

HAMAROSAN MINDEN BIZTOSÍTÓBÓL INSURTECH LESZ LAMBERT GÁBOR INTERJÚJA MATTEO CARBONÉVAL, A NOVEMBER 7-I MABISZ KONFERENCIA KÜLFÖLDI VENDÉGELŐADÓJÁVAL

Lambert Gábor

ÖSSZEFOGLALÓ

Matteo Carbone a Connected Insurance Observatory, a biztosítási szektorral foglalkozó nemzetközi agytröszt alapítója és igazgatója. Nemzetközileg elismert, az innovációra szakosodott biztosítási stratégia. Világszerte tíz különböző piacon több mint száz ágazati szereplőnek adott tanácsokat, széles körű tapasztalatokkal rendelkezik az iparági és kereskedelmi tervezés, a növekedési stratégiák, az új kezdeményezések elindításának támogatása, a digitális stratégia fejlesztése és a biztosítási termékinnováció terén, valamint összeolvadási és felvásárlási ügyletekben.

SUMMARY

Matteo Carbone is Founder and Director of the Connected Insurance Observatory, an international think tank. He is internationally recognized as an insurance industry strategist with a specialization on innovation. He has advised more than 100 different players in ten markets around the world and has wide experience which includes set up of industrial and commercial plans, growth strategy definition and support in the start-up of new initiatives, digital strategy development, insurance products innovation and advice M&A deals.

Önt a nemzetközi sajtó az egyik legismertebb insurtech-gondolkodóként tartja számon. Kérem, magyarázza el, hogy tulajdonképpen mivel foglalkozik?

Valójában tanácsadóként dolgozom a biztosítás és a viszontbiztosítás világában, és elsősorban a „dolgok internete”, vagyis az IOT témáiban segítek biztosítócégeknek. Az insurtechet pedig jómagam úgy értelmezem, hogy a biztosítótársaságok a technológia előnyeit kihasználják stratégiai céljaik elérésére. Vagyis a közeljövőben minden biztosítóból insurtech lesz.

Nem ez az első jóslata. Visszatekintve mi az, ami a korábbi elméleteiből, elképzeléseiből már megvalósult?

Például annak tekintem, hogy Olaszországban ma már a gépkocsik húsz százaléka telematikai eszközöket felhasználva van biztosítva. Azt hiszem, hogy a jövőben ez az irány még inkább felgyorsul majd, miként azt már négy-öt éve is megjósoltam. Másik előjelzésem az volt, hogy a biztosítási iparág vezetőinek a technológiához való viszonya

gyorsan és lényegesen változni fog, és prioritássá lép elő. Ennek egyik igazolását látom abban, hogy most október elején a legnagyobb insurtech konferenciára Las Vegasban már 3800-an voltak kíváncsiak. Egy éve még csak 1200-an voltak jelen. Egyértelműen az volt a találkozó fő üzenete, hogy a biztosítóknak mozdulniuk kell, meg kell változtatni az ügyfelekkel szembeni eddigi megközelítésmódjukat. Meg kell tanulniuk, hogyan tudnak folyamatosan növekvő ügyfélélményt biztosítani, mert ha nem teszik meg, megteszi valaki más helyettük, ők pedig lemaradnak. De a fordulat jele az is, hogy egyre több társaságnál hoznak létre külön egységeket technológiai alkalmazások bevezetésére. Azt hiszem, hogy ennek az elmozdulásnak a cégvezetők a jövőben még inkább fel fogják ismerni a szükségességét.

Magyarországon eddig nem túl sikeres a kísérletezés a gépkocsikba épített és a vezetési magatartást figyelő telematikai eszközökkel. Mitől válik népszerűvé és sikeressé egy új technológia az egyik országban, mitől kevésbé a másikban?

Valóban, a biztosításban sincsenek egyenmegoldások, amelyek mindegyik országban alkalmazhatóak. Olaszországban a telematikai eszközök kifejezetten az olasz piacra lettek kifejlesztve. A magyar piacon is meg kell találni azokat az igényeket, kívánalmakat, amelyek alapján ki lehet dolgozni a sikeres termékeket.

Nem az az ok, hogy az olasz felelősségbiztosítási díjak nagyon magasak, van tehát miből jelentős kedvezményt adni a technika alkalmazásakor?

Az nem elég, hogy magas a díj. Mint a MABISZ konferencián tartott előadásomban is említettem, a kedvezmény csak egy módja annak, hogy megossa az ez által teremthető értékeket az ügyféllel – persze, ha a díj magas, nagyobb értéket oszthat meg. De Olaszországban egy átlag kgfb négyszáz euró, Amerikában pedig mintegy ezer dollár, ott mégsem olyan sikeres az új technológia.

Számos változatban bukkannak fel insurtechek a biztosításban. Melyik lehet a jövő legígéretesebb területe?

Azt hiszem, hogy „a dolgok internetében”, vagyis az IOT-ban, tehát a különböző érzékelők, szenzorok használatában nagy lehetőségek vannak. Ezek az értéklánc minden szintjén alkalmazhatóak, és minden biztosítói termékágazatban értéket tudnak teremteni. Lehet, hogy az áttörés nem egyik napról a másikra fog bekövetkezni, hosszú évek kellenek hozzá, de a biztosítók nem kerülhetik meg az IOT eszközök használatát. Termékcsoportokra lebontva pedig rövid távon az „okosautóra” tenném a voksomat. Középtávon bejönnek az „okoslakás” teremtette lehetőségek, hiszen egyes piacokon már most is óriási potenciállal vannak jelen. Máshol viszont még e téren a díjak túl alacsonyak ahhoz, hogy valóban ki lehessen használni a lehetőségeket. Hosszabb távon pedig egyértelműen az „okos egészségügy” nyithat óriási piacot a biztosítóknak.

Közben azonban a technológiai haladás, amely kezdetben a költségmegtakarítások

oldalán nagy előnyökkel kecsegtet, távlatosabb perspektívában sokak szerint ki is iktathatja a biztosítási termékeket. Nem tart attól, hogy az Ön által rövid távon pozitív példaként említett önjáró autók például egy idő után feleslegessé tehetik a kgfb-t?

Az önjáró kocsik kora eljön ugyan, de lassabban, mint azt ma sokan gondolják. Szinte hetente folytatok vitát azokkal a szakértőkkel, akik azzal próbálják ijesztgetni a biztosítókat, hogy tíz éven belül eltűnnek az autóbiztosítások. Szerintem hosszabb idő kell ahhoz, hogy az önjáró autók érzékelhető tételt jelentsenek a biztosítók bevételeiben. De még ha ez be is következik, akkor is egyidejűleg új lehetőségeket, termékeket hoz majd magával, például kiberbiztosításokat lehet majd kötni. Azt hiszem, a változásokkal párhuzamosan a biztosítók, ha akarják, fognak találni új bevételi forrásokat.

Az, hogy a mesterséges intelligencia egyre olcsóbbá és hozzáférhetőbbé válik, veszély vagy előny lehet az iparág számára?

A mesterséges intelligencia fejlődése mindenképpen kedvező a biztosítói szektor számára – akkor, ha a társaságok megtanulják kihasználni azokat a lehetőségeket, amelyekkel dolgozóik hatékonyságát tudják majd növelni. A fő kérdés ugyanis nem az lesz, hogy egy-két dolgozó költségeit ki lehet-e váltani ennek segítségével, hanem az, hogyan lehet jobban felmérni és beárzni a kockázatokat, hatékonyabban kezelni a kárigényeket. Nem az adminisztratív költségek csökkentése tehát a mesterséges intelligencia elsődleges prioritása, hanem a döntési folyamatok hatékonyabbá tétele.

A biztosítók számára erősödő kényszer, hogy újítsanak, ha nem akarnak lemaradni, ugyanakkor a piac egyre telítettebb és áttekinthetlenebb. Mi lehet a legjobb stratégia, hogy egy társaság a növekedéséhez szükséges legjobb technológiai megoldásokat megtalálja?

Azt hiszem, arra kell törekednie minden biztosítónak, hogy gyorsan reagáljon, és minél több újdonságot próbáljon ki. Rossz az a megközelítés, amikor sokáig gondolkodnak valamin, és utána szép lassan akarják megvalósítani. Ma gyorsan kell lépni, bele kell vágni az új kipróbálásába, és menet közben eldönteni, hogy mi az, ami működik, mi az, ami nem. Azután arra kell koncentrálni az erőket, ami működik, azt kell továbbvinni.

Közben azonban az insurtechek is sok mindennel kísérleteznek. A legtöbben közülük valamely részterületen járulnak hozzá a hagyományos üzleti modell fejlesztéséhez és megújításához, de vannak, amelyek nyílt kihívást intéznek a status quónak, és azt állítják, hogy idővel kiszorítják a jelenlegi piaci szereplőket. Ön szerint a feltörekvő technológiai vállalatok számottevőbb piaci részesedést hasíthatnak ki anélkül is, hogy együttműködnének a hagyományos társaságokkal?

Ezt nem tartom fenyegetésnek. Ne felejtsük el, hogy egy új kihívónak sok pénzébe

kerül, amíg egyáltalán meg tud kapaszkodni a biztosítások világában. Az akvizíciós költségek az újak számára ijesztőek. Ugyan nem lehet kizárni a sikeres piacra lépést, de ez nagyon nem könnyű. Az sem látszik ma még, hogyan tudnának egy fenntartható üzleti modellt vagy üzleti tevékenységet kialakítani a biztosítási kockázatok újszerű megközelítésével. Márpedig ez a két szempont meghatározza a piacra lépési és a benmaradási kondíciókat.

Nem is lát jelenleg ígéretes insurtech vállalkozást?

De, csak inkább olyanokat, amelyek együttműködésre törekednek a hagyományos szereplőkkel, és az értéklánc egy-egy meghatározott területén kínálnak új megoldásokat. Egy ilyen insurtechbe magam is befektettem azon a területen, ahol a legnagyobb lehetőségeket látom. Mesterséges intelligenciát használunk az értékesítésben. Miért van ebben nagy lehetőség? Mivel úgy gondolom, hogy a jövőben visszaszorul a humán interakció, és nehezebb is lesz felkelteni az emberek figyelmét. A bróker vagy az ügynök számára bonyolultabbá válik a termékértékesítés, mivel az úgynevezett személyes védelmi ingerküszöb magasabb lesz. A mesterséges intelligencia viszont hatékony eszköz lehet ennek lejjebb vitelére.

Európában az egyre szigorodó szabályozás a pénzügyek területén nem jelent-e versenyhátrányt Amerikával szemben?

Nekem erről sajátos véleményem van. Egyrészt az olyan új átfogó szabályozások, mint például a májusban életbe lépő adatvédelmi rendelkezések, a GDPR, nem feltétlenül kell, hogy akadályt jelentsenek a biztosítók technológiai megújulásában. Éppenséggel rákényszerítheti a társaságokat, hogy megtanulják jobban kihasználni az adatgyűjtéssel és feldolgozással kapcsolatos technológiákat, hogy a későbbiekben valóra tudják váltani az ebben rejlő lehetőségeket. Én egyébként úgy ítélem meg, hogy Európában minden gyorsabban zajlik, mint az Atlanti-óceán másik partján. A biztosítókat érintő döntések is gyorsabban születnek meg, és azok végrehajtása is gyorsabban megy végbe, mert Európában a különálló országoknak meglehetősen széles körű a függetlenségük. Ezzel szemben Amerikában van ötven szövetségi állam, amelyek mindegyikén sokkal nehezekebb, lassabb áttolni valamit.

Mindezek alapján hogyan látja az iparág jövőjét ötéves távlatban?

Úgy gondolom, hogy az elkövetkező öt évben sokkal több olyan biztosító lesz, amelyik kiemelten használja a technológiát a stratégiai céljai eléréséhez. Továbbá annak segítségével belülről próbálnak kifejleszteni olyan folyamatokat és képességeket, amelyekkel még jobban tudják majd növelni a hatékonyságukat.