

VERSICHERER DER ZUKUNFT – MIT DATA SCIENCE ZUM ERFOLG



Höhere Kundenzufriedenheit durch personalisierte Customer Journeys – Artikel 2

In unserem ersten Artikel aus der Artikelserie „Versicherer der Zukunft – mit Data Science zum Erfolg“ sind wir auf die „Chancen und Potenziale“ eingegangen, die sich durch die Anwendung von Data Science in der Versicherungsbranche ergeben. Ein zentraler Punkt in diesem Zusammenhang ist die Customer Journey. Data Science ermöglicht es Versicherern, durch gezielte Analyse ihrer Daten ein tiefes Kundenverständnis zu erlangen. Dieses Verständnis ermöglicht es, dass das Kundenerlebnis besser auf den einzelnen Kunden zugeschnitten werden kann. Um dies zu ermöglichen, gilt es, die Customer Journey entsprechend zu entwerfen und Data Science gezielt in Prozessschritte zu integrieren.

Auf dem Versicherungsmarkt ist dieser Trend bereits erkennbar, und Data Science kommt vermehrt bei Anbietern zum Einsatz. Schäden können beispielsweise durch die Verwendung von Machine Learning innerhalb von Sekunden reguliert werden, wie Lemonade Insurance Company¹ zeigt. Es kommen auch zunehmend Spracherkennungsdienste im Telefonsupport und Chatbots im Onlinesupport bei ersten Unternehmen zum Einsatz.



Abbildung 1: Individuelle Customer Journey durch Data Science

Bei der Konzeption einer Customer Journey ist es essenziell, dass Data Science das zentrale Element darstellt und an jenen Stellen zum Einsatz kommt, wo ein Mehrwert geschaffen werden kann. Auf dem Weg hin zu einem datengetriebenen Versicherer ist es nicht nur vonnöten, einzelne Use Cases innerhalb der Customer Journey zu betrachten, sondern die gesamte Customer Journey aus einer Top-down-Perspektive.

Dies führt zu zwei zentralen Fragen, welche sich der Versicherer in diesem Zusammenhang stellen muss:

- Wie muss eine datengetriebene Customer Journey aussehen, um das Kundenerlebnis zu verbessern?
- Wie kann Data Science verwendet werden, um interne Prozesse zu verbessern?

¹ www.lemonade.com

Prozessdesign rund um Data Science

Um die Customer Journey zu verbessern, bieten sich dem Versicherer verschiedene Möglichkeiten. Sei es das Angebot eines maßgeschneiderten Versicherungsprodukts oder die Kontaktaufnahme zu ausschließlich relevanten Produkten – Verbesserung in diesen Bereichen haben nur einen punktuellen Einfluss auf die gesamte Customer Journey. Die Herausforderung ist in diesem Zuge jedoch, dass Data Science nicht nur in die einzelnen Schritte

integriert werden muss, sondern dass diese perspektivisch auch nahtlos miteinander kommunizieren müssen. So können intelligente Roboter automatisch Versicherungsverträge verantwortlichen Sachbearbeitern zuweisen. Diese intelligente Prozessautomatisierung ist auch als Intelligent Process Automation (IPA) bekannt.



INTELLIGENT

Prozesse werden intelligent sowie autonom.



SCHNELL

Individuelle Prozesszeiten werden verkürzt.



INDIVIDUELL

Maßgeschneiderte Produkte können angeboten werden

Abbildung 2: Bereitschaft der Kunden, persönliche Daten zu teilen

Die Integration muss somit sowohl vertikal als auch horizontal geschehen. Als vertikale Integration kann man die Anwendung von Data Science innerhalb eines Prozessschrittes verstehen. Ein Beispiel hierfür ist die personalisierte Prämienberechnung. Horizontale Integration bedeutet die Verwendung von Data Science an der Schnittstelle der einzelnen Prozessschritte. Dies führt uns zur Definition eines datengetriebenen Prozesses: Ein Prozess ist datengetrieben, wenn sein Design und seine Funktionalität durch Data Science bestimmt werden.

Um diesen Prozess in die aktuelle Prozesslandschaft zu integrieren, sind die folgenden drei Schritte notwendig:

1. **Evaluation:** Infrage kommende Prozesse werden evaluiert, und es wird überprüft, ob die notwendigen Voraussetzungen für eine erfolgreiche Transformation erfüllt sind.
2. **Definition:** Der Prozess wird gemeinsam mit allen beteiligten Parteien konzipiert.
3. **Implementierung:** Die notwendige IT-Infrastruktur wird geschaffen, Modelle werden implementiert und Ergebnisse werden weiterverarbeitet.

Von einer erfolgreichen Umsetzung profitiert nicht nur der Kunde, sondern auch der Versicherer. Verglichen mit einem nicht datengetriebenen Prozess werden durch den Einsatz von Data Science weniger Ressourcen gebunden, und durch die Automatisierung können potenzielle menschliche Fehlerquellen beseitigt werden. Die Automatisierung erlaubt es zudem, dass Entscheidungen vorwiegend basierend auf rationalen Kriterien getroffen werden und emotionale Faktoren eliminiert werden können.

Einsatz von Data Science zur Prozessverbesserung

Im Falle einer Umstrukturierung ist es unabdingbar, Bottlenecks in den aktuellen Prozessen zu identifizieren. In unserem letzten Artikel haben wir bereits angesprochen, dass sich das Volumen der gesammelten Daten alle zwei Jahre verdoppelt. Diese Daten beinhalten nicht nur Kunden- und Geschäftsdaten, sondern auch sogenannte Metadaten. Metadaten enthalten unter anderem Informationen zu Bearbeitungs- oder Durchlaufzeiten. Durch den gezielten Einsatz von Analysesoftware können diese Daten ausgewertet werden. Durchlaufzeiten können hiermit überwacht, prozessverlangsamende Einflussfaktoren identifiziert und Schwachstellen behoben werden.

Voraussetzungen

Um den Erfolg der Transformation sicherzustellen, gilt es, notwendige Voraussetzungen zu erfüllen. Diese umfassen die folgenden Bereiche:

1. Mitarbeiter/Know-how
2. Organisation
3. Daten/IT-Infrastruktur

Im Folgenden werden wir uns den Themen Mitarbeiter/Know-how und Organisation widmen. Auf das Thema Daten/IT-Infrastruktur werden wir in einem gesonderten Artikel unserer Serie eingehen.

Mitarbeiter/Know-how

Um die Möglichkeiten, die sich durch Data Science bieten, vollständig erschließen und produktiv einsetzen zu können, gilt es, das notwendige Wissen aufzubauen. Hierzu müssen Stellen für Experten mit dem notwendigen Know-how in den Bereichen Mathematik, Statistik sowie Informatik geschaffen werden. Diese Experten ermöglichen die Modellerstellung und den Einsatz von neuesten verfügbaren Technologien.

Die aktuellen Entwicklungen auf dem deutschen Arbeitsmarkt zeigen jedoch, dass sich die Suche nach Data-Science-Experten in den kommenden Jahren als durchaus schwierig erweisen wird. Wie unsere Hochrechnung zeigt, werden im Jahr 2025 ca. 45.000 ausgebildete Data Scientists auf dem Arbeitsmarkt fehlen.²

Zu den Autoren:



Alexander Riesner
Manager
Office Wien
Praterstraße 31
1020 Wien
E-Mail alexander.riesner@zeb.at



Tobias Holler
Analyst
Office München
Theresienhöhe 13a
80339 München
E-Mail tobias.holler@zeb.de

² Quellen für Hochrechnung: Bundesagentur für Arbeit: Beschäftigte nach Berufen (Juni 2017), Fachkräfteengpassanalyse (Januar 2018) sowie Destatis Statistisches Bundesamt: Prüfungen an Hochschulen, Fachserie 11, Reihe 4.2 - 2016.