

Uvođenje inovacija u konzervativnu industriju osiguranja

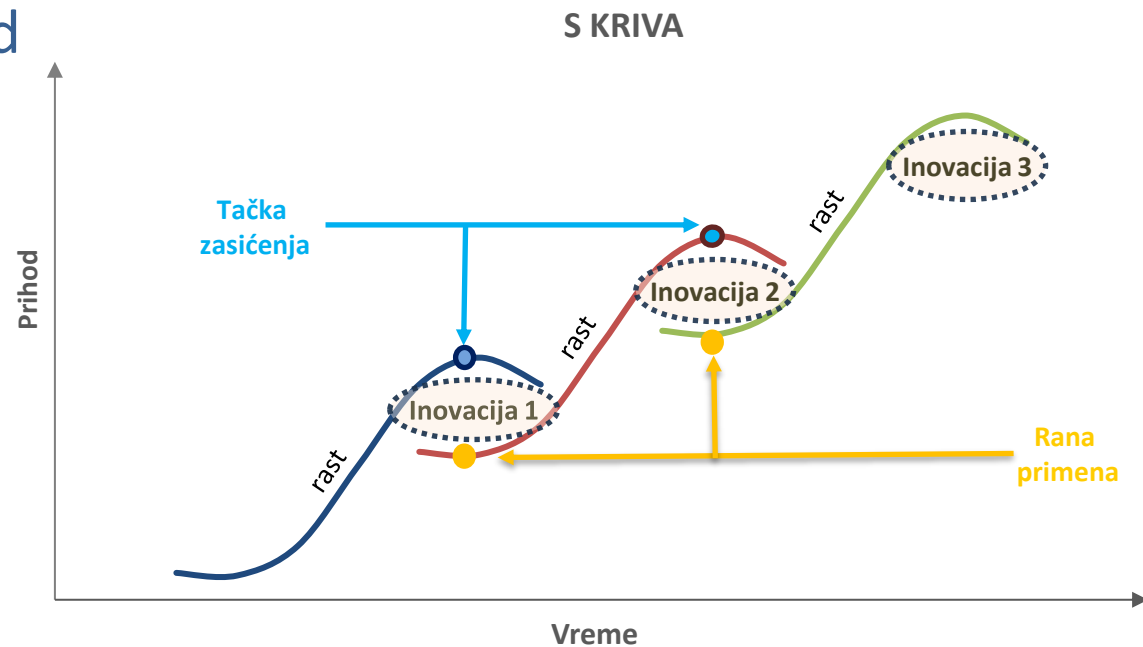


Sanja Avramović

Wiener Stadtische osiguranje ado Beograd

Ciklusi u radu kompanije

- Strategija/proizvod
- Rast
- Zasićenje
- ✓ Inovacija



Činiti sve kako treba danas možda ne bude dovoljno ukoliko se propusti sledeći talas inovacija.

Digitalizacija osiguranja u EU

EIOPA izveštaj, učestvovalo 209 kompanija

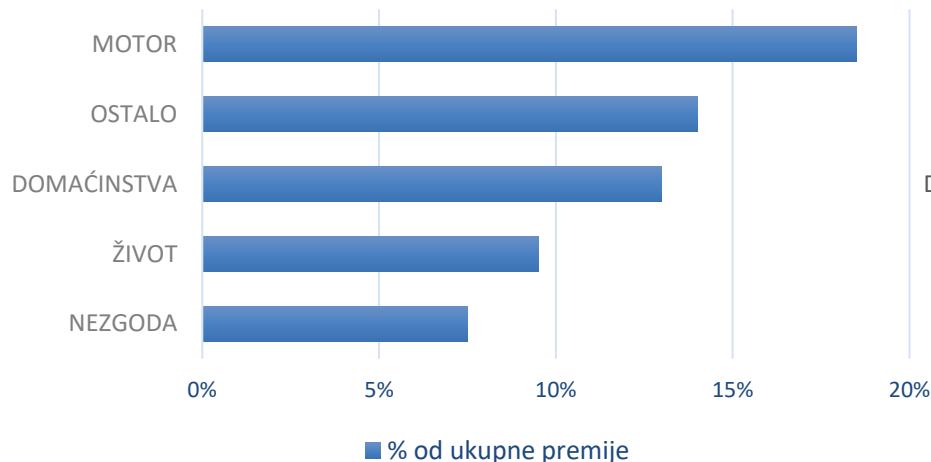
Investicije 8% godišnje premije

52% ima posebnu strategiju za digitalnu transformaciju

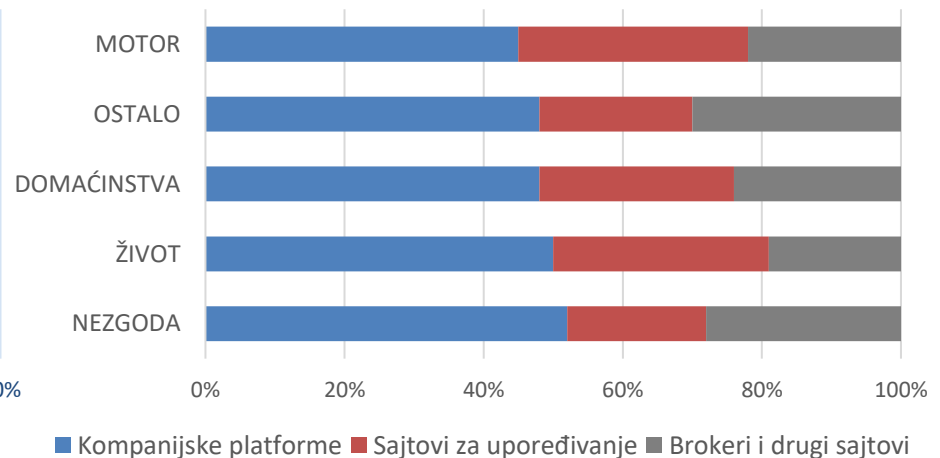
Premija iz digitalnih kanala 8%-20%

Mlađi klijenti već podjednako koriste digitalne i standardne kanale

Učešće premije digitalnih kanala



Vrste digitalnih kanala



Digitalizacija osiguranja u EU

EIOPA izveštaj, učestvovalo 209 kompanija

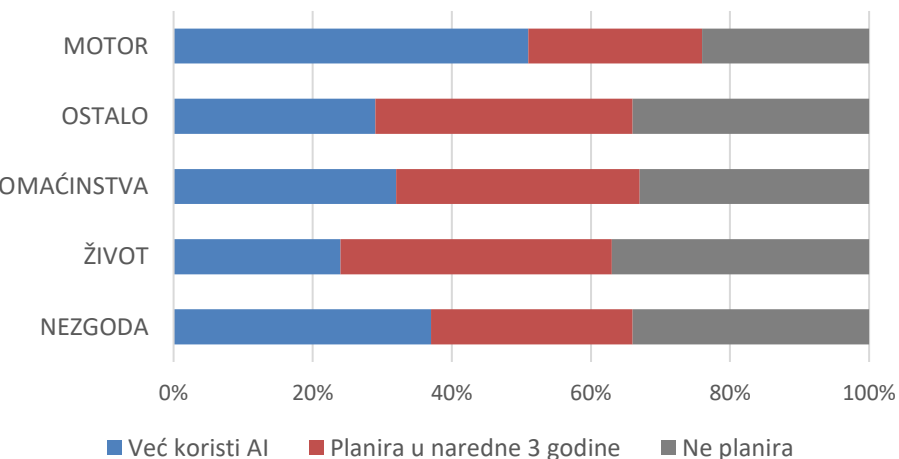
50% već koristi AI u neživotu

24% već koristi AI u životu

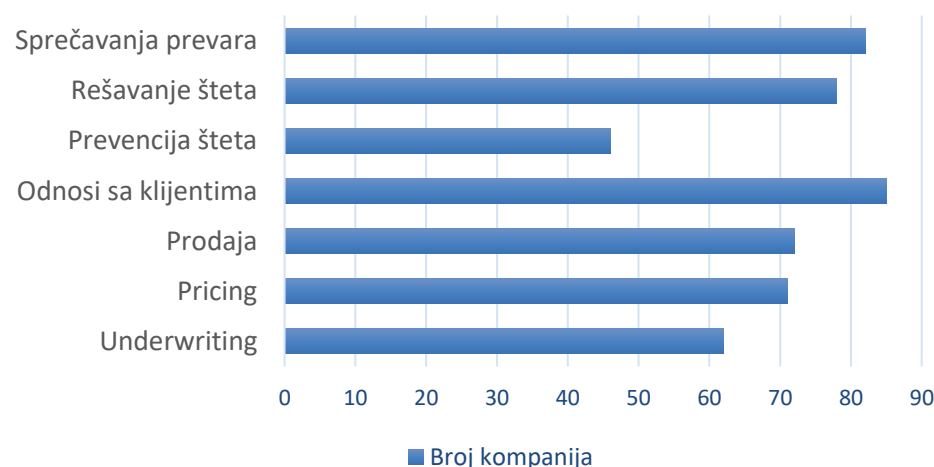
Još preko 30% ispitanika planira korišćenje u sledeće 3 godine

27 kompanija koristi AI u svim procesima

Upotreba AI po vrstama osiguranja



Upotreba AI kroz procese



Upotreba AI u osiguranju



*Izvod iz EIOPA's REPORT ON THE DIGITALISATION OF THE EUROPEAN INSURANCE SECTOR

Pricing



Analizom ponašanja korisnika, svih interakcija sa njim, vrši se predikcija potencijalnog odliva klijenta.

Individualni pricing je napuštanje koncepta predefinisanih paketa pokrića. Klijentima se nudi osiguranje u skladu sa potrebama i korišćenjem.

Obrada podataka sa senzora i telematik uređaja i određivanje premije.

*Izvod iz EIOPA's REPORT ON THE DIGITALISATION OF THE EUROPEAN INSURANCE SECTOR

Rešavanje šteta



Analiza podataka iz nestruktuiranih dokumenata, analiza fotografija.

Lemonade, američka InsureTech kompanija, rešava štete za 2 sekunde i to uključuje:

obračun iznosa štete, proveru pokrića i uslova osiguranja i proveru indikacije na prevaru.

Tokio Marine implementirao kompjutersku vizuelnu procenu štete na vozilima.

*Izvod iz EIOPA's REPORT ON THE DIGITALISATION OF THE EUROPEAN INSURANCE SECTOR

Prodaja i distribucija



AI može da služi i kao pomoć agentima da budu efikasniji ili da im predloži šta da dodatno ponude klijentu.

AI može da pravi ciljane online reklame u zavisnosti od preferencija klijenta.

*Izvod iz EIOPA's REPORT ON THE DIGITALISATION OF THE EUROPEAN INSURANCE SECTOR



Kako postići?

- Da bi se iskoristile prednosti veštačke inteligencije podaci moraju biti „čisti“ i često ažurirani.
- Moraju se pronaći talenti sposobni za napore koji su pritom dovoljno odvojeni od osnovnog poslovanja.
- Inovacija treba da zadovolji potrebu za boljim pokrićem, boljim korisničkim iskustvom i lakšom dostupnošću.
- Inovacija je kontinuirani proces.