι γεγονός. Το ίδιο δεν μπορεί να λεχθεί για την αποστολή των συμβολαίων καθώς κυριαρχεί το email ως απλό ψηφιακό εργαλείο, ενώ η χρήση προηγμένων πλατφορμών είναι περιορισμένη και η φυσική επαφή παραμένει ακόμη σημαντική.

Επιπρόσθετα, ο ασφαλιστικός διαμεσολαβητής λειτουργεί ως “one-man show”, με υψηλό φόρτο και εξάρτηση από την προσωπική του απόδοση, γεγονός που υπογραμμίζει και την έντονη ατομικότητα και έλλειψη δικτύων που υπάρχει σήμερα στην αγορά, που είναι κάτι που περιορίζει την ανάπτυξη και την περαιτέρω θετική κλιμάκωση των ασφαλιστικών επιχειρήσεων. Ακόμη φαίνεται πως η αγορά αποτελείται κυρίως από πολύ μικρές επιχειρήσεις, με χαμηλή οργανωτική ανάπτυξη και περιορισμένη δυνατότητα καινοτομίας.

Όσον αφορά τα κριτήρια συνεργασίας με εταιρείες, το προϊόν, και συγκεκριμένα η ποιότητα των ασφαλιστικών πακέτων υπερισχύει της τιμής και των προμηθειών, δείχνοντας μια στροφή των ασφαλιστών προς πιο ώριμες και ποιοτικές συνεργασίες με τις ασφαλιστικές εταιρείες. Ακόμη, όσον να αφορά τη συνεργασία με τις εταιρείες, παρατηρείται μια ισορροπία μεταξύ ενός «πολύ-ασφαλιστικού» μοντέλου και μια τάσης για σύναψη επιλεκτικών συνεργασιών, με τους διαμεσολαβητές να είναι πλέον ευέλικτοι και πραγματιστές, επιλέγοντας μικτά μοντέλα συνεργασίας με τις εταιρείες ή μεγάλα ασφαλιστικά σχήματα, ενδεχομένως για να πετύχουν μεγαλύτερη αποδοτικότητα.

Παρατηρήθηκε μια έντονη επιφυλακτικότητα και χαμηλή εμπιστοσύνη ως προς την συνεργασία των ασφαλιστών με τις ΕΠΥ, οδηγώντας σε σταδιακή αποδυνάμωση τους στην αγορά, η οποία δείχνει ότι είναι κυρίως retail-oriented. Και αυτό συμβαίνει καθώς δίνει έμφαση σε κοινώς διαδεδομένους κλάδους (αυτοκίνητο, κατοικία, υγεία) και φανερώνεται ότι υπάρχει περιθώριο ανάπτυξης σε πιο εξειδικευμένους κλάδους με B2B τρόπους πιθανότατα.

Ακολούθως, αποδείχθηκε ότι η αγορά είναι διχασμένη ως προς την εξειδίκευση, γεγονός που δείχνει ότι βρίσκεται σε φάση αναζήτησης ταυτότητας ως προς αυτό το κομμάτι, ενώ όσον αφορά για την ετοιμότητα υιοθέτησης τεχνολογιών πάνω στην τεχνητή νοημοσύνη, υπάρχει θετική στάση αλλά χαμηλή πρακτική ετοιμότητα, δημιουργώντας μεγάλη ευκαιρία για αξιοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης αλλά και άλλων σύγχρονων τεχνολογιών. Ακόμη, αποδείχθηκε μέσα από τις απαντήσεις πως τα βασικά εμπόδια ανάπτυξης της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης (και ακολούθως της καθημερινότητας των διαμεσολαβητών) είναι εξωγενή και δομικά όπως για

παράδειγμα η χαμηλή ασφαλιστική συνείδηση και η γραφειοκρατία, και όχι μόνο εσωτερικά του κλάδου της ασφάλισης.

Τέλος, η έρευνα κατέληξε στο ότι οι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές ενημερώνονται κυρίως ψηφιακά αλλά επηρεάζονται έντονα από τις ασφαλιστικές εταιρείες, με περιορισμένη ανεξαρτησία και χρήση μέσων όπως η ανεξάρτητη κλαδική βιβλιογραφία και αρθρογραφία. Εν κατακλείδι, και λαμβάνοντας υπόψιν όλα τα παραπάνω αλλά και της δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο τωρινός ασφαλιστικός διαμεσολαβητής, το μέλλον του μπορεί να χαρακτηριστεί ως ευοίωνο και με προοπτικές, καθώς πλέον θα είναι υβριδικό και πιο εξελιγμένο τεχνολογικά, με κυρίαρχο πάλι τον ανθρώπινο παράγοντα σε συνδυασμό με την όξυνση των ψηφιακών δεξιοτήτων των μελών της ασφαλιστικής αγοράς.

Μεθοδολογία:

Πανελλαδική έρευνα του Σ.Δ.Α.Ε., για την οποία χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο 18 ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής και μία ερώτηση ελεύθερης απάντησης. Στην έρευνα συμμετείχαν 385 επαγγελματίες της ελληνικής ασφαλιστικής διαμεσολάβησης.

Ερωτήσεις ερωτηματολογίου

1. Τι ιδιότητα ασφαλιστικού διαμεσολαβητή έχετε;
2. Πόσο συχνά βρίσκεστε στο γραφείο σας ;
3. Ταξιδεύετε συχνά εκτός της πόλης σας;
4. Εκτυπώνετε τα συμβόλαιά σας;
5. Πώς στέλνετε τα συμβόλαιά σας;
6. Εξυπηρετείστε μόνος σας όσον αφορά ημερήσιες εργασίες ενός ασφαλιστικού διαμεσολαβητή;
7. Έχετε δίκτυο συνεργατών;
8. Πόσα άτομα απασχολείτε στην επιχείρησή σας;
9. Με βάση ποια κριτήρια συνάπτετε συνεργασίες με τις ασφαλιστικές εταιρίες;
10. Με πόσες εταιρίες έχετε σύμβαση;
11. Έχετε σύμβαση απευθείας με εταιρίες ή μέσω ασφαλιστικών γραφείων;
12. Συνεργάζεστε με ΕΠΥ;
13. Θα λέγατε ότι έχετε εξειδίκευση σε κάποιον συγκεκριμένο κλάδο;
14. Αν απαντήσατε ναι, πατήστε με ποιους ασφαλιστικούς κινδύνους ασχολείστε περισσότερο ή έχετε εξειδίκευση;
15. Ποιο θεωρείτε σήμερα το μεγαλύτερο εμπόδιο στην ανάπτυξη του ασφαλιστικού σας γραφείου;
16. Πόσο έτοιμοι νιώθετε να αξιοποιήσετε τεχνητή νοημοσύνη (AI) ή αυτοματοποιημένα εργαλεία στην καθημερινή σας εργασία;
17. Πώς ενημερώνεστε συνήθως για εξελίξεις στον ασφαλιστικό κλάδο;
18. Ποιο πιστεύετε ότι θα είναι το σημαντικότερο πλεονέκτημα ενός ασφαλιστικού διαμεσολαβητή στο μέλλον;
19. Αν μπορούσατε να αλλάξετε ένα στοιχείο στη λειτουργία της ασφαλιστικής διαμεσολάβησης στην Ελλάδα, ποιο θα ήταν και γιατί;

Πηγές οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν για την ανάλυση των αποτελεσμάτων

1. Γιαννακοπούλου, Σ. & Χαλκίδης, Ι. (2023). *Το Χάσμα γενεών στην Ελληνική ασφαλιστική αγορά*. Βλέπετε: <https://insuranceforum.gr/eidiseis/chasma-geneon-asfalistiki-agera/?fbclid=IwAR2zNvc47BfOtNtdpYGC-2HoMCdzYHskIswJx2MoCfsHs4RROOfuFdgDmSY>
2. Χαλκίδης, Ι. (2024). *Οι προκλήσεις της ασφαλιστικής αγοράς στη σύγχρονη εποχή*. Εκδόσεις iWrite & Innovation Media.
3. Χαλκίδης, Ι. (2026). *Τι θέλουν τελικά οι ασφαλιστικοί διαμεσολαβητές;* Βλέπετε: <https://insuranceforum.gr/apopseis/i-chalkidis-ti-theloygn-telika-oi-asfalistikoi-diamesolavites/?fbclid=IwY2xjawRS6RpleHRuA2FibQIxMQBzcnRjBmFwcf9pZBAyMjlwMzcxNzg4MjAwODkyAAEee8bIGomF3kOms5OxCJqqidgsVuclhkprz1s01liy9LMwGphcCHYxZcMnNB0 aem lnE49OVgT3bT2E9soyewBQ>