

LE TECNOLOGIE DISEGNANO UN MERCATO IN EVOLUZIONE

di BENIAMINO MUSTO

SARANNO I DEVICE E L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE A GARANTIRE LA SOSTENIBILITÀ TECNICA DELL'RC AUTO? L'ATTENZIONE DELLE COMPAGNIE SU QUESTO FRONTE È ALTA. MA, COME SPIEGA SCS CONSULTING, GLI SFORZI DEGLI ASSICURATORI SARANNO EFFICACI SOLO SE ORIENTATI AL MIGLIORAMENTO DELLA CUSTOMER EXPERIENCE DEL CLIENTE

Stretta tra le forti spinte concorrenziali e l'irruzione della norme introdotte dalla legge Concorrenza, l'RC auto è alla continua ricerca di un centro di gravità attorno a cui costruire le certezze della propria sostenibilità. In questo senso, i trend osservati negli ultimi anni da **Scs Consulting** rilevano costantemente un ruolo sempre più centrale giocato dalla tecnologia. Occorre però fare molta attenzione perché, come ha spiegato in apertura del convegno **Marco Lanzoni**, responsabile mercato finance di Scs Consulting, “le imprese dovranno affrontare in modo approfondito le tante sfide imposte dai cambiamenti tecnologici degli ultimi anni”.

INTERAZIONI CHE MIGLIORANO LA CATENA DEL VALORE

Il mercato auto sta radicalmente cambiando non solo alla luce dei trend tecnologici, ma anche sulla scia dell'evoluzione degli stili di consumo. Assieme al mercato si stanno trasformando anche i sottostanti, con device che diventano sempre più smart. Questo offre una grande occasione per migliorare la customer experience. “Le tecnologie – ha osservato Lanzoni – hanno un peso fondamentale perché permettono di interagi-

re in modo più efficace con il cliente. Possono aiutare a migliorare la catena del valore: dall'emissione della polizza all'apertura del sinistro, dall'istruttoria alla valutazione del danno, fino al pagamento”. Lanzoni ha citato alcuni esempi concreti di servizi innovativi già avviati con successo in diverse parti del mondo. C'è il caso di **Cover**, una insurtech che consente di stimare il valore del premio basandosi su una semplice fotografia dell'oggetto da assicurare; **Urgent.Ly**, che fornisce servizi evoluti legati all'assistenza del cliente; **Claimkit**, società che, attraverso la blockchain, consente una gestione digitalizzata dell'intero processo di sinistro; **Snapsheet**, start up che riesce a valutare un sinistro attraverso le foto inviate dall'assicurato; infine **Lemonade**, una delle realtà più note tra le insurtech, in grado di liquidare un danno in tempo reale utilizzando le tecnologie dell'intelligenza artificiale.

L'ARIA CHE TIRA IN ITALIA

Entrando nello specifico del contesto italiano, Lanzoni ha fatto una panoramica sulla dinamica del settore, che vede un aumento dei veicoli in circolazione (+0.7%), e del numero dei sinistri (+2,9%), così come

della frequenza sinistri (5,6%, in crescita dell'1,8%). “Il dato è incoraggiante – ha evidenziato Lanzoni – perché evoca una ripresa economica del Paese. Tuttavia la spinta concorrenziale resta molto forte e, per il quinto anno di fila, si riduce il premio medio, che a giugno 2017 risultava pari a 412 euro”. Secondo Lanzoni sono ancora timide le iniziative messe in campo in questi anni dalle compagnie sul fronte del costo medio dei sinistri, così come restano deboli i dati relativi all'efficientamento delle reti liquidative e delle carrozzerie convenzionate. La conseguenza è un peggioramento dei principali indicatori chiave: sono aumentati il loss ratio, l'expense ratio e quindi il combined ratio del settore, che nel 2016 ha raggiunto il 97,6%.

MIGLIORANO I PRESIDANTI ANTIFRODE

In questo scenario le compagnie stanno ponendo sempre più attenzione alla componente di costo. Secondo i dati rilevati dall'*Osservatorio Rc auto* di Scs Consulting, le linee strategiche messe a punto dalle compagnie vedono in cima alle priorità l'efficientamento della macchina operativa, non soltanto in ottica di contenimento dei costi: “le iniziative messe in campo – ha precisato Lanzoni – hanno un focus particolare sul miglioramento del servizio al cliente”. Al secondo posto c'è lo sviluppo di nuovi canali di comunicazione con il cliente, verso cui c'è una sempre più diffusa attenzione da parte delle compagnie che stanno imparando a sfruttare le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie. Ma sono in miglioramento anche i presidi antifrode:



Da sinistra: **Marco Lanzoni**, responsabile mercato finance di Scs Consulting e **Roberto Carbone**, senior manager di Hspi

UN ESEMPIO DI PROCESS MINING: IL CASO SUNCORP

Come migliorare nel concreto l'efficienza dei processi? Una soluzione possibile consiste nel cosiddetto *process mining*, un metodo che permette di analizzare i processi di gestione dei sinistri sulla base di dati già presenti all'interno dei sistemi delle compagnie. **Roberto Carbone**, senior manager di **Hspi** ha citato il caso di **Suncorp**, la più grande compagnia assicurativa australiana. Suncorp aveva rilevato un elevato disallineamento tra il numero di pratiche con importi limitati in lavorazione e l'eccessiva lunghezza dei tempi di processo a esse dedicato. Dopo diversi (inefficaci) tentativi per risolvere il problema, la compagnia ha cambiato approccio provando ad applicare il *process mining*. Questa tecnica di analisi, attraverso l'utilizzo di algoritmi applicati ai *log* degli eventi collezionati nei vari sistemi informativi aziendali, permette di individuare l'esatta struttura dei processi. “Così facendo – ha spiegato Carbone – si possono analizzare le variabili, osservare le ripetizioni dei processi e vedere le cause dei problemi, addentrando in ogni singolo step”. La compagnia ha sviluppato una nuova applicazione *one stop shop* per verificare il raggiungimento delle *milestone* per passare alla fase successiva del sinistro; è stato migliorato il *triage* in modo da individuare e richiedere in un'unica soluzione tutti i documenti necessari per la gestione del sinistro; infine, si è proceduto all'outsourcing in India delle denunce più semplici, per ridurre ulteriormente i costi. Così facendo i tempi di lavorazione delle pratiche sono passati da 30/60 giorni a 5/6 giorni.

“dopo gli investimenti in soluzioni tecnologiche degli anni precedenti, gli assicuratori stanno ponendo particolare attenzione alle implicazioni organizzative e al rafforzamento delle competenze richieste. Ora però – ha osservato Lanzoni – dovranno integrare queste attività nei processi core”. Tra le iniziative adottate, l'Osservatorio Scs evidenzia che otto compagnie su 10 pensano a investimenti in soluzioni tecnologiche, e sei su 10 a soluzioni evolute dei sistemi in uso e alle modifiche ai processi operativi. Con quali obiettivi? “In primis l'aumento della *customer satisfaction*, e in seconda battuta la riduzione dei costi della macchina operativa e l'aumento della velocità di liquidazione”.