



Reacfin

In samenwerking met



**Globaal aanbod voor de
ontwikkeling van niet-
levensverzekeringsproducten**

Beschikbaar op www.reacfin.com

Reacfin s.a./n.v.
Place de l'Université 25
B-1348 Louvain-la-Neuve
België

Telefoon: +32 (0)10 68 86 07
info@reacfin.com
www.reacfin.com

Reacfin

Reacfin s.a. is een **adviesbureau**, een spin-off van de Université Catholique de Louvain.

Onze missie is de ontwikkeling van **innovatieve oplossingen** om onze klanten te helpen bij het beheer van hun **risico's, producten, kapitaal & portefeuilles**.

Onze onderneming stelt als doelen:

- **Consultancy diensten** en robuuste en concrete **tools** ontwikkelen;
- een gezonde winstgevendheid behalen die afkomstig is van verschillende bronnen (consultancy diensten, opleidingen en de commercialisatie van tools en methodes) en van diverse actoren binnen de financiële sector.

Om deze doelen te bereiken:

- combineren we universitaire uitmuntendheid en praktijkervaring van de markt;
- werken we met medewerkers die afgestemd zijn op onze uitmuntendheidswaarden en die hun vaardigheden voortdurend ontwikkelen.

Onze activiteits- domeinen

- Kwantitatieve financiën en actuariële wetenschappen
- Data science en voorspellende modellen
- Ontwerp & implementatie van modellen (met inbegrip van het kalibreren, testen, het operationele proces & de herziening van modellen)
- Risicobeheer
- Gespecialiseerde strategische consultancy

Over DECAVI



DECAVI is een onmisbare speler in de verzekeringssector en biedt diensten aan die in het bijzonder op deze sector gericht zijn. De aangeboden diensten zijn onontbeerlijk voor beroepsmensen in de verzekeringswereld (makelaars, verzekeraars, actuarissen) of voor iedere beslisser van een onderneming die verzekeringsproducten wil vergelijken of informatie wenst over de verzekeringsmarkt.

Naast het organiseren van evenementen binnen de verzekeringssector, publiceert Decavi al bijna 22 jaar lang vergelijkingen tussen verzekeringsproducten.

Ontwikkeling van niet-levensverzekeringsproducten

Vandaag de dag moeten verzekeringsmaatschappijen innovatieve producten ontwikkelen. De waarborgen alsook de voorgestelde prijzen moeten voortdurend worden bijgewerkt om competitief te blijven en te beantwoorden aan de noden van de markt. De digitalisering, de massale toestroom van gegevens en de komst van nieuwe spelers op de markt, de Insurtechs, vormen grote uitdagingen die meer dan ooit druk leggen op de ontwikkeling van producten en de innovatie. Om deze noden en uitdagingen het hoofd te kunnen bieden, stellen Reacfin & Decavi u een dienstenaanbod voor binnen het domein van de niet-levensverzekeringsproducten.

De implementatie van een nieuw product of de verbetering van een bestaand product omvat meerdere fasen, die hieronder schematisch worden voorgesteld.

In het onderhavige document wordt iedere fase gedetailleerd beschreven, waarbij de elementen worden benadrukt waarin we een aanzienlijke expertise hebben opgebouwd en waarbij wij u dus van dienst kunnen zijn.

Ontwikkelingsfasen van een product				
Identificatie van de noden	Ontwerp	Tariefbepaling	Commercialisatie van het product	Monitoring en optimalisatie
Wettelijk kader	Bereik	Gegevens	Marketingcampagne	Indicatoren/KPI's
Noden/Risico's	Algemene voorwaarden	Technisch tarief	Distributie	Opvolgen van de markt
Actoren/Gesprekspartners	Factoren die het verschil maken	Commercieel tarief	Communicatie	Monitoring en optimalisatie van de portefeuille
Analyse van de concurrentie	Distributie/Marketing	Indexatiestrategie		
		Benchmarking concurrentie		
Businessplan				
Target/Aantal verzekerden		Kosten/Prijs		Verdeelpotentieel
Risico's & Finance				
Beleggingsbeleid		Beperking van de risico's		Weerslag op het kapitaal en de KPI's

Wettelijk
kader

Noden/risico's

Actoren/
Gespreks-
partners

Analyse
van de
concurrentie

Context:

- ✓ Het wettelijk kader is terug te voeren naar twee niveaus:
 - het kan aanleiding geven tot een wijziging van het product of van bepaalde waarborgen. Bijgevolg moet het product worden herzien. Bijvoorbeeld:
 - weerslag van de AVG op de BA Onderneming?
 - welke weerslag heeft de nieuwe wet BA Auto?
 - nieuwe wetgeving BA Drones;
 - wanneer een nieuw product of een nieuwe waarborg wordt ingevoerd, dient eerst een studie van het wettelijk kader te worden uitgevoerd. Bijvoorbeeld: het cyber risk-product.
- ✓ Welke zijn de nieuwe noden van de verzekerden? Welke risico's dient de verzekeraar te dekken en welke wenst hij te dekken?
- ✓ Welke interne actoren van de maatschappij worden betrokken bij de invoering van het product/van de waarborg?
- ✓ Wat stelt de concurrentie voor? Aan welke voorwaarden?

Aanbod:

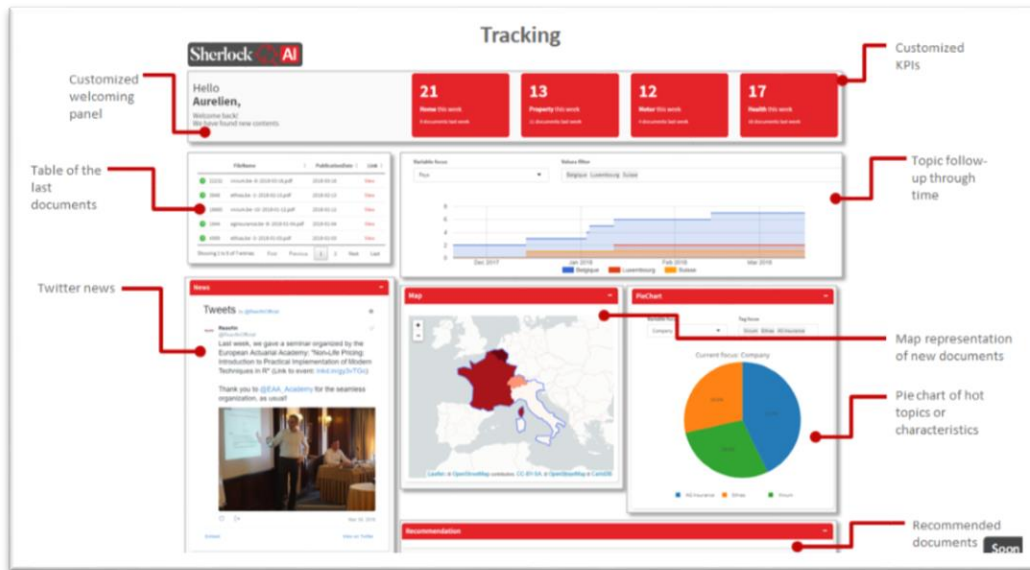
Reacfin & Decavi helpen u om

- ✓ de noden en de risico's te identificeren die gedekt zouden kunnen worden door bepaalde specifieke en/of innovatieve waarborgen;
- ✓ een analyse van de concurrentie uit te voeren: vergelijking van de waarborgen, van de producten, benchmarking, ...

Expertise:

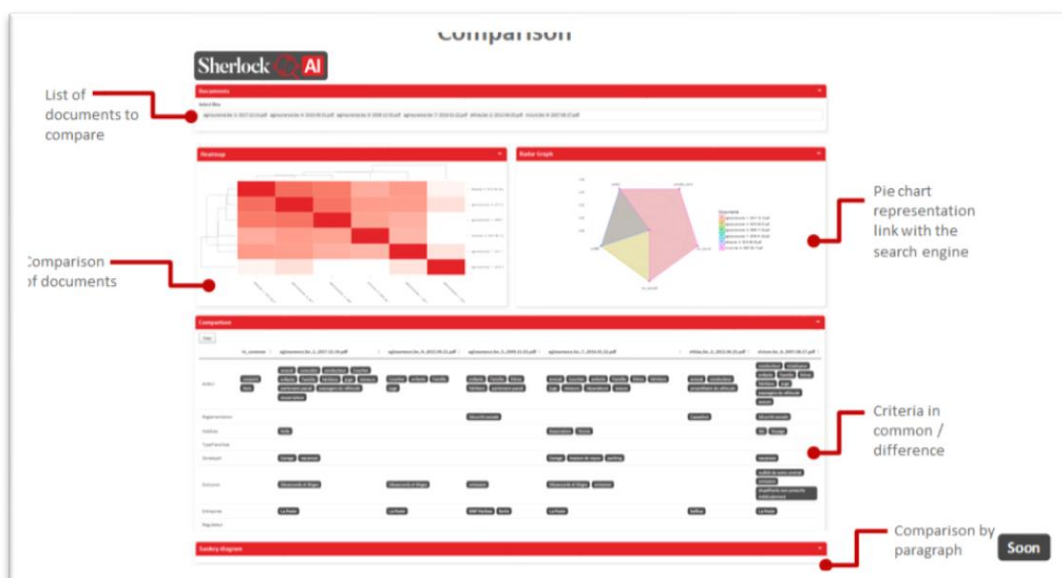
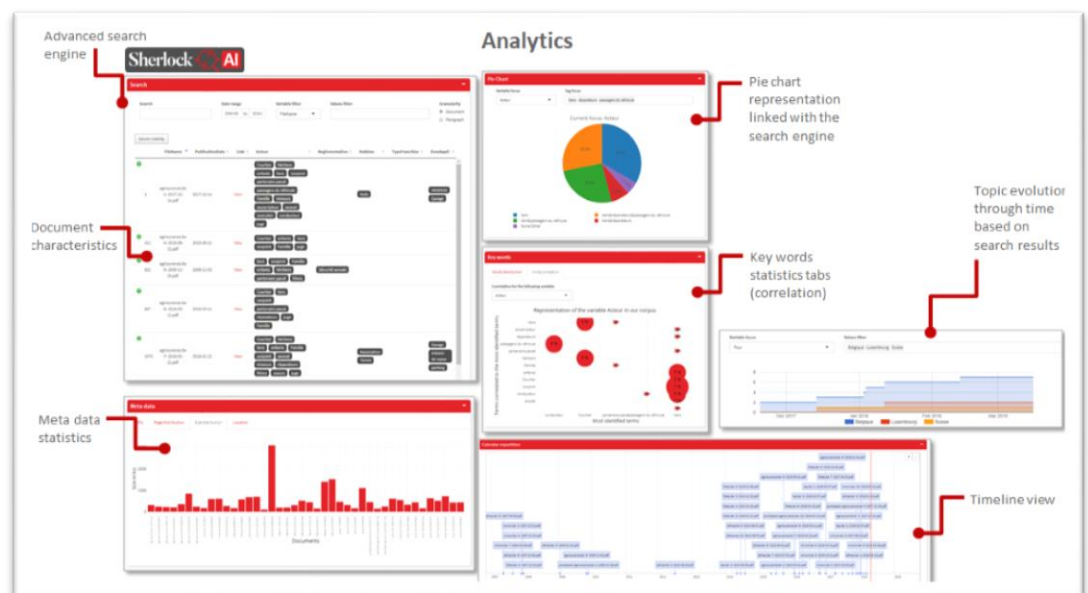
- ✓ *Decavi analyseert voortdurend de dekkingen die aangeboden worden op de markt, zoals met name die van de producten Auto, Brand, VAPZ of Overlijdensverzekering. Het gaat er dus om het product te positioneren ten aanzien van de concurrentie.*
- ✓ *Reacfin heeft een speciale tool ontwikkeld, Sherlock (zie blz. 5), die gebruikt kan worden om de kenmerken van de producten en waarborgen die aangeboden worden door de concurrentie duidelijk te maken.*

Sherlock



Automatisch informatie zoeken op het internet

Kwantitatieve analyses, grafieken en automatische rapporten die worden opgesteld op basis van verzamelde documenten



Vergelijking van de inhoud van meerdere documenten en benchmarking

Bereik

Algemene
voorwaarden

Factoren die
het verschil
maken

Distributie/
Marketing

Schadebeheer

Context:

- ✓ Tijdens deze fase wordt het precieze bereik van het product gedefinieerd.
- ✓ De factoren die het verschil maken, worden vastgelegd: waarin onderscheidt mijn product zich van dat van de concurrenten? Welke zijn de opvallende elementen?
- ✓ De algemene voorwaarden worden opgesteld of aangepast.
- ✓ Andere componenten dienen eveneens te worden gedefinieerd:
 - distributiekkanalen;
 - marketing;
 - organisatie van het schadebeheer en van het aanleggen van provisies.

Aanbod:

Reacfin & Decavi helpen u om:

- ✓ de inhoud van uw algemene voorwaarden te verbeteren en op te stellen, gaande van het essentiële op het niveau van de beschreven waarborgen tot het in gewone mensentaal uitleggen van de inhoud, enz.;
- ✓ uw algemene voorwaarden en bijlagen te structureren zodat deze aangenamer leesbaar worden gemaakt (lay-out, kleuren, structuur, belangrijke informatie, ...);
- ✓ de factoren, die het verschil maken ten aanzien van de markt, te bestuderen.

Expertise:

- ✓ *Sherlock helpt u bij de bepaling van de factoren die het verschil maken ten aanzien van de markt (analyse en vergelijking van de algemene voorwaarden van de concurrenten).*
- ✓ *Decavi helpt u bij de structurering van uw algemene voorwaarden en past de inhoud ervan aan om te beantwoorden aan de noden van de klant.*

Gegevens

Technisch
tarief

Commercieel
tarief

Indexatie-
strategie

Benchmarking
concurrentie

Aanvaarding

Context:

- ✓ De verzameling van gegevens is een onontbeerlijke fase bij de tariefbepaling. Het betreft de opstelling van een volledige en betrouwbare database waarbij interne en eventueel externe gegevens worden gebruikt.
- ✓ Vooraf wordt het tarief gepositioneerd ten aanzien van de concurrentie om zo de opportuniteiten te kunnen bepalen.
- ✓ Het technisch tarief wordt bepaald door middel van automatische leermethodes (machine learning) of door toepassing van statistische methodes, zoals GLM, GAM, ...
- ✓ Op basis van het technisch tarief kan het commercieel tarief worden bepaald. In dit tarief wordt met name rekening gehouden met de prijzen die aangeboden worden op de markt, met de doelsegmenten die gedefinieerd worden door de maatschappij en die met name gekoppeld worden aan de rentabiliteitsdoelstellingen, ...
- ✓ Strategieën voor premie-indexering en risico-aanvaarding kunnen worden gehanteerd.

Aanbod:

Reacfin helpt u om:

- ✓ uw database op te stellen en op te schonen;
- ✓ de gesegmenteerde variabelen en de druk die gelegd wordt door de concurrentie in te schatten;
- ✓ uw technische en commerciële tarieven te bepalen;
- ✓ premie-evolutiestrategieën en/of risico-aanvaardingsstrategieën te definiëren.

Expertise:

In de loop der jaren heeft Reacfin een aanzienlijke expertise op het vlak van tariefbepaling opgebouwd:

- ✓ *er werden verschillende en uiteenlopende tariefbepalingsopdrachten uitgevoerd voor verzekeraars van alle omvang op de Belgische, Franse, Luxemburgse, IJslandse, Sloveense, ... markten (zie bladzijde 8) en voor verschillende producten (auto, brand, rechtsbijstand, luchtvaart, arbeidsongevallen, BA Privéleven, BA Onderneming, tienjarige BA, ...);*
- ✓ *er werden tools ontwikkeld in R (statistische software) met een gebruiksvriendelijke grafische interface (zie bladzijde 9). Het doel hiervan is om een deel van de berekeningen te automatiseren, om grafieken aan te maken die helpen bij het nemen van beslissingen of om de resultaten weer te geven, ...*

Reeds uitgevoerde opdrachten op het vlak van tariefbepaling

Uitwerken van een nieuw tarief

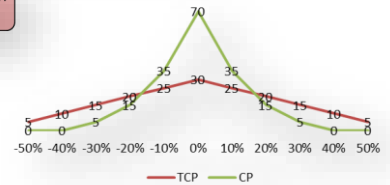
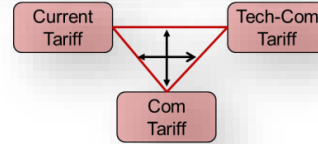
Context:

- Interne verbeteringseisen van de rentabiliteit.
- Nieuw autotarief met een grotere segmentering.

Onze bijdrage:

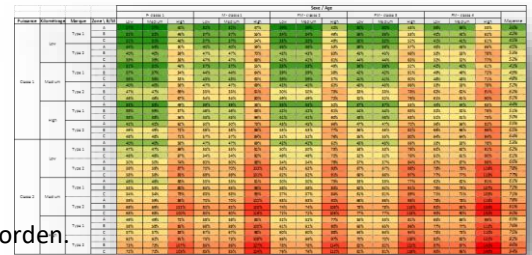
- Gegevensanalyse.
- Uitwerking van een tarief overeenkomstig de verwachtingen van de klant: technisch tarief, analyse van de elasticiteit, analyse van de prijzen van de concurrenten.
- Analyse van de verspreiding.
- Weerslag van het nieuwe tarief op verschillende indicatoren (S/P, inning, ...).

$$N_i^{obs} \sim \text{Poisson} \left(\mu = ETR_i e^{\beta_0^{fr} + \sum_{j=1}^p \beta_j^{fr} x_{ij}} \right)$$



Resultaat:

- Een grotere segmentering voor een betere selectie van de risico's.
- Verbetering van de rentabiliteit.
- Transparante implementatie en resultaten die onmiddellijk gebruikt kunnen worden.
- Oplossing op maat.



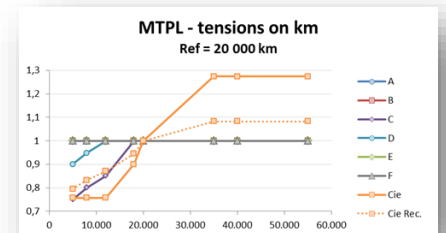
Analyse van de concurrentie - autoverzekering

Context:

- Luxemburgse verzekeringsmaatschappij die producten verkoopt op de Belgische markt.
- Wil om zich te positioneren ten aanzien van de concurrenten: de pertinente segmenteringsvariabelen en de problematische segmenten bepalen.

Onze bijdrage:

- Coaching om een lijst met nuttige profielen op te maken op het ogenblik waarop de gegevens worden verzameld.
- Analyse van de gesegmenteerde variabelen en druk van de concurrenten.
- Positionering van de maatschappij wat betreft bepaalde representatieve profielen.



Ranking					
A	B	C	D	E	Cie
1,04	1,03	0,94	0,84	0,90	1,00

Resultaat:

- Duidelijke suggesties voor tariefaanpassingen.
- Identificatie van de modaliteiten van variabelen binnen of buiten de markt.

Opbouw van een zonekaart

Context:

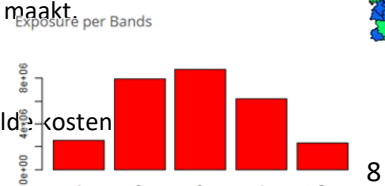
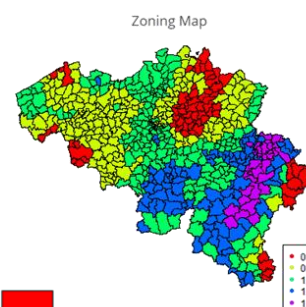
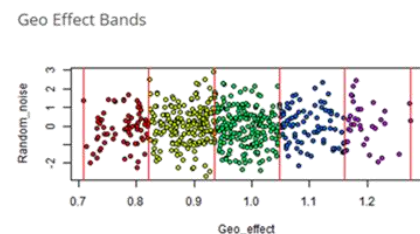
- Vraag om een nieuwe zonekaart op te bouwen zonder het technisch tarief te wijzigen.

Onze bijdrage:

- Er werden verschillende methodes getest voor het opbouwen van de zones (residu's of andere uitkomstvariabelen).
- Er werden verschillende afvlakmethodes gebruikt om de postcodes te hergroeperen.
- R- Shiny-tool waarmee gemakkelijk kaarten kunnen worden uitgewerkt, waarmee verschillende alternatieven kunnen worden getest en die een handmatige afvlakking mogelijk maakt.

Resultaat:

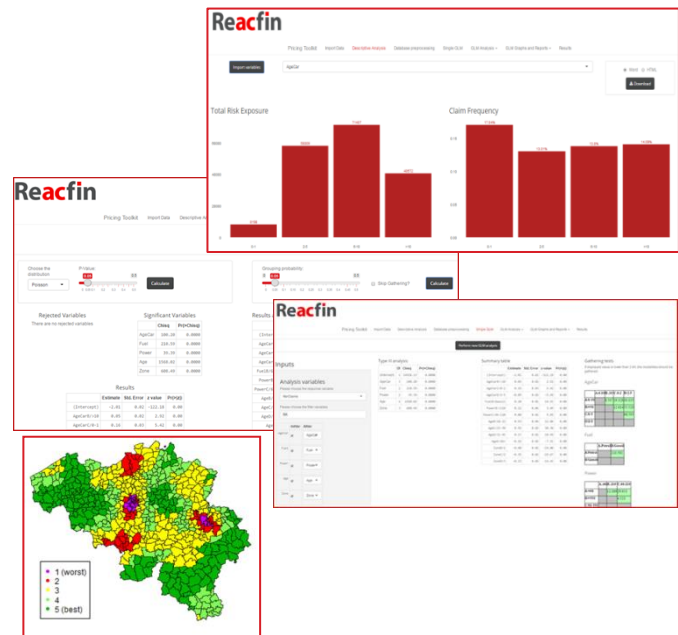
- Nieuwe zonekaart op basis van een model voor de frequentie en/of de gemiddelde kosten.
- Verschillende zonekaarten voor de verschillende gedekte waarborgen.
- Identificatie van de winstgevende regio's van de portefeuille.



Door Reacfin ontwikkelde tariefbepalingstools

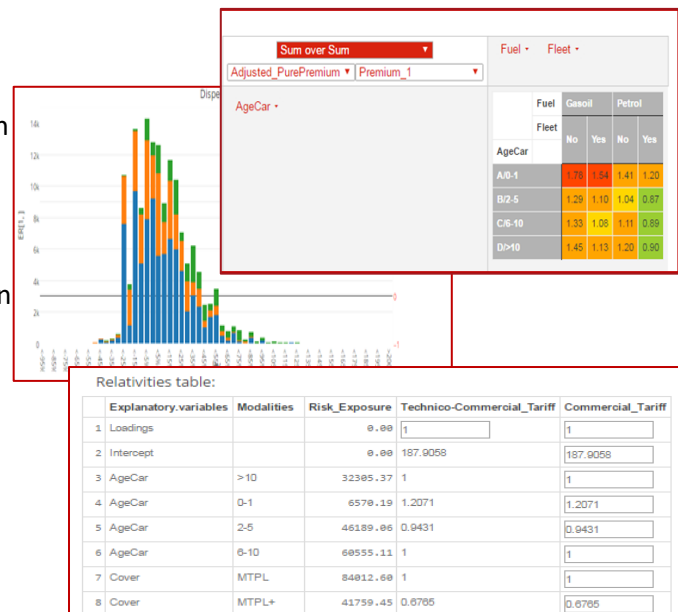
Pricing & Zonekaart-tools: *Uitwerken van het technisch tarief*

- Univariate beschrijvende analyse (blootstelling aan het risico, frequentie van schadegevallen, gemiddelde kostprijs, ...) voor alle verklarende variabelen.
- Wijziging mogelijk door de gebruiker van de variabelen van de database (filters, fusies, cap, ...) en GLM/GAM-analyses op basis van deze nieuwe variabelen.
- Geautomatiseerd proces voor de GLM-analyses (voor de frequentie, de gemiddelde kostprijs of een binaire variabele). Selectie van de variabelen en hergroeperingen van gelijkaardige modaliteiten.
- Analyse van de residu's.
- Opmaak van geautomatiseerde rapporten en grafieken.
- Uitwerken van een zonekaart op basis van postcodes (GAM).



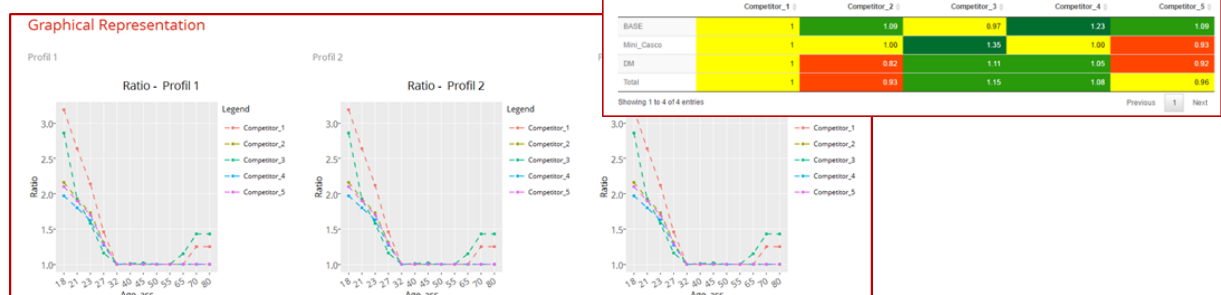
Dispersion-tool: *Uitwerken van het commercieel tarief*

- Verspreidingsgrafiek en indicatoren die de gebruiker toelaten de spanningen van het commercieel tarief te verfijnen en rechtstreeks de weerslag te analyseren ten aanzien van het oude tarief of de tarieven van de concurrentie.
- Regressiebomen en grafieken waarmee gemakkelijk de al dan niet winstgevende segmenten kunnen worden bepaald of de segmenten die grote tariefverschillen vertonen.
- Uitwerken van "heat maps" om de (niet-)winstgevende segmenten te beklemtonen en te communiceren naar het management toe.



Competition tool: *De tarieven van de concurrentie analyseren*

- Analyse van de relatieve weerslag van de verklarende variabelen ten aanzien van één (of meerdere) referentieprofiel(en) en identificatie van de tariefstructuur.
- Opsporen van mogelijke interacties in het tarief van de concurrenten.
- Vergelijkende analyse van een referentietarief met dat van de concurrenten.



Commercialisatie van het product

Marketing-
campagne

Distributie

Communicatie

Context:

- ✓ Implementatie van de commerciële campagne.
- ✓ Opmaken van reclamedocumenten voor het nieuwe product.
- ✓ Hoe gaan we communiceren over het nieuwe product: digitale presentatiecapsules, begeleidingshandleiding,...

Aanbod:

Reacfin & Decavi helpen u om:

- ✓ uw product op een optimale manier voor te stellen door de reden te verduidelijken waarom de weerhouden waarborgen worden behouden;
- ✓ uw producten audiovisueel voor te stellen (via onze Reacfin Academy-activiteit) om uw verkoopteam op te leiden of uw klanten te informeren.



Indicatoren/
KPI's

Opvolgen van
de markt

Monitoring en
optimalisatie
van de
portefeuille

Context:

Deze fase vindt vooral plaats na de inproductiename van het nieuwe product. Deze kan wel reeds worden voorbereid alvorens het product wordt gecommmercialiseerd. Ze bestaat met name uit de volgende elementen:

- ✓ bepalen van indicatoren (KPI's) waarmee de rentabiliteit van de portefeuille kan worden opgevolgd;
- ✓ analyse van de evolutie van de marktaandelen;
- ✓ analyse van de markt: nieuwe gelijkwaardige producten die gecommmercialiseerd worden door de concurrenten, nieuwe tarieven die worden gehanteerd, enz.;
- ✓ monitoring van de portefeuille (nieuwe activiteiten, dalingen, ...);
- ✓ optimalisatie van de rentabiliteit (bijvoorbeeld: de gedifferentieerde indexatie van de premies, selectie van de risico's, ...).

Aanbod:

Reacfin helpt u om:

- ✓ de KPI's te definiëren die nuttig zijn voor het opvolgen van de portefeuille;
- ✓ de tendensen op te volgen die zich op de markt voordoen;
- ✓ de portefeuille en de rentabiliteit ervan te optimaliseren;
- ✓ uw activiteit op te waarderen.

Expertise:

- ✓ *Uitwerken van indicatoren en dashboards.*
- ✓ *Via modellen weergeven van de dalingen en van de elasticiteit van de prijzen.*
- ✓ *Strategie voor gedifferentieerde verhoging van de premies voor Belgische verzekeringsmaatschappijen*

Uitgevoerde opdracht

Ontwikkeling van een strategie voor gesegmenteerde verhoging van de prijzen

Context:

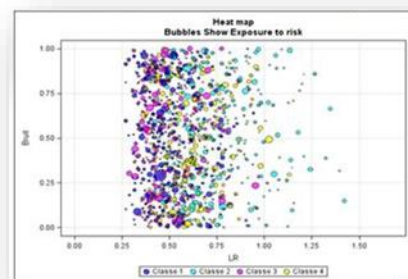
- Vraag om de rentabiliteit te verbeteren door de premies op gesegmenteerde wijze voor de bestaande activiteit te verhogen.

Onze bijdrage:

- Implementatie van een gesegmenteerd verhogingsmodel op maat, rekening houdend met de noden van de klant.
- Uitwerken van verschillende indicatoren (verwachte verliesratio, rentabiliteit per segment, ...).

Resultaat:

- Identificatie van de (niet-)winstgevende segmenten.
- Verbetering van de rentabiliteit voor de slechtste segmenten.
- Verhoging van het volume in de goede segmenten.



Businessplan

Target/Aantal
verzekerden

Kosten/prijs

Verdeel-
potentieel

Context:

- ✓ In de meeste gevallen wordt een businessplan opgemaakt om de rentabiliteit van het nieuwe product of van het aangepaste product te ramen.
- ✓ Hiervoor moet het verwachte aantal verzekerden, de kosten, de prijs, ... worden geraamd om het verdeelpotentieel te kunnen identificeren.

Aanbod:

Reacfin helpt u bij het uitwerken van uw businessplan:

- ✓ bepalen met welke elementen rekening moet worden gehouden;
- ✓ definiëren van de indicatoren;
- ✓ verzamelen van ontbrekende informatie om het verdeelpotentieel te kunnen identificeren;
- ✓ analyse van de historische gegevens, identificatie van de tendensen, rekening houdend met productaanpassingen of marktomstandigheden,...

Expertise:

- ✓ *Businessplannen opgemaakt voor Belgische en Luxemburgse verzekeringsmaatschappijen*

Uitgevoerde opdrachten

Business plan						
Methode revenu						
	1	2	3	4	5	6
P + RF	99,642	479,636	69,749	59,519	77,901	2,616
Primes perçues	99,642	479,636	69,749	59,519	77,901	2,616
Primes théoriques	124,552	599,545	87,186	74,399	97,377	3,269
Réduction Commerciale	-19,430	-93,529	-13,601	-11,606	-15,191	-510
Réduction Commerciale Modulés	-5,480	-26,380	-3,836	-3,274	-4,285	-144
Financial return	0	0	0	0	0	0
Cost	99,403	498,474	43,426	43,102	55,677	3,100
Claims amount	62,276	319,757	17,437	20,925	26,650	2,125
Administrative costs	20,512	98,739	14,359	12,253	16,037	538
Commission	14,652	70,528	10,256	8,752	11,455	385
Reinsurance	0	0	0	0	0	0
Remuneration du capital	0	0	0	0	0	0
Chargement Bonus Modulés	1,963	9,450	1,374	1,173	1,535	52
P&L	238	-18,838	26,323	16,417	22,224	-484

Method CR						
	1	2	3	4	5	6
P * CR	96,652	465,247	67,657	57,734	75,564	2,537
Primes perçues	99,642	479,636	69,749	59,519	77,901	2,616
Primes théoriques	124,552	599,545	87,186	74,399	97,377	3,269
Réduction Commerciale	-19,430	-93,529	-13,601	-11,606	-15,191	-510
Réduction Commerciale Modulés	-5,480	-26,380	-3,836	-3,274	-4,285	-144
Cost	99,403	498,474	43,426	43,102	55,677	3,100
Claims amount	62,276	319,757	17,437	20,925	26,650	2,125
Administrative costs	20,512	98,739	14,359	12,253	16,037	538
Commission	14,652	70,528	10,256	8,752	11,455	385
Reinsurance	0	0	0	0	0	0
Remuneration du capital	0	0	0	0	0	0
Chargement Bonus Modulés	1,963	9,450	1,374	1,173	1,535	52
P&L	-2,751	-33,227	24,230	14,631	19,887	-563

Uitwerken van businessplannen:

- Definiëren van de verschillende posten;
- Prognosehypothese;
- KPI's;
- Visualisaties en aanbevelingen.

1. Résumé					
	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Primes	8,778,790	16,010,464	21,829,730	26,326,629	29,751,989
Soins	5,737,358	10,436,929	14,231,742	17,181,709	19,433,790
Réassurance	415,685	756,907	1,030,201	1,240,362	1,399,390
Marge technique nette	2,625,748	4,816,628	6,567,787	7,904,557	8,918,808
Commissions	1,061,353	1,936,902	2,642,771	3,189,301	3,606,689
Frais généraux	1,489,308	2,715,032	3,700,172	4,460,493	5,038,663
Résultat opérationnel	75,087	164,694	224,844	254,763	273,457
Revenus financiers	341,978	621,908	845,269	1,016,351	1,145,107
Charges financières	54,911	100,145	136,545	164,673	186,099
Revenus fin sur marge	117,144	213,644	291,296	351,303	397,011
Résultat	479,298	900,100	1,224,864	1,457,748	1,629,476
Résultat cumulé	479,298	1,379,398	2,604,262	4,062,005	5,691,481
Taxes	179,346	324,380	438,205	523,852	586,722
Bénéfice attendu	456,428	832,417	1,134,973	1,368,776	1,546,868

2. Indicateurs					
	N	N+1	N+2	N+3	N+4
Gross Written Premium	8,778,790	16,010,464	21,829,730	26,326,629	29,751,989
Gross Earned Premium	7,152,326	13,044,173	17,785,292	21,449,042	24,239,778
Number of policies	8,000	14,553	19,844	23,958	27,098
Average earned premium	1,097	1,100	1,100	1,099	1,098
Loss Ratio	65.4%	65.2%	65.2%	65.3%	65.3%
Expense Ratio	29.1%	29.1%	29.1%	29.1%	29.1%
Reinsurance result	415,685	756,907	1,030,201	1,240,362	1,399,390
Combined Ratio	99.1%	99.0%	99.0%	99.0%	99.1%

Beleggings-
beleid

Beperken van
de risico's

Weerslag op
het kapitaal
en KPI's

Context:

- ✓ Voor langetermijnproducten moet een aangepast beleggingsbeleid voor de premies worden gedefinieerd.
- ✓ Er kunnen elementen worden geïntroduceerd om de risico's te beperken/te matigen:
 - herverzekering;
 - franchises of limieten.
- ✓ Berekening van de weerslag van deze elementen op het economisch kapitaal en de KPI's.

Aanbod:

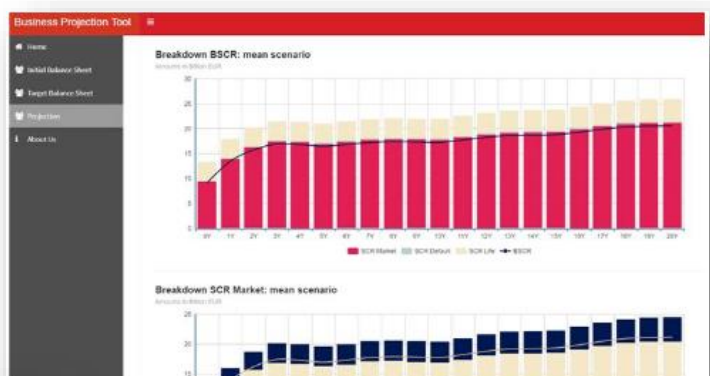
Reacfin helpt u bij het uitwerken van een beleggingsstrategie en van een strategie voor het beperken van de risico's en bij het meten van de weerslag van deze strategie op de kapitaalbehoeften door te trachten deze te optimaliseren.

Expertise:

- ✓ De afgelopen jaren heeft Reacfin verschillende strategische activa-allocatieopdrachten uitgevoerd. Onze business projection tool is een essentiële tool om deze opdrachten te kunnen uitvoeren.
- ✓ Audit en optimalisatie van herverzekeringsprogramma's.
- ✓ Optimalisatie van de kapitaalbehoeften.

Business projection tool

Prognose van de
evolutie van de balans
van de verzekeraar



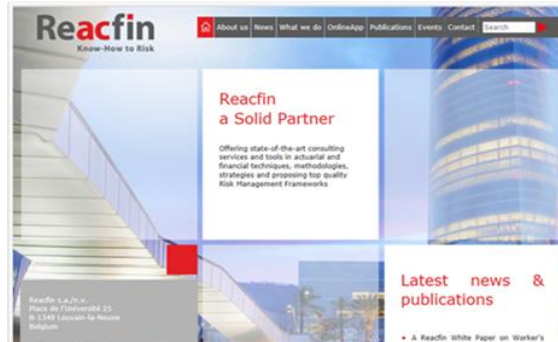
Simulatie van
beheerbeslissingen en analyse
van de weerslag ervan op de
winst-en-verliesrekening, de
balans, de solvabiliteit, de
rentabiliteit, ...

5 punten waarin Reacfin uitblinkt

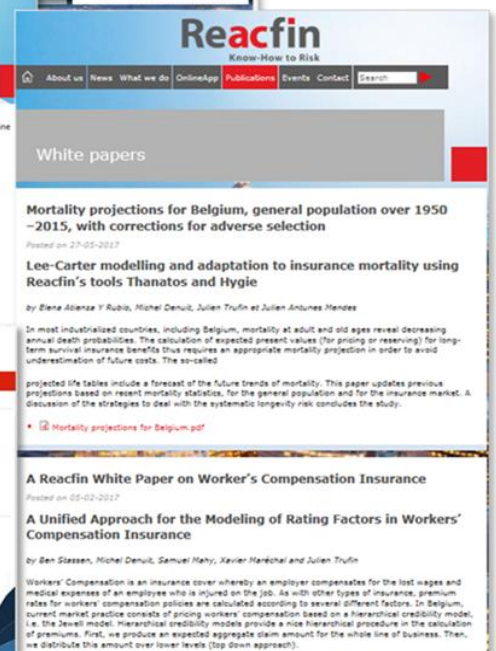
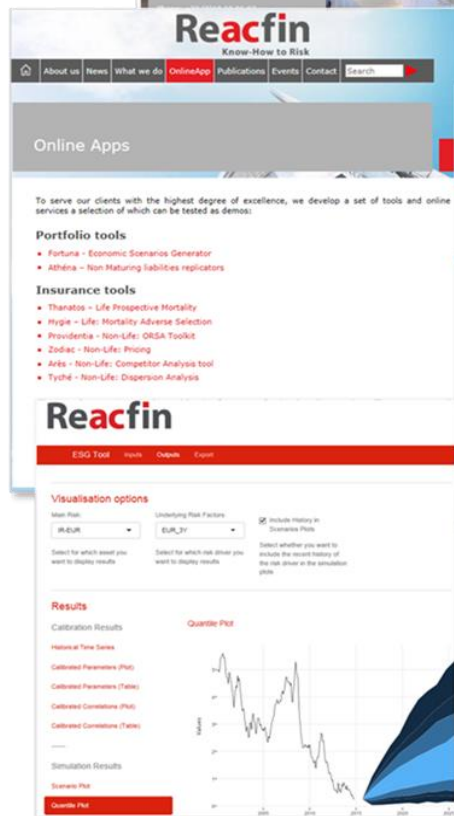
Niet-leven	ALM, portefeuillebeheer & Quantitative Finance
Tariefbepaling met behulp van geavanceerde voorspellende modellen - Machine Learning (Regression Tree, Random forest, Gradient Boosting Methods, Neural networks,...). - Statistische modellen (Generalized Linear models, Generalized Additive Models, Generalized Linear Mixed Models). - Tariefbepaling a posteriori: credibiliteit en bonus-malus. Aanleggen van provisies - Traditionele ontwikkelingsdriehoeken. - Implementatie van individuele provisioneringsmodellen. Modellen voor het voorspellen van kasstromen - Stochastische modellen voor het voorspellen van kasstromen. - Kalibreren van modellen. - Implementatie van een testkader voor een model. - Modellering van de herverzekering & optimalisatie.	Ontwikkeling van ALM-modellen - Berekening van geavanceerde modellen die speciaal ontworpen zijn voor financiële rapportering, geëvolueerde dashboards en ondersteuning voor bedrijfsbeslissingen (inclusief de markt- en biometrische risico's, ALM-interacties, gedrag van klanten, managementacties, regelgeving, ...). Ontwerp van kapitaalbeheeroplossingen - Effectisering, hedging, diagnostiek, inachtneming van de regelgeving. Ontwikkeling van waarderingstools - Voor financiële instrumenten en derivaten (pricing multiples-methodes – inclusief stochastische modellen, de grieken en sensitiviteitsanalyses). Ontwikkeling van "Real World"-tools en -oplossingen - Voor portefeuillebeheer, trading en risicobeheer (stochastische modellen gebaseerd op simulaties, stresstests, time series gebruikt voor SAA, KRI's en KPI's dashboards).
Leven, gezondheid en pensioenen	Operaties, herstructureringen en kwalitatief risicobeheer
- Ontwikkeling van uitgewerkte activa-passivamodelen voor levensverzekeringsproducten, inclusief geavanceerde modellering van de managementacties en van het gedrag van de verzekerden (bijvoorbeeld dalingen). - Expertise in tal van waarderingkaders (Solvency 2, MCEV, IFRS17) en in de berekening en de optimalisatie van de kapitaalbehoeften (Solvency 2). - Uitgebreide kennis van de pricing- en reserveringsmethodes inzake levensverzekering en gezondheid. - Geavanceerd waarderingkader van de technische voorzieningen (Solvency 1 en 2). - Tools voor een geavanceerde modellering van prospectieve sterftetafels en adverse selectie. - Actuariële functie of steun aan de actuariële functie	- Fusies en overnames. - Procesoptimalisatie. - Invoering van kwalitatieve kaders voor risicobeheer. - Uitwerken van strategieën op maat, van beleidsregels en van richtlijnen op het vlak van risicobeheer. - Ontwikkeling van een risicobereidheidskader, inclusief de risicobereidheidsniveaus, een tolerantiemarge en limieten. - Advies over de governance en de organisatie met betrekking tot risicobeheer. - Definiëren en implementeren van de ORSA. - Kader & validatie van het intern model (met inbegrip van het ontwerp en de implementatie van het waarderingmodel voor de kwalitatieve en kwantitatieve risico's).
Data Science	
- Implementatie van machine learning-modellen met het oog op het oplossen van problemen die verband houden met marketing, HR, fraude, tarifiering, provisionering, modellering en regulering. - Text mining-oplossingen om een kwalitatieve financiële omgeving te bestuderen en te analyseren. - Automatisering van processen (benchmarking, routing van documenten, ...). - Ondersteuning voor het voorbereiden van gegevens (met inbegrip van kwaliteitstests). - Visueel weergeven van gegevens, zoals dynamische dashboards, geautomatiseerde rapporten, e-mailing, enz. - Opmaken van gestructureerde databases dankzij scraping-methodes.	

Raadpleeg ons online aanbod www.Reacfin.com

Online applicaties
& demoversies
van onze tools



Meest recente
onderzoeks-
onderwerpen &
opleidings-
programma's



Contactpersonen

Xavier Maréchal
CEO Reacfin



xavier.marechal@reacfin.com
Gsm: +32 (0)497 48 98 48

Laurent Feiner
CEO Decavi



laurent.feiner@decavi.be
Gsm: +32 (0)495 51 43 40

François Ducuroir
Managing Partner Reacfin



francois.ducuroir@reacfin.com
Gsm: +32 (0)472 72 32 05

Reaction

