

Kivel és hogyan kötünk biztosítást a jövőben?

Hibrid tanácsadás lesz a szerződéskötés kulcsa

A digitalizáció a biztosítási szektorban is egyre hatalmasabb szerepet tölt be: a szolgáltatók egyre több információt érhetnek el életmódunkról, vezetési stílusunkról, egészségügyi adatainkról, de akár hangvezérelt asszisztenssel is köthetünk szerződést. Vajon ez csak a kezdet, és a nem is olyan távoli jövőben robotokkal egyeztetve hozzuk meg életünk fontos pénzügyi döntéseit? Ez még egyelőre elképzelhetetlennek tűnik, egy azonban már most biztos: bármilyen új szolgáltatásra vágyunk, mindent és azonnal szeretnénk, illetve csak azért akarunk fizetni, amit valóban igénybe veszünk. Az Allianz Hungária a jelenben is nagy hangsúlyt fektet arra, hogy megismerje és meghallgassa ügyfeleit, a „Biztosítás 2030” nevű sorozatában most azt boncolgatja, hogy a biztosítótársaságoknak teljes paradigmaváltásra van szükségük, ha szeretnék elérni a maximális ügyfél-elégedettséget.

Adatok az ügyfélközpontúság szolgálatában

A biztosítási szektorra korábban leginkább az volt a jellemző, hogy a szolgáltatók igyekeztek minél jobban megjósolni a várható kockázatokat, baj esetén pedig minél hamarabb hatékony megoldást kínálni ügyfeleiknek. Ez azonban ma már kevés az átlag fogyasztónak, arról nem is beszélve, hogy a technológiai robbanásszerű fejlődésnek köszönhetően [egészen más kockázatokkal szembesülünk](#). A 21. századi ügyfél már egyszerre több csatornát is használ, miközben adatbiztonságot, hatékonyságot, minőséget, profizmust, egyénre szabott megoldást és személyes élményt vár el. Azaz a felhalmozódó adatokat sok esetben éppen az ügyfelek adják, cserébe viszont minél hamarabb szeretnék megkötni a szerződést, igénybe venni az adott szolgáltatást.

„Ha csak a káreseményekre gondolunk, korábban időigényes, bizonyos esetekben nehézkes is volt, míg minden információ beérkezett a biztosítótársaságokhoz. A technológia fejlődésével azonban ezek az időszakok lerövidülnek, hiszen az egyre fejlődő járműgyártás, a telemetrikus rendszerek, az épületérzékelők, az időjárászenzorok vagy az okoseszközök adott időben képesek valós információkat és adatokat továbbítani a biztosítók rendszerébe. Így a jövőben nem az a kérdés, hogy megérkeznek-e az adatok az ügyintézéshez, hanem mit kezdenek majd azokkal a szolgáltatók” – mondta Tóth Balázs, az Allianz értékesítési és hálózati irányítási igazgatója.

Nem véletlen tehát, hogy a legnagyobb biztosítótársaságok jelentős összegeket fordítanak működésükre: a legmodernebb technológiai fejlesztésekre, üzemeltetési folyamataikra és a vásárlói igények felmérésére - úgy általában a digitalizációra. Mindez nemcsak gyorsabb és hatékonyabb ügyintézészt eredményezhet, hanem személyre szabott biztosítási szerződéseket is lehetővé tesz a jövőben. A biztosítótársaságok elsők között vezették be a mesterséges intelligenciát is, hiszen hatalmas mennyiségű adatot kell kezelniük. *„Az ügyfélvisszajelzések egyébként mindig is kulcsszerepet játszottak folyamataink fejlesztésében és egyszerűsítésében. Az Allianz számára már csak azért is fontos meghallani „az ügyfél hangját”, mert tudjuk, hogy a termékeinkre és szolgáltatásainkra adott válaszaik segítenek az igényeik jobb megértésében”* – tette hozzá Tóth Balázs.

A jövő biztosítási ügynöke

Különösen a biztosítási szektorban nem lehet figyelmen kívül hagyni, hogy az adatok mögött emberek állnak, egyéni preferenciákkal, élethelyzettel, egészségügyi állapottal, egyéb sajátos körülményekkel. Persze lehet ma már biztosítást kötni interneten és applikációkon keresztül, illetve hangvezérelt asszisztenssel is, de Alexa, a GoogleHome vagy éppen a Homepad a célzott kérdéseken túl sosem vehetik át az adat- és kockázatelemzők szerepét. *„A chatbotok és virtuális asszisztensek jelentősége elsősorban nem egy életbiztosítás vagy egy nyugdíj-előtakarékosság megkötése előtt értékelődik fel. Kényelmességük és hozzáadott értékük miatt sokkal fontosabbak az uniformizálható biztosítási termékek esetén. Ennek a forradalmát láttuk az elmúlt években az utas-, lakás- vagy a gépjármű-biztosításokkal kapcsolatban, és látjuk most is az ezekhez kapcsolódó szolgáltatások esetében, mint amilyenek az egyre, kevesebb adatból dolgozó tarifálók vagy az automatizált kárbejelentő, kárfelmérő alkalmazások, melyek közül egyre több már az Allianz palettáján is megtalálható”* – összegzi az igazgató. A Z generáció 40 százaléka például kifejezetten elvárja a biztosítási tanácsadó segítségét

pénzügyi- és egészségügyi döntésekben¹, de az idősebb generáció is támaszkodik ilyen kérdésekben a szakértő meglátásaira. Az aktatászás, túlságosan rámenős biztosítási ügynökökről bennünk élő negatív sztereotípiák már rég nem helytállóak, a jövő biztosítási ügynöke pedig még inkább rugalmas, empatikus, problémamegoldó, aki képes az ügyfél minden preferenciáját és élethelyzetét figyelembe venni. *„Egy igazán jó biztosítási tanácsadó tehát képes az összes körülményre tekintettel lenni, és kiválasztani az ügyfél igényeihez leginkább passzoló, a szerződő számára legkényelmesebb, digitális folyamatokkal támogatott megoldást, majd ennek minden tulajdonságát képes az ügyfél számára érthető módon bemutatni”*. Amikor felvetődik tehát a kérdés, miszerint reális veszély-e, hogy a biztosítási szektort is a gépek és a robotika uralja majd néhány évtized múlva, a válasz egyértelműen a nem. Hiszen vannak olyan szempontok, amelyek megkerülhetetlenek a magas ügyfél-elégedettség elérésében. A „phygital” megjelenése azonban kialakíthat egy hibrid tanácsadást, amely tökéletesen illeszkedik az ügyfél igényeihez: a pandémia során megszokott kényelem, hogy mindent el lehet interneten intézni, velünk marad, de a nagy tudással és tapasztalattal rendelkező hús-vér szakemberek ezután is a biztosítási szektor részei lesznek.

A fix díjak korszaka lejárt?

A társaságoknak egy olyan rugalmas biztosítási ökoszisztémát kell kialakítaniuk, amelyben a digitalizáció fejlődésének és az új ügyféligényeknek is megfelelnek. A jövőben felértékelődnek az egyénre szabott biztosítási termékek, hiszen míg korábban a tulajdonos volt a szerződés fókuszában, a jövőben a felhasználó az, aki szabja a feltételeket, és csak azért szeretne fizetni, amit valóban igénybe vesz. Azok a biztosítótársaságok kerülhetnek ki nyertesnek az átalakuló rendszerből, amelyek megkezdtek a digitális transzformációt, fontosnak tartják a humán erőforrásuk átképzését, a szolgáltatások magas minőségét, kellő figyelmet fordítanak a kiberbiztonságra és felismerik, hogy a fix biztosítási díjak korszaka hanyatlóban van.

Sajtókapcsolat

Dorn Gabriella Csilla
Marketing és kommunikációs osztály
Allianz Hungária Zrt.
1087 Budapest Könyves K. krt. 48-52.
Mob.: +36 30 370 2048
e-mail: gabriella.csilla.dorn@allianz.hu

Zsámboki Olivia
Marketing és kommunikációs osztály
Allianz Hungária Zrt.
1087 Budapest Könyves K. krt. 48-52.
Mob.: +36 30 977 6755
e-mail: olivia.zsamboki@allianz.hu

¹https://www.ey.com/en_gl/innovation-in-insurance/six-megatrends-defining-the-next-wave-of-insurance