

De Brief

MEI 2019 | SPECIALE EDITIE - NIET INBEGREPEN IN HET ABONNEMENT

Op 26 oktober 2018 organiseerde Comarch een seminarie over kunstmatige intelligentie en Big Data en de impact daarvan op de verzekeringssector.



Comarch is een bedrijf dat software en IT-diensten levert. Meer concreet brengt het bedrijf multifunctionele applicaties, toegewijde systemen en IT-diensten op de markt voor bedrijven in de financiële sector. Zo biedt Comarch onder andere klantomgevingen, commerciële platformen en beheersystemen aan banken en verzekeringsmaatschappijen.

Comarch heeft meer dan 20 jaar ervaring in de sector en telt verschillende gerenommeerde klanten. Recent breidde Comarch uit naar de Benelux waar het bedrijf al gauw kon uitgroeien tot een belangrijke speler binnen de financiële sector.

Meer informatie vindt u op

www.comarch.be | finance.comarch.com

We situeren het digitale vraagstuk, Big Data en kunstmatige intelligentie in de verzekeringssector aan de hand van concrete toepassingen, zoals het opsporen van witwaspraktijken.

Verder zetten we ook de visie van de sprekers van dit seminarie op papier:



DHR. WIM VAN WILDERODE
Business Development Manager Insurance
Comarch



DHR. JOHAN GUELLUY
Chief Innovation Officer, Generali Belgium
(weldra Athora Belgium).



DHR. KRIS CLAESSENS
Vennoot, Ensuro



DHR. TOMASZ CZECH
Consulting Director,
Comarch

Tijdens het seminarie werden verschillende thema's besproken:

- **Big Data.**
- **Kunstmatige intelligentie (KI).**
- De **wet van 18 september** over het witwassen van geld en de manier waarop kunstmatige intelligentie een rol kan spelen in de strijd tegen witwaspraktijken.
- Het stimulerende effect van Nieuwe wetgeving als drijvende kracht voor innovatie.
- Generali Quick Quote Car.

We vatten deze concepten kort samen en geven het woord aan verschillende specialisten, die de impact van deze fenomenen op de verzekeringssector bestuderen.

Big Data

- **Big Data** is een zeer grote verzameling van gegevens die traditionele databases of informatiebeheer-tools niet kunnen verwerken.

Om u een idee te geven van de omvang: **elke dag** maken we zo'n **2,5 triljoen gegevens** aan, allerlei soorten gegevens vanuit alle hoeken van de wereld. Verzonden berichten, gepubliceerde video's, weerinformatie, GPS-signalen, online aankopen en nog veel meer. Al deze gegevens tezamen noemen we 'Big Data' oftewel enorme hoeveelheden gegevens. Webgiganten (zoals Yahoo, Facebook en Google) waren de eersten die dit soort technologie besloten in te zetten.

- Big Data is een oplossing die **in real time toegang** geeft **tot grote databases**. Deze gegevens worden gekenmerkt door hun grote diversiteit en **aanzienlijk volume, waardoor de verwerking ervan een uitdagende taak wordt**. Big Data kunnen we het best beschrijven aan de hand van vijf V's:

a) Volume: de hoeveelheid informatie die per seconde wordt gegenereerd. Uit diverse studies blijkt dat **90% van alle gegevens werd gegenereerd in de jaren waarin het gebruik van internet en sociale netwerken sterk toenam**.

b) Velocity (snelheid): het razende tempo waaraan nieuwe data worden gegenereerd en verwerkt. Als een bericht 'viraal' gaat, zal het zich bijvoorbeeld zeer snel verspreiden op sociale netwerken.

c) Variety (variëteit): slechts 20% van de gegevens wordt gestructureerd en vervolgens opgeslagen in relationele databasetabellen. **80% is zogenaamd ongestructureerd**, denk maar aan beelden, video's, teksten, stemmen en nog veel meer. Big Data stelt u in staat om verschillende types gegevens te analyseren, vergelijken, herkennen en classificeren: gesprekken of berichten op sociale netwerken, foto's op verschillende websites, enz. Big Data wordt dus ook gekenmerkt door een grote variëteit.

d) Veracity (juistheid): de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van de verzamelde gegevens. Omdat dankzij Big Data een onbepaald aantal gegevens kan verzameld worden, **is het moeilijk om de authenticiteit van de inhoud na te gaan**.

e) Value (waarde): de waarde die het gebruik van Big Data kan opleveren. Bedrijven die de omvang van Big Data onderschatten, lopen een aanzienlijk concurrentievoordeel mis.

Kunstmatige intelligentie

DEFINITIE

- **Kunstmatige Intelligentie (KI)** is een instrument waarmee menselijk gedrag kan nagebootst worden. KI kent veel innovatieve toepassingen, waarvan sommige al zeer wijdverspreid zijn, zoals Machine Learning. Watson en AlphaGo, ontwikkeld door respectievelijk IBM en Google, zijn vandaag twee van de meest gekende technologieën. Kunstmatige intelligentie wordt vaak verward met eenvoudige robotica. Robotten met kunstmatige intelligentie onderscheiden zich echter van hun soortgenoten door hun vermogen om te leren.

Robotica verwijst naar **Robotic Process Automation (RPA)**, een set van tools om eenvoudige en repetitieve taken te automatiseren zonder machinaal leren. In de verzekeringssector zorgt RPA voor minder beheerskosten en een lager operationeel risico op repetitief werk. Zo kan een bedrijf 30% meer tijd creëren voor werknemers, die zich bijgevolg kunnen focussen op complexere taken.

IMPACT OP DE VERZEKERINGSSECTOR

- Nu digitalisering een welbekend begrip is geworden voor verzekeringsmaatschappijen in ontwikkelde landen, staan zij voor een nieuwe uitdaging: de **robotisering**.

Begin 2017 onthulde **McKinsey Global Institute** dat 43% van de taken binnen de verzekeringssector kunnen worden uitgevoerd door robots en dat 25% van de banen tegen 2025 vervangen zullen zijn door gerobotiseerde systemen.

Een studie van **Accenture (Technology vision for insurance)** uit 2016 bracht aan het licht dat de verzekeringssector anticipeert op deze revolutie en zich voorbereidt op de toekomstige uitdaging. **Zo'n 82% van de ondervraagde verzekeraars zegt bereid te zijn om de komende 5 jaar te investeren in oplossingen waarin kunstmatige intelligentie wordt toegepast.**

- Robotica en kunstmatige intelligentie staan dus centraal in deze nieuwe herstructureringsfase. Veel marktspelers hebben het voortouw genomen en stappen voluit mee in dit nieuwe tijdperk. We bespreken drie voorbeelden:

a) De Japanse levensverzekeraar **Fukoku Mutual Insurance** koos in maart 2017 voor de implementatie van Watson Explorer van IBM, en introduceerde zo kunstmatige intelligentie in zijn workflow. Hierdoor werden 34 medewerkers vervangen door een robot. Dit systeem, met 1,7 miljoen dollar aan installatiekosten en 128.000 dollar aan jaarlijkse onderhoudskosten, kan duizenden gegevens analyseren in enkele seconden. In een jaar tijd kan het systeem tot 132.000 dossiers verwerken, wat neerkomt op 600 dossiers per dag (uitgaande van 220 werkdagen per jaar). Watson Explorer verzamelt medische gegevens van cliënten, leest certificaten en andere medische documenten, bepaalt betalingen en factureert kosten.

b) Ook de Franse verzekeraar **Natixis Assurances** zette de stap richting robotica: hier neemt een robot de beëindiging van contracten en de verwerking van e-mails op zich. De robot verwerkt in een nacht het equivalent van 6 dagen werk van een werknemer.

c) De Britse verzekeraar **Aviva** biedt werknemers wiens werk door een robot wordt bedreigd een overplaatsing aan. Het bedrijf bekijkt dus de mogelijkheid om kunstmatige intelligentie in te schakelen om bepaalde taken van callcenters over te nemen en om premies te berekenen. Tegen 2020 is de verzekeraar van plan om 123 miljoen dollar te investeren in start-ups die gespecialiseerd zijn in kunstmatige intelligentie.

INNOVATIEVE TOEPASSING

- **Kunstmatige Intelligentie (KI) kan zonder twijfel innovatief toegepast worden op alle niveaus van de verzekeringswaardeketen.**

KI kan op verschillende niveaus van de verzekeringswaardeketen een rol spelen:

a) Voorspellen en beheersen van risico's: Verzekeringen zijn gebaseerd op de analyse van een grote hoeveelheid gegevens. Er wordt bijvoorbeeld gezocht naar patronen om op basis daarvan een passend risicobeheer op te stellen. Het concept van **Machine Learning** maakt het mogelijk om die patronen be-

ter te analyseren, nieuwe risicoprofielen te definiëren en zo **nieuwe verzekeringsproducten te creëren**. Risicomangers kunnen zo ook bepalen welke gebieden meer aandacht vereisen.

Op de lange termijn zal KI de globale interventiedrempel verlagen, m.a.w. de drempel waarboven een risico verzekeraar is. Er zullen immers steeds meer gebeurtenissen verzekeraar worden, waardoor de risico's op de langere termijn worden beperkt.

Zo maken KI-technologieën een meer verfijnde beheersing van risico's met een zeer beperkte geschiedenis mogelijk. Als we **cybersecurity** als voorbeeld nemen, wat toch een grote uitdaging blijft voor vele bedrijven, zal KI het mogelijk maken om specifiek de claims met betrekking tot dit risico te bestuderen en passende aanbiedingen uit te werken.

b) Prijsstelling en individualisering van het aanbod: Verzekeringnemers worden steeds veeleisender en verwachten een persoonlijke aanpak die is aangepast aan hun risicoprofiel.

c) Sneller afsluiten van verzekeringsproducten: verzekeringnemers zijn op zoek naar eenvoudige, toegankelijke verzekeringsproducten die zijn afgestemd op hun behoeften en situatie. Technologieën gekoppeld aan kunstmatige intelligentie maken het mogelijk om aan deze verwachtingen te voldoen, met name tijdens het afsluiten van verzekeringen.

d) Verbeterde interactie met de cliënt: Verzekeraars kunnen de efficiëntie van hun bedrijfsprocessen en de interactie met hun klanten verbeteren met behulp van **chatbots** (conversatierobots die gebruik maken van Natural Language Processing-technologie). Deze digitale assistenten **vereenvoudigen de online procedures van verzekeringnemers** en worden in toenemende mate toegevoegd aan websites van verzekeringsmaatschappijen.

Kunstmatige intelligentie speelt ook een belangrijke rol bij het **identificeren van het risico van beëindiging van een klant**. Het opsporen van beëindigingsgedrag bij de klant zou het mogelijk maken om hierop te anticiperen door contact op te nemen met de klant of hem of haar interessante aanbiedingen te presenteren.

Het identificeren van het beëindigingsrisico is dus van economisch belang voor de verzekeraar: een ontevreden klant heeft (gemiddeld 10 keer) meer kans om zijn of haar slechte ervaring te delen. Bovendien zou het behouden van een bestaande klant vijf tot tien keer minder kosten dan het werven van een nieuwe klant.

e) Beter intern beheer: chatbots zijn niet alleen interessant voor verzekeringnemers, ze helpen ook verzekeringsprofessionals intern. **Natixis Assurances** biedt bijvoorbeeld chatbot ANNA om haar werknemers te helpen bij het beantwoorden van vragen van klanten of vragen van de backoffices van de Banques Populaires en Caisses d'Epargne.

▪ **De nieuwe technologieën op het gebied van kunstmatige intelligentie (KI) staan dus op het punt om de verzekeringssector grondig te transformeren (zowel voor verzekeringnemers als voor verzekeraars):**

- ▶ de **hyper-individualisering van aanbiedingen met behulp van KI zou het principe van risicospreiding in de verzekeringssector op losse schroeven kunnen zetten;**
- ▶ de **productiviteitswinst** maakt het mogelijk om verzekeringsprofessionals te heroriënteren en te laten focussen op taken met een hogere toegevoegde waarde om zo een betere kwaliteit van dienstverlening aan de klant te kunnen bieden;
- ▶ de combinatie van visuele technologieën (drones) en kunstmatige intelligentie kan **een revolutie te weegbrengen in de verwerking van schadeclaims**. Bovendien zal dit instrument geschillen tussen verzekeraars en verzekerden kunnen voorkomen.

Toch zijn er ook risico's verbonden aan kunstmatige intelligentie-technologieën, zoals de herkomst van gegevens, de kwaliteit ervan en de regels omtrent het gebruik van de data. Soms rijzen er ook ethische

vragen op over de verwerking van data. Verzekeraars moeten zich bewust zijn van eventuele problemen met wettelijke aansprakelijkheid, intellectuele eigendom en mogelijke fouten of omissies.

CONCRETE VOORBEELDEN

- De Amerikaanse verzekeringsmaatschappij **Oscar** personaliseert haar aanbiedingen en premies op basis van gegevens die via de smartphones van haar klanten worden verzameld.

Met de mobiele applicatie Oscar kunnen ze, na het invullen van hun symptomen, de dichtstbijzijnde arts vinden, een afspraak maken en de best geprijsde behandelingen vinden. Als er geen arts fysiek beschikbaar is, geeft het platform ook online advies.

Tot slot ontvangt elke verzekeringnemer van Oscar een **slim horloge/stappenteller** als stimulans om voldoende te wandelen en om prestaties te vergelijken met anderen.

- KI-technologieën geven de productiviteit van verzekeringsprofessionals een flinke boost en zorgen zo voor een meer kwalitatieve dienstverlening aan klanten. De start-up OWI tech, sloeg de handen in elkaar met **Natixis Assurance**. Samen wilden zij een methode zoeken om de vele e-mails van klanten sneller te verwerken. De oplossing analyseert en kwalificeert e-mails, verwerkt deze automatisch en bezorgt de klant meteen een antwoord.

Deze door OWI ontwikkelde kunstmatige intelligentietool is zelfs in staat om de algemene toon van de boodschap en stemming van de klant te detecteren, waardoor het mogelijk is om eventuele ontevredenheid te identificeren en hierop zo snel mogelijk te reageren.

- Verzekeraar **Aviva** is een goed voorbeeld van een **versneld acceptatieproces**. Het concept Ask It Never biedt klanten de mogelijkheid om verzekeringsproducten te kopen zonder eindeloze formulieren te moeten invullen. Wanneer de klant besluit om een verzekering af te sluiten, stelt de kunstmatige intelligentie-technologie (Aviva AI) een verzekeringspolis op, op basis van alle verzamelde gegevens, die volledig toegespitst is op de behoeften van de klant. Eenmaal gevalideerd, wordt de bestaande database bijgewerkt.

De oplossing is gekoppeld aan de MyAviva-applicatie, waarmee de klant zijn verzekeringsdekking kan raadplegen, wat het ondertekenen van nieuwe contracten aanzienlijk vereenvoudigt. De klantgegevens worden gecentraliseerd en gedeeld binnen alle processen, zodat de klant nooit tweemaal dezelfde informatie moet doorgeven tijdens het afsluittraject. Vanaf nu is dit traject dus volledig gepersonaliseerd op maat van de klant.

- Voor een beter **prijsstelling van contracten**, doet de Japanse verzekeraar **Fukoku Mutual Life** beroep op IBM Watson Explorer, een kunstmatige intelligentie-tool waarmee alle verzamelde klantgegevens (inclusief ongestructureerde tekst, afbeeldingen, geluiden en video's) worden geanalyseerd en geïnterpreteerd. Deze data worden vervolgens vergeleken met de verzekeringspolis waarna **de premie automatisch wordt berekend**.

Deze technologie zorgt niet alleen voor een persoonlijk aanbod en een betere prijsstelling, maar ook voor:

- ▶ een productiviteitsgroei van 30%;
- ▶ minder risico op fraude en fouten bij het berekenen van de te betalen bedragen;
- ▶ aanzienlijke besparingen op de berekening en het betaalproces van levensverzekeringspremies.

Wet van 18 september 2017 tot voorkoming van het witwassen van geld en de financiering van terrorisme en tot beperking van het gebruik van contanten

FILOSOFIE

De **wet van 18 september 2017 tot voorkoming van het witwassen van geld en de financiering van terrorisme en tot beperking van het gebruik van contanten** voorziet in de oprichting van een register van uiteindelijke begunstigen (aangeduid met het Engelse acroniem 'UBO', Ultimate Beneficial Owner).

Deze wet verzekert de omzetting van Richtlijn (EU) 2015/849 inzake de voorkoming van het gebruik van het financiële stelsel voor het witwassen van geld of terrorismefinanciering op grond waarvan de lidstaten wettelijke en bestuursrechtelijke maatregelen moeten nemen opdat:

- ▶ binnen hun grondgebied opgerichte vennootschappen en andere juridische entiteiten toereikende, accurate en actuele informatie over hun uiteindelijke begunstigen inwinnen en bijhouden;
- ▶ er een centraal register met informatie over de uiteindelijke begunstigen van die entiteiten zou zijn om de toegang tot die informatie te vereenvoudigen.

De wet voorziet aldus in de verplichting voor vennootschappen, **(internationale) vzw's** en stichtingen om toereikende, accurate en actuele informatie over hun uiteindelijke begunstigen in te winnen en bij te houden en voor bestuurders om binnen de maand gegevens over de uiteindelijke begunstigen elektronisch naar het UBO-register te sturen.

UITEINDELIJKE BEGUNSTIGDE

Worden beschouwd als uiteindelijke begunstigen in het geval van vennootschappen:

a) De natuurlijke perso(o)n(en) die rechtstreeks of onrechtstreeks een toereikend percentage van de stemrechten of van het eigendomsbelang in deze vennootschap houdt/houden, met inbegrip van het houden van aandelen aan toonder;

Een door een natuurlijke persoon gehouden belang van meer dan 25% van de stemrechten of van meer dan 25% van de aandelen of het kapitaal van de vennootschap, geldt als een indicatie van een toereikend percentage van de stemrechten of van het direct belang.

b) De natuurlijke perso(o)n(en) die zeggenschap heeft/hebben over deze vennootschap via andere middelen (bv. aandeelhoudersovereenkomst, het recht om de leden van de raad van bestuur te benoemen, vetorecht).

c) De natuurlijke persoon of personen die behoort/behoren tot het hoger leidinggevend personeel, indien na uitputting van alle mogelijke middelen en op voorwaarde dat er geen gronden voor verdenking bestaan, geen van de bedoelde personen is geïdentificeerd, of indien er enige twijfel bestaat of de geïdentificeerde persoon of personen de uiteindelijke begunstigde(n) is. In het geval van een restcategorie moet de identificatie van deze uiteindelijk begunstigde voldoende worden gedocumenteerd en onderbouwd (bv. de genomen stappen om de eerste twee categorieën te identificeren, resulterend uit uitgevoerd onderzoek).

ENKELE VOORBEELDEN UIT DE VERZEKERINGSSECTOR

▪ Witwassen van geld houdt in dat crimineel kapitaal opnieuw in legale financiële circuits wordt geïnjecteerd door middel van verschillende technieken om ze een legitiem aspect te geven, zodat criminelen ten volle kunnen profiteren van hun winsten.

In levensverzekeringen kan het witwassen van geld op verschillende manieren plaatsvinden:

- ▶ de betaling van **een abnormaal hoge premie**, in vergelijking met het sociaaleconomische profiel van de abonnee;
- ▶ **het afsluiten van verschillende verzekeringscontracten** kort na elkaar;
- ▶ het afsluiten van een contract voor een groot bedrag waarbij **de premies in het buitenland betaald worden**, met name vanuit een offshore financieel centrum;
- ▶ de klant wordt **bij de ondertekening van het contract begeleid door een derde partij**;
- ▶ **de verzekeringnemer is niet de houder van de rekening waarmee de premie wordt betaald**;
- ▶ **de vervanging, gedurende de looptijd van het contract, van de oorspronkelijke begunstigde van een polis door een persoon die geen duidelijke relatie met de oorspronkelijke verzekeringnemer heeft.**

We geven het woord aan de sprekers van het seminarie

Dit is wat zij vertelden op het event:



TOMASZ CZECH
Consulting Director,
Comarch Benelux

«**We ontwikkelden** een doeltreffend antiwitwas-systeem op basis van kunstmatige intelligentie.»

▪ De strijd tegen het witwassen van geld en de financiering van terrorisme is brandend actueel. Naar aanleiding van de wet van 18 september 2017 werd in België een nieuwe wetgeving over het antiwitwas-beleid gepubliceerd.

Een van de grootste uitdagingen voor de financiële sector is de steeds grotere complexiteit van de regelgeving waarmee Compliance-afdelingen worden geconfronteerd. En we kunnen niet ontkennen dat de strijd tegen het **witwassen van geld** (Anti-money laundering) allesbehalve efficiënt is op dit moment. Zowel bij verzekeraars als bij bankiers is er veel ruimte voor verbetering.

In de meeste gevallen is de controle van de antiwitwas-regelgeving gefocust op het analyseren van transacties van cliënten. Sommige van deze transacties kunnen een alarmsignaal activeren voor mogelijke witwaspraktijken. Bij zo'n vermoeden wordt het dossier doorverwezen naar de interne afdeling van de bank, die vervolgens een onderzoek uitvoert: als de experts concluderen dat er een duidelijke indicatie is van witwaspraktijken, zal de bank een verslag opstellen over verdachte activiteiten (SAR, suspicious activity report).

▪ **Dit soort traditionele controle is niet betrouwbaar:** een dergelijk systeem houdt nauwelijks rekening met de complexe interacties tussen verschillende soorten gedrag die kunnen optreden bij het witwassen van geld. Als gevolg hiervan is een dergelijk systeem niet in staat om alle gevallen van misbruik op te sporen, waardoor er een vrij hoog misluktingspercentage is. Daarnaast mogen de hoge personeelskosten voor deze controle niet over het hoofd worden gezien. Dit is te wijten aan het groot aantal fout-positieve uitslagen bij traditionele methoden voor de bestrijding van witwaspraktijken. Het team dat verantwoordelijk is voor de strijd tegen witwaspraktijken investeert vaak veel energie en tijd in zulke valse alarmen.

▪ **Comarch heeft daarom een antiwitwas-systeem ontwikkeld op basis van kunstmatige intelligentie (CAML).** Dit systeem verhoogt de efficiëntie van de meest gebruikte toepassingen aanzienlijk. In tegenstelling tot traditionele tools is een van de belangrijkste kenmerken van het CAML-systeem de detectie van verdachte praktijken, waarbij de relaties en overeenkomsten tussen de verstrekte gegevens en de link met de beschreven gebeurtenissen wordt geïdentificeerd en geanalyseerd. Het CAML-systeem is dus gebaseerd op historische voorbeelden, maar creëert ook de mogelijkheid om verborgen patronen te ontdekken en zo eventuele fraudegevallen op te sporen en te voorspellen.

▪ Het CAML-systeem is gebaseerd op een **modulaire architectuur**: de analysemotor verwerkt gegevensstromen op basis van kunstmatige intelligentie en detecteert zo witwaspraktijken. Uiteraard is het belangrijk de motor over gegevens beschikt die voorheen als betrouwbaar werden beschouwd, als de tool ook in staat moet zijn om informatie correct te analyseren en de juiste conclusies te trekken.

Verder biedt CAML de analist duidelijke en begrijpelijke statistieken over ontdekte anomalieën en ge-classificeerde verdachte gevallen.

Het systeem is eenvoudig te integreren met bestaande front-end oplossingen van financiële instellingen. Het is als het ware een ondersteuning voor reeds geïmplementeerde toepassingen.

Deze nieuwe applicatie maakt het mogelijk om prioriteit te geven aan mogelijke gevallen van witwassen, afhankelijk van de waarschijnlijkheid dat het om een echt geval van witwassen gaat. Na verschillende tests werd vastgesteld dat 85% van de werkelijke gevallen (als zodanig ingedeeld in de categorie witwaspraktijken) werden opgenomen in 7% van de activiteiten die door de applicatie van Comarch als verdacht werden aangeduid.

Comarch maakt gebruik van verschillende modellen van machine learning om witwaspraktijken op te sporen. Vooral de Deep Learning-technologie blijkt effectief te zijn aangezien deze modellen complexe en niet-lineaire datarelaties kunnen traceren. Het gebruik van één of zelfs meerdere modellen van hetzelfde type is echter niet altijd doeltreffend bij het opsporen van witwaspraktijken. Voor een optimaal resultaat is het dus beter om verschillende soorten machine learning in te zetten.

▪ De traditionele aanpak waarbij uitsluitend wordt uitgegaan van regels voor het toezicht op transacties van cliënten blijkt niet effectief te zijn bij het opsporen van verdachte activiteiten. Onze oplossing heeft een aanzienlijk ontwikkelingspotentieel. Veel banken implementeerden robottechnologie al voor procesautomatisering en beschouwen automatisch leren als de volgende stap in het verbeteren van hun detectiesystemen. Daar kunnen de Comarch-producten **die gebaseerd zijn op kunstmatige intelligentie** een significante bijdrage leveren.



KRIS CLAESSENS
Vennoot,
Ensur

«Kwaliteit en betrouwbaarheid (of het gebrek daaraan) zijn een terugkerende zorg voor ondernemingen.»

■ De gegevensverwerkingsrevolutie woedt stevig. Big Data is een modewoord geworden. Volgens een studie van McKinsey verdubbelt de hoeveelheid data elke drie jaar en volgens IBM worden er elke dag 2,5 miljard bytes aangemaakt.

Ook de verzekeringssector blijft niet achter en ontdekt steeds meer het belang van data en van die befaamde Big Data. Dankzij de **verwerking van interne en externe gegevens** kan de te verzekeren waarde van een onroerend goed of een voertuig snel bepaald en berekend worden, wat het afsluitingsproces aanzienlijk vereenvoudigt en verkort. Concrete voorbeelden zijn **Quick Quote**, een app **ontwikkeld door de verzekeraar Generali** (zie hieronder de uiteenzetting van Generali Belgium over deze toepassingen) en de 'app-normale' autoverzekering van bankverzekeraar Belfius.

Deze app van Belfius biedt de mogelijkheid om binnen de twee minuten een voordelige autoverzekering op maat aan te bieden na het invoeren van de nummerplaat van de potentiële verzekeringnemer. De consument kan zijn contract rechtstreeks in de app ondertekenen. Schadeclaims kunnen ook online en in realtime digitaal worden gemeld, zodat de klant meteen een afspraak kan maken bij de garage van zijn keuze en de voortgang van de reparaties via zijn smartphone kan opvolgen.

■ Het succes van Big Data creëert uiteraard een steeds grotere vraag naar nieuwe jobs, zoals Data Scientists, maar ook naar opkomende nieuwe technologieën zoals **Artificial Intelligence, Machine Learning en Cloud Computing** (waarbij de toegang via het netwerk verloopt, diensten toegankelijk zijn op aanvraag en via gedeelde en configureerbare IT-bronnen).

■ **Willis Towers Watson** onderzocht onlangs de drie belangrijkste uitdagingen waarmee een verzekeraar wordt geconfronteerd bij het optimaal inzetten van Big Data. De volgende uitdagingen, die niet rechtstreeks verband houden met nieuwe technologieën, kwamen naar boven:

▶ de oprichting van een **organisatie voor de exploitatie van gegevens**;

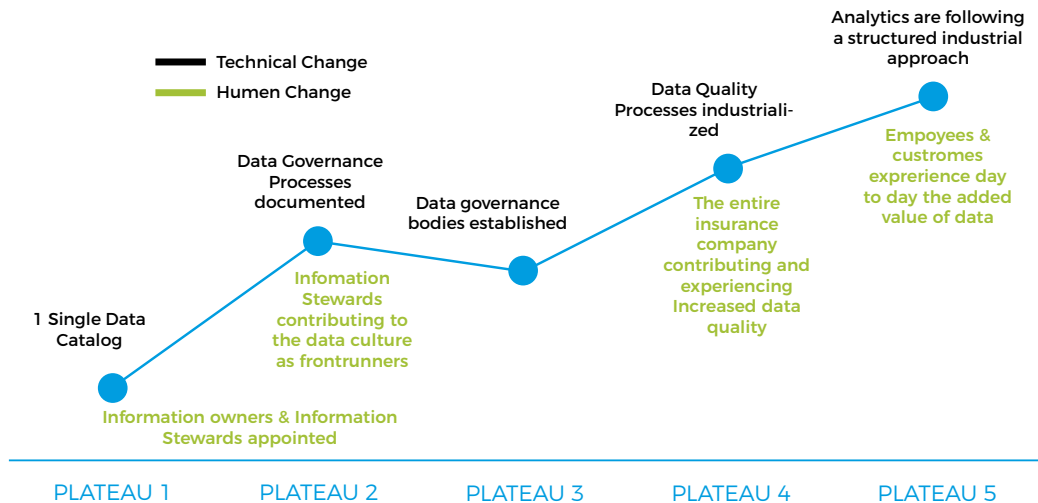
▶ de **toegankelijkheid van gegevens**;

▶ de continue verbetering van de **datakwaliteit**.

a) Voor tastbare resultaten op het gebied van gegevensexploitatie, moet er een specifieke organisatie worden opgericht binnen een onderneming. Veel verzekeraars werken binnen hun marketing- en/of risk finance-afdelingen al samen met analisten voor het verwerken van de gegevens van hun klanten (client analytics). Ik ben echter van mening dat we veel verder moeten gaan en een specifieke functie moeten creëren: een **Chief Data & Analytic Officer** die rechtstreeks rapporteert aan de CEO of COO.

De implementatie en impregnatie van een echte **gegevenscultuur** is een progressief proces waarbij, naast het uitbouwen van een organisatie met adequate processen en tools, ook aandacht moet worden besteed aan '**menselijke verandering**', wat een steeds grotere betrokkenheid van het personeel vereist.

Het onderstaande schema vat de te volgen stappen samen:



b) **De betrouwbaarheid van de verstrekte gegevens is een andere belangrijke uitdaging:** dit probleem moet aan de bron worden aangepakt, aangezien de betrokken 'experts' niet altijd tijd hebben om eventuele kwaliteitsproblemen van de verstrekte gegevens op te lossen. Om nog maar te zwijgen over de steeds strengere eisen van de wetgever omtrent betrouwbaarheid, integriteit en snelheid. Om te garanderen dat marketingacties in de toekomst efficiënt gebruik maken van de verstrekte gegevens, moeten de betrouwbaarheid en de mate van automatisering van de overdracht aanzienlijk worden verbeterd.

Kwaliteit en betrouwbaarheid (of het gebrek daaraan) zijn een terugkerende zorg. Bovenal is het belangrijk om te weten wat er wordt bedoeld met 'de datakwaliteit'. Daarom zijn een duidelijke definitie en regels essentieel om deze te kunnen implementeren en vervolgens te controleren. Om de datakwaliteit te verbeteren, moeten een aantal basisregels in acht worden genomen.

- 1) Configureer een **multidimensionaal dashboard** en creëer transparantie op het niveau van de betrokken afdelingen. Datakwaliteit is niet alleen een kwestie van processen en tools, maar ook van de mensen en van diegenen die hen begeleiden.
- 2) Gebruik een technische tool voor **data lineage** voor het beschrijven van de evolutie van gegevens tijdens de verschillende processen. Data lineage kan helpen bij het analyseren van de manier waarop informatie wordt gebruikt. Een veelgebruikte toepassing hiervan is **Business Intelligence** (middelen, tools en methoden om de materiële of immateriële gegevens van een bedrijf te verzamelen, te consolideren, te modelleren en te herstellen om een beslissing te ondersteunen en de beslisser een overzicht te geven van de verwerkte activiteit).
- 3) Identificeer kritische gegevenselementen om zo **prioriteiten te bepalen** en de resultaten weer te geven, met vermelding van de brongegevens die essentieel zijn voor deze resultaten.
- 4) **Los datakwaliteitsproblemen op bij de bron.**

5) Implementeer **best practices op basis van ITIL** (Information Technology Infrastructure Library), een selectie van werken over de best practices op het gebied van informatiesysteembeheer. Dit biedt een zeer breed referentiekader voor het uitbouwen van een informatiesysteem, het verbeteren van de efficiëntie van het informatiesysteem en het verminderen of net verhogen van de kwaliteit van IT-diensten.

Best practices, op basis van ITIL, stellen een bedrijf in staat om hun klanten (intern en extern) een service te bieden die voldoet aan vooraf bepaalde internationale kwaliteitsnormen.

- Zodra de levering en kwaliteit van de gegevens onder controle zijn, kunnen structurele analyses worden aangepast. Nieuwe technologieën zoals kunstmatige intelligentie en machine learning mogen dan ook niet worden overschat.

Data-analyse gaat vaak hand in hand met klantgegevens: profielen, demografische gegevens, geolokalisatie-informatie, reizen, locatie en werkomgeving, persoonlijke evenementen, interactie tijdens de dag, gedurende het jaar, enz.

Deze analyse kan worden vergeleken met de klantenkennis die de makelaar of agent gebruikt voor cross-selling en upselling. Klantgegevens in combinatie met digitale gedragsgegevens en ongestructureerde gegevens (zoals e-mails) stellen de verzekeraar vervolgens in staat om de profielen van zijn klanten aan te passen.



JOHAN GUELLUY
Chief Innovation Officer,
Generali Belgium (weldra Athora Belgium)

«**Blockchain en kunstmatige** intelligentie creëren nieuwe en erg grote uitdagingen voor verzekeraars.»

- In plaats van het concept 'kunstmatige intelligentie' geven wij de voorkeur aan 'augmented intelligence', waarmee we willen benadrukken dat er al veel intelligentie vertegenwoordigd is bij onze partnermakelaars. Er is duidelijk vakkennis, gecombineerd met expertise en kennis over cliënten. Uiteindelijk is het de cliënt zelf die een keuze maakt, bijgestaan door de ervaren makelaar. Ik ben ervan overtuigd dat we al onze vaardigheden op het gebied van kunstmatige intelligentie aan hen ter beschikking moeten stellen om hun taak te vergemakkelijken, hun toegevoegde waarde te vergroten en meer flexibiliteit en transparantie te bieden. Een positieve evolutie voor de verzekeringssector dus.

Zowel **blockchain** (transparante, veilige technologie voor de opslag en overdracht van informatie, zonder centraal controleorgaan) als **kunstmatige intelligentie** zorgen uiteraard voor nieuwe uitdagingen. Wij verkiezen de term 'waardeketen' in plaats van 'blokketen' of 'blockchain'. Deze nieuwe realiteit toont aan dat de toegevoegde waarde voor de klant van onschatbare waarde is. Maar net als digitalisering en robotica biedt dit ook nieuwe kansen voor de klant, de makelaar en de verzekeraar. Het zal ook de administratieve lasten verminderen en de efficiëntie van onze medewerkers en makelaars vergroten. Als gevolg daarvan is de tevredenheid van de verzekeringnemers aanzienlijk toegenomen.

- In januari 2018 lanceerde Generali Belgium een enhanced intelligence-applicatie voor verzekeringsmakelaars om het afsluitproces te versnellen. Ons **Quick Quote Car**-product is een concreet voorbeeld dat wordt gebruikt in autoverzekeringen en een Europese primeur is. Met toestemming van de klant maakt de makelaar een foto van het voertuig om er zeker van te zijn dat het wordt ingevoerd in de app, met vermelding van de leeftijd van de bestuurder. Door het geolokaliseren en identificeren van de kentekenplaat berekent de applicatie de jaarlijkse verzekeringspremie... in minder dan 60 seconden.

Deze grotere toegevoegde waarde voor verzekeringnemers en tussenpersonen maakt het mogelijk om de behoeften van de verzekeringnemer verder te bespreken en het aanbod van Generali te verbreden.



WIM VAN WILDERODE
Business Development Manager Insurance,
Comarch

«De nieuwe wetgeving die van toepassing is op verzekeraars biedt hen een belangrijke kans om te innoveren.»

- Verzekeraars worden momenteel geconfronteerd met enorm aanbod van nieuwe wetten (waarvan sommige zeer recent). We noemen er een aantal:
 - ▶ **General Data Protection Regulation (GDPR of AVG):** algemene gegevensbeschermingsverordening: het doel is het wettelijk kader te versterken en de **gegevensbescherming** te harmoniseren. Door de snelle technologische ontwikkelingen van de afgelopen jaren (connected things, kunstmatige intelligentie, Big Data, enz.) is de regelgeving zeer snel achterhaald. De AVG moet de verantwoordelijkheid van alle economische actoren versterken wat betreft **het verzamelen en verwerken van persoonsgegevens**.
 - ▶ **Markets in Financial Instruments Directive (MIFID):** verzekeraars en verzekeringstussenpersonen zijn verplicht om eerlijk, rechtvaardig en professioneel te handelen in het belang van hun cliënten.
 - ▶ **Insurance Distribution Directive (IDD):** de Europese verzekeringsdistributierichtlijn is een nieuwe stap richting een geharmoniseerde Europese verzekeringsmarkt. Deze richtlijn heeft tot doel de consumentenbescherming te versterken door de nadruk te leggen op het opleiden van distributeurs van verzekeringsproducten en de transparantie van de verstrekte informatie.
 - ▶ **Packaged Retail and Insurance-based Investment Products (PRIIP's):** banken, verzekeraars en andere spelers in Europese financiële centra moeten voldoen aan de nieuwe communicatieverplichtingen voor PRIIP's (Packaged Retail and Insurance-based Investment Products).

Deze communicatie moet plaatsvinden via een KID (Key Information Document): een document met technische normen, zowel qua inhoud als vorm. Productontwerpers of andere actoren die wijzigingen hebben aangebracht aan deze producten, zijn verplicht dit informatiedocument op te stellen. Het KID biedt beleggers duidelijk en beknopt de precontractuele informatie die zij nodig hebben om het product te begrijpen en om een keuze te maken. Het doel van de PRIIPS-verordening is het standaardiseren van de precontractuele informatie voor niet-professionele investeerders.

- ▶ **Foreign Account Tax Compliant Act (FATCA):** het doel is een wettelijk kader vast te stellen voor Amerikaanse burgers over de naleving van de fiscale verplichtingen voor rekeningen in het buitenland. Verzekeringsmaatschappijen die levensverzekeringscontracten, kapitalisatiebonnen of -contracten, of rentes beheren, vallen onder het toepassingsgebied van de FATCA-wet.

Sinds 1 juli 2014 verplicht FATCA niet-Amerikaanse financiële instellingen om de belastingplichtigen onder hun cliënten te identificeren en hun identificatiegegevens en bepaalde bankgegevens aan de Amerikaanse belastingautoriteiten te verstrekken.

- Het respecteren en naleven van deze verschillende wetgevingen vraagt veel energie van de verzekeraars. En de gestelde termijnen voor die naleving zijn kort en vereisen aanzienlijke IT-investeringen.

Maar tegelijkertijd bieden deze nieuwe wetten verzekeraars ook een enorme kans om te innoveren.

De verzekeraar moet ernaar streven om zijn IT-tool conform te maken met deze regelgeving, wat meteen een ideale gelegenheid creëert om bestaande processen te herzien, of het nu gaat om het traject of de ervaring van de klant.

In 2016 besloot de verzekeraar AXA Luxembourg om hiervoor een beroep te doen op Comarch. De verzekeraar wilde voldoen aan de huidige regelgeving en tegelijkertijd het distributienetwerk voorzien van een efficiënt verkoopinstrument om klantgerichter te kunnen werken.

DE OPLOSSING DIE INSPEELT OP HEEL VERSCHILLENDE BEHOEFTE

AXA Luxembourg wilde een oplossing bieden voor de volgende behoeften:

AXA had een **nieuwe tool** nodig **voor hun beleggings- en levensverzekeringsproducten als ondersteuning van de voorverkoop van hun producten door het distributienetwerk, met onder andere een behoefteanalyse, simulaties en offertes.**

Het was een ideale gelegenheid om **de verkoopprocessen van deze producten** te optimaliseren, gaande van het voorbereiden van offertes en de uitgifte van polissen tot het opmaken van rapporten. AXA zocht ook naar een uitgebreide oplossing met een verbeterde gebruikerservaring waarmee ze **conform zouden blijven met toekomstige wetten, zoals PRIIPS, MiFID of IDD.**

COMARCH DIGITAL INSURANCE

De Comarch-oplossing biedt verzekeraars een scala aan tools waarmee ze automatisch voldoen aan regionale en lokale regelgeving zoals MiFID2, IDD, PRIIPS, FATCA, enz. Tegelijkertijd biedt de oplossing verzekeraars de kans om aanzienlijke vooruitgang te boeken in de digitale transformatie van verschillende andere gebieden.

Dit complete platform is specifiek ontworpen om verzekeraars te helpen zodat zij sneller en efficiënter kunnen werken. De oplossing vereenvoudigt het volledige verkoopproces dankzij een betere gebruikerservaring en een intelligente selectie van geïntegreerde functies.

Comarch Digital Insurance biedt verzekeraars een hoogwaardige front-office applicatie die het gehele advies-, offerte- en verkoopproces ondersteunt, en verbetert zo de prestaties van elk distributienetwerk.

DE VOORDELEN VAN COMARCH DIGITAL INSURANCE:

a) Revolutionaire aanpak van het **klantentraject**:

- ▶ kortere en eenvoudigere processen (automatisch door het systeem ingevulde gegevens, automatisch uitgevoerde validaties, ...).
- ▶ schrappen van de wachttijd voor klanten die een verzekering met een bescheiden verzekerde som willen afsluiten: implementatie van vooraf ondertekende polissen, onmiddellijke uitgifte in geval van validatie van (medische) vragenlijsten;
- ▶ backoffice communicatie voor klanten en agenten, ook aan het begin van het verkoopproces. Het is niet langer nodig om te wachten tot het einde van dit proces: de agent heeft de mogelijkheid om de backoffice te vragen om de polisvoorwaarden al in de voorverkoopfase te accepteren, zodat de klant er zeker van kan zijn dat deze voorwaarden worden geaccepteerd.
- ▶ Verkooptraject en omnichanneldiensten.

b) **de gebruikerservaring wordt aanzienlijk beter**:

- ▶ agenten en makelaars ervaren onmiddellijk de voordelen van het eenvoudigere en intuïtievare proces en tools (lange en dure opleidingen zijn niet langer nodig);
- ▶ minder kans op fouten door agenten en makelaars, met een positieve impact op de backoffice;

c) **Ontwerp van nieuwe verzekeringsproducten met een zeer korte time-to-market: 1 à 2 maanden.**



ONTBIJTSESSIES DECAVI (BRUSSEL)

22/5/2019

voorgezeten door D. Deroanne, Deskundige in de mobiliteit van de toekomst en CEO van Double-D Consult:
'Autonome auto's: welke impact op mobiliteits- en verzekeringsoplossingen?'

12/06/2019

voorgezeten door C. Demal, Lid van het Directiecomité van FSMA:
'Welke zijn de recente wettelijke evoluties en hun impact op de verzekeringssector?'

ONTBIJTSESSIES DECAVI (LUXEMBOURG)

29/05/2019

voorgezeten door Robert Sojic, Partner bij Logistikê:
'Internet of things: welke opportuniteiten voor de persoonsverzekeraars?'

SEMINARIES DECAVI

16/05/2019

'Insurtech en verzekeringen (blockchain, Internet of things...): evolutie en impact op de verzekeringssector?'

12/06/2019

'CEO Event Decavi: welke uitdagingen binnen de verzekeringen?'
De visie van 3 CEO's binnen onze sector! (Allianz, Axa en NN)