

Digitale transformatie brengt verzekeraar en klant dicht bij elkaar

De verwachtingen van de klant evolueren snel. Hij wil de beste, gepersonaliseerde service aan de beste prijs – en wel hier en nu. Digitale dienstverlening speelt daarop in, gestoeld op big data en business intelligence (BI).

Wellicht herkent de verzekeraar zich vandaag in de beroemde passage uit 'Alice in Wonderland': "Kun je me vertellen welke weg ik moet nemen?", vraagt Alice. "Dat hangt er vanaf waar je naartoe wilt," luidt het antwoord. Dat geldt ook voor de verzekeraar. In het digitale tijdperk moet hij zichzelf heruitvinden en een nieuwe rol opeisen. Net dat is waar LACO, als big data- en BI-partner van zijn klanten, de verzekeraar bij begeleidt.

In welke richting de verzekeraar evolueert, hangt grotendeels af van de positionering die hij nastreeft. Big data vormen zowel de aanleiding als de grondstof van een ingrijpende digitale transformatie. Business intelligence (BI) is daarbij een noodzakelijke voorwaarde voor succes. Met BI beheert de verzekeraar grote datavolumes en vormt hij big data om tot bruikbare informatie.

De klant verwacht meer

De huidige verzekeringnemer verwacht dat de verzekeraar een volledig beeld heeft van zijn persoonlijke situatie. Hij verwacht producten en diensten die adequaat aansluiten bij zijn individuele levensstijl. Bovendien wenst hij deze informatie onmiddellijk te raadplegen, bij voorkeur via de smartphone.

Dat verwachtingspatroon staat haaks op de klassieke verzekeringspraktijk. Verzekeringscontracten hebben vaak een lange looptijd. Daardoor bevinden veel contracten

zich in een waaier van oude, niet-geconnecteerde applicaties en heeft de verzekeraar vaak maar een fragmentarisch beeld van zijn klanten.

Van data naar informatie

BI laat toe alle fragmenten samen te brengen en aan te vullen met bijkomende klantgegevens, soms ook afkomstig uit externe bronnen, zoals studiebureaus. Daarnaast biedt nieuwe technologie de mogelijkheid om extra data te verzamelen, bijvoorbeeld via toestellen die met het internet verbonden zijn, of via de tracking van rijgedrag.

BI laat toe om de verzamelde data om te vormen tot bruikbare informatie en in te zetten bij de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten, met name toepassingen die in real-time inspelen op de situatie van de klant. Dat laat de verzekeraar bijvoorbeeld toe reisbijstand aan te bieden op het moment dat de klant zich op de luchthaven bevindt.

Personal coach

Vroeger kon de verzekeraar niet veel meer doen dan meelevens met het schadegeval van de klant. In de real-time wereld krijgt de verzekeraar de rol van proactieve personal coach. Hij vult de nieuwe, individuele behoeften van de klant in met innovatieve producten en diensten. In de deeleconomie, bijvoorbeeld, waarbij de klant niet langer een wagen bezit, maar er één deelt met anderen, is er nood aan een nieuw type verzekeringsoplossing. Dat soort nieuwe toepassingen – met BI aan de basis – vormt zo een belangrijke hefboom voor een betere klantenbinding.

Meer weten over hoe big data en BI het verschil maken in de verzekeringswereld? Contacteer LACO via Stefan Verspecht, Business Analyst & Project Manager Verzekeringen.

stefan.verspecht@laco.be | +32 2 709 79 00

LACO / KNOWLEDGE.
AND MORE.