

CGI: Grote resultaten te behalen met dynamic pricing

De snel veranderende verzekeringswereld noopt verzekeraars tot het transformeren van hun activiteiten via digitale technologieën; het tijdperk van Data Driven Insurance (DDI) is aangebroken. Met de dynamic rating en pricing oplossingen van CGI kunnen verzekeraars door een efficiëntere aanpak hun operationele kosten verminderen, meer omzet en hogere marges realiseren.

Alles raakt verbonden

Door Internet of Things raakt de wereld steeds meer 'connected' en komt steeds meer nieuwe data beschikbaar over verzekerde objecten. Goossens neemt de auto als voorbeeld. Klassiek bepaalde een verzekeraar de premie op basis van slechts een paar gegevens: de prijs van de auto, het aantal opgebouwde schadevrije jaren en gereden kilometers per jaar. Maar de auto verzamelt op dit moment al heel veel data, onder andere over het rijgedrag van de bestuurder. Deze data is te ontsluiten en te gebruiken om te analyseren. "Rijdt iemand te hard in druk verkeer en slecht weer of juist rustiger en aangepast aan de omstandigheden? Verzekeraars kunnen zo op veel individuelere basis een relatie leggen tussen gegevens en het schaderisico dat ze lopen." CGI is expert op het gebied van dynamic rating en pricing én het operationeel krijgen van de ICT-systemen daarvoor. Rating gaat over het bepalen van de kostprijs van een verzekering op basis van het onderliggende risico, pricing over vaststelling van de commerciële verkoopprijs.

In 2012 nam het Canadese CGI ICT-bedrijf Logica over. Volgens Piet Hein Goossens, Director Consulting Expert & Thought Leader Data Driven Insurance van CGI, werd daarmee de al meer dan dertig jaar opgebouwde ICT-expertise in de Amerikaanse en Canadese verzekeringswereld naar Nederland gehaald. "We zijn nu hard aan de slag om ook Nederlandse verzekeraars met dynamische premieprijsstelling de juiste oplossingen aan te reiken."

Een snellere wereld

"De wereld waarin we nu leven is veel sneller geworden dan een aantal decennia terug. Technologie maakt het nu mogelijk om real-time data-analyse uit te voeren", vervolgt Goossens. "Dit biedt verzekeraars de kans om veel sneller en veel vaker hun portefeuille te analyseren en aan te passen." "Ook is het mogelijk om hierbij allerlei externe databronnen mee te nemen. De

uitdaging is om de continue analyse van alle data te integreren met de bestaande ICT-systemen."

Meedenken

"CGI heeft de ICT-kennis en -techniek in huis om de verzekeraar te faciliteren het datalandschap op orde te brengen. Daardoor wordt het mogelijk om real-time analyses uit te gaan voeren en data-insights te verkrijgen. Het is vervolgens aan de verzekeraar hoe dat te gebruiken. Vernieuwde inzichten in risico's hoeft niet persé te resulteren in een aanpassing in het premie-model. Het is ook goed mogelijk om deze in te zetten voor preventie of het beïnvloeden van het gedrag."

Dat laatste licht hij toe met een voorbeeld: "Als je de deur uitgaat en een balkondeur vergeet te sluiten, is een prompte melding van je verzekeraar erg welkom."

Gedrag en omgeving

Naast het risicodeel van de premie ziet Goossens in de Nederlandse verzekeringsmarkt de meeste beweging in dynamische commerciële prijsstelling. "Door bijvoorbeeld de prijzen van concurrenten mee te wegen in de prijsbepaling. Of via internetgedrag de koopbereidheid van een klant achterhalen, dan wel het risico inschatten dat een bestaande klant wegloopt. Zo draagt dynamic pricing enorm bij aan de verbetering van de resultaten."

"Uiteindelijk zal de verzekeraar real time dynamische prijzen moeten inzetten om vooraf gestelde portefeuilledoelstellingen



Piet Hein Goossens, Director Consulting Expert & Thought Leader Data Driven Insurance van CGI

te realiseren. Daarbij kun je denken aan het nastreven van spreiding over geografische gebieden of over leeftijdscategorieën. Als er veel polissen in het noorden van het land worden verkocht, gaat de prijs daar automatisch omhoog en in de andere gebieden omlaag om zo de geografische balans in polissenportefeuille te behouden. Dit soort concepten kan CGI allemaal operationeel maken."

Bespaar tijd en geld

"Wij werken altijd graag naar een situatie toe, waarbij de business (actuaris, product manager, pricing expert) – onafhankelijk van ICT – zelf dagelijks de premiemodellen kan testen en aanpassen. Het kost nu nog te

veel tijd om een modelwijziging in de ICT-systemen door te voeren. Wij zijn er om de

"De uitdaging ligt op het operationeel krijgen van inzichten die door data-analyse worden verkregen."

business met IT-tooling beter in zijn kracht te zetten. Met een sterke focus op dynamic pricing kunnen vernieuwde inzichten veel

sneller worden doorgevoerd. Dat leidt ten slotte tot verhoging van de omzetcijfers en verlaging van loss ratio's."

CGI heeft meerdere klanten buiten Nederland die dankzij dynamic pricing en rating hun resultaten aanzienlijk hebben verbeterd in de afgelopen jaren, aldus Goossens. "Aantoonbaar succes is vooral zichtbaar in het Verenigd Koninkrijk, dat in de verzekeringswereld altijd voorop loopt. Door de gigantische druk van prijsvergelijkers is dynamic pricing en rating daar al lange tijd ingeburgerd. In Nederland komen we op dat gebied nu in een stroomversnelling terecht. Wij hebben de tools en expertise in huis om Nederlandse verzekeraars daar doorheen te navigeren."