



מדד הנגשת חברות הביטוח לגילאי 65 ומעלה

מיפוי פערים בהנגשת אתרי חברות הביטוח

פערי הנגשה דיגיטלית פוגעים ביכולתם של בני הגיל השלישי לפעול עצמאית ולהשתתף באופן פעיל במרחב החברתי.

ברמה האישית

היעדר הנגשה למוצרים ושירותים דיגיטליים פיננסיים מעורר תסכול ותחושת חוסר ביטחון, ולעיתים גם מוביל להימנעות משימוש או תלות באחרים. היעדר הכללה דיגיטלית של בני הגיל השלישי פוגע גם ביכולת לבנות חוסן פיננסי ורווחה.

ברמה החברתית

פערי הנגשה דיגיטליים מעמיקים מופעים של אי-שיוויון ומרחיקים קבוצת אוכלוסייה שלמה ממרחבים שבהם אזרחים מקבלים שירותים ומידע וגם החלטות. כך נוצר נתק חברתי, והדיגיטל חדל לשמש מרחב משותף לכלל האזרחים.

ברמה הכלכלית

היעדר הנגשות של ערוצי שירות דיגיטליים מגביר את תלות הארגונים במוקדים ידניים בנציגי שירות, מעלה את עלויות התפעול ופוגע ביעילות. לפי [דוח מבקר המדינה מ־2023](#) על הנגשת שירותי ממשל בעידן הדיגיטלי לאנשים עם מוגבלות ולציבור שאינו משתמש במדיה הדיגיטלית, העלות של פעולת שירות פרונטלית גבוהה פי 50 מהעלות של פעולת שירות דיגיטלית.

מטרת המדד

המדד להנגשה דיגיטלית נועד לצמצם את הפערים הללו. הוא בוחן את מצב ההנגשה באתרי אינטרנט של מוסדות ציבוריים - בנקים, קופות חולים, חברות ביטוח ועוד - ומצביע על מרכיבים שכדאי לשפר, כדי שמנהלי דיגיטל, מנהלי מוצר ומקבלי החלטות ידעו היכן וכיצד לטייב את חוויית המשתמש של הגיל השלישי במוצרים שלהם.

כיצד בוצע תהליך המדידה?

הבדיקה בחנה את רמת ההנגשה של שירותים חיוניים עבור גילאי 65 ומעלה באתרי האינטרנט של בנקים, קופות חולים וחברות ביטוח. נבדקו מאפיינים המשפיעים על חוויית המשתמש באתרים ומידת ההתאמה של השירותים הדיגיטליים לבני הגיל השלישי.

הבדיקה בוצעה בידי כמיל סלבאק, יועץ לאסטרטגיית צמיחה דיגיטלית, Bananir Growth Agency, בשיתוף הקליניקה למשפט, טכנולוגיה וסייבר באוניברסיטת חיפה בהובלת ד"ר דלית קן-דרור פלדמן, ובהנחיית ד"ר מיכל הלפרין בן צבי, מנהלת הכללה דיגיטלית ומוגנות AI בג'וינט ישראל ומומחית לפיתוח ועיצוב מוצרים לבני 65 ומעלה.

המתודולוגיה נשענה על עקרונות והנחיות של גופים בינלאומיים מובילים, ובהם מדריך Log In של הג'וינט לקידום שימוש של בני 65 ומעלה במוצרים דיגיטליים, קונסורציום W3C והנחיות WCAG, שאומצו בישראל כתקן רשמי לנגישות אתרי אינטרנט.

כל אתר נבדק בשיטתיות על פי עשרות פרמטרים המתייחסים לניווט, קריאות, טפסים, תוכן ושימושיות כללית, תוך דירוג מידת העמידה בכל קריטריון. במסגרת הבדיקה, נבחנו אתרי הבית בלבד, ללא האפליקציה וללא כניסה לאיזור האישי.

תהליך הבדיקה בוצע בידי שני בודקים עצמאיים לכל אתר, והציון הסופי חושב כממוצע הבדיקות, תוך נטרול פרמטרים שאינם רלוונטיים ונרמול התוצאה לציון מתוך מאה.

לצורך הצגה ברורה ונגישה, הציון המספרי הומר לרמות הנגשה באופן מילולי, המלווה בקידוד צבעים, במטרה לאפשר הבנה מהירה של מצב ההנגשה, זיהוי פערים והדגשת מרכיבים הדורשים שיפור.



תובנות מרכזיות

1 קיימים פערים גדולים יחסית בהנגשה דיגיטלית של שירות ומידע באתרי חברות ביטוח.

התחומים הבולטים ביותר לשיפור ברוב חברות הביטוח:

• **נראות הטקסט (כגון גודל הפונט וקריאותו)**

• **מניעת שגיאות בטפסים**

• **ניהול הסחות דעת במהלך השימוש**

שפת האתר (מיקרו-קופי) היא ברמה גבוהה מאוד בכל חברות הביטוח,

ומעידה על ניסוח ברור, פשוט ונגיש עבור המשתמשים.

●

טעון שיפור

●

בינונית

●

טובה

●

טובה מאד

●

מצוינת

לכל קטגוריה משקל שונה בדירוג הכללי, בהתאם למספר הקריטריונים שהיא מכילה.

דירוג כללי

שימוש במקלדת לניווט	רספונסיביות למובייל	פרסומות וחלונות קופצים	שפת האתר	נראות הטקסט	טפסים והתחברות	ניווט והתמצאות		
●	●	●	●	●	●	●		93
●	●	●	●	●	●	●		82
●	●	●	●	●	●	●		80
●	●	●	●	●	●	●		77
●	●	●	●	●	●	●		70

הפניקס

כלכל
ביטוח ופיננסים

מגדל

הראל
חברה לביטוח

מנורה
מבטחים

הקריטריונים המרכזיים שנבדקו:

האם הטקסט של הקישורים מסביר לאן הם מובילים?

האם הקישורים בולטים בבירור לעומת הטקסט?

האם מערכת הניווט אינטואיטיבית ובולטת?

האם נעשה שימוש ב"פירורי לחם" (Breadcrumbs)? האם הם מאורגנים היטב?

האם כל עמוד פנימי כולל כותרת ברורה?

האם קיימת תיבת חיפוש בולטת? האם תוצאות החיפוש מוצגות באופן ברור וממוקד?

האם קל להבין תתי-פריטים או תפריטי-על ולהשתמש בהם?

"אין מגינים לעמוד הבית?!"

הקריטריונים המרכזיים שנבדקו:

האם ישנן הנחיות התחברות ברורות לשדות שם משתמש/דוא"ל וסיסמה?

האם קיים מנגנון הצגת סיסמה, והאם הוא עוזר למנוע שגיאות הקלדה?

האם דרישות הגדרת הסיסמה (אם קיימות) מוצגות בצורה פשוטה וברורה, ללא עומס מיותר?

האם תהליך שחזור/איפוס סיסמה ("שכחתי סיסמה") ברור וזמין? האם יש משוב מיידי על הצלחה או כישלון בתהליך?

האם האתר מספק CAPTCHA חלופית ברורה ונוחה באודיו?

האם ה־CAPTCHA ברורה וקלה לפענוח?

האם קיימת חלופה פעילה ל־CAPTCHA?

**"למה על קר מסובך
להכנס לחשבון שלי??"**

הקטגוריה נראות הטקסט

הקריטריונים המרכזיים שנבדקו:

האם הטקסט קל לקריאה מבחינת גודל הפונט?

האם האתר שומר על פונקציונליות מלאה בהגדלה של 200%?

האם האתר מציע כלים להגדלת הטקסט מבלי לפגוע בפונקציונליות?

האם הפונט פשוט וקל לקריאה?

האם המרווחים בין השורות גדולים מספיק?

האם הטקסט מיושר לימין?

”זה כל כך קטן...”
או אפילו לקרוא!



הקריטריונים המרכזיים שנבדקו:

האם השפה באתר פשוטה וקלה להבנה?

האם הטקסט מחולק לפסקאות קצרות, רשימות או כותרות משנה ברורות להפחתת עומס הקריאה?

האם ישנם הסברים למונחים טכניים, מושגים מקצועיים או ראשי תיבות?

האם הטקסט באתר מציג תוכן מקצועי ומדויק, ללא שפה שיווקית מוגזמת או הסחות דעת?

האם סגנון הכתיבה עקבי וברור בכל עמודי המפתח, כך שאין פערים ברמת השפה או ברמת המורכבות של המושגים?

האם ההוראות והקריאות לפעולה מנוסחות בשפה ברורה, עם הסבר מדויק על מה שיקרה ומה צריך לעשות?

**"זה לא ברור..."
למה הכוונה?"**



הקטגוריה

פרסומות וחלונות קופצים

הקריטריונים המרכזיים שנבדקו:

האם קיימת אפשרות לעצור הסחות או לסגור אותן?

האם האתר נמנע לחלוטין משימוש בחלונות קופצים לא חיוניים?

האם אין שימוש בתכנים חזותיים או קוליים שמופעלים אוטומטית?

”הפרסומת הזאת
מפריעה לי לראות את מה
שחיפשתי...”

הקטגוריה רספונסיביות למובייל

הקריטריונים המרכזיים שנבדקו:

- האם העיצוב רספונסיבי והאתר נשאר קריא ונוח גם בפריסה צרה?
- האם אזורי הלחיצה והכפתורים גדולים ונוחים מספיק להפעלה באמצעות האצבע?
- האם אפשרויות הניווט והגישה לתפריט ראשי באפליקציה או בגרסת המובייל ברורות ונגישות?
- האם הטפסים, ההתחברות ואפשרויות הקלט נוחים למילוי באמצעות מקלדת וירטואלית?
- האם באתר במובייל ניתן להגדיל את הפונט או את מרחק התצוגה מבלי לפגוע בתפקודיות?
- האם כפתור ההתחברות נראה בבירור במסך המובייל?

"אתפא מתחברים?"

הקטגוריה שימוש במקלדת לניווט

הקריטריונים המרכזיים שנבדקו:

האם ניתן לנווט בין הקישורים בנוחות ובאופן ברור באמצעות Tab?

האם ניתן לנווט בתוך האתר בקלות וברציפות באמצעות Tab?

האם סדר הטאבים באתר ברור והגיוני?

”אני אפילו לקוץ עם החק!!!”

צוות פיתוח המדד

מיפוי, ניתוח והצגת הנתונים

כמיל סלבאק,
יועץ לאסטרטגיית צמיחה דיגיטלית,
Bananir Growth Agency

ביצוע בדיקות המדד

הסטודנטים בקליניקה למשפט טכנולוגיה וסייבר
בשנה"ל תשפ"ה, בפיקוח ובליוי מקצועי -
ד"ר דלית קן-דרור פלדמן

ניהול הפרויקט

דימא אסעד ניקולא,
מנהלת תחום צמצום פערים דיגיטליים
באיגוד האינטרנט הישראלי

ליווי מקצועי

ד"ר מיכל הלפרין בן צבי,
מנהלת הכללה דיגיטלית ומוגנות AI בג'וינט ישראל ומומחית
לפיתוח ועיצוב מוצרים לבני 65 ומעלה
עידן רינג,
סמנכ"ל קהילה וחברה באיגוד האינטרנט הישראלי

הפקה

עיצוב: שירלי ארמלנד חן
עריכה לשונית: חבצלת שפירא