

GLI STRUMENTI DELL'INNOVAZIONE

Le scelte per l'assicurazione del futuro

relatore: Matteo Carbone, *Bain & Company Italia*

BAIN & COMPANY 

Le scelte per l'assicurazione del futuro

Matteo Carbone

Milano, 17 Marzo 2016

Software is eating the world

“Companies in every industry need to assume that a software revolution is coming.”

Marc Andreessen,
The Wall Street Journal 2011

Libri



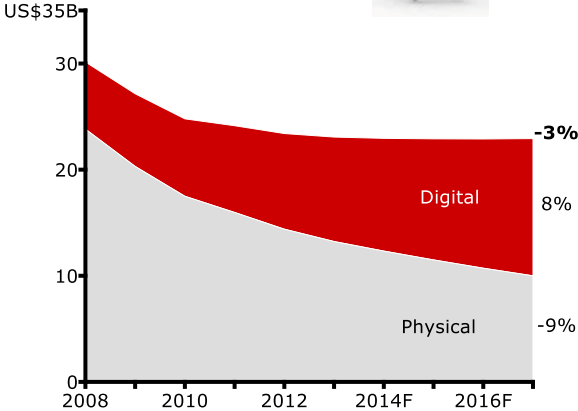
0%

Musica

Recorded music revenues (global)



CAGR
(08-17)



Viaggi



2%

Revenues from sale of printed books to decrease by ~25% over 9 years

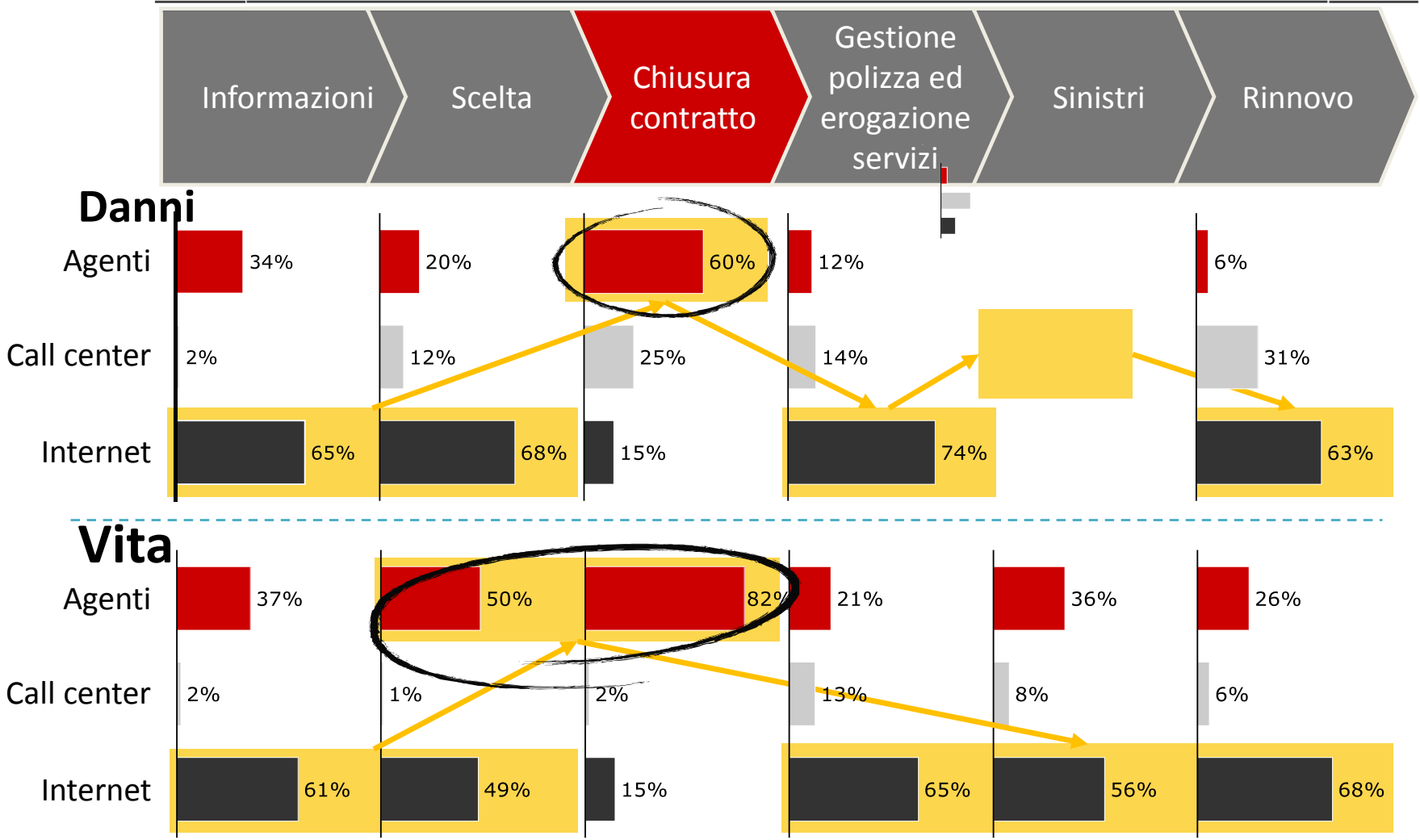
Revenues from physical recorded music sales to decrease by ~60% over 9 years

Traditional offline booking revenues to decrease by ~25% over 7 years

Fonte: Forrester; SNL Kagan Data Services; Expert interviews; pwc; WTM; Bain analysis

L'assicurazione è differente?

CANALI PREFERITI LUNGO L'INSURANCE CUSTOMER JOURNEY



Fonte: Progetti Bain, Consumer Survey Germany, considerati solo clienti che dichiarano un utilizzo di canali digitali in ambito FS

Il digitale sta cambiando il settore assicurativo?

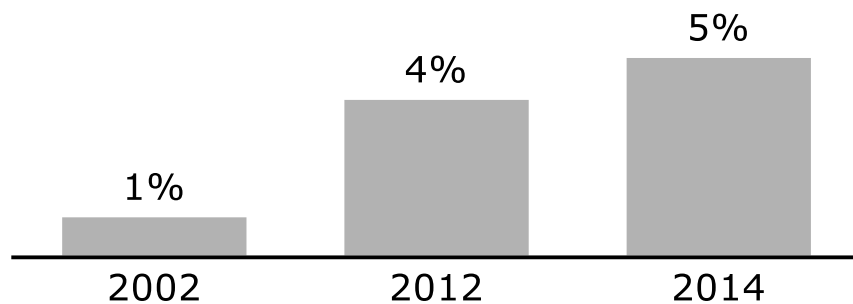
Mercato assicurativo italiano



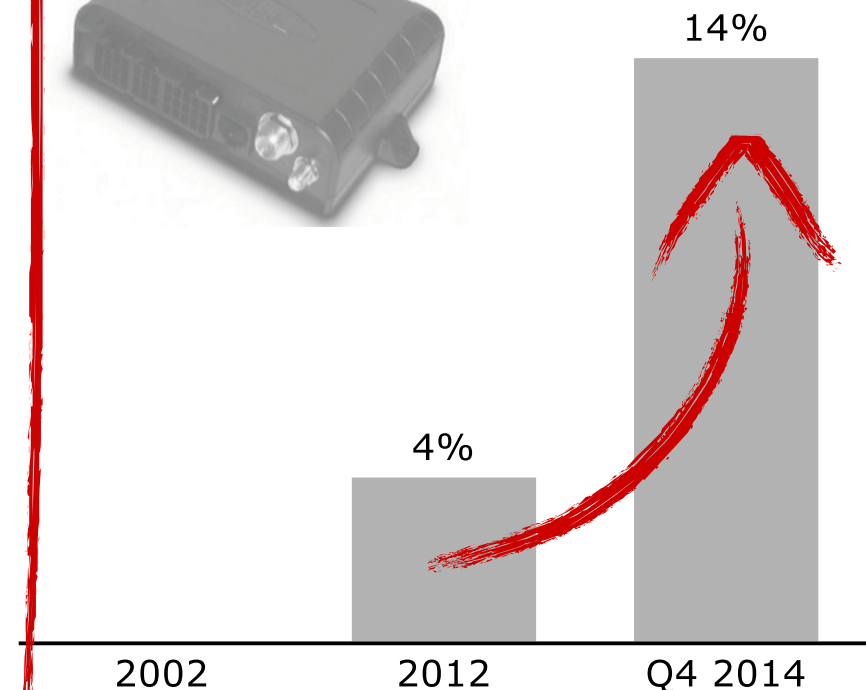
PENETRAZIONE ONLINE SU TOTALE PREMI AUTO



**80% DEL MERCATO
CONTINUA AD
ESSERE
CONTROLLATO DAL
CANALE AGENZIALE**



PENETRAZIONE TELEMATICS SU TOTALE POLIZZE RCA



Fonte: Elaborazioni Bain su dati IVASS

Molteplici segnali concreti di innovazione stanno profondamente modificando il profilo del settore

ASPETTATIVE DEI CLIENTI

3 clienti su 4 si aspettano di poter avere un'interazione multicanale con la propria compagnia

STRUTTURA DEI PRODOTTI

Tokio Marine attraverso la partnership con NTT Docomo ha portato le polizze temporanee sullo smartphone

RUOLO DEGLI ECOSISTEMI

Comparatori di polizze auto sfruttano back-box open-source vendute direttamente ai consumatori (es. Mojio e Onsurance)

SERVIZI LEGATI ALLA POLIZZA

Medibank ha ottenuto in pochi anni +10% ricavi del business salute con servizi wellness e medici collegati alla polizza

Is the software eating the insurance?

InsurTech map

Awareness

Choice

Purchase

Use

financeAds
RISK APP
NAVERA
VIRADO
BeneStream

Aggregators

ValChoice
Goji policybazaar Dralliance
bayzat AccuSure facile.it
ANIVO constructaquote.com

Underwriters

eagleeye ANALYTICS
BUGHT BY MANY VERACITY ID
connectomeX Analyze Re
QuanTemplate

Protect your bubble.com

Clover
krooodle
Kiseguro
CUVVA tröv
KASKO S.

Policy management

Knip
riskgenius cxa R

Services

QMap FinanceFox
oscar URGENTLY

Claims

pokitdok bh snapsheet
ClaimKit TYCHE PassportCard

Internet of things

MR&D roosta QUIETME Air insure the box Zobie carrot OCTO DIGITAL DRIVING PASS THE FLOOR MyDrive DRIVE SPOTTER DigitalTech INTERNATIONAL

P2P

Lemonade GUEVARA friendsurance insPeer

InsurTech: 2,64B€ investiti nel 2015

Insurance Tech Financing Trend 2011 - 2015



Fonte: CB Insights

L'innovazione non è un percorso semplice, ne lineare



Technology | Tue Feb 23, 2016 3:08am EST

Google is shuttering Google Compare: WSJ



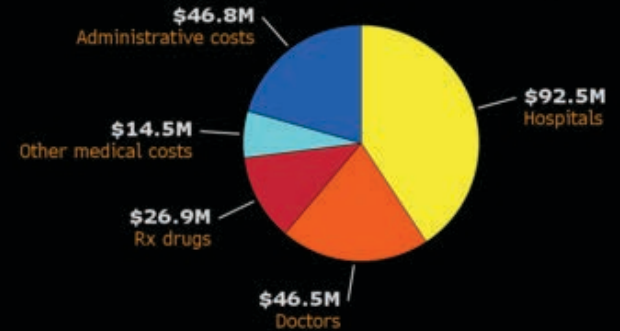
People are silhouetted as they pose with laptops in front of a screen projected with a Google logo, in this picture illustration taken in Zenica October 29, 2014.
REUTERS/DADO RUVIC

BloombergBusiness

Startup Oscar Posts \$105 Million Obamacare Loss in 2015

Where's the Money Going?

Oscar Health lost \$92.4 million in its New York health insurance business last year, even as it took in \$118.2 million in revenue. Here's a look at what it spent the money on.



Source: New York supplemental filing.
Note: Some spending is offset by reinsurance payments, which aren't shown.

Bloomberg

L'assicurazione del futuro

Insurance 1.0

- Trasformare l'attuale core business attraverso il digitale

DIGITALSM TRANSFORMATION



Insurance 2.0

- Re-imagination e reinvention di alcuni aspetti della value chain assicurativa

DIGITAL RE-INVENTION



Insurance 3.0

- Risk management a fronte di nuovi rischi: autonomous car, human genetic modification, viaggi spaziali commerciali

Integrated
DigitalSM
business
model

Crediamo che ci siano 4 pilastri prioritari su cui investire per la costruzione di un Integrated DigitalSM business model

1



Digitalizzazione processi

2



Omni-channel

4



Big Data & IoT

3



Cambiamento organizzativo

**Integrated
DigitalSM
business
model**

Connected insurance:

Soluzione assicurativa che prevede l'utilizzo di sensori per la raccolta di dati relativi allo stato di un rischio assicurato e della telematica per la trasmissione a distanza e gestione informatica dei dati raccolti

Ambiti di applicazione



Auto



Casa



Salute



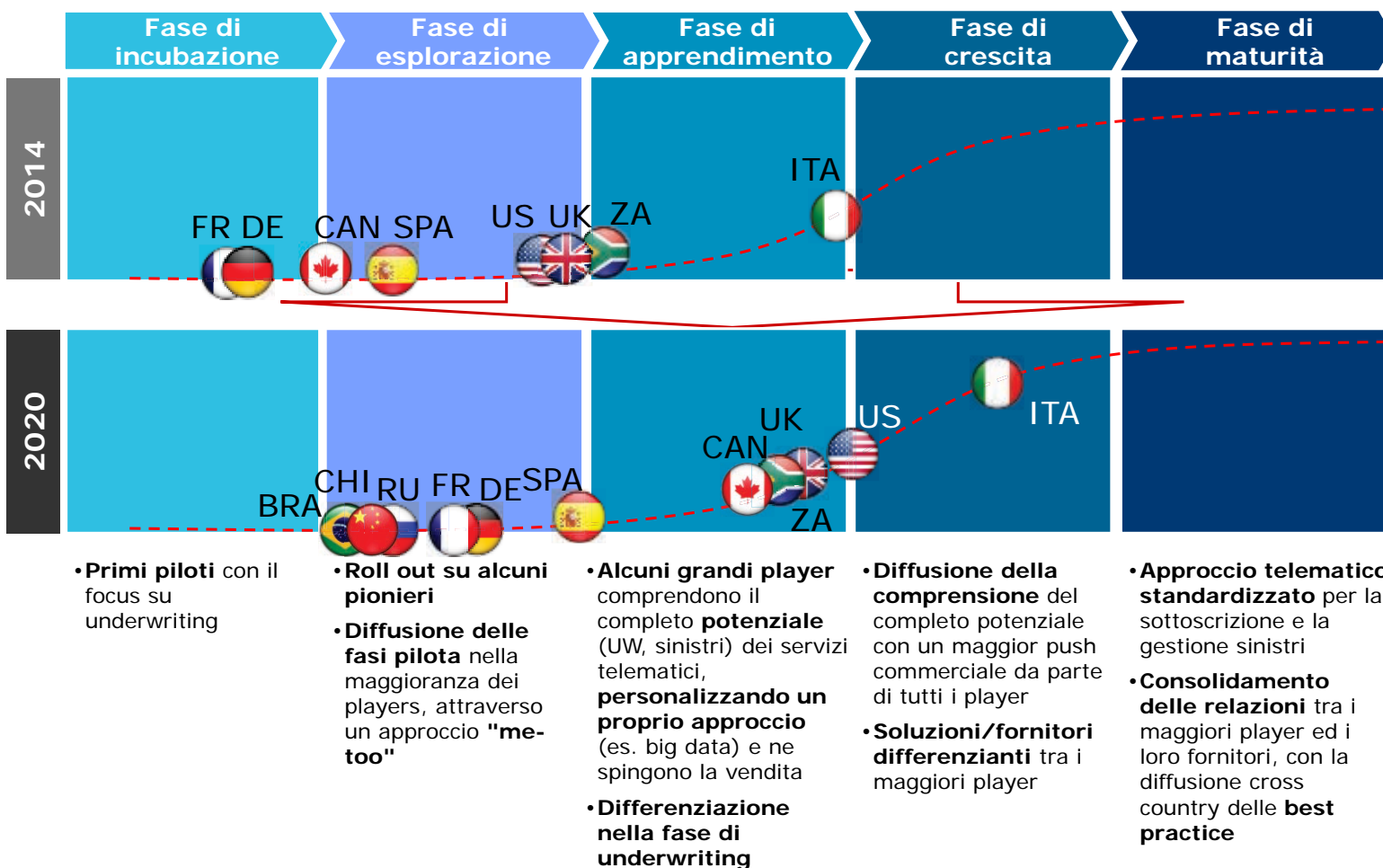
Vita



Rischi aziendali

Il connected insurance rappresenta un'eccellenza made in Italy

CONFRONTO MOTOR TELEMATICS CROSS COUNTRY



- 5 PRODOTTI HOME INSURANCE TELEMATICS GIÀ SUL MERCATO E 4+ PILOTI INCORSO

- 2 PRODOTTI HEALTH & PROTECTION INSURANCE TELEMATICS GIÀ SUL MERCATO E 3+ PILOTI IN CORSO

Insieme ad Ania abbiamo creato un Osservatorio sulla Connected Insurance con l'obiettivo di diffondere la cultura dell'innovazione nel settore assicurativo italiano

Connected insurance nell'auto: Perché adottare i telematics?

"Buongiorno Genio, sono un assicuratore"

"Come primo desiderio, vorrei le mie polizze fossero acquistate dai clienti meno rischiosi"

"Fatto! Ho aggiunto alla tua polizza una black box che scoraggia i più rischiosi"

"Grazie! Come prossimo desiderio vorrei ridurre il costo dei sinistri ed evitare le frodi, rendendo il mio portafoglio motor molto profittevole"

"Il tuo desiderio è realizzato, i tuoi liquidatori riceveranno real time la ricostruzione della dinamica del sinistro"

"OK Genio, come ultimo desiderio, vorrei trovare un modo per far pagare di più i clienti con comportamenti rischiosi, prima che facciano un incidente!"

"Ogni tuo desiderio è un ordine, hai un tariffa che aggiusta il premio sulla base dei comportamenti"

"Io sono il Genio della Lampada. Io realizzo 3 desideri che aiutano le persone nel proprio percorso di carriera"



I dati telematics consentono una migliore gestione del business auto

Fonte: From an Andrew Dart's article originally appeared in the Asia Insurance Review, September 2014 edition
Image: Courtesy from cliparts.co

La connected insurance è un approccio in grado di creare un valore sul conto economico e consentono di arricchire la relazione col cliente

• SELEZIONE DEL RISCHIO:

- **Acquisizione clientela meno rischiosa** con conseguente **riduzione intenti fraudolenti**
- Rafforzamento del **processo di underwriting**

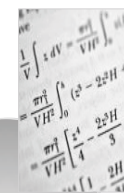
• LOYALTY E INDIRIZZO COMPORTAMENTI

- Sistemi di **loyalty basati sui comportamenti rilevanti**
- Incentivazione **comportamenti virtuosi**
- **Gamification**



• PRICING RISK-BASED

- **Pricing** basato su "quantità" e livello di esposizione al rischio



• LOSS CONTROL

- Intervento proattivo in caso sul **sinistro**, limitando l'esborso finale
- Informazioni "oggettive" per la gestione del sinistro



• SERVIZI...

- ...**informativi** legati alla polizza
- ...a valore aggiunto **per il cliente**
- ...**commerciali** mirati al **cross selling assicurativo** e di prodotti ecosistema



- **Loss prevention**

Strategy first: necessario definire una strategia che indirizzi l'innovazione

Quale obiettivo strategico si vuole raggiungere attraverso la connected insurance?

Strategia telematics

Come posizionare il prodotto all'interno della corrente gamma di offerta? Quale target di clientela?

Value proposition

- **Customer experience per quotazione e sottoscrizione**
- **Che approccio di pricing** introdurre alla sottoscrizione e al rinnovo?
- **Quali servizi e sistemi di loyalty** includere nel prodotto?
- Come valorizzare il **canale di comunicazione e interazione** con il cliente?

Hardware e macchina operativa

- **Che tipo di devices** consente di offrire la value proposition scelta
- Come evolvere i processi per **potenziare l'efficacia** delle funzioni aziendali più impattate (es. sinistri, attuariato e UW)?
- Quali devono essere gli elementi chiave della **nuova UX** coinvolgente ed entusiasmante
- Come valorizzare nell'offerta soluzioni di partner terzi?

È necessario declinare use cases della connected insurance adatti alle esigenze strategiche della singola Compagnia e del suo canale

Lack of a clear strategy

Qual è il principale ostacolo che sta rallentando l'adozione del IoT nel settore assicurativo?

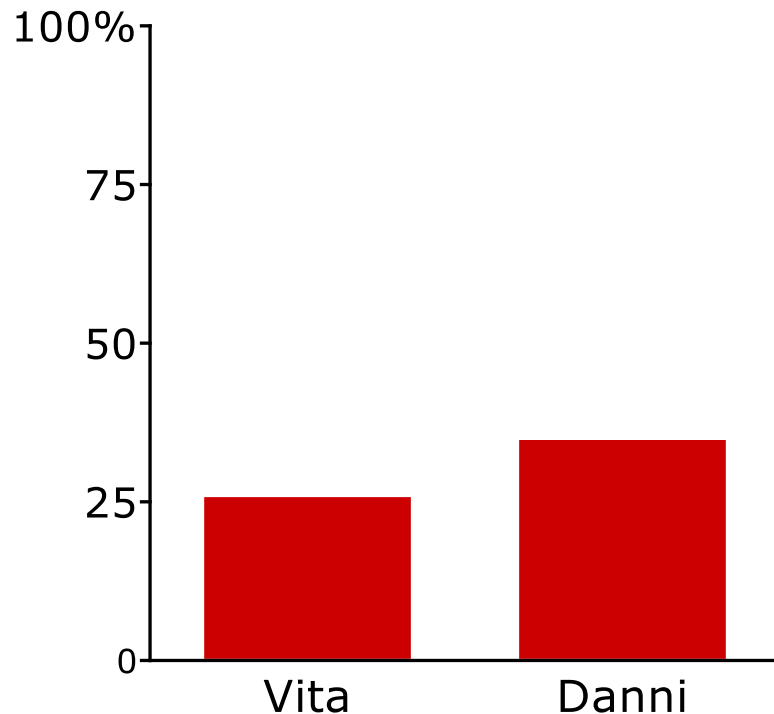


Fonte: FC Bunisess Intelligence

Dal nostro benchmark internazionale le Compagnie hanno mostrato importanti gap da colmare per affrontare la digitalizzazione

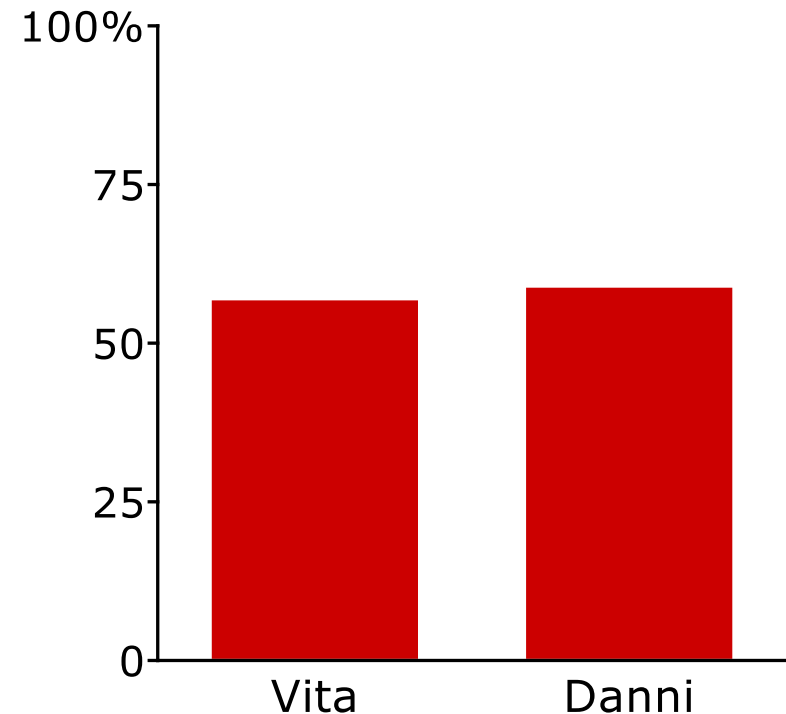
**~70% DELLE COMPAGNIE
NON È CONFIDENT DEL
PROPRIO PIANO DI
DIGITALIZZAZIONE**

% di compagnie assicurative
che dichiarano di avere un
piano solido di digitalizzazione



**~40% MANCA OGGI
DI 2 O PIÙ ELEMENTI
FONDANTI PER IL
CAMBIAMENTO DIGITALE**

% di compagnie assicurative che si
dichiara dotata degli elementi e strumenti
necessari al cambiamento



Matteo Carbone
Matteo.carbone@bain.it