

DOOR CINDREA LIMBURG

WIE HEEFT ER NOU ECHT GRIP OP BIG DATA?

VOLGENS DE LAATSTE CIJFERS VAN HET CENTRAAL BUREAU VOOR DE STATISTIEK (CBS) GEBUIKEN STEEDS MEER VERZEKERAARS (39%) BIGDATA-ANALYSES. BIJ HET ANALYSEREN VAN BIGDATA WORDT GEBRUIK GEMAAKT VAN TECHNIEKEN EN SOFTWARETOOLS OM GROTE EN ONGESTRUCTUREERDE GEGEVENSBESTANDEN TE ANALYSEREN. ENERZIJD GAAT HET DAARBIJ OM EIGEN DATASETS, AFKOMSTIG VAN BIJVOORBEELD APPARATEN OF SENSOREN VAN HET BEDRIJF. ANDERZIJD VOEREN BEDRIJVEN OOK ANALYSES UIT OP BIGDATABRONNEN BUITEN HET EIGEN BEDRIJF, ZOALS SOCIALE MEDIA OF GEOGRAFISCHE LOCATIES. VOLGENS VELEN IS BIG DATA DÉ TECHNOLOGIE DIE VERZEKERAARS DE KOMENDE JAREN ZEKER ONDER DE KNIE MOETEN KRIJGEN. SOMMIGE DATA-SCIENTISTS SPREKEN ZELFS VAN EEN REVOLUTIE DIE NOG MOET KOMEN. HOE GAAN GROTE VERZEKERAARS MOMENTEEL OM MET BIG DATA? WAAR LIGGEN DE KANSEN EN WAAR LIGGEN DE GEVOELIGHEDEN?

Big data biedt volgens directeur Leo de Boer van het Verbond van Verzekeraars veel potentie, al staat het nog wel in de kinderschoenen. “Het is nu een kwestie van de neuzen in de juiste richting en de juiste strategie ontsluiten. Maar dat moet allemaal nog wel heel beheerst. Het is bijvoorbeeld belangrijk om privacy te waarborgen. Daarnaast heeft verzekeren van origine een sociale weerklank. Volgens het oude model werden risico's geanalyseerd en werd het gemiddelde van een premie voor een hele groep berekend. Met nieuwe modellen worden er steeds meer persoonlijke data-analyses gemaakt en kan je premie bijvoorbeeld omlaag wanneer je binnen een lage risicogroep valt, maar wat betekent dat voor de rest van de groep?”

SOLIDARITEIT

Om de effecten van dit soort nieuwe modellen, die de solidariteit van verzekeren kunnen beïnvloeden, te analyseren gaat het Verbond dit de komende maanden monitoren. Hoe dit wordt gedaan laat De Boer in het midden. “We gaan eerst een over-

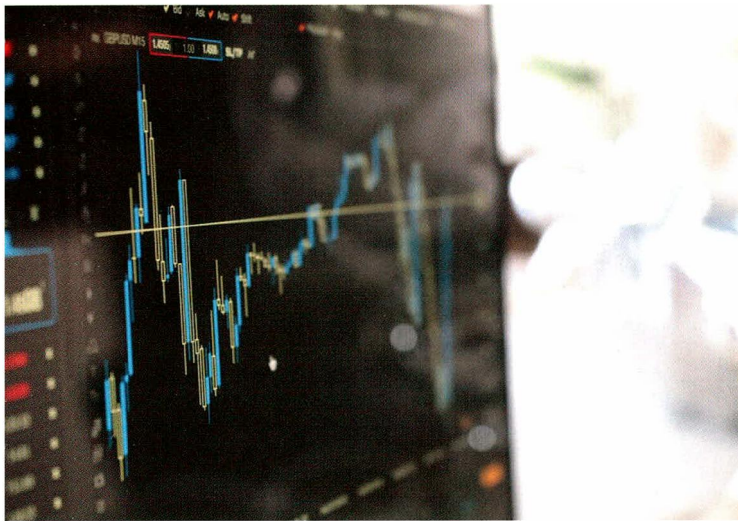
zicht opbouwen met effecten die differentiaties in de bandbreedte kunnen hebben. Hierover zijn we nog in gesprek met onze leden. Aan het eind van het jaar publiceren we de resultaten van de monitor.”

DICHTE BOEKJES

Verzekeraars zijn volgens De Boer wel met big data bezig, maar het is naar zijn mening ook een item waar velen hun boekje nog over dicht houden. Dat verzekeraars zo gesloten zijn, is te merken bij de pogingen om interviewverzoeken om te zetten in daadwerkelijke gesprekken. Alleen Nationale-Nederlanden en Vivat werkten mee, zij het dat Vivat slechts schriftelijk vragen wilde beantwoorden. Waar gebruiken deze verzekeraars big data voor?

DE 3 V'S

Nationale-Nederlanden gebruikt big data voor, zoals ze zelf zeggen, het optimaliseren van de interactie met de klant, efficiency en productontwikkeling. Als voorbeeld geeft mana



'BIG DATA BIEDT VEEL KANSEN WAARBIJ OOK GOED MOET WORDEN GEKEKEN NAAR DE GEVOELIGHEDEN'

ger Advanced Customer Analytics Tjerré Smit, Fairzekering, waarbij Nationale-Nederlanden de risicodragende verzekeraar is. Fairzekering biedt autoverzekeringen aan waarbij rijgedrag wordt beloond op basis van de data die gegenereerd worden uit het voertuig. Big data bestaat volgens Smit uit 3 V's: volume, variety en velocity. Volume komt neer op de hoeveelheid data, variety bestaat uit het aantal typen data en velocity geeft de snelheid van data processing aan. Smit: "Waar we ons op richten binnen onze voorspellingsmodellen is relevantie voor de klant en de persoonlijke benadering. Dat is waar we in geloven. We leggen het accent op variety waarbij meerdere stromen data met elkaar worden gecombineerd. Big data gebruiken we naar buiten toe, waarbij we de klant zo persoonlijk en relevant mogelijk aanspreken, maar ook naar binnen toe, bijvoorbeeld voor de optimalisatie van onze interne processen. Op dit moment loopt er een pilot voor onze call center capaciteitsplanning waarin we onder andere data van het KNMI gebruiken. Met dit voorspellingsmodel proberen we de planning beter in te richten door gebruik te maken van data die van invloed is op het aantal klanten dat ons belt. De weersvoorspelling, maar ook informatie over schoolvakanties, maakt daar deel van uit."

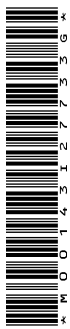
AANBOD OP MAAT

Herkenning en erkenning is volgens Smit de richtlijn bij het gebruik van big data en nieuwe modellen. "Ons streven is om binnen elk contactmoment zoveel mogelijk in te zetten op herkenning en erkenning bij de klant. Je aanbod moet op maat gemaakt zijn en daar is big data heel bruikbaar voor. Door de

data zie je wie de klant is, op welke manier de klant graag contact opneemt (bellen, mailen, chatten) en op basis van dat soort gegevens probeer je zoveel mogelijk te voorspellen. Op een gegeven moment wordt een bepaald profiel van een klant opgebouwd. Vervolgens worden op basis van look-a-like-profielen, mensen met een vergelijkbaar profiel, verdere voorspellingen gedaan."

MET BIG DATA KAN VAN ALLES

Bij grote bedrijven is bigdata-analyse gebruikelijker dan bij kleine bedrijven. Big data wordt als de grootste analysemethode gezien, gevolgd door AI (kunstmatige intelligentie). Het Verbond publiceerde vorig jaar de green paper Grip op Data. In mei van dit jaar bracht het Verbond het nieuws naar buiten dat ze samen met drie stichtingen, Centraal Informatie Systeem (CIS), Efficiënte Processen Schadeverzekeraars (EPS) en Processen Verbaal (PV), een Data Competence Center (DCC) starten. In het DCC worden datatrends onderzocht. Het Center gaat ook werken aan een sectorbrede datastrategie die moet leiden tot efficiëntere dienstverlening. Hoognodig vindt De Boer. "Big data biedt veel kansen waarbij ook goed moet worden gekeken naar de gevoeligheden". Met big data kan van alles zegt hij. "Van optimalisatie van de klantendienstverlening tot het scherper kunnen differentiëren van risico's. Het biedt ook veel mogelijkheden voor preventie, bijvoorbeeld bij fraudebestrijding," aldus De Boer. Het DCC is nu nog een virtueel initiatief. De Boer: "Aan het einde van het jaar bekijken we of we de samenwerking ook een fysiek karakter geven."



PRIVACY

Binnen NN houdt volgens Smit een tiental professionals zich bezig met big data en daaraan gerelateerde thema's. Smit: "We hebben sinds anderhalf jaar een Analytics-lab waar een team werkt aan voorspellingsmodellen, en twee jaar geleden is Sparklab in het leven geroepen." Wat privacy betreft bekijkt NN volgens Smit elke keer weer of aan de eisen van de wet wordt voldaan. "Voor ons geldt: kan het, mag het en willen we het? Dat vragen we ons elke keer weer af. We kunnen veel met big data, maar naast de wetgeving onderstrepen we bijvoorbeeld ook aanvullende maatregelen van het Verbond."

DE LASTIGE KANT VAN BIG DATA

De moeilijke kant van big data is volgens Smit het ter beschikking krijgen van data en het vinden van goede data-scientists. "Het is een jong vakgebied waar je naast coderen ook creatieve oplossingen moet kunnen bedenken. Daarnaast zit je ook vast aan de kaders van de wet. Sommige data zijn niet beschikbaar of door bedrijven niet goed verzameld waardoor de bruikbaarheid een stuk moeilijker wordt. Dat zijn de lastige kanten van big data."

VOORKOMEN VAN FRAUDE

Verzekeraar Vivat gebruikt naar eigen zeggen big data om de wensen van de klanten nog beter te begrijpen en de dienstverlening te verbeteren. "Big data wordt onder andere gebruikt om een premie op maat aan te bieden, het voorkomen van fraude en het samenstellen van één klantbeeld zodat inzichtelijk is welke polissen de klant heeft en we gerichte marketingacties kunnen doen. Daarnaast gebruiken we het voor voorspellende analyses", aldus Marcel van de Lustgraaf, directeur ICT.

Vivat gebruikt big data bij het aanmaken van nieuwe producten. Van de Lustgraaf: "We zijn bezig met diverse innovatieve partijen (interne en externe start-ups) die nieuwe producten op de markt gaan zetten of gezet hebben. Denk aan microverzekeringen, onderling verzekeren en blockchaintechnologie. Zo lanceerde Reaal vorig jaar POT, een peer-to-peer-verzekeringsapp waarmee je samen met een groep vrienden zelf onderling spullen kunt verzekeren. POT geeft ons inzicht in welke groepen mensen behoefte hebben aan het onderling verzekeren en welke objecten ze willen verzekeren."

Volgens Van de Lustgraaf is het belang van big data erg groot: "Het belang van data neemt in de huidige maatschappij steeds meer toe en zal ook binnen Vivat een steeds grotere rol gaan spelen. De beschikbare data kunnen we nog beter gebruiken voor vele toepassingen in onze dagelijkse werkzaamheden waardoor we onze dienstverlening naar onze klanten verder verbeteren. Daarnaast zien we binnen Vivat ook het belang van nieuwe technologieën zoals blockchain, IoT (Internet of Things) AI (Artificial Intelligence), ML (Machine Learning) en 3D printing als belangrijke ontwikkelingen die grote impact gaan hebben op de business en businessmodellen van verzekeraars."

INTERNET OF THINGS

Vivat gebruikt voor het grootste deel data die ze intern al hebben. "Denk aan gegevens die de klant zelf opgeeft zoals leeftijd, postcode en schadevrije jaren. Ook maken we gebruik van diverse externe (openbare) databronnen zoals KNMI- en RDW-data. Als bijvoorbeeld een klant tijdens het acceptatieproces zijn of haar kenteken opgeeft, kunnen wij via de RDW de kenmerken van de auto ophalen. Dat scheelt de klant weer invulwerk", zegt Van de Lustgraaf.

VIVAT ACADEMY & SMART DATA

Begin dit jaar startte de verzekeraar met de Vivat Academy waar medewerkers worden getraind in big data. "Met de Vivat Academy creëren we een plek waar continu ontwikkelen vooropstaat en waarin we van elkaar kunnen leren. Het gaat hier over opleidingen voor data-gebruikers, data-analisten en data-scientists. De data-scientists worden opgeleid door de Jheronimus Academy of Data Science (JADS). JADS is een samenwerking tussen de provincie Noord-Brabant, de gemeente 's-Hertogenbosch, Universiteit van Tilburg en de Technische Universiteit Eindhoven. Onderwerpen zoals fraudedetectie, (klant-)risicomodellen, analyses van het klantsentiment, prijsstrategieën, retentiemodellen en analyses voor nieuwe producten en diensten komen aan de orde. Belangrijke onderdelen van de opleiding zijn daarnaast het ethische aspect en de privacywaarborging van klanten. In april van dit jaar kondigden we de samenwerking aan met Rotterdam School of Management voor gezamenlijk onderzoek, onderwijs en werving op het gebied van 'digital business'. We willen onze medewerkers experts maken op het gebied van smart data", geeft Van de Lustgraaf aan.



DATA IS 'THE NEW OIL'

Volgens dr. Katrien Antonio, associate professor Actuarial Science & Statistics aan de Universiteit van Amsterdam en aan de Katholieke Universiteit Leuven, is de verzekeringswereld bij uitstek een “data driven” branche. “Dit impliceert meteen al, meer dan in andere takken, dat de data ‘the new oil’ zijn van de verzekeraars. Regulering is daarom heel erg belangrijk”, zegt Antonio. Ze vervolgt: “Bigdatatoepassingen vind je in allerlei bedrijven en organisaties en worden, als we het globaal bekijken, ingezet voor interactiemogelijkheden, tegengaan van fraude, marketing en consumer analyses.”

“Het ontwerpen van nieuwe verzekeringsproducten en het inschatten van nieuwe risico’s zijn heel specifiek voor de verzekeraar. Wat het risico inschatten betreft kun je niet verwachten dat de verzekeraar zich blijft beperken tot statistische technieken uit de jaren 80, wat nu wel heel breed gebeurt en ook zo onderwezen wordt aan de universiteiten. De verzekeringswereld moet zich focussen op de nieuwe inzichten.”

COMPETITIEGEVOELIG

Antonio is niet verbaasd dat verzekeraars nogal terughoudend zijn over big data. “Big data is voor verzekeraars heel erg verbonden aan hun product. Van Apple kun je ook niet verwachten dat zij laten zien hoe ze de iPhone bouwen. De omgang met big data is voor hen competitiegevoelig. In detail is data hun manier van bedrijfsvoering.”

REGULERING VANUIT MEERDERE HOEKEN

“Echter”, vervolgt Antonio haar betoog, “gezien het belang van betaalbare verzekeringsproducten voor de maatschappij, is regulering heel belangrijk. Wat mij betreft moet een datascienceproduct binnen een verzekeraar steeds uitlegbaar blijven, aan zowel management als de regulator en de klant, zodat duidelijk is hoe een bepaald tarief tot stand is gekomen. Sommige bigdatatechnieken zijn dat niet en werken als een soort ‘black box’. Zo wil je ze niet zonder meer gebruiken in deze tak van sport. Voor risicokarakteristieken geldt hetzelfde.”

Antonio blijft het accent leggen op regulering. “Regulering is erg nodig. Voorheen mocht geslacht bijvoorbeeld gebruikt worden en nu niet meer, maar er zijn ook beslissingen nodig voor onderwerpen zoals genetische variabelen. Daar is overleg over nodig en te zijner tijd beleid. Dat kun je niet toevertrouwen aan uitsluitend het management of de aandeelhouders van verzekeraars. Daar is een voortdurende aandacht voor solidariteit voor nodig.”

FAIR VERSUS UNFAIR

Antonio vertelt verder: “Sommige data-applicaties kunnen worden gezien als meer ‘fair’, zoals het verzamelen van gegevens rondom rijstijl waardoor hogere tarieven kunnen worden opgesteld voor meer risicovol gebruik van de auto. Momenteel wordt die segmentatie van het tarief alleen doorgevoerd op basis van leeftijd, woonplaats, type auto, enzovoort. Via het verzamelen van rijstijlgegevens zal een ander soort segmentatie tot stand komen. Maar als we het hebben over bijvoorbeeld ‘wearables’ in samenhang met informatie over gezondheid en levensstijl moeten we erg uitkijken omdat we ook te maken hebben met bijvoorbeeld socio-economische achtergronden en rijkdom. Daar wil je niet op afstraffen en daar moet nog wel over worden nagedacht.” ■

