

Optimized Rating

Optimaliseren van Prijs en Product

Inleiding

Hoewel de verzekeringsmarkt voorzichtige sporen van herstel vertoont, verkeren verzekeraars nog altijd in zwaar weer. De afname van portefeuilles en de toenemende druk op tarieven zorgen voor lagere premieopbrengsten. Daarnaast betekent de waardevermindering van bezittingen een afname van rente-inkomsten, waardoor verzekeraars hun verdiensten ook aan die kant zien teruglopen.

Verzekeraars willen hun inkomstenbronnen nieuw leven inblazen. De focus ligt hierbij op het behouden van bestaande- en aantrekken van nieuwe klanten. Immers, de verzekeringspremies zijn de belangrijkste inkomstenbron voor verzekeraars.

Optimized Rating is een concept waarmee een verzekeraar de prijsstelling van zijn producten kan optimaliseren. Dit optimum heeft niet alleen betrekking op de prijs, maar ook op het proces waarmee die prijs tot stand komt. Door het toepassen van een aantal principes kan een verzekeraar meer rendement op zijn portefeuille halen en zich daardoor een betere marktpositie verwerven.

Optimized Rating brengt een aantal ontwikkelingen samen in één concept. Deze White paper geeft een uiteenzetting van het concept en de verschillende onderdelen ervan.

FLEXIBILISERING VAN PRODUCT- EN REKENMODELLEN

Prijsoptimalisatie is één van de middelen waarmee een verzekeraar klanten aan zich kan binden. Consumenten willen scherpe prijzen voor aantrekkelijke producten. Als een verzekeraar dat kan bieden zullen klanten de weg naar zijn producten vinden.

Prijsoptimalisatie wordt ook afgedwongen door de hevige concurrentie. Producten moeten steeds eenvoudiger en transparanter zijn. Een eenvoudig product leidt tot een heldere prijs, waardoor prijsconcurrentie tussen verzekeraars toeneemt. Door de combinatie van een vrije- én een gedwongen nadruk op prijsoptimalisatie zijn verzekeraars méér dan voorheen gefocust op de prijsstelling van hun producten.

Bij het proces van pricing en rating maakt een verzekeraar gebruik van standalone- of geïntegreerde modules voor premieberekening. Deze zijn gebaseerd op actuariële formules die vertaald zijn in rekentools en geautomatiseerde systemen. In de praktijk blijkt dit proces echter niet altijd efficiënt te zijn. De product- en rekenmodellen zijn vaak niet flexibel aan te passen, omdat ze - vooral in legacy systemen - hard gecodeerd zijn. De modellering is daarmee afhankelijk van de beperkingen van de IT. Er heeft immers een vertaalslag plaatsgevonden van pure business logica naar structuren die voor IT hanteerbaar zijn. Daarnaast zijn de modellen vaak binnen één bedrijfsomgeving op verschillende manieren geïmplementeerd. Dit alles leidt tot rekenverschillen, dubbel onderhoud en een lange time to market.

In de meest optimale situatie is het modelleren van producten geïntegreerd met het direct toepassen van deze modellen in systemen en uitvoeringsprocessen, zonder tussenkomst van IT. Een productconfiguratietool inclusief rating engine kan hierin voorzien. Met een dergelijk tool is een flexibele en dynamische modellering van producten en tarieven mogelijk. Dit maakt het berekenen van financiële producten beheersbaar en reproduceerbaar.

TOEPASSEN VAN NIEUWE BESCHIKBARE DATA

De prijs van een verzekering is de afspiegeling van het risico dat wordt gedekt. Als de risicofactoren duidelijk zijn kan de prijs worden vastgesteld. Van oudsher worden premies gedifferentieerd naar zoveel mogelijk commercieel interessante risicofactoren. Het is echter niet altijd mogelijk om alle risicofactoren te onderkennen, laat staan om ze allemaal als onderdeel van de prijsstelling te waarderen. De premie is daarom vaak een 'best guess' van de bekende- en waardeerbare risicofactoren van een verzekering.

Wat nu, als je in staat bent om méér risicofactoren te onderkennen en je deze factoren vervolgens in de premiestelling kunt betrekken? Leidt dat dan tot een optimale premie, lees: prijsoptimalisatie? En wat is hiervoor nodig?

Technologische ontwikkelingen volgen elkaar in hoog tempo op. Het toepassen van steeds kleinere chips in steeds meer consumentenartikelen en de verregaande ontwikkelingen op het gebied van draadloze netwerken en Cloud-opslag leiden ertoe dat steeds meer gegevens steeds vaker beschikbaar komen. Daarnaast zorgen de toenemende snelheid en capaciteit van technologie voor een efficiëntere verwerking van grotere hoeveelheden gegevens.

Wanneer de juiste technieken worden toegepast, kunnen deze grote(re) hoeveelheden gegevens gestructureerd worden verzameld en beoordeeld. Door het toepassen van Big Data principes kan optimaal worden geprofiteerd van een bijna onbeperkt aanbod aan informatie.

De techniek maakt het dus mogelijk om *méér* gegevens *frequenter* en op het *juiste moment* in kaart te brengen. Een verzekeraar kan daardoor *méér* risicofactoren per verzekerd object *sneller* en *beter* analyseren. Dit leidt tot een betrouwbaardere beoordeling van het risico. En als het risico nauwkeuriger kan worden bepaald, kan een optimalere prijs worden vastgesteld.

Optimized Rating

Het optimaliseren van de prijs van een verzekeringsproduct is één van de middelen waarmee een verzekeraar klanten aan zich kan binden. Het optimum heeft niet alleen betrekking op de prijs, maar ook op het proces waarmee die prijs tot stand komt. Door het toepassen van een aantal principes kan een verzekeraar meer rendement op zijn portefeuille halen en zich daardoor een betere marktpositie verwerven.

Het concept bestaat uit:

- een flexibele en dynamische rating engine;
- aangevuld met technieken die méér betrouwbare gegevens;
- frequenter en op het juiste moment in kaart brengen;
- waarbij door het toepassen van methodieken op het gebied van Advanced Analytics gegevens vervolgens ook optimaal en vergaand kunnen worden geanalyseerd.

REAL-TIME MONITOREN

Verzekeraars kunnen de prijs van hun producten afstemmen op het individuele risico van de verzekerde. Door een risico te meten op het moment dat het zich voordoet, dus real-time, ontstaat een nauwkeurige schatting van de prijs die *op dat moment* voor het risico moet worden betaald. Ook kan worden bepaald wanneer het risico zich niet voordoet en er dus géén premie hoeft te worden berekend.

Voor real-time monitoring zijn legio tools en technieken beschikbaar. In de automobielandustrie wordt al geruime tijd gewerkt met on-board units waarmee gegevens over de technische staat van de auto worden verzameld. Deze gegevens kunnen in de garage worden uitgelezen, waarna het noodzakelijk onderhoud kan worden uitgevoerd.

On-board units leveren ook gegevens over het moment waarop de auto wordt gebruikt en de afstand die wordt afgelegd. Deze gegevens worden bij zogenaamde 'Pay As You Drive' verzekeringen toegepast om het risico te dekken als het zich ook werkelijk voordoet. Een auto die stil staat loopt een ander risico dan een auto waarmee wordt gereden.

Daarnaast wordt geëxperimenteerd met gegevens over het rijgedrag en de rijstijl van de bestuurder. Dit wordt ook wel 'Pay How You Drive' genoemd. De gegevens worden bij verschillende automerken gebruikt om bijvoorbeeld te signaleren wanneer een bestuurder in slaap dreigt te vallen of te laat remt. Ook worden deze gegevens op kleine schaal gebruikt om bestuurders feedback over hun rijgedrag te geven. Dit vergroot de veiligheid van de bestuurder én van andere weggebruikers.

Het succes van deze toepassingen is afhankelijk van een *betrouwbare* monitoring en een *zuivere* analyse. Zonder een deugdelijke basis kunnen geen adequate beslissingen worden genomen. Sterker nog: als monitoring onvolledig plaatsvindt en/of gegevens verkeerd worden geanalyseerd, zijn alle beslissingen die daaruit voortvloeien dus ook verkeerd.

ADVANCED ANALYTICS

Een tweede belangrijke ontwikkeling die al geruime tijd plaats vindt is de evolutie van methoden en technieken op het gebied van gegevensanalyse, ook wel 'Advanced Analytics' genoemd. Gegevens die worden verzameld, moeten worden geanalyseerd. Hoe méér gegevens, des te uitdagender de analyse. De uitdaging zit hem niet alleen in de grote hoeveelheid, maar ook in wat je kunt analyseren en wanneer.

"Traditionele analysetools voor business intelligence, onderzoeken slechts historische gegevens. Tools voor Advanced Analytics richten zich op het voorspellen van toekomstige gebeurtenissen en toekomstig gedrag, waardoor zelfs 'wat-als' analyses kunnen worden uitgevoerd om het effect van bepaalde veranderingen in business strategieën te voorspellen. Predictive Analytics, Data Mining, Big Data Analytics en Location Intelligence zijn slechts een paar van de categorieën die onder de noemer Advanced Analytics vallen." (Margaret Rouse, *WhatIs.com - TechTarget IT-encyclopedie*).

De huidige ontwikkelingen maken het dus mogelijk om niet alleen méér gegevens, frequenter en op het juiste moment in kaart te brengen, maar deze gegevens kunnen ook optimaal en verregaand worden geanalyseerd.

1 + 1 = UBI

Usage Based Insurance, verzekeringen die gebaseerd zijn op gebruik en gedrag, worden vooral toegepast in de automobielandustrie. Naar analogie van Angelsaksische landen zijn er de laatste jaren ook in Nederland initiatieven op dit gebied ontstaan. De Kilometerverzekering¹ was al een voorzichtige eerste stap. Bij deze verzekering is de premie gebaseerd op het aantal verreden kilometers per jaar. De kilometerstand moet

¹ <http://dekilometerverzekering.nl/>

hierbij nog handmatig aan de verzekeraar worden doorgegeven, maar koppeling via een on-board device (ook wel telematica device genoemd) is een kwestie van tijd.

De Fairzekering² is een goed voorbeeld van een nieuw initiatief. Voor het bepalen van een premiekorting wordt een speciale stekker gebruikt die eenvoudig op het on-board systeem van de auto kan worden aangesloten. De stekker meet het rijgedrag en hiermee wordt periodiek een score berekend die gestaffeld tot een eventuele premiekorting leidt.

Ook Polisvoormij³ timmert al geruime tijd aan de weg. Vond premiekorting hierbij in eerste instantie nog plaats via het gebruik van een speciaal GPS kastje in de auto, tegenwoordig is een speciale App voor de mobiele telefoon beschikbaar. Deze App registreert het rijgedrag van de gebruiker en geeft dit aan de verzekeraar door.

Een drietal succesvolle toepassingen van Usage Based Insurance in Nederland. Toch is dit relatief weinig voor het potentieel dat in ons land aanwezig is. Hoe kan dat? Waarom bieden verzekeraars in Nederland nauwelijks verzekeringsproducten aan waarbij de premie is gebaseerd op verregaande risicosegmentatie en premiedifferentiatie?

WAAROM NIET?

De oorzaak voor het ontbreken van UBI-producten in Nederland is drieledig. In de eerste plaats richten verzekeraars hun vizier momenteel noodgedwongen op andere kostenverslindende aandachtsgebieden, zoals Regulatory Reporting (Solvency II) en de Woekerpolis affaire.

In de tweede plaats zijn verzekeraars bang voor hoge aanloop- en investeringskosten. Het succes van UBI staat of valt met een effectieve toepassing van technisch hoogwaardige apparatuur. Denk aan de on-board units en vergelijkbare telematica devices voor auto's.

Tot slot lijken de schadeverzekeringen in Nederland al dermate scherp geprijsd, dat verdergaande differentiatie weinig meerwaarde voor consumenten zal bieden. Voor scherpere premies alleen zullen verzekeraars UBI niet invoeren.

Over deze argumenten valt iets te zeggen. Solvency II en de Woekerpolis affaire zijn inderdaad hoofdbrekers, maar als een verzekeraar niet op zijn minst nádenkt over toekomstige ontwikkelingen staat hij straks met lege handen. Daarbij hoeft hij het wiel niet alléén uit te vinden. De succesvolle initiatieven uit de vorige paragraaf zijn ook tot stand gekomen door samenwerking tussen verschillende partijen. Verzekeraars hoeven dus alleen hun eigen expertise in eventuele partnerships in te brengen.

Ook het argument van hoge aanloopkosten kan worden gerelativeerd. Door bijvoorbeeld aan te haken bij de ontwikkelingen in de automobielindustrie en afspraken te maken over het gebruik van data uit on-board units, is een autoverzekeraar niet meer afhankelijk van het plaatsen van eigen dure meetapparatuur. De vrees voor hoge aanloop- en investeringskosten wordt hierdoor getemperd. Ook zijn smartphones een steeds betrouwbaardere bron om ons doen en laten te monitoren. Initiële investeringen kunnen daardoor beperkt blijven tot het ontwikkelen van een eenvoudige App.

Het laatste argument van scherpe premies is gedeeltelijk wáár, maar invoering van UBI biedt méér voordelen dan premiekorting alleen. Voor de verzekeraar zal het claimproces efficiënter worden ingericht en zal bewustwording bij de klant het aantal schadeuitkeringen terugdringen. Aan de klantzijde zijn er talrijke aanvullende diensten te ontwikkelen die gevoed en gestuurd worden uit de geanalyseerde gegevens. Denk bij autoverzekeringen aan zaken als pech- en hulpdiensten, periodiek onderhoud, bewustwording door feedback op rijgedrag, brandstofbesparing, terugdringen CO2 uitstoot, enzovoort.

² <http://www.fairzekering.nl/>

³ <http://www.polisvoormij.nl/>

NU AANHAKEN

Niets doen is geen optie. Niet alleen nemen nieuwe spelers en nieuwe initiatieven hand over hand toe. Ook bestaande structuren en gewoontes in de verzekeringsbranche staan onder druk. Denk maar aan de aansprakelijkheidsvraag bij zelfsturende auto's, de gevolgen van verkeerde diagnose door zelfdenkende apparatuur in huis, de mondige consument die na de financiële crises een ander beeld van verzekeraars heeft, enz.

Uiteraard is er geen ultieme oplossing waarmee verzekeraars zich tegen veranderingen kunnen wapenen. Het belangrijkste is dat verzekeraars zich richten op waar ze goed in zijn: het afdekken van de financiële gevolgen van risico's. Door de felle concurrentie speelt prijs optimalisatie daarbij een steeds grotere rol.

Optimized Rating is een oplossing om de prijs van verzekeringsproducten te optimaliseren. Het concept bestaat uit:

1. een flexibele en dynamische rating engine,
2. aangevuld met technieken die méér betrouwbare gegevens,
3. frequenter en op het juiste moment in kaart brengen,
4. waarbij door het toepassen van methodieken op het gebied van Advanced Analytics gegevens vervolgens ook optimaal en vergaand kunnen worden geanalyseerd.

Deze vier onderdelen leiden tot een gedifferentieerde risicobepaling tot op individueel niveau. Individuele premiedifferentiatie en beïnvloeding tot risicomijdend gedrag liggen daarmee binnen bereik, evenals het bieden van allerlei aanvullende diensten. Door de techniek, de monitoring en de analyse staat de verzekeraar middenin het leven van een verzekerde. Bedenk maar eens wat dat voor mogelijkheden biedt!

CGI EN OPTIMIZED RATING

In Noord-Amerika is CGI marktleider op het gebied van Rating. De trend richting agressievere prijsstelling en meer dynamische rating zien we ook in Nederland sterker worden. Met onze ervaringen kunnen wij verzekeraars helpen een geschikte strategie te ontwikkelen en processen en IT-systemen daarop aan te passen.

OPTIMIZED RATING MATURITY SCAN

Met deze scan analyseren wij hoe ver een verzekeraar op het gebied van Optimized Rating staat. In welke mate zijn de IT-systemen voorbereid, welke data wordt gebruikt en hoe gaat men hier organisatorisch mee om? Via zes verschillende assen wordt een analyse gemaakt en adviseren wij waar verbeteringen te behalen zijn.

“PAY HOW YOU DRIVE”-SUITE

CGI levert een suite waarmee een complete “Pay How You Drive”-autoverzekering kan worden geïmplementeerd, standalone of geïntegreerd in het bestaande landschap van de verzekeraar. Onze oplossing bestaat uit mobiele Apps, portals voor klanten en de applicatie voor de verzekeraar. CGI heeft deze suite succesvol geïmplementeerd bij een aantal verzekeraars in Canada, die hiermee in hoog tempo marktaandeel veroveren.

CGI RATABASE®

Ratabase is met bijna 100 klanten wereldwijd een toonaangevende ratingengine. De klanten kozen voor Ratabase, omdat de bestaande IT-systemen onvoldoende flexibiliteit en dynamiek boden voor de gewenste prijsstelling van producten.

Met Ratabase verloopt het ontwikkelen van nieuwe producten en de prijsstelling eenvoudiger en sneller. Een ander voordeel is dat het afgeven van quotes, bijvoorbeeld aan vergelijkingssites, een veel hogere performance laat zien.

Over CGI

Opgericht in 1976, is CGI een toonaangevende informatie technologie groep in de wereld. CGI levert hoog gekwalificeerde diensten op het gebied van Consulting, Systems Integration and Managed Services.

Met 68.000 professionals in 40 landen, heeft CGI een vooraanstaand track record: 95% van de projecten wordt binnen tijd en budget opgeleverd.

CGI stelt zich ten doel bij te dragen aan het succes van haar cliënten. De kwaliteit van CGI's dienstverlening, van haar medewerkers en van de gehanteerde ondersteunende systemen staat daar borg voor.

Voor meer informatie kunt u contact met ons opnemen:

T: +31 6 103 12580

E: mario.in.den.haak@cgi.com
cginederland.nl/verzekeraars