Niewidzialne technologie – widzialne efekty.

**Wraz z nadejściem czwartej rewolucji przemysłowej w naszą codzienność wkroczyły one - niewidzialne technologie. Decydują zarówno o zadowoleniu i lojalności klienta, ale mają również realny wpływ na rentowność firm, które z nich korzystają. Pandemia sprawiła, że zaczęły szturmem podbijać nowe sektory, w tym także branżę ubezpieczeniową. Czy to oznacza, że przyszłość należy do firm InsurTech, a konsultanci w branży ubezpieczeniowej przestaną być potrzebni?**

## Digitalizacja życia vs. budowanie relacji

Każda firma, która chce utrzymać swoją pozycję na rynku, musi śledzić trendy i zmieniające się potrzeby klientów. Liczne badania, w tym te zrealizowane przez Gemius Polska, wskazują, że ostatnie dwa lata to gigantyczny wzrost zainteresowania zakupami online. W internecie kupuje już 77% Polaków.[[1]](#footnote-1) Ponadto, jak wynika z badania CBOS z października ubiegłego roku, już 78% dorosłych Polaków korzysta ze smartfonów, a w grupie wiekowej 18-44 odsetek ten wynosi od 90% do nawet 100%. Dodatkowo, 35% ankietowanych przy użyciu smartfona załatwia także wiele spraw w internecie, m.in rezerwuje bilety czy hotele, a 25% korzysta z programów lojalnościowych, zniżek i bonów w sklepach.[[2]](#footnote-2)

Choć przechodzenie ze swoimi usługami do świata cyfrowego jest dziś czymś naturalnym dla większości biznesów, to  
w przypadku branży ubezpieczeniowej wygląda to nieco inaczej. W sektorze ubezpieczeń widoczny jest m.in. efekt ROPO (ang. *Research Online, Purchase Offline*). Klienci wyszukują wstępne informacje na temat oferty w Internecie, ale finalnie przychodzą do stacjonarnego punktu, by wybrać i zawrzeć polisę u zaufanego doradcy. A to dlatego, że jest to wciąż sektor mocno oparty na relacjach. Z punktu widzenia klienta kluczowa jest bowiem profesjonalna wiedza agenta, który wesprze w rozwikłaniu zawiłości produktów ubezpieczeniowych, ale kontakt osobisty jest istotny również wtedy, gdy w grę wchodzą kwestie dla nas najważniejsze: zdrowie, życie i ogólne poczucie bezpieczeństwa. To dlatego w branży ubezpieczeniowej digitalizacja zakupu i automatyzacja procesów idą w parze z relacjami międzyludzkimi nie wykluczając siebie nawzajem. Z pomocą przychodzą bowiem niewidzialne technologie.

## InsurTech – branża najszybciej rozwijająca się pod względem innowacji technologicznych

Jak podaje GUS, najwyższy procent wprowadzonych innowacji w latach 2018-2020 odnotował właśnie sektor ubezpieczeń, reasekuracji i funduszy emerytalnych. Jeszcze przed pandemią, branża ta odnotowała imponujący przyrost na poziomie 85,1%. Był to najwyższy wzrost spośród wszystkich rodzajów działalności. Bardzo wysoki był również udział w innowacjach produktowych i procesach biznesowych (odpowiednio 58,2% i 80,6%).[[3]](#footnote-3)

Jedną z takich innowacji są z całą pewnością aplikacje umożliwiające zarządzanie roszczeniami, co okazuje się szczególnie ważne w czasach zdominowanych przez zdalne formy obsługi oraz rozliczeń formalnych i wirtualnego obiegu dokumentów. Przykładem jest firma Unext, spółka z Grupy Unilink, która wprowadziła na polski rynek Wefox, czyli pierwszego europejskiego unicorna w segmencie InsurTechu, oferującego platformę przyspieszającą i ułatwiającą zawieranie umów oraz obsługę ubezpieczeń i likwidację szkód.

*- Innowacyjny system oceny ryzyka, opierający się na automatycznej analizie pozyskiwanych w tle danych z wielu źródeł, skutkuje bardzo dobrą i dopasowaną do indywidualnego klienta ofertą oraz ceną za ubezpieczenie. Przy tym nie wymaga od pośrednika żadnej dodatkowej pracy. Co więcej, my tę pracę skracamy i upraszczamy, np. ograniczając do minimum* *liczbę danych potrzebnych do przygotowania oferty. Używamy zaawansowanych technik rozpoznawania obrazów, by skrócić czas i zautomatyzować proces analizy dokumentów. Wychodzimy naprzeciw zmianom technologicznym – nasze rozwiązania są budowane w formule „platform agnostic”, czyli można je uruchomić na dowolnym urządzeniu i nie wymagają od żadnej ze stron instalowania dodatkowych aplikacji. Nasz system w prosty sposób łączy się z narzędziami wykorzystywanymi przez pośredników do sprzedaży i obsługi ubezpieczeń. W ten sposób nie tylko sprzedajemy, ale również obsługujemy zmiany i zdarzenia w trakcie trwania ubezpieczenia. Z kolei przy likwidacji szkody klienci mogą skorzystać z w pełni zautomatyzowanego, samoobsługowego procesu, który w kilku krokach dokonuje wyceny szkody i wypłaty odszkodowania. Jednak niezależnie od formy kontaktu, jaką wybiera klient, każdy poszkodowany ma swojego opiekuna, który zajmuje się jego szkodą i wspiera na każdym etapie likwidacji.* - komentuje **Cezary Świerszcz, Prezes Unext**

Pracę agentom ułatwiają także aplikacje umożliwiające zautomatyzowane porównywanie ubezpieczeń oferowanych przez różne towarzystwa ubezpieczeniowe. Dzięki temu, doradcy mogą zarekomendować klientom najlepsze dla nich rozwiązanie. Porównywarka ubezpieczeń komunikacyjnych UniMarket, firmy Unilink S.A. umożliwia Agentom wystawienie polisy bezpośrednio z poziomu aplikacji, bez konieczności przechodzenia do systemu danego ubezpieczyciela. Aplikacja została ponadto zintegrowana z systemem CRM, który pozwala na błyskawiczne przenoszenie danych klienta z jednej aplikacji do drugiej. Tym samym cała operacja doboru i wystawienia dokumentów ubezpieczeniowych odbywa się błyskawicznie. Dodatkowo, system do zarządzania relacjami z klientem w zautomatyzowany sposób wysyła właścicielowi polisy przypomnienie o konieczności jej przedłużenia, opłaceniu kolejnej raty składki czy też, na przykład, terminie badania technicznego.

Inną innowacją w obszarze ubezpieczeń, docenianą przez agentów, jest wprowadzony przez Unilink w połowie zeszłego roku system płatności bezgotówkowych UniPay. Przyjęta za jego pośrednictwem składka automatycznie trafia na konto zakładu ubezpieczeń, w którym klient właśnie wykupił ochronę, co sprawia, że agent nie ponosi żadnych kosztów transakcyjnych. Rozwiązanie to zostało przygotowane we współpracy z ING Bankiem Śląskim.

## Niewidzialne technologie w świecie ubezpieczeń

## *- Większość innowacji w branży InsurTech wprowadzana jest niejako w tle, jako efekt analizy potrzeb klientów, ale także samej organizacji*. *Z jednej strony wpisują się one w potrzeby konsumentów, pozwalając na jak najlepsze dopasowanie oferty ubezpieczeniowej do stylu życia konkretnej osoby. Z drugiej zwiększają wygodę i efektywność pracy doradców ubezpieczeniowych, stąd można mówić o sytuacji typu win-win* – tłumaczy Tomasz Tobór, Dyrektor Zarządzający Pionem Operacji w Unilink S.A.

Jak wynika z raportu Polskiej Izby Ubezpieczeń w 2021[[4]](#footnote-4) roku, już ponad 80% ubezpieczycieli jest zdania, że przyszłość na rynku ubezpieczeń należy do tych organizacji, które poniosą znaczne inwestycje w obszarze innowacji i cyfryzacji. Dokładnie taka sama część zakładów ubezpieczeń jest zdania, że w ciągu najbliższych 2 lat znaczenie zastosowań opartych na sztucznej inteligencji w ich organizacjach będzie rosło, a nowe technologie będą wspierać pracowników w ich codziennych zadaniach oraz w podejmowaniu decyzji.

*Choć stale trwają prace wokół upraszczania produktów ubezpieczeniowych, to wciąż podjęcie dobrej decyzji o zakupie odpowiedniej polisy bardzo często wymaga wsparcia profesjonalisty. W Unilink sprzedaż ubezpieczeń za pośrednictwem agentów wciąż jest kluczowa, bo tego właśnie oczekują klienci. Jednak za sprawną obsługą klientów stoją także niewidzialne technologie. Zrobotyzowane algorytmy wspierają agentów i pracowników w realizacji koniecznych, często żmudnych obowiązków. To setki tysięcy bezbłędnie i terminowo wykonanych operacji, odciążających pracowników w firmie. Jeśli dołożymy do tego narzędzia pozwalające agentom na porównywanie ofert kilkudziesięciu Towarzystw Ubezpieczeniowych jednocześnie, z równoległym zunifikowaniem ścieżki sprzedaży i zautomatyzowaniem rozliczeń płatności, czy wreszcie kontaktu z klientami, który jest kluczowym elementem ich pracy, dostajemy obraz niewidzialnych technologii stanowiących istotny obszar branży ubezpieczeniowej.* ***–* wyjaśnia Tomasz Tobór,** **Dyrektor Zarządzający Pionem Operacji w Unilink S.A.**

## W jakim kierunku w przyszłości ewoluować będzie branża InsurTech?

Podobnie jak w innych dynamicznie zmieniających się sektorach gospodarki, przyszłość branży InsurTech również będzie podlegać kolejnym innowacjom. Warto wspomnieć o stworzonym przez Polaków startupie Tensorflight, który umożliwia zdalną i automatyczną inspekcję budynków dla ubezpieczeń nieruchomości. Ze względu na nasilające się zmiany klimatu, można przewidzieć także zwiększenie się roli automatycznej oceny ryzyka oraz rozliczeń w przypadku katastrof naturalnych. Znakiem czasu będzie też dopasowanie się do obsługi potrzeb nowych modeli biznesowych, szczególnie opartych na tzw. „ekonomii fuchy” (po ang. gig-economy), czyli takich, w których osoba świadczy usługi wymagające ubezpieczenia jedynie czasowo lub dorywczo. Przykładem mogą być dostawcy jedzenia czy zakupów spożywczych.

*Tak, jak w innych branżach, tak i w ubezpieczeniach istotną rolę pełnią dane, ich pozyskiwanie oraz analiza. Zaawanasowana analityka danych będzie decydowała o przewadze konkurencyjnej ubezpieczycieli. Dlatego techniki oparte na uczeniu maszynowym i sztucznej inteligencji są i będą mocno rozwijane. Ważną rolę będzie w przyszłości odgrywać wykorzystanie sztucznej inteligencji wspartej różnego typu sensorami oraz urządzeniami tzw. Internetu Rzeczy. Z jednej strony przyczyni się to do zwiększenia możliwości przewidywania zdarzeń i ryzyka, a w wielu przypadkach stanowić będzie realne wsparcie w procesach tak przygotowania ofert, jak i rozliczeń szkód –* **Cezary Świerszcz, Prezes Unext.**

Jak widać branża ubezpieczeniowa aktywnie, choć w niewidoczny często sposób, wdraża nowe rozwiązania, które znacznie usprawniają proces obsługi.

\*\*\*

## O Unilink:

**Unilink S.A.** to wiodący dystrybutor ubezpieczeń na polskim rynku i właściciel czołowych spółek brokerskich w Bułgarii - I&G Brokers i Rumunii - Safety Broker de Asigurare (prowadzącego również działalność w Mołdawii). W swojej ofercie posiada produkty ponad 40 Towarzystw Ubezpieczeniowych, które oferuje za pośrednictwem 1000 oznakowanych placówek partnerskich i sieci 14 000 Agentów. W portfolio produktów multiagencji znajdują się ubezpieczenia indywidualne, komunikacyjne (OC, AC i assistance), ubezpieczenia domów i mieszkań, turystyczne czy ubezpieczenia na życie i zdrowie oraz produkty dla biznesu – między innymi ubezpieczenia firm, OC zawodowe, ubezpieczenia floty, ubezpieczenia CARGO czy OC przewoźnika. Misją marki jest tworzenie trwałej przewagi konkurencyjnej dla Partnerów – Agentów oraz Towarzystw Ubezpieczeń, poprzez organizowanie i zarządzanie nowoczesną strukturą sprzedaży ubezpieczeń. Unilink jest oficjalnym sponsorem Polskiej Ligi Siatkówki, a także organizatorem Olimpiady Wiedzy Ubezpieczeniowej Agentów.

Więcej o Unilink na [www.unilink.pl](http://www.unilink.pl)**.**

## Kontakt dla mediów:

LoveBrands Relations, Biuro prasowe Unilink S.A.

E-mail: unilink@lovebrandsgroup.pl

1. <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/raport-e-commerce-w-polsce-2021.html> [↑](#footnote-ref-1)
2. Badanie CBOS: <https://www.cbos.pl/SPISKOM.POL/2021/K_116_21.PDF> [↑](#footnote-ref-2)
3. <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/nauka-i-technika/dzialalnosc-innowacyjna-przedsiebiorstw-w-latach-2018-2020,2,20.html> [↑](#footnote-ref-3)
4. <https://piu.org.pl/wp-content/uploads/2021/06/ACC_PIU_Raport-Cyfryzacja-Ubezpieczen-w-Polsce.pdf> [↑](#footnote-ref-4)