



Nema više vremena za dremku

■ **Pandemija je mnogima bila ozbiljan poziv da se probude. Iz naše perspektive, nije stvar samo brzine, već je pitanje vizije. Mnogi osiguravači sprovode digitalizaciju sopstvenih procesa i oni mogu da sagledaju prilike koje im nove tehnologije nude**

Razgovarala: Lela Saković

“COVID-19 je naterao osiguravače da shvate potrebu ubrzanja digitalne transformacije i inovacija. Ne postoji više vremena za spavanje. Na kratak rok, osiguravači su fokusirani da brzo obave posao. *Insurtech* kompanije koje nude rešenja koja to omogućavaju, već ostvaruju rast prihoda.

Na duži rok, osiguravači su usmereni na digitalnu transformaciju i inovacije. Svesni su da im je u određenom momentu potreban „remont” odnosno da moraju da se ubrzaju kako bi odgovorili zahtevima klijenata. Posebno u digitalnoj eri, ljudi očekuju više od osiguravača. Osiguravači moraju da iskorače kako bi išli

u korak sa vremenom. Moraju da podrže svoje brokere i agente sa svim digitalnim alatima kako bi mogli da klijentima ponude sve vrste novih usluga jer pružanje samo pokrivača nije više dovoljno”, kaže Rodžer Prevereli, suosnivač najveće *Insurtech* konferencije DIA koja se održava u različitim gradovima..

■ U kojoj meri *Insurtech* kompanije mogu da preuzmu deo tržišta od osiguravača?

Veoma malo. Većina *Insurtech* kompanija nisu konkurencija osiguravačima već mogu da im nešto omoguće. Analiza DIA *Insurtech* baze podataka govori da je 80 odsto od 2000 tih kompanija širom sveta upravo takvo – oni imaju misiju da pomognu osiguravačima da unaprede performanse. Samo 20 odsto su zapravo konkurenti.

Dalje, istraživali smo upravo ovo pitanje poslednjih pet godina i samo jedan *Insurtech* je uspeo da uzme značajan deo tržišta. *InShared* je trenutno broj jedan osiguravač na holandskom tržištu u prodaji novih polisa za automobile. Njihov poslovni model se zaista razlikuje. Potpuno je digitalan i kada je racio šteta ispod 80 odsto vraćaju premiju ljudima koji nisu imali štete. Zamislite šta se desilo u periodu pandemije, kada su ljudi radili od kuće, nisu ni mogli da idu do brokera, manje su putovali, manje je bilo šteta. Bilansi još nisu objavljeni, ali *InShared* očekuje da je ostvario značajan rast tokom 2020.

■ Osiguravači su tradicionalne kompanije. Koliko se brzo menjaju i usvajaju sve ove promene?

Nedovoljno brzo, ali pandemija je ipak mnogima bila ozbiljan poziv da se probude. Iz naše perspektive, nije stvar samo brzine, već je pitanje vizije. Mnogi osiguravači sprovode digitalizaciju sopstvenih procesa i oni mogu da sagledaju prilike koje im nove tehnologije nude. Mnogi osiguravači i dalje imaju iste poslovne modele i posmatraju prihode kao datu stvar, dok im napredne tehnologije i novi zahtevi potrošača otkrivaju nove poslovne modele i potencijal za veće prihode.

■ U kom segmentu osiguranja vidite da ima najviše inovacija?

Inovacije zauzimaju prostor u svim segmentima osiguranja. Neko bi pomislio da su inovacije vodeće u automobilskom segmentu zbog telematike i UBI, ali mi mislimo da to nije slučaj. Većina telematik i UBI aplikacija su ograničene za još sofisticiranije preuzimanje rizika. Zamislite nove količine podataka koje dolaze od povezanih automobila što omogućava nove usluge, ali i prilike za prihode. U prošloj godini su i inovacije u zdravstvenom osiguranju eksplodirale. Zdravlje je značajnije nego ikad što svi znamo. I to se odmah reflektovalo na broj *Insurtech* inicijativa u ovoj oblasti koje uglavnom kombinuju smanjenje troškova zdravstvene nege i servise koji pacijentima olakšavaju dostupnost usluge.

■ Kakva su očekivanja u pogledu investicija u *Insurtech* tokom ove godine?

Pobednici DIA konferencije



Svake godine publika glasa za neki od *Insurtech* rešenja koja će imati najveći strateški uticaj. Na poslednjoj konferenciji onlajn DIA Prime Time izabrani su sledeći pobednici:

- „AirDoctor“ (Izrael) je razvio globalnu medicinsku mrežu kako bi se smanjili troškovi osiguravača i unapredilo iskustvo potrošača u putovanjima i zdravstvenoj usluzi u inostranstvu
- „Amodo“ (Hrvatska) kreirala je tehnološko rešenje koje omogućava osiguravačima da lansiraju digitalne proizvode
- „Cybercube“ (SAD) omogućava brokerima da razumeju sajber bezbednost i procene finansijske gubitke od sajber napada
- „GeoX“ (Izrael) je platforma koja daje informacije o imovini što omogućava adekvatno preuzimanje rizika, smanjenje troškova i povećanje rasta klijenata
- „Wakam“ (Francuska) je nova generacija rešenja za sve kanale distribucije: brokere, osiguravače, e-trgovine
- CCS (Holandija) je još jedna platforma za digitalno osiguranje
- „Grohe“ (Nemačka) pomaže osiguravačima da smanje troškove šteta od vode za više od 70 odsto
- „Swiss Re“ (Švajcarska) kreira rešenja koja omogućavaju bolje razumevanje auto rizika i tako njihovo prihvatanje čini pametnijim

Uradili smo istraživanje na ovu temu sa kompanijom „McKinsey“, intervjuisali smo više od 100 *Insurtech* lidera i inovatora u vezi sa njihovim očekivanjima. Bez izuzetka se očekuje da se investicije nastave. I dalje je dostupno dosta novca. Osiguravajuća industrija je jedna od najvećih na svetu, s druge strane nivo

Većina *Insurtech* kompanija nisu konkurencija osiguravačima već mogu da im nešto omoguće. Analiza DIA *Insurtech* baze podataka govori da je 80 odsto od 2000 tih kompanija širom sveta upravo takvo – oni imaju misiju da pomognu osiguravačima da unaprede performanse

digitalizacije je i dalje ograničen, tako da se očekuje da će nastaviti da investiraju. *Insurtech* kompanije moraju da budu sigurne da zaista odgovaraju stvarnim potrebama i da njihova rešenja imaju značajan uticaj na osiguravače. Takođe, mislimo da više šanse imaju oni koji su se već razvili dok bi startup kompanije mogle da imaju poteškoće u pronalazenju investitora.

■ Da li su neke zemlje u Evropi lideri u *Insurtech*?

Da i ne. S jedne strane primetili smo da velike zemlje sa multinacionalnim kompanijama podstiču razvoj *insurtech* zajednice. To se dešava oko Minhen, jer su tu sedišta „Munich Re“ i „Allianz“, kao i *Insurtech* „Hub Munich“ koji je značajan akcelerator. S druge strane, vidimo veoma specifične *insurtech* iz različitih zemalja koji preuzimaju liderstvo u određenim oblastima. Na primer, ono što BIMA iz Švedske radi u mikro-osiguranju, ili „Amodo“ iz Hrvatske u telematici ili „UiPath“ iz Rumunije u RPA. „UiPath“ bi mogao zapravo da postane sledeći *unicorn* (firma vredna milijardu dolara).

■ Kakvi su planovi za DIA konferenciju 2021?

Nadamo se da bismo se mogli videti uživo. Čujemo da postoji potreba za događajima u realnom prostoru. Zakazali smo veliki događaj u Minhenu u drugoj nedelji septembra, tokom „Oktobarfesta“. Držimo plačeve da se događaj održi.

Naša misija je da spojimo donosiocelu odluku u osiguranju sa liderima u *Insurtech* industriji širom sveta. To svakako nije ograničeno na fizičke konferencije. Lansirali smo DIA TV, koji je za nekoliko nedelja postao broj 1 video emiter o *Insurtech* i inovacijama u osiguranju sa više od 500 videa koje lako možete da pogledate. DIA TV ima sadržaj koji donosi ideje i pronalazi nove puteve za unapređenje biznisa – nešto poput Netflix. ■