

Potencjał AI w firmie ubezpieczeniowej

Michał Herbich

13 grudnia 2023 r.

Seminarium Polskiej Izby Ubezpieczeń „Zamknięcie Roku 2023”

Łańcuch wartości – szanse dzięki AI

Rozwój Produktu, Pricing

- Czy produkt pozwala na dopasowanie względem konkretnych potrzeb klienta?
- Czy produkt pozwala na interakcję z klientem?
- Czy polityka cenowa bierze pod uwagę wzorce behawioralne?

Marketing, Sprzedaż

- Czy marketing jest odpowiednio sprofilowany pod kątem grup odbiorców?
- Czy sprzedaż bierze pod uwagę preferencje grup klientów?
- Czy reakcja na zachowania klientów odbywa się w czasie rzeczywistym?

Underwriting

- Czy underwriting jest wystarczająco przyjaznym procesem dla klienta?
- Czy underwriting oferuje klientowi wartość dodaną?

Obsługa, Dosprzedaż

- Czy klient może liczyć na dobrą obsługę dzięki dobremu rozpoznaniu jego profilu potrzeb?
- Czy firma w wystarczającym stopniu wykorzystuje informacje z interakcji z klientem?

Obsługa Roszczeń

- Czy klient ma wgląd w etapy rozpoznawania jego roszczenia?
- Czy firma buduje szeroka bazę w wiedzy o roszczeniach, by lepiej kształtować ofertę i obsługę?
- Czy firma w wystarczającym stopniu wykorzystuje informacje, by eliminować ryzyko nadużyć?

Szanse Generative AI w usprawnianiu procesów (np. back-office)

Dane zewnętrzne – dobór partnerów, dostawców danych oraz dostęp do danych otwartych

Łańcuch wartości – szanse dzięki AI



Szanse Generative AI w usprawnianiu procesów (np. back-office)

Dane zewnętrzne – dobór partnerów, dostawców danych oraz dostęp do danych otwartych

Priorytetyzacja przypadków użycia

Zgodność z użytkownikiem końcowym

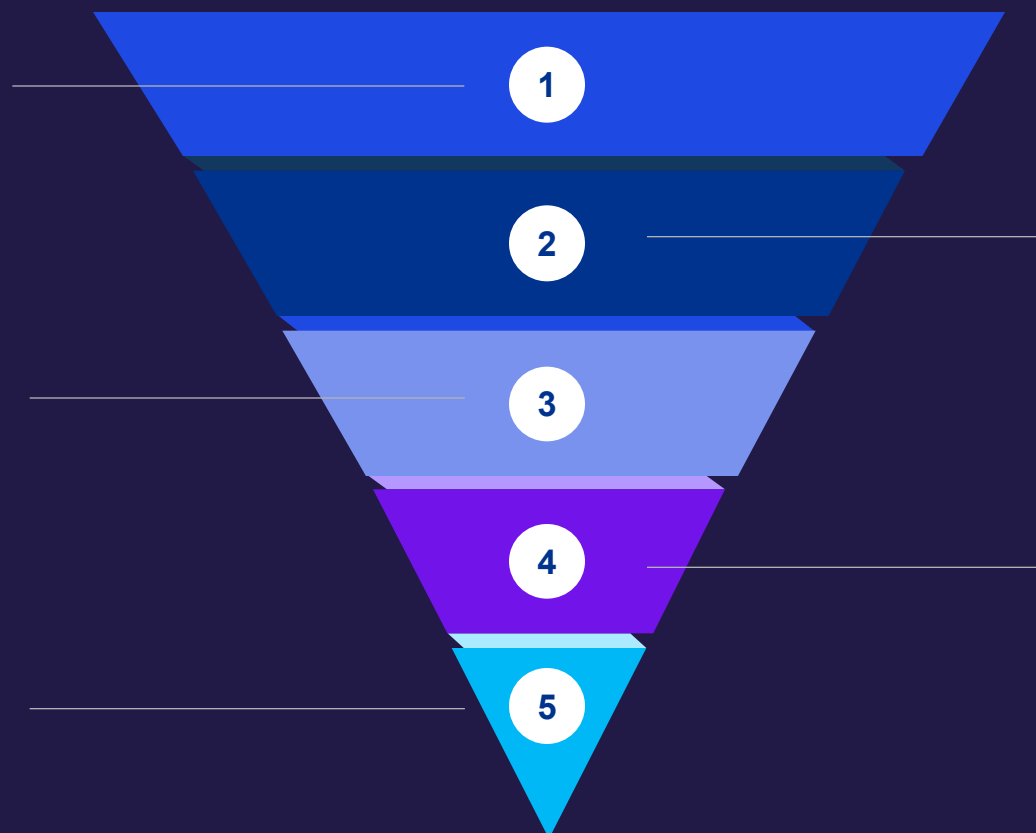
- Czy Use Case jest adekwatny dla użytkownika i rozwiązuje realny problem?

Adekwatność strategiczna

- Czy rozwiązanie jest zgodne z ogólną strategią organizacji?
- Jaki jest jej wpływ na kluczowe segmenty biznesu, produkty, geografie oraz relacje z obszarami zaangażowanymi?

Wartość

- Jaki jest oczekiwany wpływ na efektywność przedsiębiorstwa?
- Jaki jest potencjalny wpływ na przychody i/lub koszty?



Łatwość wykonania

- Czy posiadamy odpowiednie dane ?
- Czy mamy umocowanie biznesowe do wprowadzenia zmiany?
- Czy mamy ustanowioną komunikację w ramach ekosystemu rozwiązania?
- Czy potrafimy zmierzyć efekty?

Łatwość wdrożenia

- Czy organizacja jest w stanie wesprzeć i zaakceptować rozwiązanie?
- Czy mamy możliwości technologiczne aby utrzymać i rozwijać rozwiązanie?
- Jakie są ryzyka implementacyjne?

Use Case

Asystenci cyfrowi

Wewnętrzny ChatGPT wspierający pracowników i klientów w dostępie do wiedzy, uzyskiwaniu odpowiedzi, prowadzący klienta przez procesy sprzedażowe, reklamacyjne, czy zgłoszeniowe



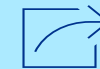
Wyzwanie

- > Zespoły obsługi klienta otrzymują dziennie tysiące zapytań i zgłoszeń z których duża część nadaje się do automatyzacji
- > Poziom samoobsługi jest nadal relatywnie niski zarówno w procesach likwidacji jak i sprzedaży
- > Kanał telefoniczny dla wielu klientów pozostaje kanałem preferowanym niezależnie od promocji kanałów cyfrowych



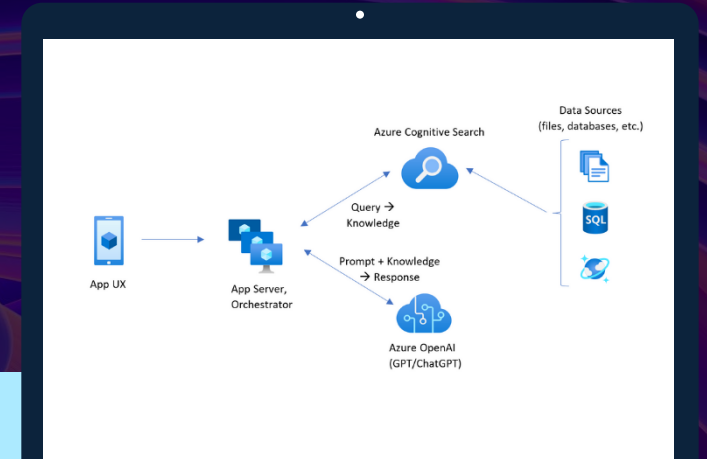
Rozwiązanie

- > Spersonalizowany asystent na bazie Chat GPT
- > Asystent jest uczony procesu, który ma obsługiwać
- > Może zachować wszechstronność oraz kierunkowość rozmowy
- > Agent ma dostęp do danych oraz systemów wewnętrznych
- > Klienci i pracownicy mogą prowadzić rozmowy w oknie chat, Teams czy nawet za pomocą głosu



Rezultat

- > Podniesienie współczynnika samoobsługi o kilkanaście %
- > Skrócenie czasu obsługi oraz wzrost NPS
- > Redukcja kosztów obsługi klienta

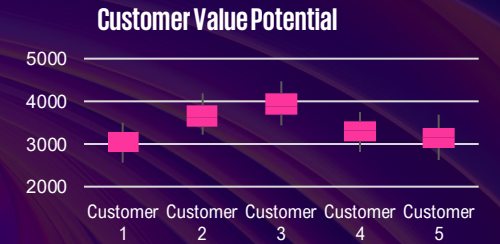
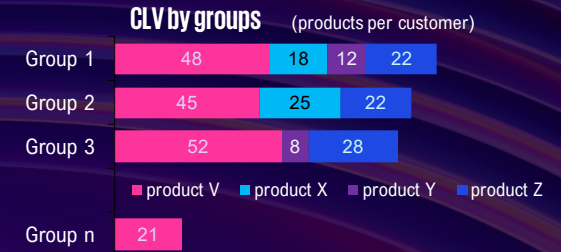
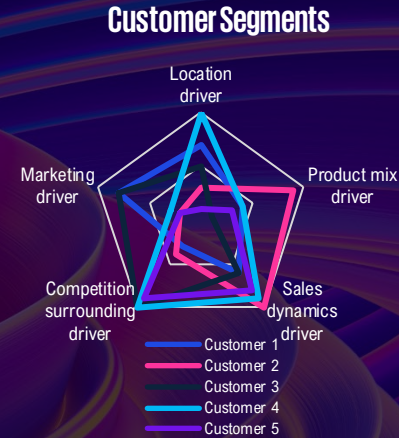
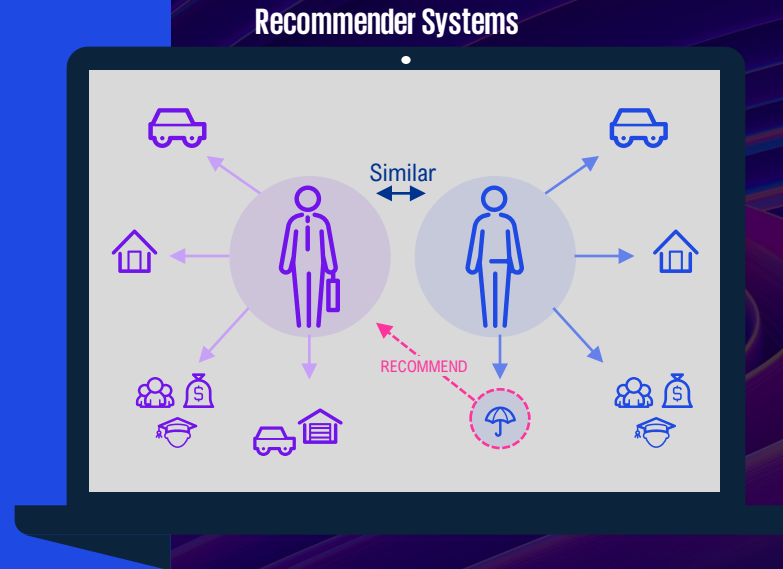


2 Use Case

Dynamic Offering

Wykorzystanie zaawansowanej analityki AI do wzrostu sprzedaży

- **Wybór danych**
... w szczególności wybór danych zewnętrznych
- **Segmentacja bazy**
Model CLV
Wykorzystanie technik uczenia maszynowego do zidentyfikowania wzorców behawioralnych
- **Zdefiniowanie akcji**
Rozbicie oferty na moduły, uwzględnienie specyfiki ryzyka per klient, zdefiniowanie ścieżek sprzedażowych w podejściu omnichannel



Wyzwania

- > Nieodkryty potencjał klienta
- > Niska, względem potencjału, lojalność klienta
- > Niedostosowane do potencjału ścieżki sprzedażowe
- > Niezagospodarowana luka sprzedażowa



Rozwiązania

- > Stworzenie modelu mikrosegmentacji
- > Zintegrowanie danych o kliencie, jego podatnościach (cenowych, związanych potrzebami i specyfiką ryzyka)
- > Stworzenie bieżącej (real-time) informacji zarządczej o kampaniach sprzedażowych dzięki Gen AI



Rezultaty

- > Zwiększenie sprzedaży nawet o 15%
- > Zwiększenie średniej wartości klienta (CLV) nawet o 9%
- > Identyfikacja kluczowych czynników przekładających się na efektywność np. akcji sprzedażowych, komunikacji
- > Ewaluacja potencjału klientów – lojalność, sprzedaż, dosprzedaż



3 Use Case

Zarządzanie likwidacją szkód i roszczeniami

➤ Klasyfikacja zgłoszeń

Wykorzystanie analizy języka naturalnego: automatyczne wykrywanie intencji i klasyfikowanie zgłoszeń

Wykorzystanie technik uczenia maszynowego do zidentyfikowania wzorców behawioralnych

➤ Optymalizacja (samo-)obsługi w procesie roszczeń

Wykorzystanie analizy predyktywnej danych ustrukturyzowanych, analizy języka naturalnego (w tym Gen AI), a docelowo obrazu i danych nieustrukturyzowanych – np. prepopulacja claims file'a, obsługa korespondencji, identyfikacja wysokości szkody na podstawie obrazu, proponowana ścieżka likwidacji, scoring ryzyka nadużycia



Wyzwania

- > Zbieranie podstawowych informacji i kolejne iteracje są uciążliwe dla klienta
- > Weryfikacja zgłoszeń klienta jest procesem manualnym, obciążona jest błędem oraz ograniczoną możliwością oceny i klasyfikacji pod kątem szeregu metryk analitycznych
- > Przypadki nadużyć umykające w procesie likwidacji



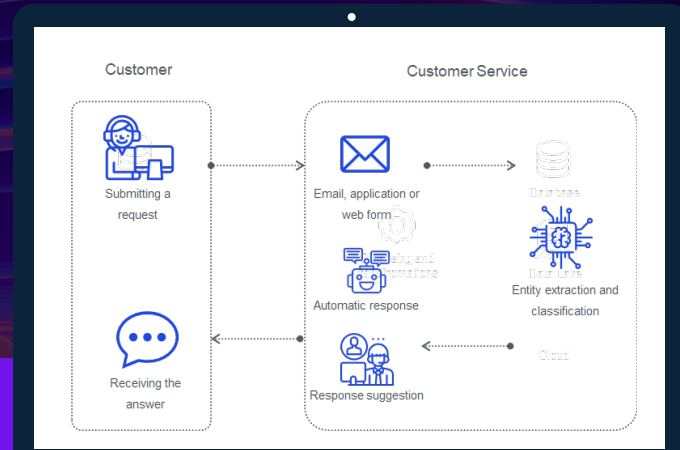
Rozwiązania

- > Rozwiązania automatyzujące (STP/STQ) wsparte mikroserwisami analitycznymi opartymi na uczeniu maszynowym
- > Portal klienta dający wgląd oraz możliwości samoobsługi
- > Model klasyfikacyjny AI, który identyfikuje cechy w tekście
- > Fraud scoring



Rezultaty

- > Spadek kosztów obsługi zgłoszeń o ponad 50%
- > Zmniejszenie czasu do podjęcia zgłoszenia (First Time Resolution)
- > Zmniejszenie średniego czasu rozwiązania (Average Handling Time)
- > Zwiększenie satysfakcji klienta mierzonej NPS
- > Zmniejszenie czasu oczekiwania klienta od zgłoszenia do zamknięcia szkody
- > Mechanizmy nauki wbudowane w proces (z każdym kolejnym przypadkiem wydajność poprawia się)



Ilustracja przykładowego procesu likwidacji szkody





Dziękuję za uwagę



Michał Herbich

Partner,
Insurance, KPMG Financial Services

mherbich@kpmg.pl



Łukasz Dylewski

Dyrektor,
Data Science & AI, KPMG Financial Services

ldylewski@kpmg.pl

Informacje zawarte w niniejszym dokumencie mają charakter ogólny i nie dotyczą konkretnego podmiotu. Informacje zostały wybrane na podstawie naszej oceny tego, co jest najbardziej istotne z uwagi na cel niniejszej prezentacji. Przedstawione informacje mogą nie być odpowiednie do celów innych niż cel niniejszej prezentacji.

© 2023 KPMG Audyt Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.k., polska spółka komandytowa i członek globalnej organizacji KPMG składającej się z niezależnych spółek członkowskich stowarzyszonych z KPMG International Limited, prywatną spółką angielską z odpowiedzialnością ograniczoną do wysokości gwarancji. Wszelkie prawa zastrzeżone.



kpmg.pl

KPMG