



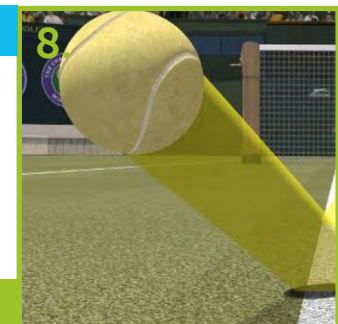
Comparación de Canales de Distribución de Seguros

eBook

Los canales de distribución en el sector Seguros están cambiando rápidamente. No es para sorprenderse, teniendo en cuenta los cambios tecnológicos que suceden mucho más rápidamente y a la par de los cambios que se producen en los consumidores. Si desea conocer más sobre las consecuencias de estos cambios en la detección de fraude y del análisis de riesgos, debe leer este libro. ¿Podrá la nube ganarle al asesor de seguros o se unirán las fuerzas?

TEMAS

- | | |
|---|---------|
| 1. INTRODUCCIÓN
¿Por qué debe leer este libro? | PAG. 2 |
| 2. DISTRIBUCIÓN EN EL SECTOR SEGUROS
La Internet en tiempo real y la distribución tradicional. | PAG. 4 |
| 3. AUTOSERVICIO SOFISTICADO
Hágalo usted mismo y deje que los dispositivos lo hagan por usted. | PAG. 6 |
| 4. ANÁLISIS DE RIESGOS Y GESTIÓN DE RIESGOS: NO HAY GRANDES DIFERENCIAS
Son los mismos sistemas en todos los canales, sólo el seguimiento es diferente. | PAG. 8 |
| 5. ANÁLISIS DE DISCURSO
Técnica sofisticada en el canal personal. | PAG. 9 |
| 6. TIEMPO REAL
Cada vez más rápido en el canal directo. | PAG. 10 |
| 7. CANALES COMPETITIVOS
La velocidad y la innovación hacen la diferencia. | PAG. 12 |
| 8. SELECCIÓN DE RIESGO
Selección automatizada del riesgo. | PAG. 13 |
| 9. CONCLUSIONES
Conclusión. | PAG. 14 |



2. DISTRIBUCIÓN EN EL SECTOR SEGUROS

Tradicionalmente, el área de 'seguros' ha sido un tema complicado tanto para empresas como para particulares. Con frecuencia, no están seguros de qué tipo de producto ni qué aseguradora les conviene. Existen muchos productos y a menudo difieren muy poco unos de otros. Por esta razón hasta hace poco muchos confiaron la búsqueda del producto que mejor se adapta a sus necesidades a expertos y a las agencias empresas de seguros confiables.

Esta estrategia se utilizaba para la selección inicial del producto y también para mantener actualizada la cartera de seguros. Considere, por ejemplo, el ajuste periódico del valor asegurado de un edificio o del inventario, o la verificación para determinar si un seguro permanente de salud todavía se adapta a las condiciones de vida del asegurado. Además, resultaba tranquilizador saber que, en caso de un reclamo por siniestro, sólo sería necesario una llamada telefónica al experto o la experta en seguros quien hablaría con la empresa de seguros para resolver el reclamo. Por lo tanto, los intermediarios de seguros desempeñan un papel esencial, incluso en el caso de tipos de seguros muy comunes como, por ejemplo, un seguro de automóvil, de un inmueble residencial y un seguro de viaje.

“Cuando se trata de productos complejos, los clientes tienen una mirada experta para reconocer un seguro adecuado”.



Cambio Importante

Mientras tanto se han producidos profundos cambios con la gran expansión de internet, la velocidad y capacidad de los dispositivos móviles, las posibilidades cada vez más sofisticadas de recuperación, análisis y procesamiento de datos de tiempo real (en forma virtual), el poder de nuestras aplicaciones móviles ("apps") y la reticencia de los consumidores a pagar extra para el asesoramiento personalizado para productos de seguros relativamente simples. Estas y otras tendencias están causando un cambio importante dentro de los canales de distribución.

VER TAMBIÉN:



Cómo utilizar los datos para luchar eficazmente contra el fraude

Asesores

Los asesores personales y agencias capaces de cubrir cualquier siniestro todavía siguen en el mercado, pero intervienen principalmente en el asesoramiento y la gestión de los productos de seguros más complejos, tales como seguro de protección de ingresos y las pensiones o seguros para los empresarios y sus negocios. Durante el asesoramiento, los proveedores de seguros hacen uso intensivo de la tecnología al seleccionar los productos adecuados y al evaluar a los clientes.

3. AUTOSERVICIO SOFISTICADO

Mientras tanto nos hemos acostumbrado a utilizar la internet o, en algunos casos, incluso el teléfono a la hora de elegir y contratar un seguro común y, casi siempre, general. Esto también se aplica al manejo de siniestros. El asegurado lo hará por sí mismo y será guiado y aconsejado por sistemas automatizados. La interfaz es parte de un sitio web, y puede ser utilizada en todos los dispositivos.

VER TAMBIÉN:



Seguros y Tecnología: ¿La Combinación Perfecta Para El Cliente?

Bajo Demanda

Tomemos, por ejemplo, las aplicaciones en un aeropuerto, cuando le pregunta al pasajero si desea sacar un seguro de viaje por la duración de su estadía y que, una vez en destino, le señala al pasajero algunos riesgos y que incluso, de manera opcional, le permite ajustar la cobertura de riesgo conforme a los riesgos detectados. Esto funciona en base a suscripciones que se pueden activar o desactivar, lo cual crea cada vez más posibilidades de asegurar bienes específicos de manera directa y a corto plazo. Otro ejemplo son las cámaras que siempre guardan en el armario pero que ahora se usarán durante el viaje por unas semanas.

Todo funciona en base a las posibilidades interactivas que ofrece su dispositivo, tales como la localización y los análisis que posteriormente se hacen en base a una gran cantidad de datos obtenidos de la experiencia relacionada con la ubicación en la que usted se encuentra y los datos sobre sus bienes, tales como la cámara en el ejemplo anterior y, obviamente, la información sobre el propio asegurado.

La combinación de los resultados de la información brinda un panorama prácticamente en tiempo real, completamente adaptado al asegurado y su situación particular. Especialmente los proveedores de tecnología como 'TROV', 'Insureapp' o 'Metromile' ofrecen este tipo de iniciativas y, en cuanto a la cobertura, trabajan conjuntamente con las compañías de seguros ya establecidas. También se da la situación opuesta: las compañías de seguros orientadas a satisfacer las necesidades del grupo de los 'jóvenes del Milenio' (nacidos después de 1980) pretenden cumplir con sus preferencias de servicio de manera directa y móvil, y junto a un proveedor de tecnología desarrollan una configuración de servicio personalizado.

La Internet de las Cosas

Con cada paso estamos avanzando. La 'Internet de las cosas' se está desarrollando de manera vertiginosa. Los electrodomésticos en el hogar en nuestro entorno y en nuestros vehículos son capaces de registrar y compartir información y así ayudar en la evaluación de riesgos.

Por ejemplo, un automóvil puede frenar de manera automática cerca de un obstáculo, o virar, pero también es capaz de comunicarse con servicios de asistencia en carreteras y servicios de emergencia en caso de un accidente o una avería. La causa y las circunstancias de un accidente pueden ser registradas y compartidas con las autoridades y las compañías de seguros. De esta manera, es posible monitorear e influir en la conducta vial de los conductores, por ejemplo, alertando al conductor o conductora que repetidamente está acelerando o haciendo maniobras peligrosas. Esto también puede tener consecuencias para la cobertura, la prima del seguro y los excedentes.

Los electrodomésticos en la casa ayudan a hacer nuestro hogar más eficiente y cómodo mediante el control de consumo de energía, al apagar los electrodomésticos y controlar el sistema de calefacción. Los electrodomésticos pueden también ayudar a hacer un hogar más seguro y así evitar reclamos por siniestros, por ejemplo, detectando quiénes están en la casa y si deben estar allí y tomar acciones si las personas no están autorizadas a estar allí. Los electrodomésticos también pueden advertir cuando una ventana ha quedado abierta o una puerta no ha sido cerrada con llave o detectar que la caldera necesita mantenimiento o activar la alarma cuando se detecta humo o cuando el residente se encuentra inmóvil en el piso. Estos son sólo algunos ejemplos, las posibilidades son innumerables y aumentan a gran velocidad.

“Las posibilidades de la internet de las cosas son innumerables y aumentan a gran velocidad.”

4. ANÁLISIS DE RIESGOS Y GESTIÓN DE RIESGOS NO HAY GRANDES DIFERENCIAS

Desde una perspectiva de control automatizado del fraude parece ser que el canal de distribución en línea está creciendo muy rápidamente. Sin embargo, esta mirada puede ser un poco engañosa, ya que muchas empresas de seguros (aún) ofrecen servicios en múltiples canales y desarrollan sus canales en línea además de los canales personales.

Para la detección de fraude y análisis de riesgos automatizados, la mayoría de las compañías de seguros organizan ambos canales de la misma manera, por lo que esta tendencia no es tan marcada.

Respuesta automática

La manera en la que se utilizan los resultados de la información proveniente del análisis automatizado puede ser diferente para cada canal. En un canal puede dar lugar a una respuesta automática, como la inmediata suscripción al riesgo ofrecido, el ajuste de la propuesta basada en, por ejemplo, la historia de reclamos por siniestro o el rechazo a la cobertura.

Respuesta humana

También es posible que el sistema solicite acciones ‘humanas’ concretas de seguimiento. Si en el contexto de la evaluación de una solicitud de seguro empresarial, el sistema detecta, por ejemplo, que la Junta Directiva de la empresa en cuestión ha cambiado más de lo habitual en el sector a cotizar, el sistema puede recomendar que el formulario de solicitud sea evaluado por un suscriptor sénior con experiencia en el sector de negocios específico.

Asimismo, en caso de un reclamo por siniestro el sistema puede responder a indicadores específicos o combinaciones de indicadores. Tomemos como ejemplo un accidente automovilístico que involucra al asegurado, y que ocurre en la madrugada durante el fin de semana. Tal vez es sólo producto de la mala suerte, pero puede haber más en juego como, por ejemplo, un consumo excesivo de alcohol. En estas situaciones y muchas otras, se interrumpirá el manejo automatizado del reclamo y se derivará la evaluación del siniestro a un ajustador o procesador de siniestros humano. En el ejemplo anterior del accidente, probablemente se realice una llamada telefónica al asegurado para averiguar las causas del accidente. En ese caso, el análisis del discurso puede proporcionar indicios adicionales. De esa manera, el canal directo y el personal se mezclan en beneficio de la aseguradora.



5. ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN GRABADA

El análisis de la conversación grabada puede ser utilizado en el canal personal durante una conversación telefónica con el solicitante de un seguro o el asegurado que haya presentado un siniestro. El sistema es capaz de detectar señales de tensión innecesaria, vacilación, nerviosismo y además; esta información puede incluirse en el análisis de riesgo. Un cliente nervioso, por ejemplo, puede ser una razón para solicitar una posterior verificación y comprobar si ha habido alguna vez razones para, por ejemplo, el rechazo de la cobertura debido a fraude o falta de pago.

El asegurado también puede actuar con nerviosismo durante una conversación acerca de un reclamo por siniestro. Esto puede ser una razón para verificar el reclamo. Obviamente, el análisis del discurso no se traducirá en una decisión inmediata. Sin embargo, puede ser la causa de una investigación más exhaustiva antes de tomar una decisión.

A veces el análisis del discurso confirma la 'corazonada' del controlador de reclamos. Permite decidir si echa un vistazo al reclamo o lo transfiere al Departamento de Casos Especiales.

“Los sistemas automatizados ayudan a confirmar la corazonada del controlador de una demanda por siniestro”.



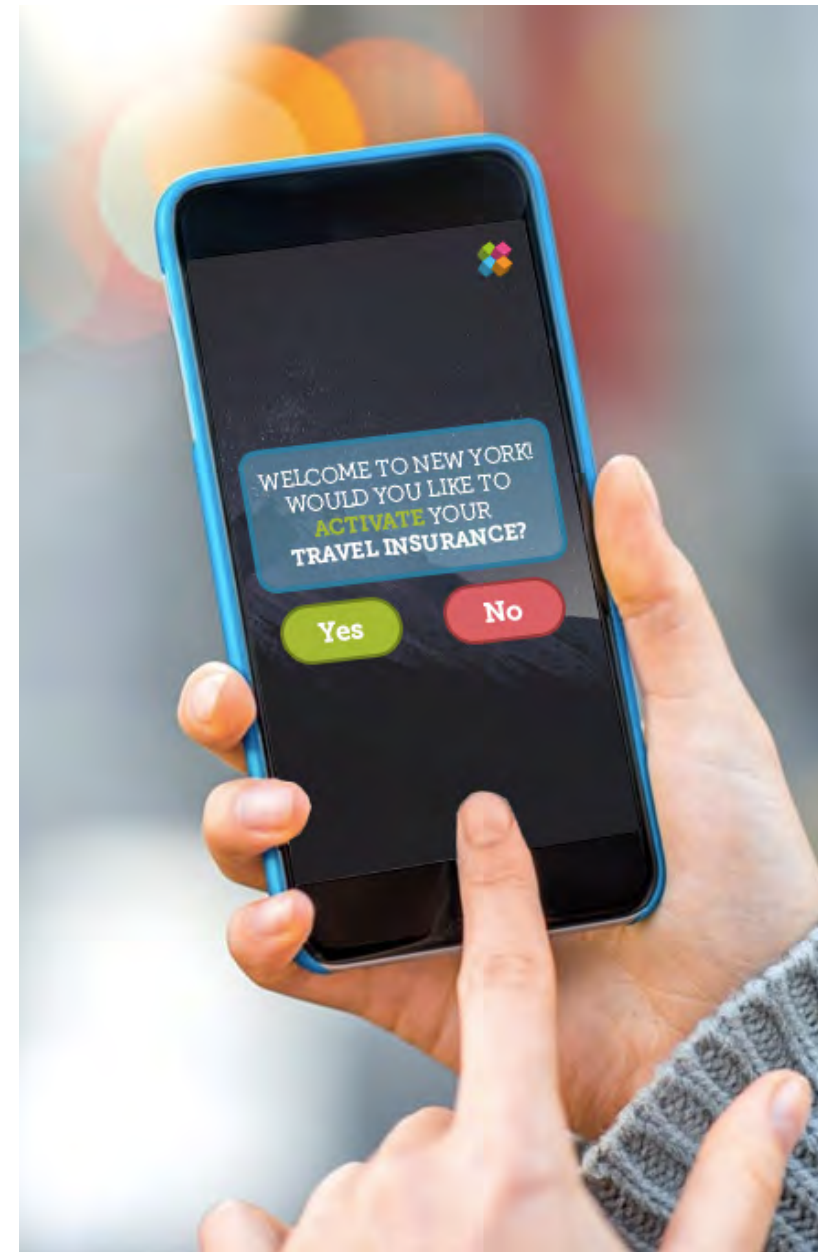
6. TIEMPO REAL

En este contexto, resulta muy interesante la ya mencionada creación de servicios 'bajo demanda' que asegura y crea una estrecha colaboración entre los proveedores de tecnología y las compañías de seguros. Es fundamental que los servicios 'bajo demanda' aseguren la velocidad y exactitud del análisis. No solo cuando al realizar una suscripción, pero reitero, en tanto pueden ofrecerse nuevas coberturas de riesgos a medida que el suscriptor cambia su ubicación.

La característica del sistema 'bajo demanda' es que la cobertura por el riesgo es inmediata. Por ejemplo, según la ubicación, el usuario recibe la señal en tiempo real informándole que él o ella aún no ha activado su seguro de viaje, o que necesita tener cuidado en determinado barrio ya que es zona frecuentada por carteristas, o que está en un auto y el seguro de vehículo debe ser activado.

También se pueden ofrecer seguros para objetos, por ejemplo, una cámara mediante una aplicación. Según los datos disponibles en la nube, el sistema determina el valor y el riesgo, y el propietario recibe inmediatamente una propuesta de prima para el período solicitado, después de que él o ella simplemente 'activan' el seguro.

Las posibilidades son ilimitadas, y este es solo el comienzo. El sistema, vinculado a un smartphone, es capaz de conocer el estilo de vida de su propietario y basado en dicha información hace propuestas y evalúa el riesgo.



INVERTIR EN TECNOLOGÍA

Las empresas de seguros invierten mucho en tecnología. Esto es crucial para seguir jugando un papel importante en el sector y no terminar en el camino que lleva a la Extinción. Sin embargo, dependiendo del tamaño de la compañía de seguros existen diferencias. Algunos ejemplos de los Estados Unidos:

- el 60% de las principales empresas de seguros comenzaron o comenzarán a reemplazar el sistema de administración de pólizas en 2018, el resto empezará introducir importantes ajustes. El 40% de las pequeñas y medianas empresas de seguros reemplazarán sus sistemas, el 20% va a realizar modificaciones y el 40% permanecerá con su sistema actual.

- Aproximadamente el 30% de las principales empresas de seguros reemplazará su sistema de Análisis Predictivo y Modelado, el 10% va a realizar modificaciones y el 50% mantendrá el sistema actual o no hará nada en esta área por el momento. El 40% de las empresas de seguros medianas reemplazará sus sistemas y el resto introducirá cambios significativos. Para la pequeña empresa realizar modificaciones no es tan importante. Aproximadamente el 30% de las empresas no va a hacer nada en esta área, aproximadamente el 20% utilizará un nuevo sistema y el 10% se ajustará a los sistemas actuales.

(fuente: Celent 2018)

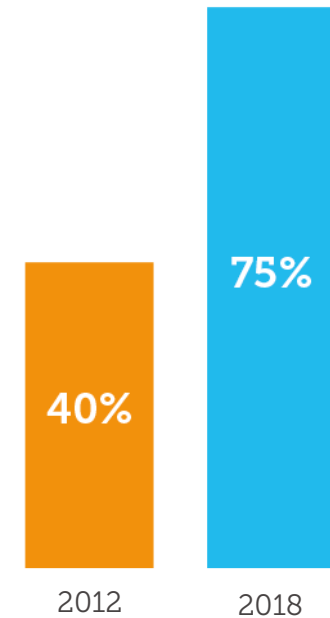
7. CANALES COMPETITIVOS

Los diferentes canales están adaptados a diversos grupos meta y se adaptan especialmente a productos específicos. El asesoramiento personalizado en productos complejos sigue siendo indispensable. Y, aun así, los canales desarrollados para grupos meta se combinan entre sí cada vez más. El uso de la internet se ha convertido en parte de nuestra rutina diaria. En un principio, principalmente, para explorar e investigar, pero en la actualidad se utiliza cada vez más para realizar compras, entre otros seguros.

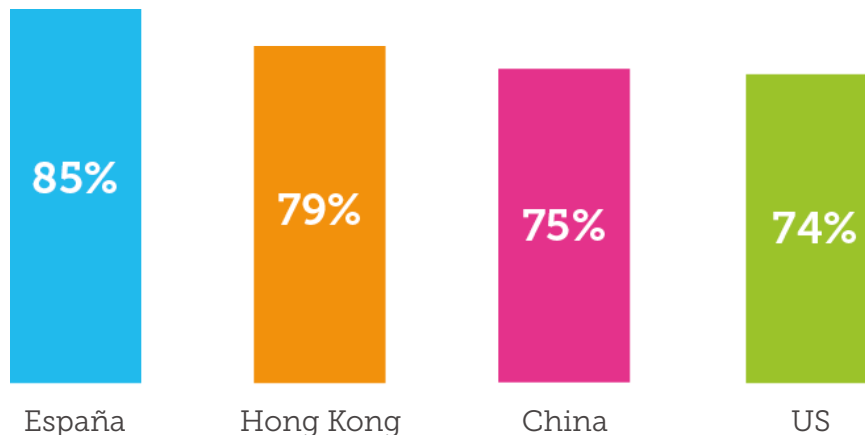
El uso móvil de la internet va en aumento. En 2012, el 40% accedía a la internet mediante dispositivos móviles. En la actualidad, a nivel mundial, el promedio es del 75%. España toma la delantera con el 85%. Hong Kong y China siguen con el 79% y el 76% respectivamente. En los Estados Unidos es del 74%.

Por lo tanto, el uso de dispositivos móviles aumenta dentro de cada grupo de edad, no sólo entre los jóvenes. Esto significa que el canal 'bajo demanda' es prometedor. Además del precio, la competencia puede darse principalmente en la velocidad, la creatividad en términos de las propuestas de seguros ofrecidas y en la innovación en cuanto a la aplicación de la información que puede ser generada y vinculada a otras fuentes. Por supuesto, la seguridad es de suma importancia, ya que el asegurado comparte información privada de acciones y realiza pagos.

Uso de Internet a través del móvil dispositivos en todo el mundo



Uso de Internet a través de dispositivos móviles por país



VER TAMBIÉN:



Comparing Insurance Distribution Channels: Online vs Personal = Efficient vs Expensive?

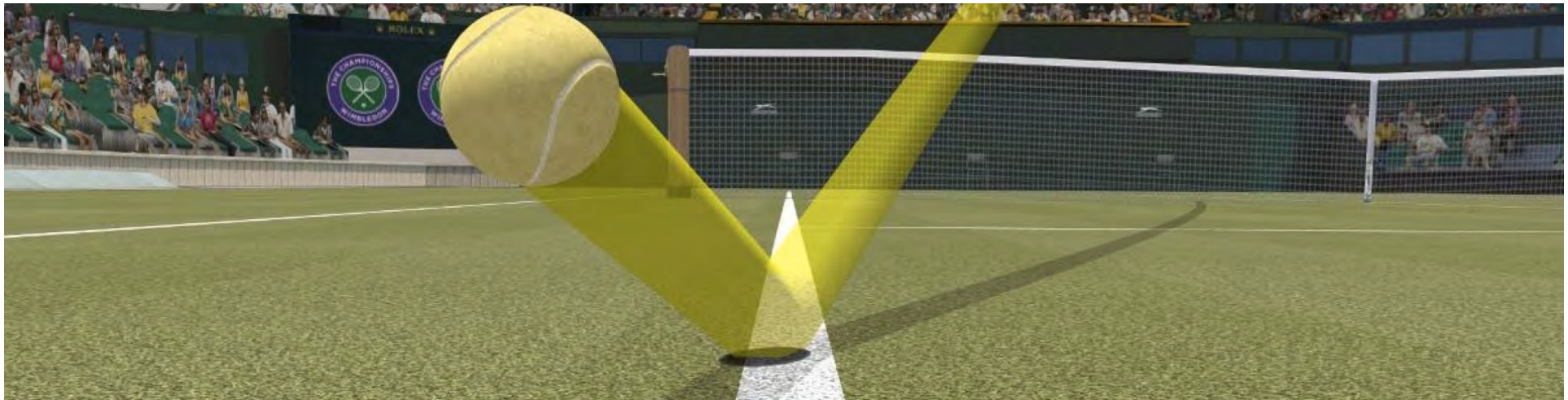
8. SELECCIÓN DEL RIESGO

Durante el contacto personal con el asegurado a través de un asesor de seguros o intermediario independiente, se produce una interacción entre la evaluación del personal y la evaluación automatizada del reclamo por siniestro o el riesgo. Al hacer su evaluación, el asesor o la asesora de seguros puede apoyarse en el análisis de riesgo automatizado, pero sin duda su propia evaluación puede influir en el resultado. El o la agente puede tomar en cuenta las circunstancias personales del asegurado o de la persona que solicita un seguro.

En el análisis de riesgo automatizado mediante el canal directo es bastante diferente. Basado en los criterios que la empresa utiliza, el sistema es capaz de tomar una decisión rápidamente. En algunos casos el sistema le recomendará que un agente verifique los datos y, por lo tanto, la decisión se posterga.

En el entorno de seguros 'bajo demanda', esto no será posible ya que el propósito es tomar una decisión rápida en todo momento. Por lo tanto, tiene que operar en base a grandes cantidades de datos de un gran número de fuentes públicas y privadas.

“Las decisiones se toman automáticamente y a la velocidad del rayo sobre la base de los datos.”



9. CONCLUSIONES

En este libro hemos debatido una serie de desarrollos en el campo de la distribución de productos de seguros. Encontramos que:

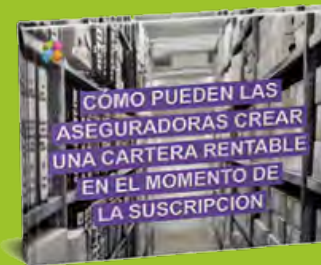
1. El asesoramiento personal (vieja escuela) todavía está muy vivo y se apoya cada vez más en la tecnología.
2. La importancia de la internet y la capacidad de solicitar un seguro y de informar un siniestro directa va a seguir aumentando.
3. Las aplicaciones móviles basadas en una tecnología altamente sofisticada son la nueva tendencia.
4. En cada uno de los canales, desde el punto de vista de la sociedad, pero sin duda también desde el de los consumidores, es indispensable la detección de fraude y análisis de riesgo automatizado.
5. Casi todas las empresas invierten en esta estrategia o (deben) hacerlo.

contact: marketing@friss.com



También te Puede Interesar

Cómo pueden las aseguradoras crear una cartera rentable en el momento de la suscripción



La mayor parte de las compañías de seguros se centran en el crecimiento de su cartera y menos en la calidad de la misma. Es importante tener una visión clara de los clientes potenciales antes de que entren en una cartera de seguros. Las aseguradoras deberán decidir qué cantidad de riesgo están dispuestas a asumir y deberán tener la capacidad de controlarlo de acuerdo con su perfil predeterminado de riesgo en cualquier momento.

Los ocho mayores desafíos para las aseguradores



El Sector Seguros se está modernizando rápidamente y de muchas formas. Este libro electrónico combina los principales desafíos en la lucha contra el fraude. Averigüe cuáles son esos desafíos y qué puede hacer para evitar problemas.