



4.10.2018

Julkinen

Vakuutuslalla menossa digitaalinen muodonmuutos

Kirjoittaja: Mikael Lukjanov, analyytikko

- Maksutulo kasvussa globaalisti, muttei kaikkialla
- Digitalisaatiosta voivat hyötyä sekä palvelujen tuottajat että kuluttajat
- Analytiikka mahdollistaa nopean reagoimisen muutoksiin
- Uusia innovatiivisia tuotteita
- Miten vakuutustoiminta digitalisoituu Suomessa?
- Entä vakuutettujen etujen turva ja hyvä vakuutustapa?

Maksutulo kasvussa globaalisti, muttei kaikkialla

Koko markkinataloutta muovaava digitalisaatio alkaa näkyä myös vakuutuslalla. Kehitys on kuitenkin ollut moniin muihin toimialoihin verrattuna hidasta, koska vakuutuslalla on vakiintuneet toimintatavat ja raskaat organisaatorakenteet. Vakuutustoiminta on säänneltyä ja pääomavaatimukset vaikuttavat uusien potentiaalisten toimijoiden halukkuuteen tulla markkinoille. Vakuutuslalan digitalisaatiota ovat tutkineet laajemmassa mittakaavassa lähinnä johtavat konsulttiyritykset sekä vakuutuslalan valvojien ja yhtiöiden työryhmät, kuten EIOPA InsurTech Roundtable.

Vakuutusyhtiöiden maksutulo on maailmanlaajuisesti kasvussa. OECD:n mukaan 40 maata 43:sta raportoi maksutulojen kasvaneen joko henki- tai vahinkovakuutustoiminnassa vuonna 2017. Suurin markkina-alue USA raportoi lähes kolmen prosentin kasvua, henkivakuutuksen maksutulon kuitenkin laskiessa. Vahinkovakuutusliiketoiminta on onnistunut kasvattamaan maksutuloa selvästi henkivakuutusta paremmin globaalisti. Suomi on yksi kolmesta maasta, joissa maksutulot ovat supistuneet molemmilla sektoreilla. Vahinkovakuutussektorilla tämä selittyy lfin muuttumisella sivuliikkeeksi.

Liikevaihdon kehityssuunnasta ei olla yksimielisiä. Esimerkiksi McKinsey teki vuonna 2017 tutkimuksen, jonka perusteella digitaaliset teknologiat ovat supistaneet liikevaihdon kasvua eri toimialoilla keskimäärin 3,5 %. Liiketoiminta kasvaa edelleen, mutta aiempaa hitaammin. Yhdysvaltalaiset autovakuuttajat ovat menettäneet jo nyt viimeisen viiden vuoden aikana keskimäärin 4,2 mrd. dollaria vuodessa tuottoja. Tutkimuksen mukaan digitalisaatio aiheuttaa entistä suuremman hajonnan toimialan voittajien ja häviäjien välillä. Tehokkaasti digitalisoituneet yritykset kasvattaisivat liiketoimintaansa, mutta eivät kuitenkaan yhtä paljon kuin häviäjät menettäisivät sitä. Digitalisaatio edellyttää kalliita investointeja, minkä takia taloudellisesti vahvemmat yritykset pysyvät yleensä paremmin mukana kilpailussa. Toimialan sisäisen hajonnan seurauksena koko sektorin liikevaihto supistuisi ennen pitkää.

On vaikeaa arvioida vielä tässä vaiheessa, mikä on kehityksen lopullinen tulos. Asiakkaiden osalta vakuutusten hinnoittelu tehostuu ja saatavuus paranee. Vakuutusriskien toteutumista pystytään estämään paremmin ja ennakoimaan kehittyvän data-analytiikan ansiosta. Tosin jos vakuutuslala keskittyy, palveluntarjoajia on vähemmän. Data-analytiikka voi myös vaikuttaa haitallisesti tiettyjen asiakasryhmien vakuutusten saantiin.

Digitalisaatiosta voivat hyötyä sekä palvelujen tuottajat että kuluttajat

Viime vuosien kehitys on osoittanut, että asiakkaat haluavat digitaalisia vaihtoehtoja. Vakuutusten saatavuus sähköisten palveluiden kautta on valtaosalle asiakkaista joustavampaa verrattuna kivijalkamyymälöihin. Vakuutusyhtiöt pystyvät tarjoamaan tuotteita uusilla tavoilla ja räätälöimään niitä asiakkaan tarpeisiin.

Vakuutusyhtiöille digitaalisuuden yksi tärkeimmistä tavoitteista on liikekulujen karsiminen. Bain & Company arvioi, että tyyppillinen vakuutusyhtiö voisi säästää 15–20 % toimintakustannuksistaan seuraavan viiden vuoden aikana. Varsinkin vakuutuskorvausten käsittely ilman manuaalista työtä on kustannustehokasta. Digitaaliset prosessit ovat nopeampia ja niitä voidaan toteuttaa pienemmällä henkilöstöllä. Vakuutusten myynti perustuu asiakkaista kerättyyn dataan haastattelun sijasta, jolloin riskit voidaan tunnistaan paremmin.

Digitalisaatio johtaa painopisteen muuttumiseen riskienhallinnassa. Vakuutusyhtiöt keskittyvät todennäköisesti enemmän korvattavien tilanteiden ennaltaehkäisyyn erilaisilla sensoreilla. Tällöin varsinkin vahinkovakuutustapahtumien lukumäärän voidaan olettaa vähenevän. Jos vakuutustapahtumia on vähemmän, vakuutusyhtiöt eivät voi veloittaa vakuutusmaksuja samassa määrin kuin aikaisemmin, mikä johtaa matalampaan maksutulovolyyymiin. Yhdysvalloissa on arvioitu, että esimerkiksi itseohjautuvat autot tulevat laskemaan autovakuutusten hintoja merkittävästi. Toki myös vakuutuskorvausten määrä laskee. Vakuutusyhtiöt pystyvät mahdollisesti kompensoimaan maksutuloa esimerkiksi tarjoamalla itse asiakkaille sensoreita ja veloittamalla niistä säännöllisiä palvelumaksuja. Ristiinmyyntiä tullaan kuitenkin valvomaan sääntelyllä. Euroopan unionin sisällä aletaan 1.10.2018 soveltaa vakuutusten tarjoamisesta annettua direktiiviä, Insurance Distribution Directive (IDD). Direktiivissä ja kansallisessa laissa säädetään myös vakuutusten tarjoamisesta yhdessä toisen palvelun tai tavarankanssa eli ns. kytkykäupan kiellosta.



4.10.2018

Julkinen

Tietoturva on erittäin tärkeää vakuutusyhtiöille. Digitaalisin välinein voidaan kerätä tietoa aiempaa paljon tehokkaammin (esimerkiksi kuinka kauan ostoprosessissa kestää per asiakas) ja vakuutussopimusta varten hankittua dataa on mahdollista jalostaa analyttisesti pidemmälle. Vakuutusyhtiöt keräävätkin hyvin yksityiskohtaista tietoa asiakkaistaan. Tämä on vakuutusalan digitalisaation tärkeimpiä aiheita. Tietoturva-asetus (GDPR) on ajankohtainen ja uusi. Asetus rajaa entistä tarkemmin henkilötietojen keräämistä ja käyttöä. Tällä on vaikutusta vakuutusyhtiöiden toimintaan riskiarvioista hinnoitteluun. Henkilötietojen käsittely sisältää aitoja riskejä. Tietojen vuoto rikolliseen käyttöön on yksi skenaario, mutta toisaalta muidenkin taloudellisten riskien ja maineriskien realisoidumisen ehkäisemiseksi yhtiöiden on oltava tietoisia siitä, mitä tietoja saa kerätä ja mihin tarkoitukseen niitä on laillisesti lupa käyttää.

Analytiikka mahdollistaa nopean reagoimisen muutoksiin

International Data Corporation teki vuonna 2016 Euroopassa kyselyn, jonka perusteella noin puolet vakuutusyhtiöistä käyttää ainakin jossain liiketoiminnossaan big dataa ja analytiikkaa. Vakuutusyhtiöiden data on ollut perinteisesti matemaatikoiden käytössä, eikä sitä ehkä ole hyödynnetty koko liiketoimintaprosessin läpi optimaalisella tavalla sääntelyn sallimissa puitteissa. Boston Consulting Group arvioi omassa julkaisussaan globaalin datan määrän 44-kertaistuvan vuodesta 2009 vuoteen 2020. Jotta vakuutusyhtiöt pysyvät kehityksessä mukana ja turvaavat kannattavuutensa tulevaisuudessa, tämä johtanee merkittäviin muutoksiin toimintamalleissa.

Digitaalisen vakuutusyhtiön voi olettaa reagoivan nopeammin moniin muutoksiin kuin perinteinen vakuutusyhtiö. Ideaaliosassa tilanteessa tulevaisuuden vakuutusyhtiö käyttää dataa tehokkaasti ja vastuullisesti koko liiketoiminnassaan. Myyntikanavan kautta saadaan asiakkailta dataa kysynnästä, tarpeista ja käyttäytymisestä. Vakuutusyhtiö voi hyödyntää kerättyä tietoa sisäisiä toimintoja varten sille säädettyissä rajoissa. Asiakkailta saatu data tulee vaikuttamaan siihen, miten tuotteet rakennetaan, hinnoitellaan ja miten vakuutuskorvausten käsittelyyn tarvittavat resurssit optimoidaan.

Analytiikalla löydetään tietokannasta erilaisia johdonmukaisuuksia, joiden avulla voidaan tehostaa tuotekehitystä, jakelua ja markkinointia sekä kohdistaa ne oikein. Vakuutusten merkintä kehittyi tekoälyn avustuksella, mikä muuttaa aktuaaritoiminnon työtä, auttaa osaltaan minimoimaan virheitä ja kuluja. Vakuutuskorvaukset voidaan suurelta osin käsitellä täysin automatisoidusti, vaikka asiantuntijan arviota tarvitaan jatkossakin hankalissa tapauksissa eikä ihmisen työpanos häviää kokonaan. Koneoppimisen kautta tietokone osaa tunnistaa yhä tarkemmin ongelmatilanteet ja jopa mahdolliset vakuutuspetokset. Tätä dataa voidaan käyttää vakuutus tuotteiden myynnissä, josta saatava uusi tieto tehostaa jälleen yhtiön muita toimintoja. Optimaalisesti toimiva järjestelmä siis kehittää itse itseään.

On todennäköistä, että digitaalisuus tuottaa myös monia uusia haasteita, kuten tietojärjestelmien luotettavuuteen liittyvät aiempaa vakavammat ongelmat tai riittävän dataosaamisen puuttuminen organisaation sisällä. Yhteistyötä muiden palvelutuottajien kanssa on vakuutusyhtiöiden osalta säännelty. Lainsäädännöllä on haluttu varmistaa riittävä riskien hallinta myös ulkoistettujen toimintojen osalta.

Suurin osa back office -digitalisaatiosta on toistaiseksi ollut jo olemassa olevien prosessien muuttamista automaattiseen muotoon. Käytössä on esimerkiksi chatbotteja (automaatioitu asiakaspalvelu), tekoälyä sekä pilvipalveluiden hyödyntämistä nopeasti ja kustannustehokkaasti. Esimerkiksi Blockchain-teknologia ja Peer-to-peer (P2P) -vakuutusratkaisut ovat nousseena vahvasti esille. EIOPA käsittelee aiheet mm. vuoden 2017 Insurtech Roundtable -raportissaan. Blockchain eli lohkoketju mahdollistaa suurten tietokantojen rakentamisen pilkottuina paloina, joita voidaan käsitellä maailmanlaajuisessa jaetussa verkossa. Lohkoketju parantaa datan käsittelyn tehokkuutta ja tietoturva. Myös pankkipuolella tätä teknologiaa kehitetään innokkaasti eteenpäin. P2P eli vertaisvakuutus järjestellee asiakkaita vertaisryhmiin erilaisten kriteerien perusteella. Vakuutusmaksut ja korvaukset jaetaan ryhmässä, ja koko prosessi toimii digitaalisesti. Tavoitteena on hyödyntää skaalaetuja. On ollut keskustelua siitä, onko P2P-vakuutus varsinaisesti vakuutus ollenkaan. EIOPA kuitenkin käyttää edelleen termiä Peer-to-peer insurance. Toimijoiden kumppanina on toistaiseksi ollut perinteinen toimiluvallinen vakuutusyhtiö, mutta uudet halukkaat toimijat ovat jo luoneet haasteita toimilupien määrittelyn näkökulmasta.

Uusia innovatiivisia tuotteita

Digitalisaatio mahdollistaa monenlaisia uusia vakuutus tuotteita. Tällaisia ovat esimerkiksi mobiiliin kautta tarjottavat mikro-vakuutukset, jotka maksavat vain joitakin euroja ja joita tarjotaan suurille massoille. Tietoturvan korostuminen liiketoiminnassa voi johtaa uudenlaisten kybervakuutus tuotteiden tuloon markkinoille. Digitaalisesti on myös helpompaa rakentaa vakuutuksia, joiden korvaukset perustuvat esineen tai palvelun käyttöasteeseen eikä esimerkiksi tavarankorvautumiseen. Autovakuutukset voidaan hinnoitella ajettujen kilometrien mukaan tai tuotevakuutukset tuotteen käyttöä perusteella. Lisäksi sairausvakuutuksia voidaan rakentaa modulaarisesti, ja asiakas voi itse suoraan valita sairaudet jota vastaan haluaa vakuuttaa itsensä.

Vakuutuksia voidaan integroida digitaalisiin palveluihin ja harjoittaa ristiinmyyntiä erilaisten palveluntarjoajien kanssa, tosin vakuutus toimijoille asetettujen toimialarajoitusten puitteissa. Hyviä esimerkkejä ovat kiinteistövälityksessä tarjottavat kotivakuutukset tai perintösuunnittelussa tarjottavat henkivakuutus tuotteet. Tässä tapauksessa tuote itsessään ei välttämättä muutu, mutta sen jakelu ja esitystapa toteutetaan uudella tavalla. Kytkykaupan esto ja asiakkaan riittävä informointi ovat toki huomioitava.



4.10.2018

Julkinen

Innovatiivisten ratkaisujen toteuttamisessa yhtenä tekijänä saattaa olla vakuutusyhtiöiden halukkuus tehdä yhteistyötä johtavien IT-talojen ja startup-yritysten kanssa, koska yhtiöiden sisäinen kehitystyö vaatii paljon resursseja. ”Insurtech”-yritykset eli vakuutusalan startup-yritykset tuovat usein ratkaisuja johonkin perinteisen liiketoiminnan osaan, eivätkä yleensä tarjoa itse koko palvelupakettia. Insurtech-markkina on selvästi Fintech-markkinaa pienempi johtuen toimialan rakenteesta. Selvästi suurin huomio on kohdistunut vakuutusten jakelukanavien uudistuksiin. Varsinainen tuotekehitys on jäänyt toistaiseksi vielä melko vähälle huomiolle, mutta tulevaisuudessa on odotettavissa kehitystä sielläkin. Insurtech-investoinnit ovat tällä hetkellä lontoolaisen FinTech Globalin mukaan noin kahden miljardin dollarin vuositasolla. Kasvu ei ole ollut tasaista johtuen yksittäisistä suurista investoinneista. Kymmenen suurinta investointia muodostivat puolet kaikista investoinneista vuonna 2017.

Miten vakuutustoiminta digitalisoituu Suomessa?

Digitaalinen muutos on jo alkanut Suomessa, mutta kypsyminen vie vuosia. Paljon työstä tapahtuu vakuutusyhtiöiden sisällä, joten kaikki ei näy heti asiakkaalle. Suuret finanssitavaratalot hyötynevät siitä, että niillä on paljon dataa ja laaja asiakaspohja. Asiakkaan kokonaisasioinnin perusteella tarjotaan usein ristiin pankki- ja vakuutus tuotteita. Vakuutusyhtiölaki sallii asiakastietojen jakamisen korvausasian hoitoa, vakuutus sopimuksen tekemistä ja vakuutusliikkeen harjoittamisen kannalta tarpeellisten muiden tehtävien hoitamista varten konsernin sisällä, ellei kyseessä ole arkaluonteiseksi määritelty tieto (VYL 30.luku 3. mom). Finanssikonserneilla on myös riittävät resurssit toteuttaa kattavia tietoteknisiä hankkeita. Uusia toimijoita voidaan kuitenkin mahdollisesti odottaa vakuutusmarkkinoille. Lisäksi suuret IT-jätit kuten Google ja Amazon ovat mahdollisesti kiinnostuneita aloittamaan vakuutusliiketoiminnan Euroopassa.

Toistaiseksi digitaalisuus on näkynyt asiakkaille lähinnä jakelukanavassa. Vakuutus tuote on sama, mutta sen saa ostettua suoraan netistä, eikä asiakkaan tarvitse missään vaiheessa tuotteen elinkaarta käydä palvelupisteessä. Kotimaan markkinoilla on kuitenkin lanseerattu jo joitakin uudenlaisia vakuutus tyyppejä ja muitakin uusia tuoteinnovaatioita voidaan todennäköisesti nähdä tulevaisuudessa.

Suomalainen kuluttaja on oppinut käyttämään monenlaisia digitaalisia välineitä, joten Suomi markkinana on varsin suotuisa digitaaliselle vakuutukselle. Meillä on maailman korkeimpiin lukeutuvat internetin ja älypuhelinien käyttöasteet ja olemme oppineet käyttämään esimerkiksi digitaalisia maksuvälineitä. Samoin olemme Euroopan kärkeä sähköisten pankkipalvelujen käytössä. Perinteisten palvelukanavien supistuessa on kuitenkin varmistettava, että kaikki asiakkaat saavat tarvitsemansa palvelun.

Digitalisaatio aiheuttaa suuria etupainotteisia investointeja, joten lähitulevaisuudessa vakuutusalan kannattavuus saattaa kärsiä tämän johdosta. Investoiminen on kuitenkin välttämätöntä, koska asiakkaiden puolelta tuleva kysyntä vaatii sitä. Jää nähtäväksi, tuleeko vakuutusalan kulurakenteesta pysyvästi kevyempi. On selvää, että vakuutusyhtiöiden työtehtävät muuttavat ja osa niistä katoaa. Työvoiman uudelleen koulutuksen merkitys korostuu laajempaan yhteiskunnallisena ilmiönä.

Entä vakuutettujen etujen turva ja hyvä vakuutustapa?

Vakuutuksen perusajatus on tarjota turvaa elämän, kuoleman ja erilaisten vahinkotapahtumien varalta. Vakuutusyhtiö tasaa näitä riskejä suuren joukon kesken, jolloin turvan hankkiminen on yksittäisen kuluttajan, yrittäjän tai yrityksen kannalta mahdollista ja kannattavaa.

Mitä tähän vaikuttaa digitalisaatio? Toisaalta se tuo vakuutusyhtiölle lisää mahdollisuuksia profiloida asiakkaita ja laskea riskejä entistä tarkemmin. Yksittäisen vakuutuksen ottajan kannalta on kuitenkin riskinä, että pitkälle viety datan käyttö saattaa johtaa vakuutus riskien liiankin hyvään ennustamiseen, jolloin vakuutuksen tehtävä odottamattomien riskien jakajana vaarantuu. Jos riskit voidaan mitata ja ennustaa äärimmäisen tarkasti, voidaan pohtia onko kyseessä oikeastaan enää vakuutus. Varsinkin korkeamman riskiprofiilin asiakkaiden vakuutusten saanti voi vaikeutua.

Hyvä vakuutustapa tarkoittaa hyviä tapoja ja käytänteitä, jotka ohjaavat alan toimintaa. Vakuutusyhtiöllä on velvollisuus toimia ammattimaisesti ja huolellisesti siten, että myös asiakkaan intressit tulevat otetuksi huomioon. Vakuutustoiminnan on oltava myös eettisesti kestävä ja kohtuullista. Vakuutus alalla on syytä kiinnittää huomiota siihen, että ei keskitytä ainoastaan matalan riskin asiakkaille kohdistuvaan valikoivaan myyntiin. Tämä voi vaatia valvojalta toimia. Varsinkin koneoppimisen yhteydessä on puhuttu paljon algoritmien luomista syrjintä tilanteista. Hyvän vakuutustavan noudattaminen on tässäkin yhteydessä hyvä neuvo. Datan rajaton kerääminen ja käsittely ei ole muutenkaan sallittua. Esimerkiksi asiakkaiden geneettinen tieto kuuluu tähän kategoriaan.

Lähteet

- Accenture. Insurance as a Living Business. <https://www.accenture.com/in-en/insight-insurance-living-business-customer-experience>
- Bain & Company. Insurers Hold the Key to Healthcare's Digital Future. <http://www.bain.com/publications/articles/insurers-hold-the-key-to-healthcares-digital-future.aspx>



4.10.2018

Julkinen

- Bain & Company. How to Breathe New Life into Life Insurance. <http://www.bain.com/publications/articles/how-to-breathe-new-life-into-life-insurance.aspx>
- BCG Insurance. A Global Impact. (video) <https://www.bcg.com/industries/insurance/impact.aspx>
- BCG. Digital Innovation in Insurance. <https://www.bcg.com/industries/insurance/digital/digital-innovation-in-insurance.aspx>
- Deloitte. Insurance Distribution Directive (IDD): the MiFID of insurance. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/gr/Documents/financial-services/gr_insurance%20distribution%20directive_noexp.pdf
- Digitalist Magazine. Digital Transformation in the Insurance Industry: A Snapshot. <http://www.digitalistmag.com/customer-experience/2017/10/09/digital-transformation-in-insurance-industry-snapshot-05410435>
- EIOPA. InsurTech Roundtable. https://eiopa.europa.eu/Publications/Reports/08.0_EIOPA-BoS17-165_EIOPA_InsurTech_Roundtable_summary.pdf
- EIOPA. Joint Committee Final Report on Big Data. <https://eiopa.europa.eu/Publications/Other%20Documents/JC-2018-04%20Joint%20Committee%20Final%20Report%20on%20Big%20Data.pdf>
- Fintech Global. Global Insurtech funding gained traction in 2017 with \$2bn capital invested. <http://fintech.global/global-insurtech-funding-gained-traction-in-2017-with-2bn-capital-invested/>
- McKinsey. Facing Digital Reality. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/facing-digital-reality>
- McKinsey. What The New World of Insurance Could Look Like. <https://www.mckinsey.com/business-functions/digital-mckinsey/our-insights/digital-blog/what-the-new-world-of-insurance-could-look-like>
- McKinsey. A Strategy for a Digital Age. <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/a-strategy-for-a-digital-age>
- OECD. Insurance Markets in Figures. <http://www.oecd.org/daf/fin/insurance/Insurance-Markets-in-Figures-2018.pdf>