

Rozwiązania analityczne w Towarzystwach Ubezpieczeniowych

Każdy kontakt z klientem jest szansą dla Towarzystwa Ubezpieczeniowego na zwiększenie wartości relacji z nim, a tym samym przychodów i rentowności Towarzystwa. Jak tego dokonać? Potrzebna jest wiedza o potrzebach klienta oraz przygotowana wcześniej – na wypadek zarówno zaplanowanego, jak i nieplanowanego kontaktu – oferta, najlepiej dopasowana do jego potrzeb.

Przeznaczenie

Dzięki Rozwiązaniom Analitycznym CRM, każdy obecny i przyszły klient Towarzystwa Ubezpieczeniowego posiada przypisaną mu listę produktów i ofert dopasowanych do jego potrzeb. W zależności od momentu złożenia oferty (cykl życia klienta) oraz rodzaju kontaktu (Contact Centre, kampania marketingowa, kontakt bezpośredni), spośród wszystkich pasujących do niego ofert, rekomendowana jest ta, która przyniesie najwyższy przychód lub zysk oraz wpłynie pozytywnie na jego lojalność.

Referencje

Takie rozwiązanie zorientowane na potrzeby klientów pozwoliło Towarzystwom Ubezpieczeniowym osiągnąć:

- 25–40 procentową redukcję kosztów marketingu bezpośredniego;
- podwojenie odpowiedzi na kampanie marketingowe i sprzedażowe;
- wzrost przychodów o 20 do 50 procent bez konieczności zwiększania zasobów lub zwiększania budżetu marketingowego.

Natexis Assurances, Towarzystwo Ubezpieczeniowe należące do Groupe Banque Populaire, wykorzystując rozwiązania analityczne firmy SPSS, zredukowało o 50% liczbę wysyłanych ofert w kampaniach sprzedażowych, osiągając jednocześnie 200% wzrost przychodów z tych kampanii. W załączonych materiałach referencyjnych znajdują Państwo więcej szczegółowych informacji na temat tego przedsięwzięcia oraz informacje o osiągnięciach innych wybranych Towarzystw w następujących obszarach:

- Winterthur Insurance (Hiszpania) – zapobieganie zrywaniam i nieodnawianiu z polis;
- Corona Direct (Belgia) – redukcja kosztów kampanii sprzedażowych o 30%, wzrost zysku na klientach długoterminowych o 20%;
- FBTO (Holandia) należąca do Grupy Eureka – redukcja kosztów marketingu bezpośredniego o 35%, wzrost odpowiedzi na kampanie o 40%.

Referencje te pochodzą z rynku zachodnioeuropejskiego, gdzie konkurencja firm ubezpieczeniowych jest wyjątkowo duża. Przywołujemy je, ponieważ chcemy zwrócić Państwa uwagę na innowacyjne rozwiązania, które dopiero zaczynają być stosowane w Polsce. Po otwarciu rynku ubezpieczeniowego TU muszą stawić czoło nowym wyzwaniom związanym z utrzymaniem obecnych i zdobywaniem nowych klientów, redukcją kosztów, zapobieganiu oszustwom i wielu innym zjawiskom. W tym celu powinny korzystać z doświadczeń, które mają w tym zakresie zagraniczne TU.

Dzięki naszej ofercie polskie Towarzystwa Ubezpieczeniowe mogą już

czepać korzyści z doświadczeń zagranicznych. Warto zauważyć, że efekty wdrożeń rozwiązań SPSS są imponujące. Ostatni raport audytorów Nucleus Research (badających zwrot z inwestycji we wdrożenia) informuje, że 94% spośród zbadanych firm, które wdrożyły rozwiązania analityczne SPSS, zanotowało pozytywny ROI w średnim okresie 10 miesięcy.

Cały raport jest dostępny pod adresem: <http://www.nucleusresearch.com/research/f31.pdf>

Technologia

Rozwiązania analityczne SPSS stosowane w Towarzystwach Ubezpieczeniowych można wdrożyć na podstawie dwóch metodyk:

- projekt wdrożenia rozwiązania w oparciu o oprogramowanie analityczne i data mining firmy SPSS oraz ich integracja z kanałami sprzedaży;
- projekt wdrożenia gotowych aplikacji analitycznych PredictiveMarketing, PredictiveCallCenter oraz PredictiveClaims i ich integracja z kanałami sprzedaży.

Metodyka

Rozwiązania SPSS dostarczają wiedzę, dzięki zaawansowanej analizie danych o klientach, działającej w tle.

Rozwiązania wykorzystują różnego rodzaju dane o klientach Towarzystwa:

- dane socjo-demograficzne;
- historia transakcyjna klientów: posiadane produkty, wysokość składek należnych, opłaconych, terminowość

opłacanych składek, odnawianie lub zrywanie polis, zgłaszane szkody, wypłacone odszkodowania, wykryte nadużycia ubezpieczeniowe, itp.

Dzięki zaawansowanym algorytmom analitycznym, system wydobywa z danych historycznych reguły przewidyujące zachowania zakupowe klienta, które są wykorzystywane do dostarczania w kanałach kontaktu najlepiej dopasowanych ofert sprzedażowych. Przewidywane jest również ryzyko zerwania lub nieodnowienia polisy oraz, na podstawie historii wykrytych nadużyć szkodowych, ryzyko wystąpienia nadużycia.

Dodatkowo rozwiązanie SPSS PredictiveClaims zawiera zbudowane na podstawie doświadczeń wielu Towarzystw Ubezpieczeniowych reguły wykrywające nadużycia szkodowe, które na etapie wdrożenia są dopasowywane i modyfikowane pod kątem polityki i doświadczeń Towarzystwa.

Zapraszamy do kontaktu z SPSS Polska. Przekażemy Państwu informacje dotyczące wdrożonych przez nas rozwiązań, zwiększających wartość klienta Towarzystwa Ubezpieczeniowego. Z chęcią zaprezentujemy szczegóły naszej oferty.

Informacje o SPSS

SPSS od prawie czterdziestu lat dostarcza wiedzę i narzędzia, które pozwalają na efektywną realizację projektów badawczych. Dostarczamy rozwiązania z zakresu zarządzania relacjami z klientem (CRM) i business intelligence, które umożliwiają użytkownikom systemów SPSS bardziej dochodową współpracę z ich klientami. Narzędzia SPSS pozwalają scalać i analizować dane marketingowe, dane o klientach i dane operacyjne w obrębie najważniejszych branż na całym świecie – między innymi w telekomunikacji, ochronie zdrowia, bankowości, finansach, ubezpieczeniach, produkcji, handlu, badaniach rynku, administracji, edukacji i sektorze publicznym.

Poza centralą w Chicago (USA) SPSS posiada blisko 170 biur na całym świecie. W Polsce działamy od prawie piętnastu lat.

SPSS Polska zapewnia pełną informację o produktach SPSS, prowadzi kursy i szkolenia z zakresu analizy danych oraz obsługi i zastosowań programów SPSS. Użytkownikom zapewnia serwis i pomoc techniczną.

SPSS Polska Sp. z o.o.

ul. Raclawicka 58
30-017 Kraków
tel./faks 012.636.96.80
tel./faks 012.636.07.91
tel./faks 012.636.45.35
e-mail: info@spss.pl
www.spss.pl
www.analizadanych.pl
www.webmining.pl