



ZREALIZOWANE PROGNOZY

# Dla ubezpieczeń przyszłość już nadeszła!

Kiedy w 2015 r. podczas inauguracji działalności CCN deklarowaliśmy „rok, w którym nadeszła przyszłość” dla ubezpieczycieli, nieśmiało oczekiwane zmiany przetrwały się w rzeczywistość.

promuje ciągle innowacje i umożliwia większą skuteczność działania. Standardem staje się oferowanie całodobowego dostępu do serwisu, **uproszczone zgłaszanie roszczeń**, zatrudnianie wysokiej jakości specjalistów serwisowych oraz **zaufanie klienta podczas procesu likwidacji**. Wdrażanie usług i technologii, umożliwiających klientom interakcję w preferowany sposób, było rewolucyjnymi konstrukcjami dekadę temu, obecnie jest tylko niezbędnymi wymogami do wejścia na rynek.

Dzisiejsi coraz lepiej poinformowani klienci zakładów ubezpieczeń oczekują więcej. Chcą spersonalizowanej oferty zintegrowanej z ich portfelem finansowym, dającej możliwość bardziej dopasowanej, holistycznej interakcji. Ostatecznie oczekują, aby ich ubezpieczyciel pomógł im w jak najlepszym wykorzystaniu ich polisy.

Czy jesteś gotowy, aby wrócić do przeszłości?

**Cees Werff**  
prezes Grupy CCN

**W**skazywaliśmy wówczas cztery kwestie: ● wejście głównych gigantów internetu do sektora ubezpieczeń ● wykorzystanie technologii urządzeń przenośnych, również jako elementu odzieży w ubezpieczeniach na życie ● zarządzanie ryzykiem w oparciu o IoT (internet rzeczy) ● sprzedaż ubezpieczeń detalicznych w formule online.

Wszystko powyższe stało się naszą rzeczywistością i codziennością, która wciąż się dynamicznie rozwija. Mimo że Google zrezygnował z zaangażowania w sektor ubezpieczeń w USA, Amazon agresywnie rozwija obszar analityki zdrowotnej w ubezpieczeniach i pilotuje dystrybucję ubezpieczeń na innych rynkach.

Urządzenia przenośne, również te, które stały się elementem naszej garderoby, mają już zastosowanie nie tylko w przypadku ubezpieczeń indywidualnych, ale również grupowych ubezpieczeń na życie i zdrowie. Produkty bazujące na internecie rzeczy (IoT) rozprzestrzeniają się i krzepną w liniach ubezpieczeń komercyjnych i specjalistycznych. Główni ubezpieczyciele, tacy jak Berkshire Hathaway, badają reakcje pierwszych nabywców, aby rozpocząć bezpośrednią sprzedaż ubezpieczeń detalicznych.

## Przyszłość nierównomiernie rozłożona

Cytując autora science fiction **William Gibsona**: „Przyszłość jest już wśród nas, tylko nierównomiernie rozłożona”. Wkroczyliśmy w nowy rok i podobnie jak wiele innych branż, również ubezpieczenia znajdują się w punkcie zwrotnym. Nowe modele biznesowe, zaawansowane technologie i obszary do budowania konkurencji, które przez lata pojawiały się na rynku, teraz osiągnęły taki

wzrost, że wymuszają zmiany we wszystkich dziedzinach. Rok 2019 nie będzie się różnił w tym względzie, a wzrost popularności rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji zrewolucjonizuje sposób interakcji ludzi i organizacji.

## Przekaz jest jasny: dostosuj się teraz lub zostań z tyłu

Zarówno dla konsumentów, jak i dla firm nowe sposoby interakcji z firmami ubezpieczeniowymi zmieniają tradycyjną relację klient/pośrednik. Postęp technologiczny, asystenci głosu, sztuczna inteligencja, analityka danych czy zautomatyzowana inżynieria procesowa. Wszystkie te technologie otwierają świat możliwości dla nowych konkurentów, którzy wywierają nacisk na tradycyjnych dostawców, niespełniających nowych norm. Biorąc pod uwagę choćby liczbę kierowców mających wpływ na zmiany w branży, nie jest zaskakujące, jak wiele firm próbuje dostosować swoje procesy tak, aby osiągnąć zrównoważony wzrost. Mimo że wiele z nich znajduje się w centrum przemian technologicznych opartych na bazach danych, transformacja ukierunkowana na klienta ma kluczowe znaczenie dla wzrostu i konkurencyjnego różnicowania. W 2019 r. pola zastosowań nowych technologii będą się wciąż rozwijać, firmy ubezpieczeniowe nie mogą stracić z oczu potrzeb klienta.

## Czy ubezpieczyciele mogą osiągnąć poziom istotności Apple w życiu klienta?

Choć brzmi to jak trudne wyzwanie, dzieje się właśnie dzisiaj. Kluczem do sukcesu jest pozyskanie i utrzymanie zaangażowania

klientów, kilka firm na rynku zmienia swoje modele biznesowe, stawiając klienta na pierwszym miejscu. Wynik? Klienci, którzy są dwa i pół razy bardziej skłonni do odnowienia polisy ubezpieczeniowej. Lista Fortune 500 skupiająca firmy z branży usług finansowych wskazuje, że umiejscowienie klientów w centrum zainteresowania swojej działalności daje doskonałe wyniki. Ponad 65% klientów osiągnęło najwyższy poziom zaangażowania, a 89% z nich wybierze swojego obecnego dostawcę w czasie odnowienia ubezpieczenia. Tak wysoki poziom siły relacji po prostu opłaca się organizacji, ponieważ ich klienci dwukrotnie częściej deklarują zakup polisy od nich w przyszłości.

Osiągnięcie większego zaangażowania klientów wymaga ukierunkowanego na klienta podejścia do transformacji, która

## CCN Polska w nowym roku



**W**raz z nowym rokiem CCN Polska rozpoczyna nowe projekty we współpracy z partnerami z 35 krajów Europy.

Po wejściu na polski rynek w 2018 r., bieżący rok będzie czasem dalszej budowy marki CCN Polska w kraju oraz w północno-wschodnim regionie Europy. Jesteśmy skupieni na rozwijaniu naszych aktywności biznesowych związanych z reprezentowaniem zagranicznych zakładów ubezpieczeń w Polsce i poza nią, na wdrażaniu nowych technologii w służbie likwidacji roszczeń oraz szeroko rozumianym outsourcingu procesów odszkodowawczych we współpracy z zakładami ubezpieczeń i brokerami.

Dynamicznie rozwijamy również naszą platformę do zgłaszania odszkodowań za opóźnione i odwołane loty, dostępną już w 12 językach - [www.flightclaim.pl](http://www.flightclaim.pl)

Zapraszam do współpracy z CCN Polska.



**Maciej Dylewski**  
prezes zarządu CCN Polska  
[kontakt@claimscorpnetwork.com](mailto:kontakt@claimscorpnetwork.com)  
[www.claimscorpnetwork.com/pl/formularz/](http://www.claimscorpnetwork.com/pl/formularz/)

► posiadanych indywidualnych ubezpieczeń w kierunku wielu produktów należących do większych podmiotów. Za tymi zmianami będą podążać również potrzeby ubezpieczeniowe. Konsekwencją będzie rosnąca liczba ubezpieczeń przypominających ubezpieczenia flot i transakcji krótkoterminowych, potencjalnie wspieranych przez internet rzeczy (IoT) i telematykę.

## 4. Rosnące oczekiwania pod kątem obsługi

Produkty ubezpieczeniowe się zmieniają. Klienci oczekują kolejnych etapów dostosowywania i bezproblemowego dostarczenia usług niezależnie od kanału. Szukają usług na żądanie, które są dopasowane do ich wartości i potrafią sprostać wyzwaniom, przed którymi stoją. Poza tym chcą płacić tylko za produkty i usługi, z których faktycznie korzystają. Jako branża będziemy dążyć do modułowych ubezpieczeń, które mogą być lepiej dopasowane do specyficznych potrzeb klienta, przy jednocześnie niższej składce niż w ramach tradycyjnych produktów. Strategie komunikacji i likwidacji szkód będą dążyć do indywidualizacji, w oparciu o potrzeby

i oczekiwania określone przez sztuczną inteligencję i zaawansowaną analitykę.

## 5. Sztuczna inteligencja napędzająca transformację

Sztuczna inteligencja (AI) zmienia sposób, w jaki wchodzi w interakcję, i ma potencjał do zmiany społeczeństwa wokół nas. Firmy ubezpieczeniowe w przyszłości będą oferować spersonalizowaną komunikację i decyzje w oparciu o szczegółowy profil każdego klienta. Będą stosować profilowanie klientów i sortowanie algorytmiczne do oceny ryzyka i oferty ubezpieczeń.

Uwzględniają to również polscy ubezpieczyciele. Grupa PZU w swojej aktualizacji i operacjonalizacji strategii na lata 2017-2020 (dostępnej na stronie [www.pzu.pl](http://www.pzu.pl)) uwzględnia nowe metody oceny ryzyka, taryfikacji, marketingu i prewencji oraz uproszczenie procesów z wykorzystaniem sztucznej inteligencji i big data jako jedne z kluczowych trendów technologicznych zmieniających branżę.

Sztuczna inteligencja przejmie rutynowe prace i usunie konieczność zatrudniania ludzi do pracy administracyjnej. Przepływ pracy w ramach ubezpieczeń będzie

koncentrował się na interakcjach międzyludzkich oraz wykorzystaniu danych i IT.

## 6. Internet rzeczy i wszechobecne zbieranie danych

Gromadzonych jest coraz więcej danych na temat ludzi, obejmujących zarówno zachowanie w trybie online, jak i offline. Prawdopodobnie setki miliardów urządzeń wyposażonych w czujniki zostanie podłączonych do internetu w ciągu najbliższych 10 lat, a liczba zgromadzonych danych będzie rosła wykładniczo. Zautomatyzowana analiza big data może pomóc firmom lepiej poznać klientów, przewidzieć ruchy na rynku, poprawić wydajność pracowników i zwiększyć wydajność procesów. Klucz leży w analizie danych; ich interpretacja i sposób działania będą stanowić wyróżnik.

## 7. Rosnące znaczenie ekosystemów

Rosnące znaczenie zorientowania na klienta i bardziej płynne doświadczenie klienta idą w parze ze wzrostem ekosystemów, w których usługi są połączone w pakiet. Przykładem

mogą być decyzje firmy Amazon o uruchomieniu AmazonGo i nabyciu Whole Foods, a także rozszerzenie usług firm takich, jak Tencent czy Alibaba.

Obfitość danych zapewni dokładną ocenę ryzyka i kalkulację ceny. Efektem będą również programy skoncentrowane na profilaktyce, takie jak programy zdrowotne i fitness. Firmy z różnych sektorów będą potrzebować ekosystemu technicznego, który będzie wspierał ten nowy, zintegrowany sposób prowadzenia działalności. Ubezpieczyciele będą mogli skorzystać z okazji, aby zostać dyrygentami ekosystemów.

## 8. Zwiększenie regionalizacji władzy państwowej i finansowej

Regionalizacja występuje zarówno między państwami, jak i w ramach finansów globalnych. Regionalizacja w stosunkach międzynarodowych wynika z połączenia interesów i relacji władzy. Pojawienie się potęg regionalnych

spowoduje rozwój stosunków międzynarodowych do 2030 r. Może to prowadzić do konfrontacji, a nie współpracy, przy większym rozluźnieniu podejścia do konkurencji w stosunku do kluczowych zasobów i potrzeb regulacji. W ramach globalnych finansów liczba transgranicznych pożyczek zmniejszyła się od czasu kryzysu finansowego, podczas gdy liczba połączeń pomiędzy pożyczkodawcami i kredytobiorcami w tym samym czasie wzrosła, przy jednoczesnych modelach usług finansowych dostosowanych do lokalnych warunków.

Władze regionalne będą egzekwować zwiększone regulacje, nie tylko w zakresie wypłacalności i prywatności, ale także przejrzystości. To wymusi wysoki poziom standaryzacji i presji cenowej na tradycyjne ubezpieczenia.

**Anders Skovlykke Knudsen**  
Director of Product Management  
Tia Technology

Pełen raport o megatrendach oraz wpisujących się w nie trendach na rynku ubezpieczeń pt. *Are you ambideXtrous? The art of pursuing both continuous and transformative innovation*, można pobrać na stronie [tiatechnology.com/insights/](http://tiatechnology.com/insights/)