

OP JACHT NAAR DE HOCKEYSTICKCURVE

Artificial intelligence speelt een belangrijke rol bij innovatie in de verzekeringswereld, maar dat je ook op het vlak van je dienstverlening of verdienmodel kunt innoveren blijkt uit de nominaties van Deck en Perfect Day voor de NVGA am: Innovatieprijs. Samen met Building Blocks, Solera en Infolio – waarvoor AI de driver is van hun inzending – maken zij kans op de prijs, die voor de derde keer wordt uitgereikt. Afgelopen maand pitchten de vijf bedrijven hun innovatie voor de jury.

“Opvallend dat drie van de vijf innovaties gebaseerd zijn op artificial intelligence en machine learning”, constateert jurylid Robert Witteveen (voorheen Vivat, nu zelfstandig ondernemer in We-InvenT). “Wel leuk om te zien dat er ook twee bedrijven bij zitten die juist op een ander vlak innoveren”, voegt het jurylid toe.

Bij alle vijf nominaties beoordeelde de jury hoe hoog het bedrijf scoort op de innovatieladder. Is het product inderdaad gloednieuw, of is er eerder sprake van optimalisatie van een al bestaand businessmodel? Elke genomineerde presenteerde in een kwartier waarom zijn innovatie het volmachtkanaal komende jaren vooruit gaat helpen. Vervolgens was het de beurt aan de jury voor een vragenvuur. Is het concept schaalbaar of werkt het alleen in een pilot? Gaat het businessmodel draaien? Ligt er een hockeystickcurve in het verschiet? Op 10 april tijdens de Marktdag Volmachten van de NVGA maakt de jury bekend wie van de vijf met de prijs aan de haal gaat. ■



De jury beoordeelt een van de pitches, v.l.n.r. Robert Witteveen, Michael van Romondt, Hermen van der Lugt en Jannie Benedictus.

SOLERA

‘Fotosoftware stuurt schadeafwikkeling’

“Eenvoudige schades wil je gewoon snel afwickelen”, pitcht Quintin Nouwen, director business development van Solera. Liefst zou hij het hele schadeafwikkelingsproces digitaliseren en de entree van Solera’s Visual Intelligence Solution kan daar een grote bijdrage aan leveren. “We willen op basis van foto’s een genormaliseerde schadevastlegging doen, zonder dat iemand naar een schadeherstelbedrijf gaat.”

Solera zit op een schat aan data: meer dan een miljard foto’s van schades en meer dan 500 miljoen schadecalculaties van de laatste vijftien jaar. “Met die data trainen we een model om bij eenvoudige schades op basis van foto’s de schade vast te stellen. Waarom zou je straks nog fysiek naar een dossier kijken als er software is die dezelfde uitkomst brengt. Zeker voor de niet-impactvolle schades valt nog veel efficiencywinst te behalen.”

Nouwen spreekt niet van fotoherkenning, maar van visual intelligence. “De technologie moet de auto kunnen herkennen, het merk, het model en liefst ook het type. En op basis daarvan kan het model dan zeggen: het kost zoveel om deze auto te herstellen en daar zijn deze onderdelen voor nodig.”

SNELLER PLANNEN

Als een klant bij zijn adviseur een schade meldt, wil die adviseur eigenlijk meteen een indicatie kunnen geven van wat de gevolgen zijn voor de premie, aldus Nouwen. “Nu worden schades allemaal keurig afgewikkeld, maar aan het eind van het proces ploft een brief op de mat met je nieuwe premie. Als adviseur kun je de klant vertellen: dit zal het effect zijn als je het wel claimt en dit als je het niet claimt.” Een ander voordeel volgens Nouwen: de klant hoeft maar één keer langs de her-

steller en is zijn auto bovendien korter kwijt. Het systeem vertelt al welke onderdelen het herstelbedrijf nodig heeft dat daardoor sneller kan plannen.

Zover is de technologie nog niet, maar volgens Nouwen lukte het in een pilot in het Verenigd Koninkrijk al om een *hit rate* te halen van 82% in de herkenning van total losses. “Iedere calculatie die er bijkomt, gaat vanaf nu in het model. Zo blijft het model zichzelf trainen.”



INNOVATIEPRIJS

Doel van de NVGA am: Innovatieprijs is innovatie in het volmachtkanaal stimuleren. De prijs kende dit jaar 14 inzendingen. In de jury van de innovatieprijs zitten Hermen van der Lugt (CEO Stichting Voorbereiding Pallas-reactor), Robert Witteveen (We-InvenT), Roger van der Linden (vicevoorzitter Adfiz en eigenaar Van der Linden Adviesgroep), Jannie Benedictus (hoofdredacteur am:) en Michael van Romondt (bestuurslid NVGA en eigenaar kantoor Eijgendaal & Van Romondt). Vorig jaar won Openclaims de tweede NVGA am: Innovatieprijs. Het bedrijf beperkt de schadelast door mensen met autoschade klantvriendelijk door de reparatiemolen te leiden.

DECK

‘Vertrouwen winnen’

Terug naar de basis van het verzekeren en alleen claimen als dat echt nodig is. Dat is in een notendop Deck van oud-Ditzo-directeur Bob Stehmann. In ruil voor een pakket en een claimdrempel geeft hij premievoordeel aan “mensen met de juiste mentaliteit”. Daarnaast wil hij het collectief van Deck-verzekerden laten meebeslissen over grote claims.

“Veel mensen zeggen dat ze kleine dingen niet claimen. Maar ze betalen er wel premie voor. Deels ligt dat aan de industrie die veel toestaat om klanten te winnen, maar ik vind dat klanten ook zelf een verantwoordelijkheid hebben. Daarom zijn we een oplossing gaan maken voor mensen die de juiste mentaliteit hebben”, vertelt oprichter Stehmann. Volgens hem is de versnippering aan polissen slecht voor verzekeraar, adviseur en klant. “Iedereen is anders, iedereen leidt een ander leven, maar waarom hebben we wel allemaal dezelfde inboedel, opstal et cetera? Waarom maken we niet één premie per persoon?”, aldus Stehmann. Hij is begonnen met een pakket voor spullen en bezit: wel wonen, reis, aansprakelijkheid en auto, geen rechtsbijstand en zorg.

ZONDER KLEINE LETTERTJES

De aanvankelijke claimdrempel van € 1.000 blijkt vrij hoog, weet Stehmann na een paar maanden proefdraaien. Die gaat dus omlaag, maar er blijft volgens hem een “fors minimum”. “We hebben ook berekeningen gemaakt met juist een hogere drempel. Dat kan 45% premievoordeel opleveren.” Het liefst werkt Deck straks zonder kleine lettertjes. “Dan zou alles boven de drempel gedekt zijn. Is dat realistisch? Uiteindelijk



wel. In geval van twijfel laten we het collectief meebeslissen. Een dj die op Ibiza voor € 9.000 aan spullen kwijtraakt. Zo'n casus zet je op de website, en dan kunnen mede-deckers meebeslissen of dat vergoed moet worden.”

Deck werkt in de beginfase samen met NN en Unigarant als risicodragers. Stehmann is in gesprek met meer verzekeraars. Als hij die aan zich weet te binden, denkt hij dat klanten ook sneller voor Deck kiezen. “In het begin belden mensen: sympathiek initiatief, maar hoe weet ik nou dat jullie straks nog bestaan? We moeten vertrouwen winnen, maar de eerste fase heeft mij overtuigd dat er voldoende markt is.” ■

PERFECT DAY

‘Poortwachter tegen cyber-tsunami’

“Cyber hangt als een donkere wolk boven het mkb”, zegt Liesbeth Kempen, oprichter van Perfect Day. “Bedrijven denken: hackers zijn eng, daar moeten we iets mee, maar het is allemaal duur en ingewikkeld. Wij bieden een oplossing waarmee ondernemers hun eigen bedrijf doorlopen en nagaan wat ze kunnen doen om veiliger te worden.”

Dat is volgens Kempen hard nodig, want bedrijven zijn veel minder veilig dan ze denken. Perfect Day houdt zelfs rekening met een cyber-tsunami. “Nu zit de dreiging nog bij de corporates, maar dat gaat naar een lager niveau. Dat betekent dat de premies voor cyberverzekeringen enorm gaan stijgen”, zegt André Vendrig (rechts op de foto) van volmachtbedrijf Verheul, dat nauw betrokken is bij Perfect Day.

In anderhalf uur tijd neemt Perfect Day een vaste vragenlijst door met de ondernemer. “Nooit met een IT’er, altijd de eigenaar want als hij erin gelooft, wordt het ook uitgevoerd”, aldus Kempen. Eventueel worden bepaalde technische vragen nog gecheckt bij de IT-leverancier van het bedrijf. Dat levert een rapport op met verbeterpunten. Zo’n pakket kost € 995 voor een mkb’er tot 50 man personeel. Kempen: “We beginnen ook

BUILDING BLOCKS

‘Minder slechte risico’s’

Volumeverhogingen en een betere combined ratio kunnen hand in hand gaan, stelt Mara Leest, data translator van Building Blocks. Het bedrijf staat met data driven underwriting volmachtbedrijven bij in hun gevecht tegen de hoge combined ratio op autoverzekeringen. “Dit gaat volmachten in staat stellen hun portfolio weer gezond te krijgen.”

Leest begint haar pitch met de beschrijving van de vicieuze cirkel van generieke premieverhogingen in de hoop de winstgevendheid te verhogen. Met name bij autoverzekeringen werkt dat niet. “Na een generieke verhoging denkt een klant met een laag risicoprofiel ‘ik betaal al veel en nu ga ik nog meer betalen’. Die stapt vervolgens over naar de concurrent, waardoor het risicoprofiel van de portefeuille omhoog gaat en opnieuw premieverhogingen nodig zijn.”

Met datascience analyseert Building Blocks waar de risico’s in de portefeuille zitten, maar vooral ook wat de gevolgen zijn van premieaanpassingen. Het bedrijf gebruikt historische data om te voorspellen hoe premie, risico en combined ratio zich zullen ontwikkelen. Incidenten als de januaristorm uit 2018 worden eruit gefilterd. “Daarvoor moet je corrigeren, al weet je wel dat er ook dit jaar een kans bestaat op een dag met storm.”

CAMPAGNES

Resultaat boekte het bedrijf al bij onder andere Verzekeruzelf en de Kilometerverzekering. Bij die klanten ging de combined ratio respectievelijk 15% en 19% omlaag. Leest: “Dat is gelukt door niet alleen premies te verhogen, maar ook door kortingen te geven.” Sommige klanten liepen weg na een premieverho-

ging, maar dat waren vooral de bleeders die je juist uit je portefeuille wilt hebben, aldus Leest.



ging, maar dat waren vooral de bleeders die je juist uit je portefeuille wilt hebben, aldus Leest.

Met machine learning personaliseert Building Blocks de modellen voor de klant. Het systeem biedt bovendien zowel handvatten voor de volmachtmanager als voor de marketingmanager. Leest: “Die laatste wil groei van het portfolio, maar misschien haal je dan klanten met een te hoog risicoprofiel binnen. Met ons model kan ook de marketingmanager zien wat de invloed van zijn campagnes is op de combined ratio. Zo gaat data driven underwriting volmachten helpen hun portfolio gezond te houden.” ■

GEEN POLIS

Perfect Day komt voort uit het innovatielab Sparklab van NN en is ontwikkeld samen met vier volmachtkantoren: Centraal Volmachtbedrijf, Vrieling, Klap en Verheul. Kempen noemt het een nieuwe vorm van krachtenbundeling. “Waar veel volmachtkantoren samenwerken op de verzekeringsinhoud, hebben wij iets waar geen polis voor nodig is. We trekken samen op in iets dat goed is voor het volmachtkantoor, maar nog beter voor onze klanten. En we willen zorgen dat verzekeraars hier ook voordeel van hebben.”

Kempen ambieert een poortwachtersfunctie, besluit ze haar betoog. “Ik denk dat 80% tot 90% van de Nederlandse mkb’ers



het niet voor elkaar heeft. Ze zijn zo lek als een mandje. Als wij 60% tot 70% veiliger kunnen maken, is onze missie al geslaagd. We willen de schadelast beperken door cyberrisico te verkleinen. Het is niet onze ambitie polissen te verkopen, maar ik denk wel dat verzekeraars hier een polis achter kunnen zetten.” ■

INFOFOLIO

‘Meer grip op de volmachtportefeuille’

“We zien een toenemende behoefte om op managementniveau inzicht te krijgen in de data van de portefeuille”, pitcht Walter de Groot, manager marketing en sales van Infofolio. Met de nieuwe Adresscan 360 managementmonitor wil hij volmachtkantoren grip geven op de eigen portefeuille. “Als je beter op de hoogte bent van risico’s, kun je daadkrachtiger schades voorkomen.”

Wie is mijn klant? Wat is het risicoprofiel? Wat is mijn aanwas en roeyment per kwartaal? Is er sprake van over- of onderverzekering? Op deze vragen moet de Adresscan 360 volmachtbedrijven in één oogopslag antwoord kunnen geven, betoogt De Groot. “Er zit ook een marketingaspect aan: wat is de totale verzekerde som in je portefeuille en wat is je aandeel in heel Nederland? Dat gaat leiden tot het genereren van nieuwe leads.”

Infofolio maakt voor de Adresscan 360 gebruik van economische modellen voor herbouw- en inboedelwaarde, aangevuld met gegevens uit openbare landelijke databases. Zo zijn er onder andere gegevens van Funda opgenomen. “Hiermee wordt het mogelijk de individuele portefeuille te analyseren in de context van heel Nederland.”

ZORGPLICHT

Gebruikers krijgen onder andere inzicht in bouwkundige risico’s, inbraakgevoeligheid en de verhouding tussen herbouwwaarde en WOZ-waarde. Aan de hand van selecties van object- en klantkenmerken kunnen kantoren verdere analyses uitvoeren. “Daarmee kunnen ze sturen op primaire operationele processen”, aldus De Groot. “Wat wij zeggen is: probeer zo goed mogelijk op de hoogte te zijn van de risico’s van je klanten. Hoe beter je op de hoogte bent, hoe daadkrachtiger je schades kunt voorkomen.”

Volgens De Groot maakt de Adresscan 360 volmachtbedrijven slagvaardiger en maakt het de rol van de adviseur groter. “Je krijgt inzicht in rendementverbeteringen en commerciële kansen en het wordt makkelijker om te voldoen aan de zorgplicht. Je ziet namelijk ook waar onderverzekerde polissen zitten.” Op dit moment richt het bedrijf zich nog vooral op particuliere relaties, omdat de zakelijke markt complexer is. Dat vergt meer tijd, zegt De Groot. Wel inventariseert Infofolio momenteel al de mogelijkheden voor VVE-portefeuilles. ■



‘HOE BETER JE OP DE HOOGTE BENT VAN DE RISICO’S VAN JE KLANTEN, HOE DAADKRACHTIGER JE SCHADES KUNT VOORKOMEN’