

Datarevolusjonen og bruk av ny teknologi i Skadeforsikring

Karl Ove Aarbu

Data, maskinlæring og AI må ta utg pkt i kundebehovet



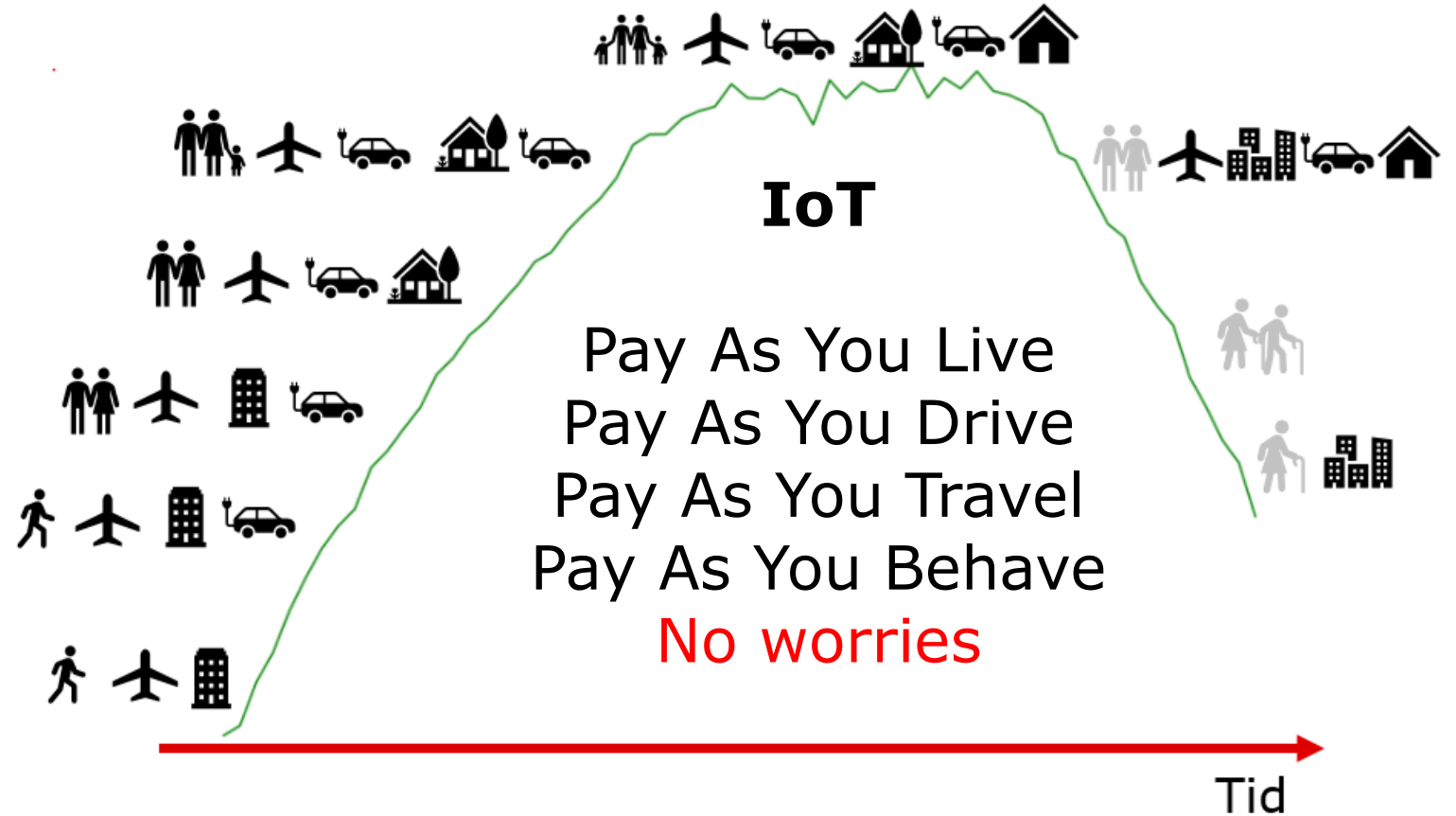
- Alt vi gjør har en effekt på kunden:
 - Alt kan gjøres mer effektivt
 - Alt kan gjøres mer presist
 - Alt kan gjøres mer konsistent
- Det handler om å maksimere verdien av kundereisen -- **CLTV**



Er dette fremtiden? «All Risk Always and Anywhere» (ARAA)



- Én forsikring
- Automatisk dekket ved en ny livshendelse (default)
- Dekninger skrues automatisk på og av (default)
- Realtidsprising av risiko - sensorer overalt
- Mobilen som bestevenn (om den ikke er det allerede)



Interessant kilde:

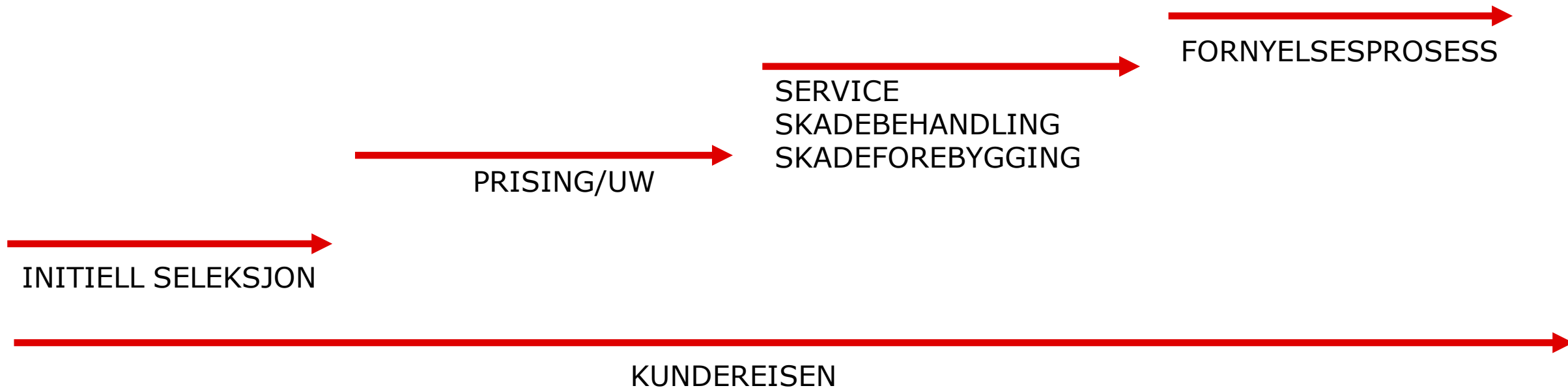
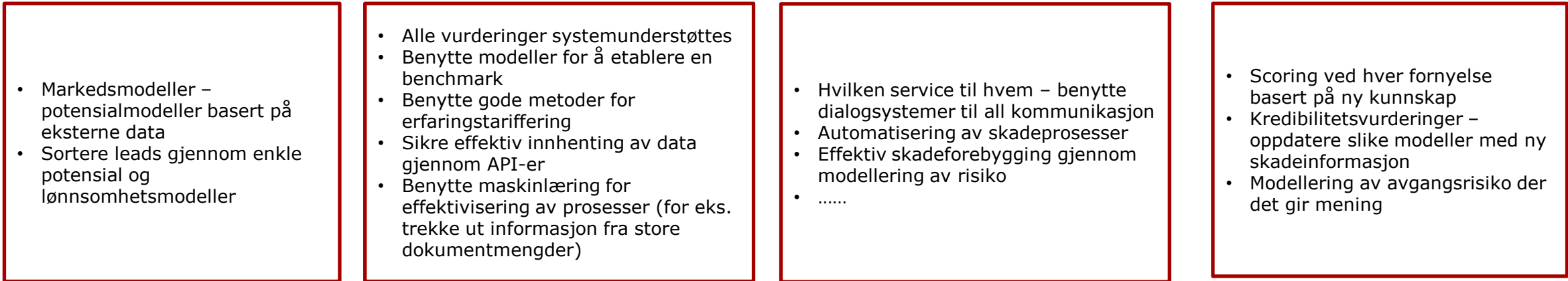
<https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurance-2030-the-impact-of-ai-on-the-future-of-insurance#>

Vi er ikke der enda – men beveger oss mot noe som likner

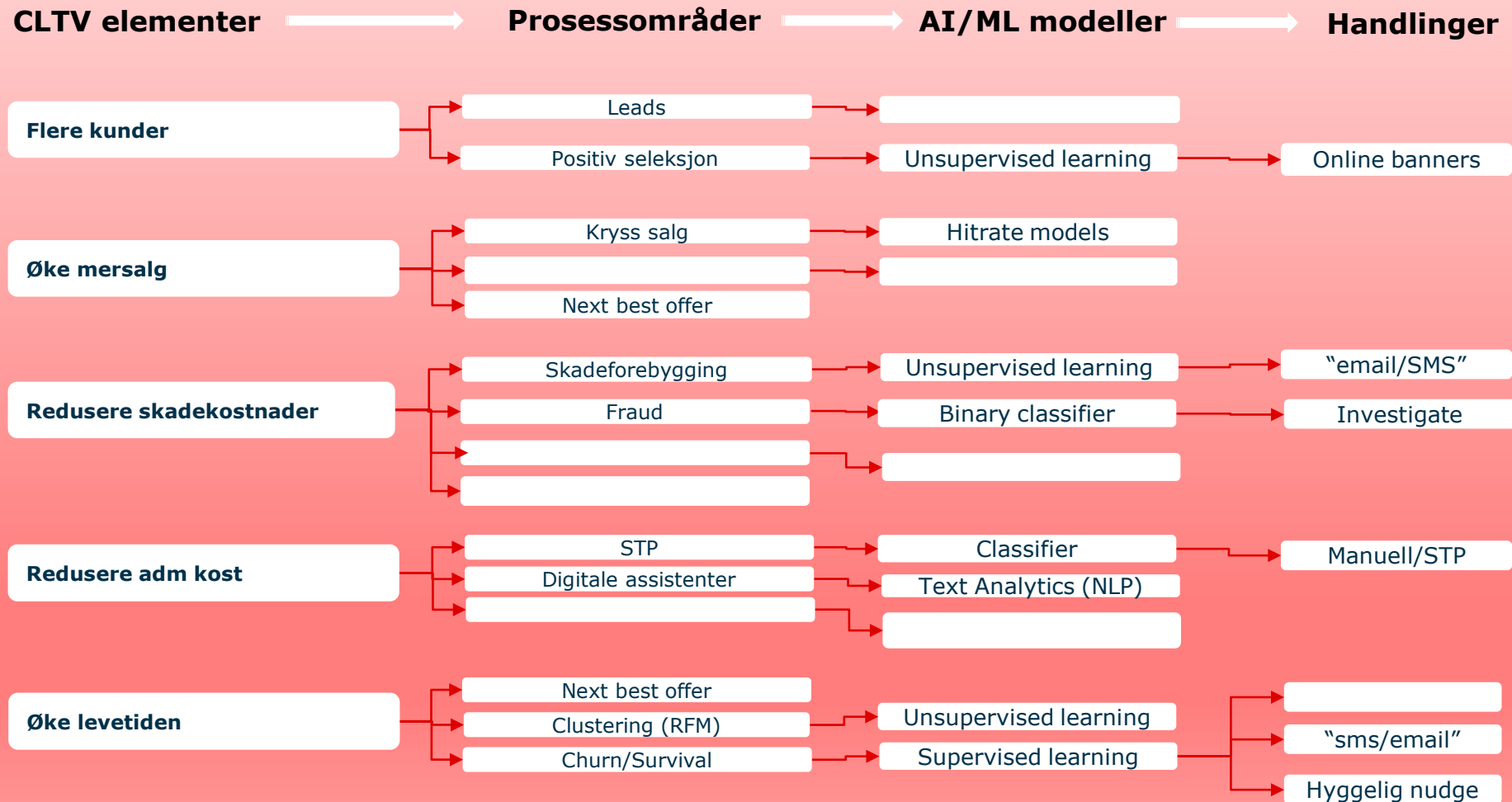
1. Vi kommer fra en analog verden
2. Handler om å digitalisere prosesser i skade, salg og service
 1. Mer kundevennlig
 2. Mindre kostnadskrevenende
 3. Betydelig mer intelligente
1. Krevende reise – det handler ikke bare om å digitalisere prosesser – det handler om å endre prosessene slik at de er både intelligente og lar seg understøtte digitalt.
 1. Således også en «kulturell» reise...



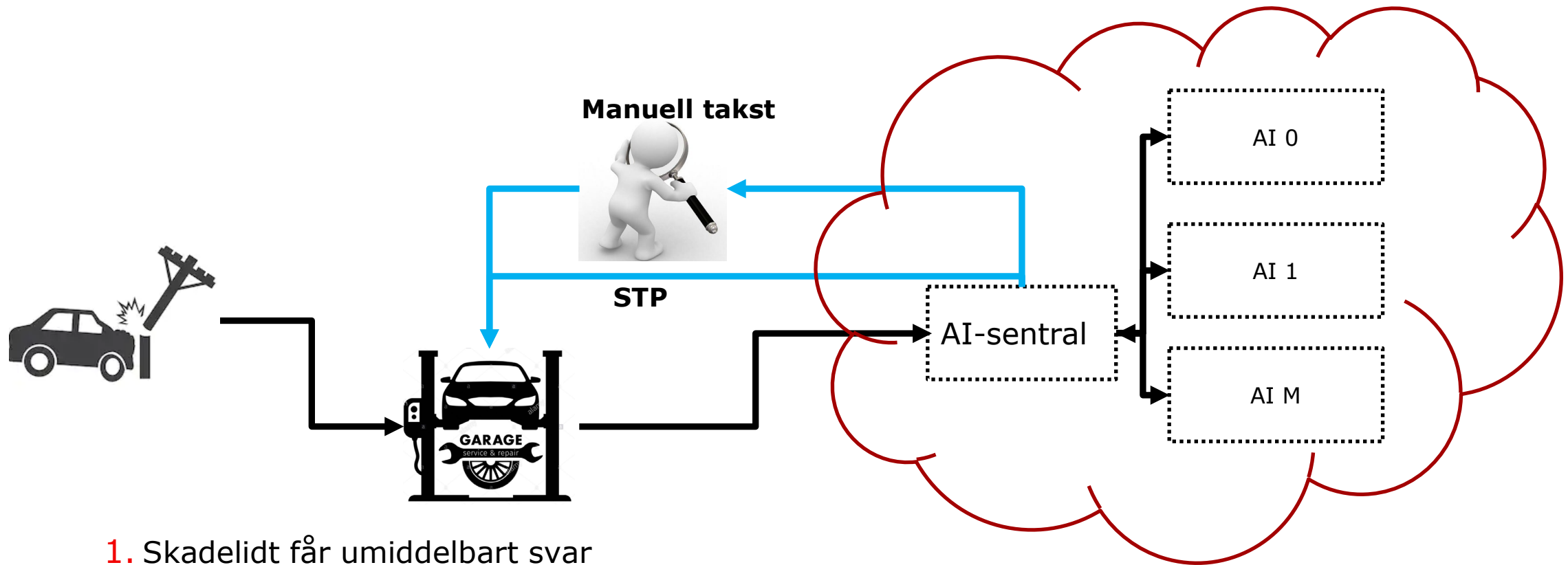
Prosesser som kan understøttes av data & analytics langs kundereisen



Broen mellom overordnet målsetting og handlinger



STP som et eksempel



1. Skadelidt får umiddelbart svar
2. I prinsippet kan en trene modeller on the fly
3. Løpende AB testing av modeller – åpner opp for exploit/explore strategi

GDPR, Personvern og etikk – hvor langt bør vi gå?



1. Data og teknologi setter i utgangspunktet ingen grenser
2. Men hvor langt bør vi gå?
3. Kan kostnader ved datasikkerhet og compliance begrense muligheter?
 1. Schrems II

?