

XII

CONGRESSO NAZIONALE degli ATTUARI

# Nuovi Settori Attuali e Futuri - L'attuario e il «Data Orienteering» tra il vecchio e il nuovo mondo

Quale futuro con l'Intelligenza Artificiale e la Data Driven Strategy

Paola Scarabotto

Roma, 22 Novembre 2018





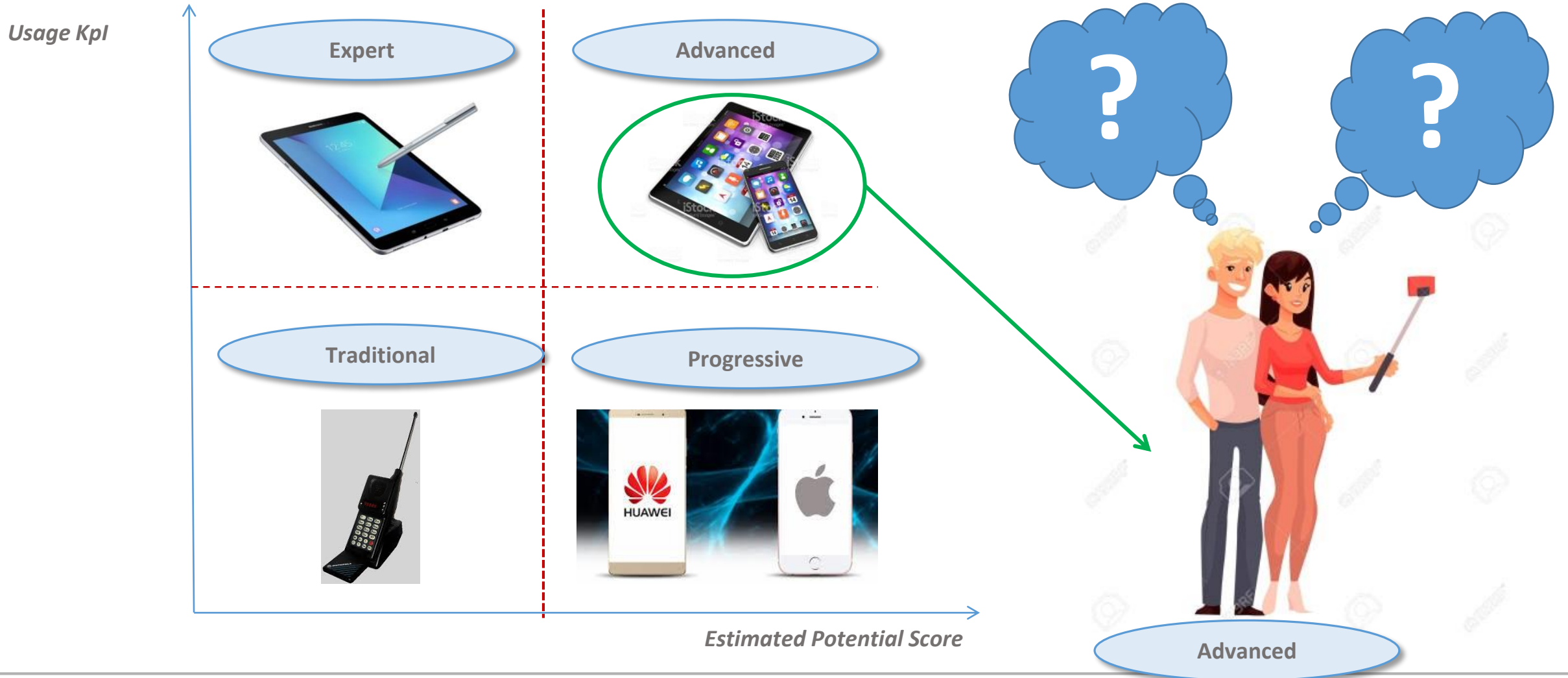
# Il Data Orienteering™



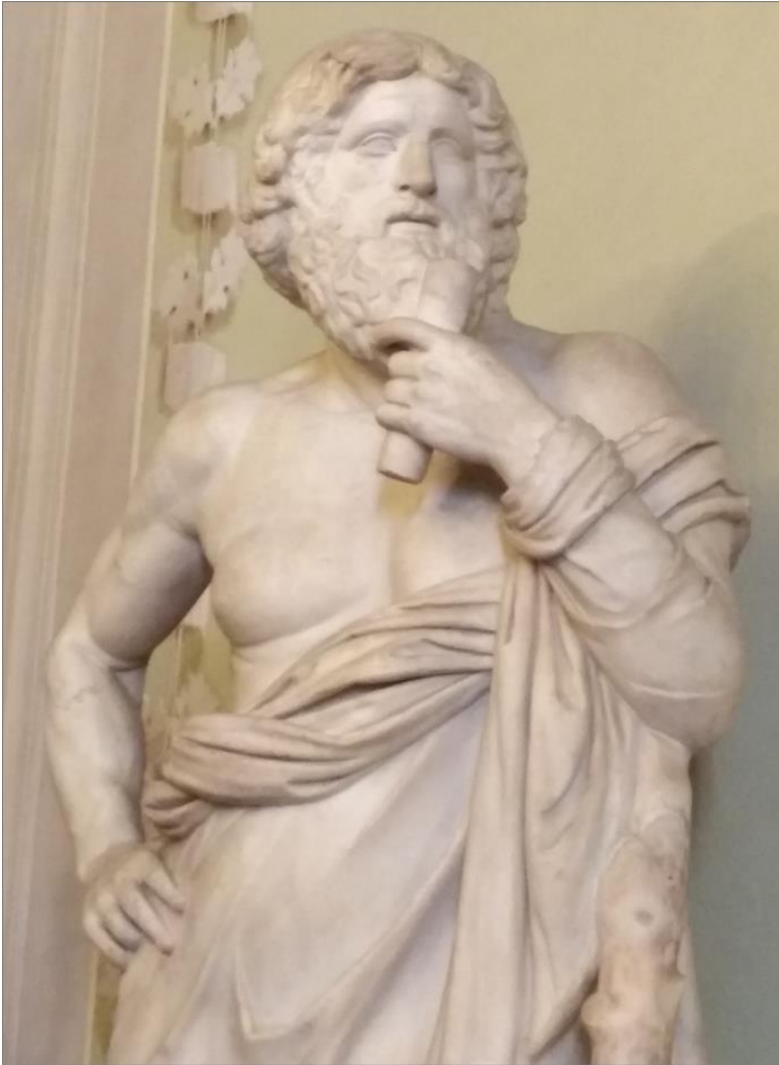
- Il Data Orienteering™ è il percorso analitico che si compie per ottenere la spiegazione e/o previsione di fenomeni *Target*
- *Exploration*: Analisi esplorativa, stocastica o deterministica, del contesto geo-temporale per identificare eventuali influenze nell'analisi
- Definizione dell'*Analytic Path*, ovvero:
  - del *Compass*: definizione delle basi dati e strumenti tecnologici e analitici
  - dei *Control Point*, cioè le tappe intermedie in cui verificare i risultati ottenuti ed eventualmente rivalutare il percorso precedente definito o riavviare il processo
- *Mooving*:
  - *Run*: Conduzione delle analisi dei singoli check point. Ad ogni check point
  - *Fast Revaluation*, Revisione / conferma del percorso
- *Arrival point*: conclusione dell'analisi. Tali conclusioni consisteranno in un delivery definito nella fase di Arrivconsistente nel raggiungere un traguardo attraverso percorsi che presentano gradi variabili di difficoltà, con il solo ausilio della bussola e di una carta topografica



# Il Data Orienteering™ Target: Le leve motivazionali del cliente/prospect



# Il Data Orienteering™ Target: Le leve motivazionali del cliente/prospect



Prezzo

Innovazione

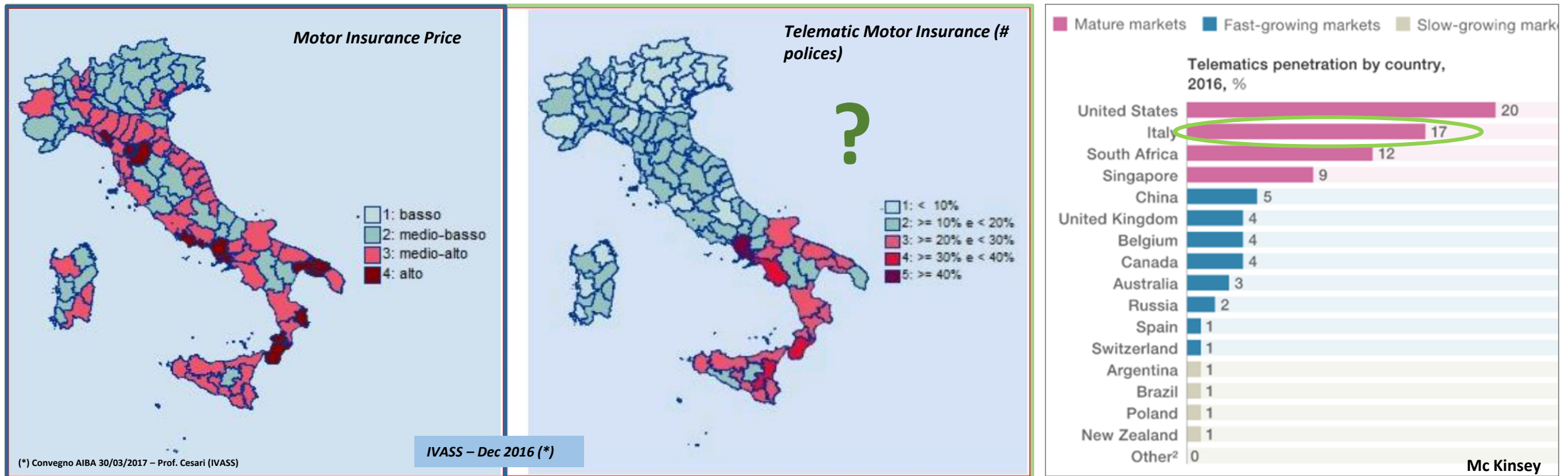
Affidabilità

Trasparenza

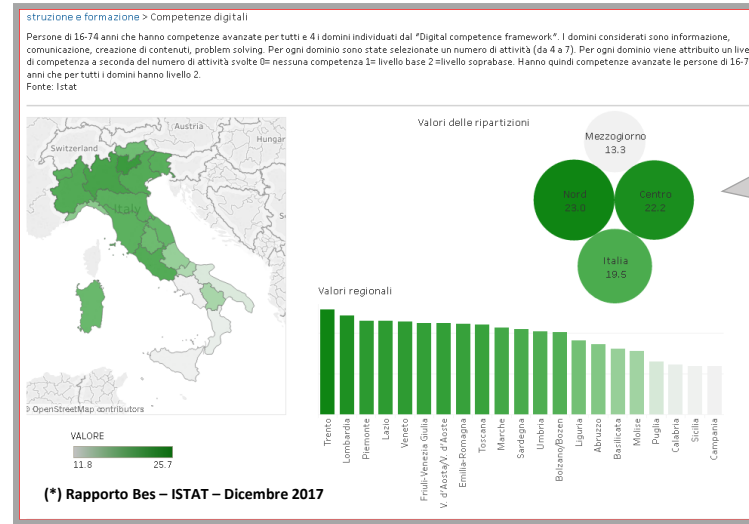
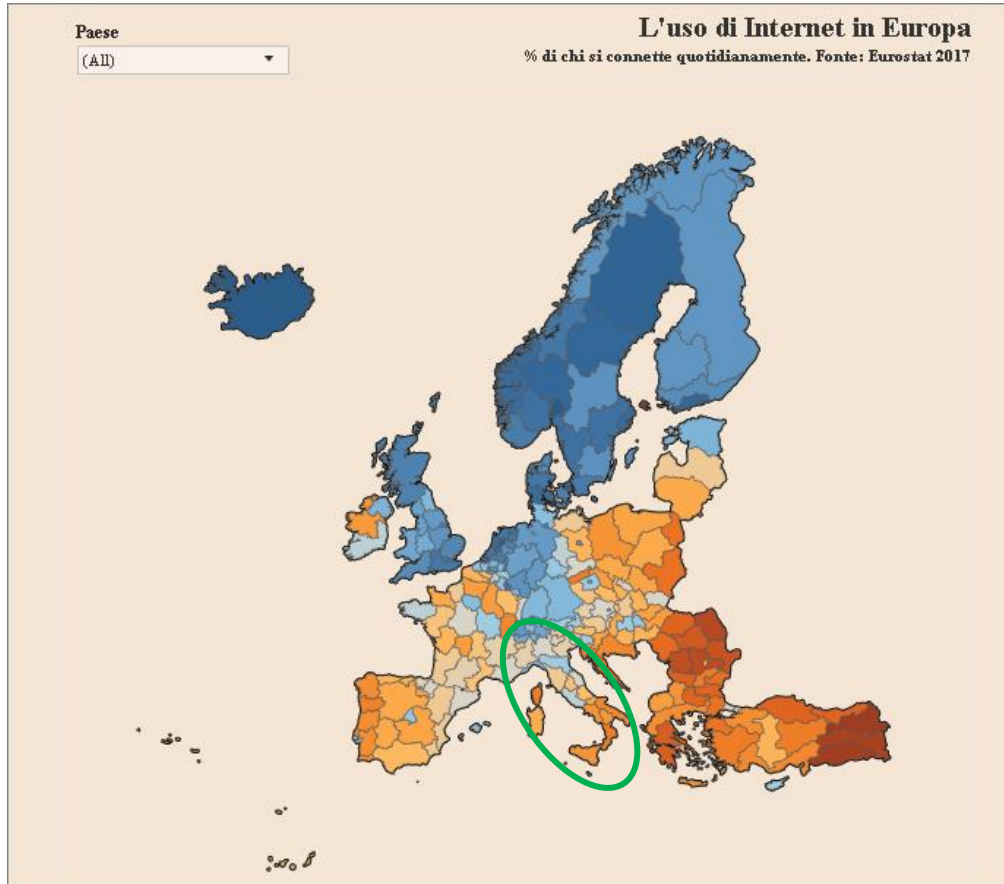


# Il Data Orienteering™ Exploration 'Geografico': Il prezzo

Caso studio sull'elasticità al prezzo nell'RCA: la Back Box non si diffonde in modo uniforme rispetto al livello di prezzo ma risente di fenomeni geografici e di contesto demografico-sociale.

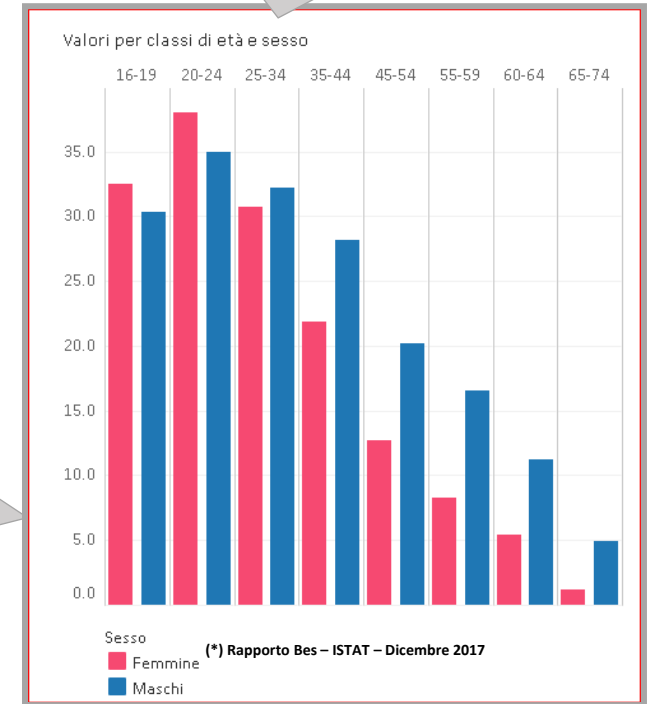


# Il Data Orienteering™ Exploration 'Geografico': canali e tecnologia



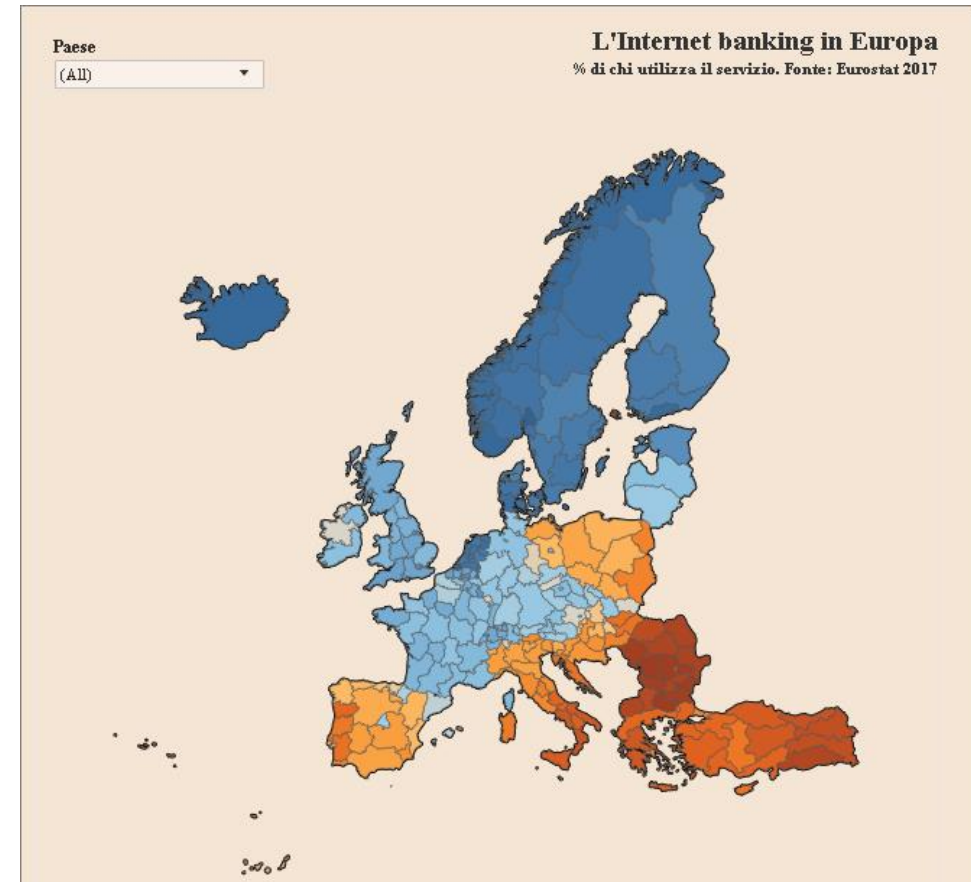
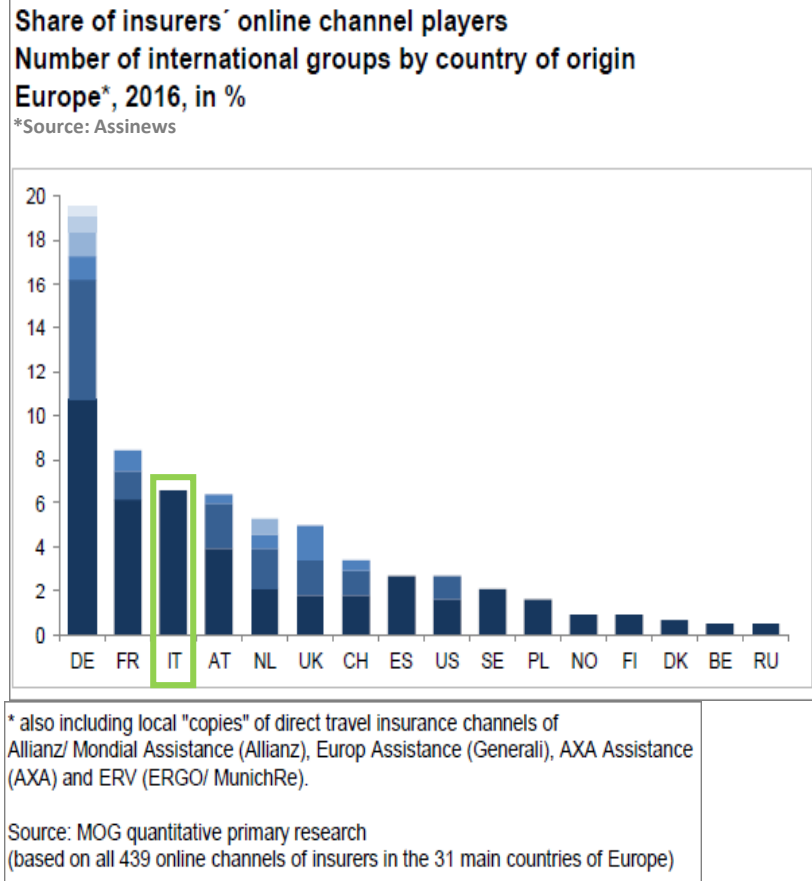
Le regioni del Nord e le donne più giovani presentano un maggior numero di persone ad elevata competenza digitale

La distribuzione per regioni, età e sesso si caratterizza per un dualismo marcato nella popolazione tra Nord e Sud, Giovani ed Anziani, Donne ed Uomini



# Il Data Orienteering™ Exploration 'Geografico': canali e tecnologia

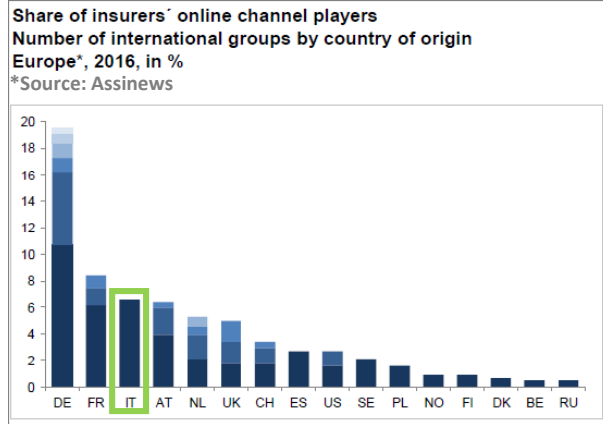
La tecnologia sembra ancora secondaria rispetto all'intermediazione fisica per le assicurazioni e le banche.





# Il Data Orienteering™ Exploration 'Geografico': canali e tecnologia

La tecnologia è ancora secondaria rispetto all'intermediazione fisica per le assicurazioni e le banche.

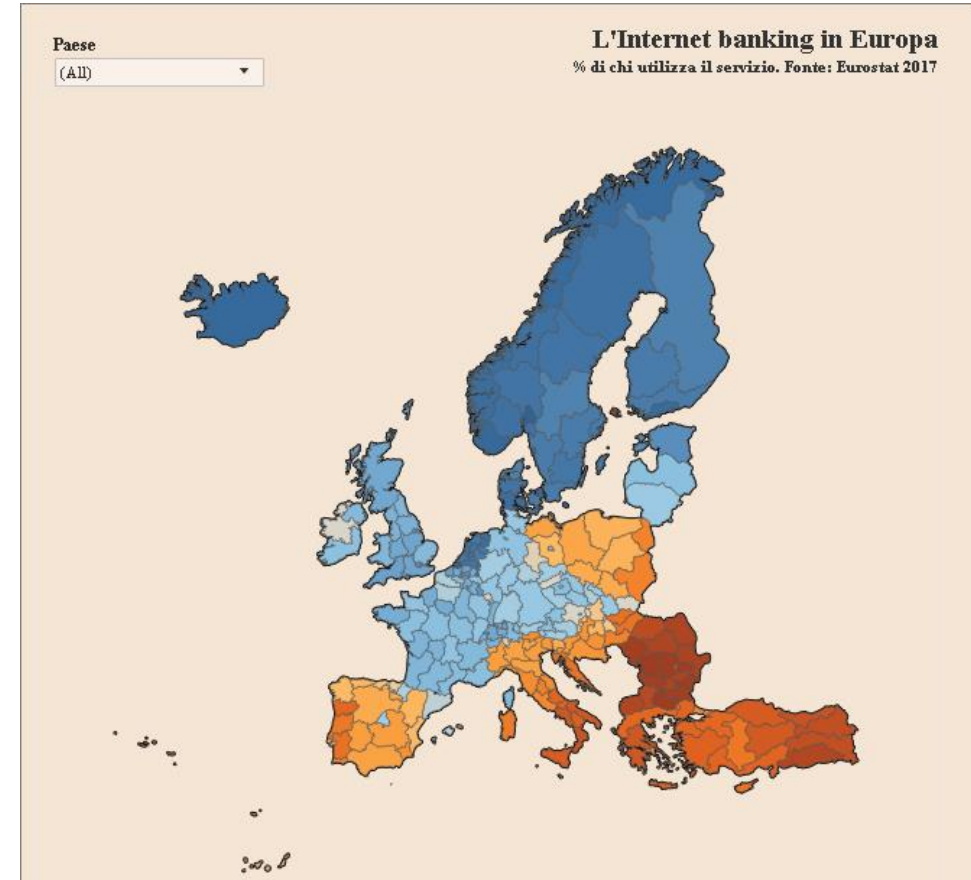


\* also including local "copies" of direct travel insurance channels of Allianz/ Mondial Assistance (Allianz), Europ Assistance (Generali), AXA Assistance (AXA) and ERV (ERGO/ MunichRe).

Source: MOG quantitative primary research (based on all 439 online channels of insurers in the 31 main countries of Europe)

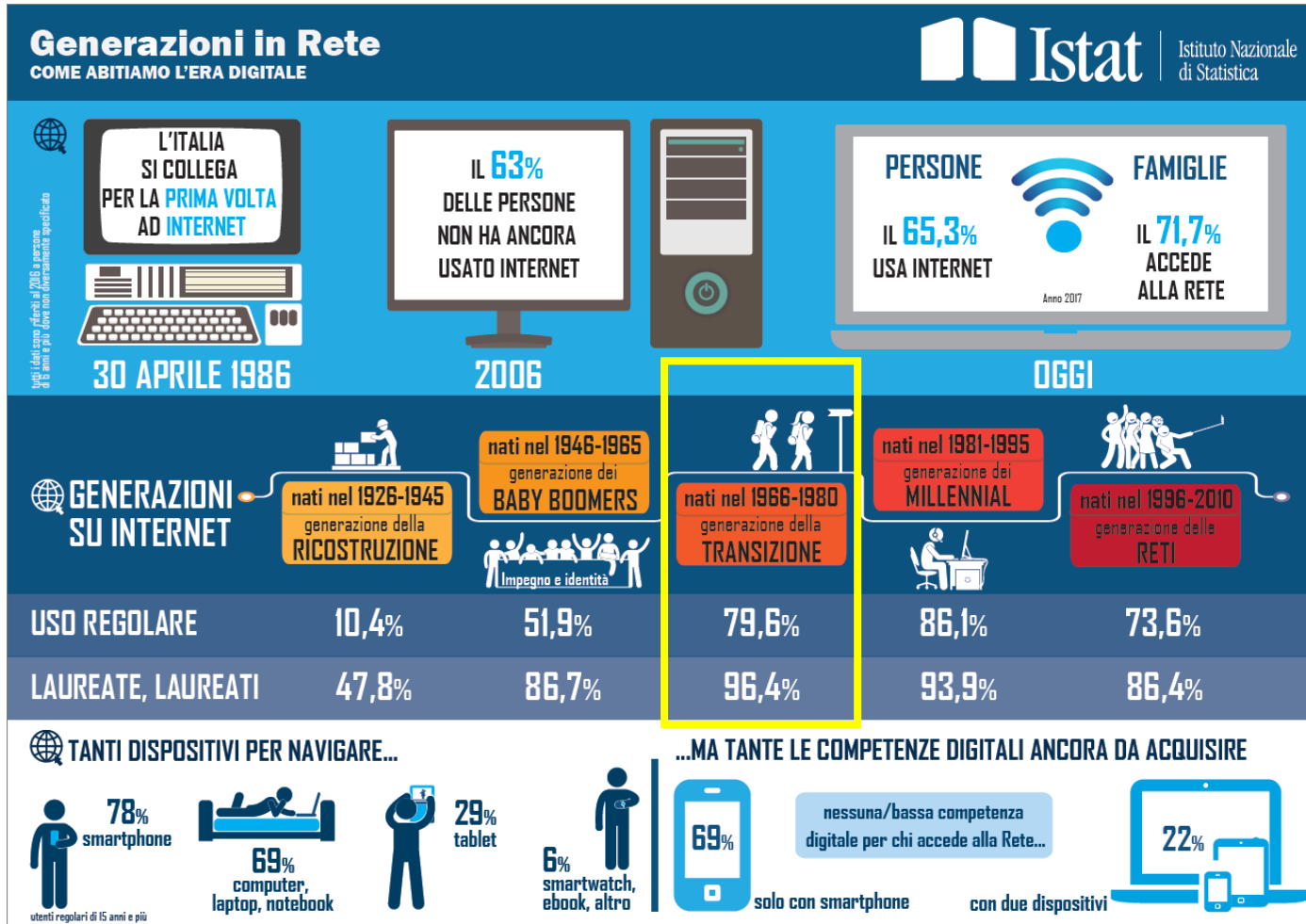
| CANALI                                | Assicurazione Danni |              |              |              |              | Media (2013-2017) |
|---------------------------------------|---------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------------|
|                                       | Quota di mercato %  |              |              |              |              |                   |
|                                       | 2013                | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         |                   |
| Agenti                                | 80,5                | 79,3         | 78,6         | 77,1         | 76,3         | 78,3              |
| Broker (1)                            | 7,9                 | 8,7          | 8,4          | 9,2          | 9,3          | 8,7               |
| Vendita Diretta                       | 7,9 (3)             | 7,9          | 8,1          | 8,0          | 8,0          | 8,0               |
| di cui: internet e vendita telefonica | 4,8 (3)             | 4,8          | 4,7          | 4,4          | 4,3          | 4,6               |
| Sportelli Bancari (2)                 | 3,6                 | 3,9          | 4,7          | 5,5          | 6,1          | 4,8               |
| Consulenti finanziari abilitati       | 0,2                 | 0,2          | 0,2          | 0,2          | 0,3          | 0,2               |
| <b>TOTALE</b>                         | <b>100,0</b>        | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |

Source: Ania – Assicurazione Italiana 2017-2018

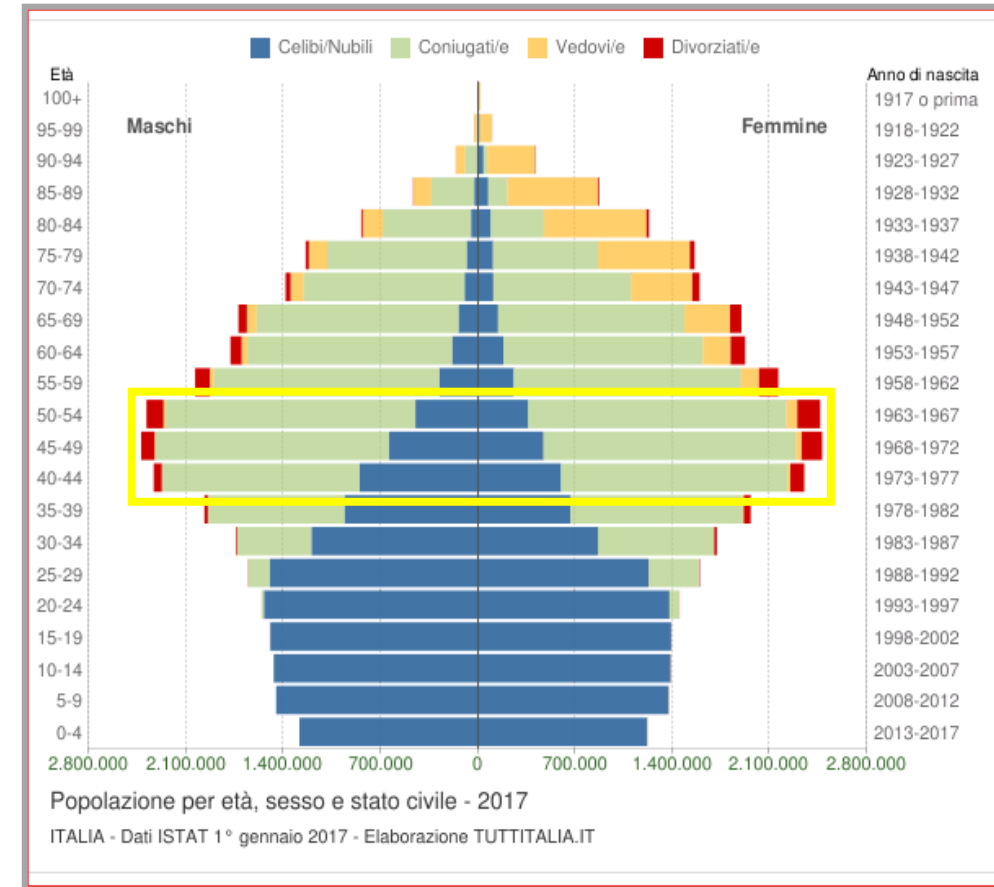




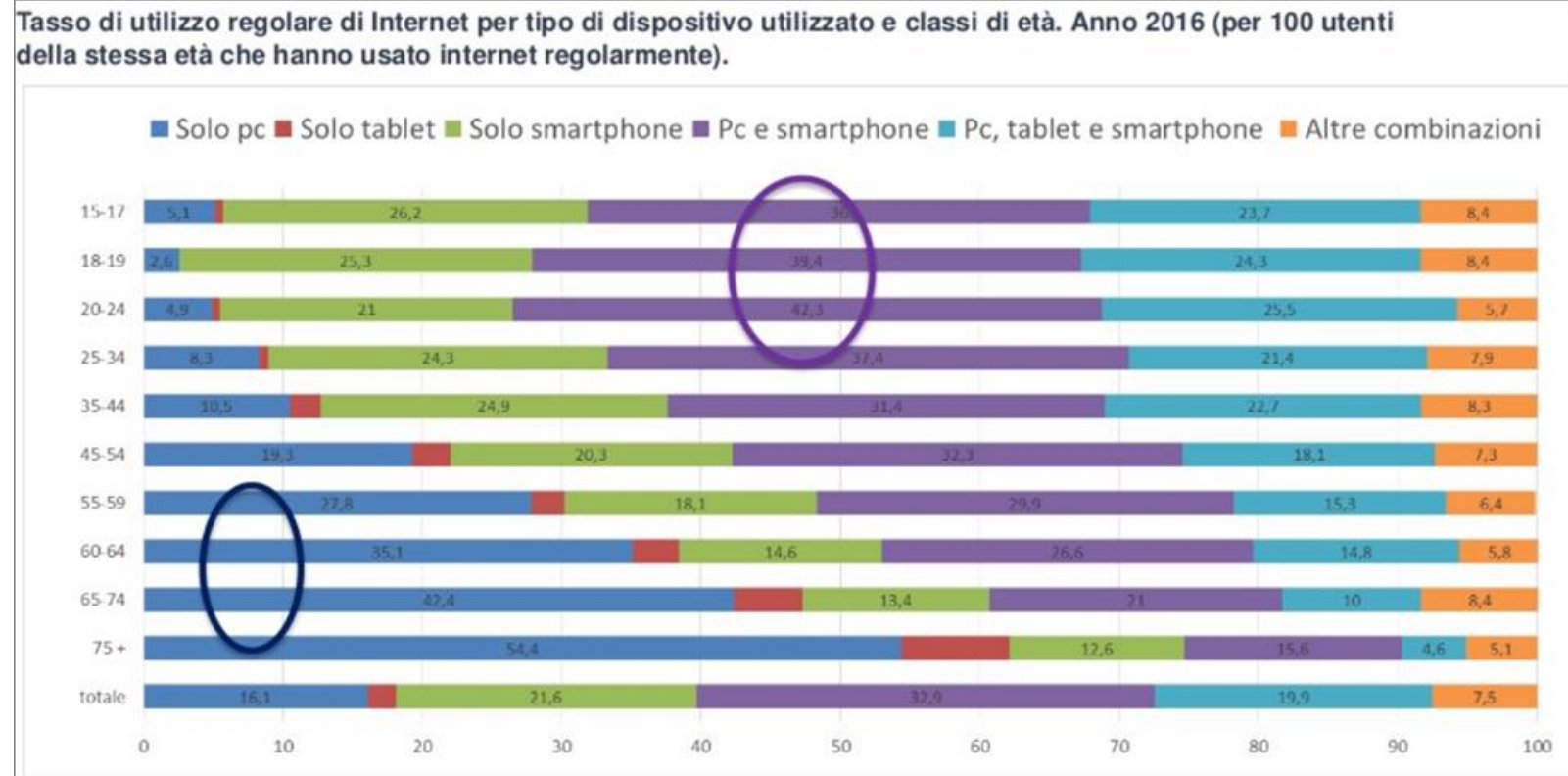
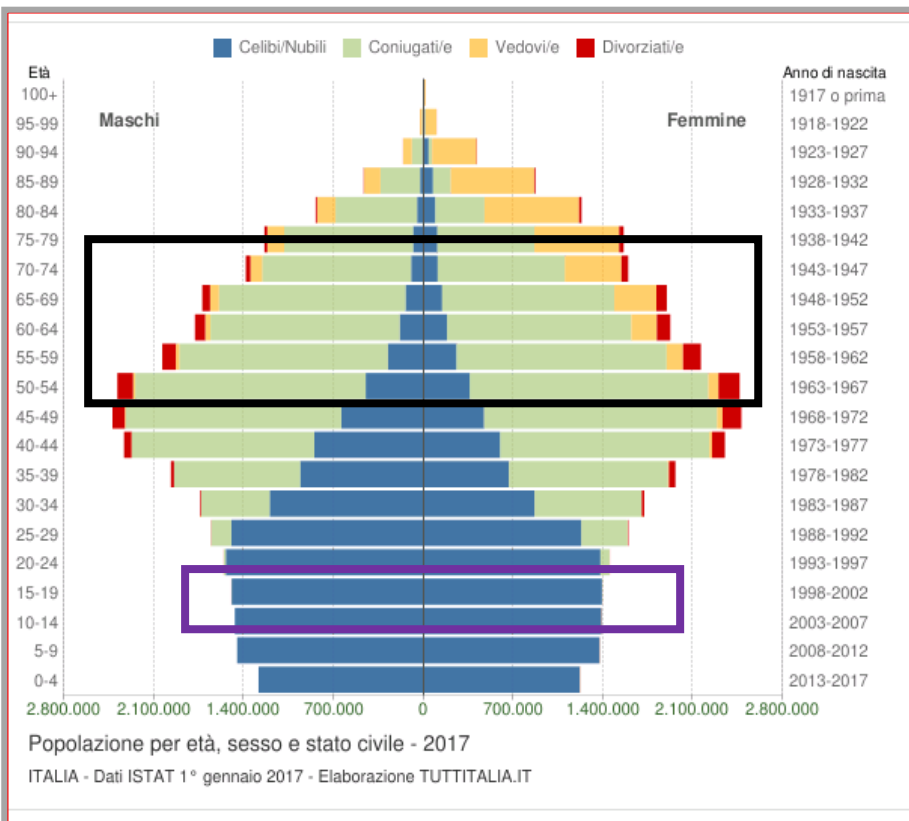
# Il Data Orienting™ Exploration 'Demografico': canali e tecnologia



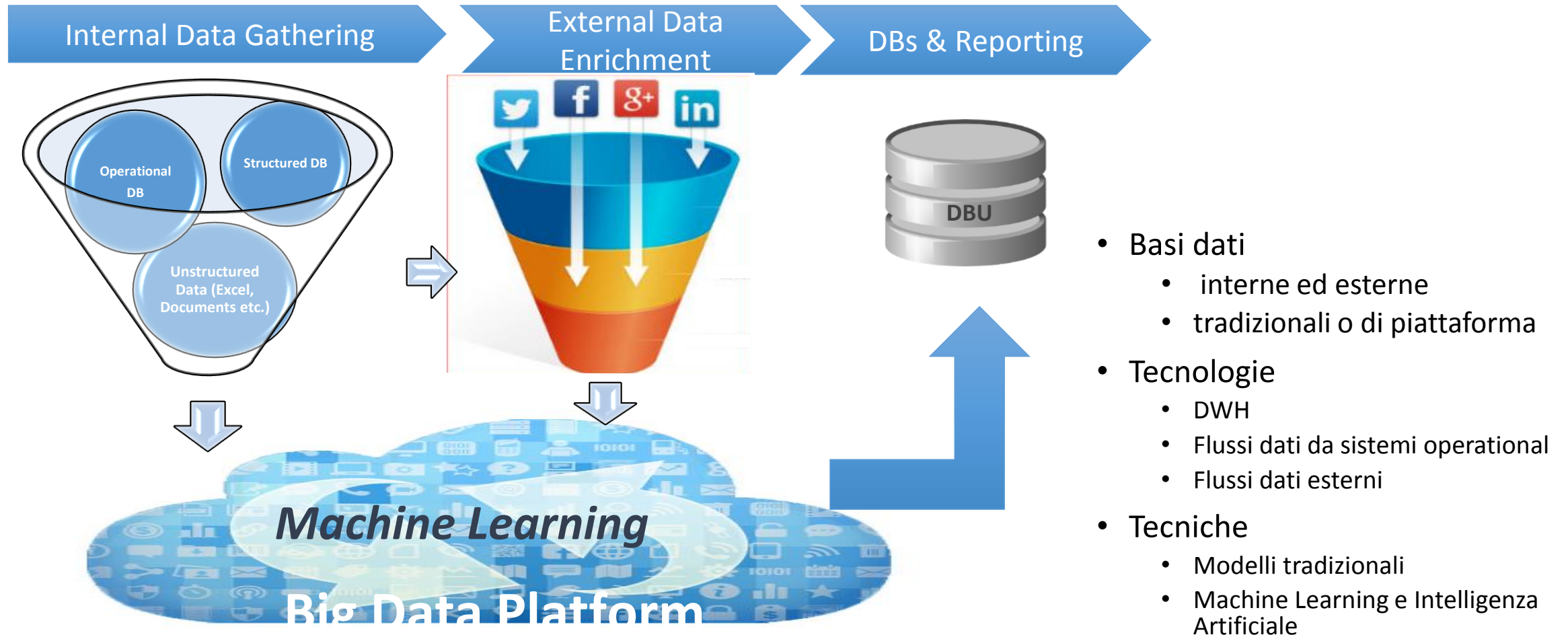
Fonte: Istat - Generazioni in Rete



# Il Data Orientering™ Exploration 'Demografico': canali e tecnologia



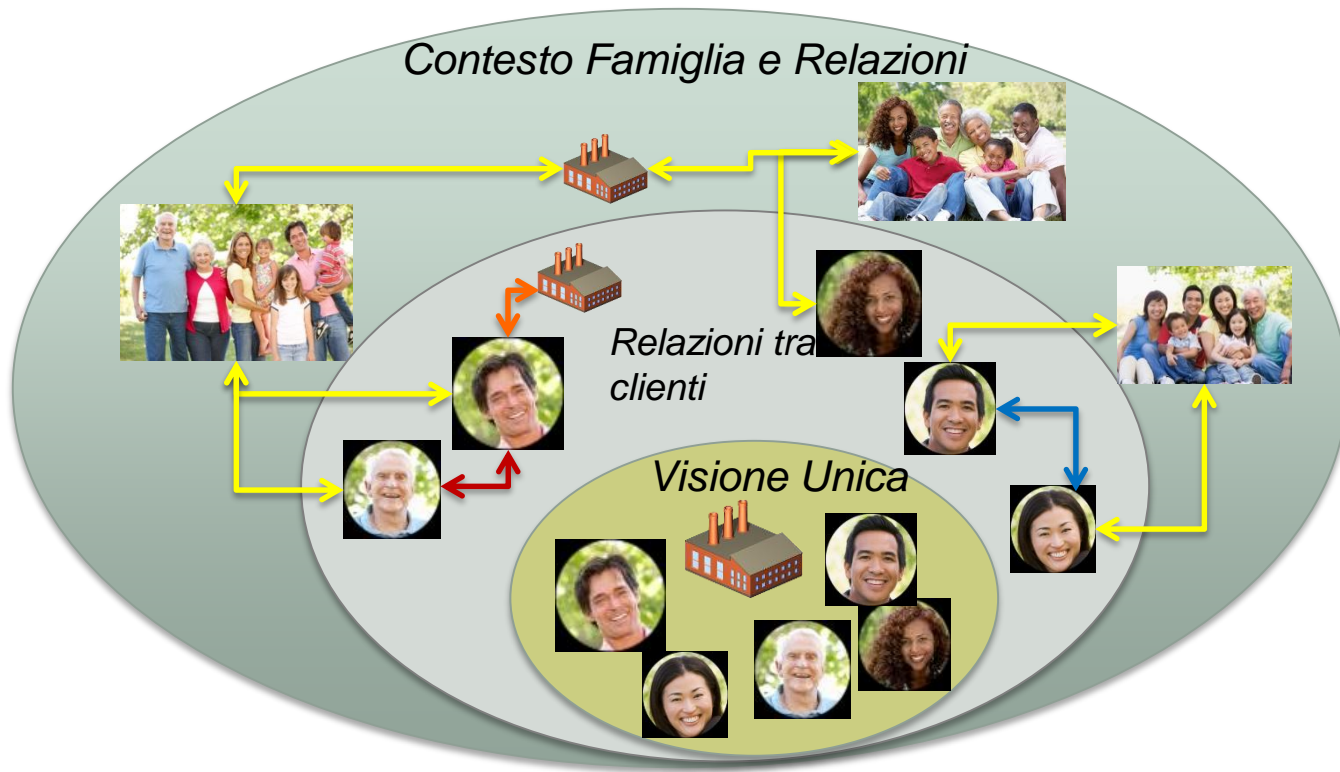
# Il Data Orienteering™ Compass



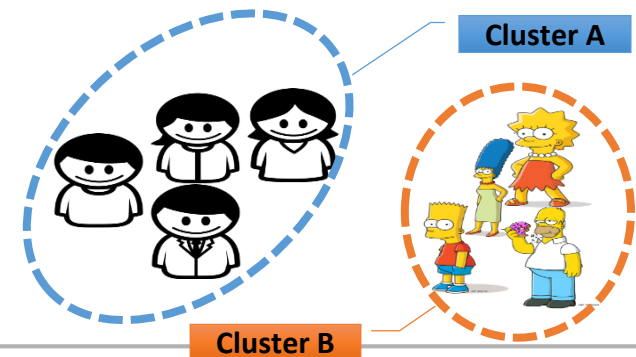
- Basi dati
  - interne ed esterne
  - tradizionali o di piattaforma
- Tecnologie
  - DWH
  - Flussi dati da sistemi operational
  - Flussi dati esterni
- Tecniche
  - Modelli tradizionali
  - Machine Learning e Intelligenza Artificiale



# Il Data Orienteering™ Run: Check Point (Esempio)



- Small data rivalutabili attraverso il Machine Learning e l'Intelligenza Artificiale.
- Attraverso l'uso degli small data e dei modelli Non-Supervisionati, se possibile anche con l'utilizzo di dati pubblici esterni (ad es. da internet o dati catastali), è possibile ricostruire una visione unica del cliente, risalire alle sue relazioni parentali e con altri gruppi di clienti.
- All'interno di questi gruppi, inoltre, si ha la possibilità di individuare dei prospect che possano essere influenzati dall'esperienza di appartenenti ai nuclei di relazioni con l'impresa.



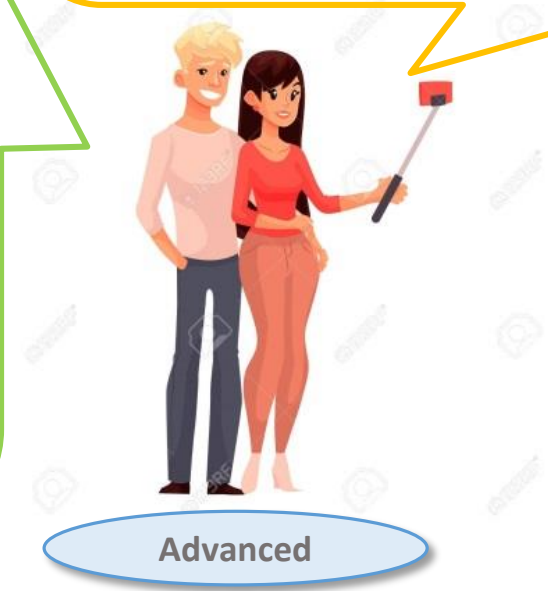
# Il Data Orienteering™ Arrival: conoscenza del cliente

## Essere riconosciuto e apprezzato!

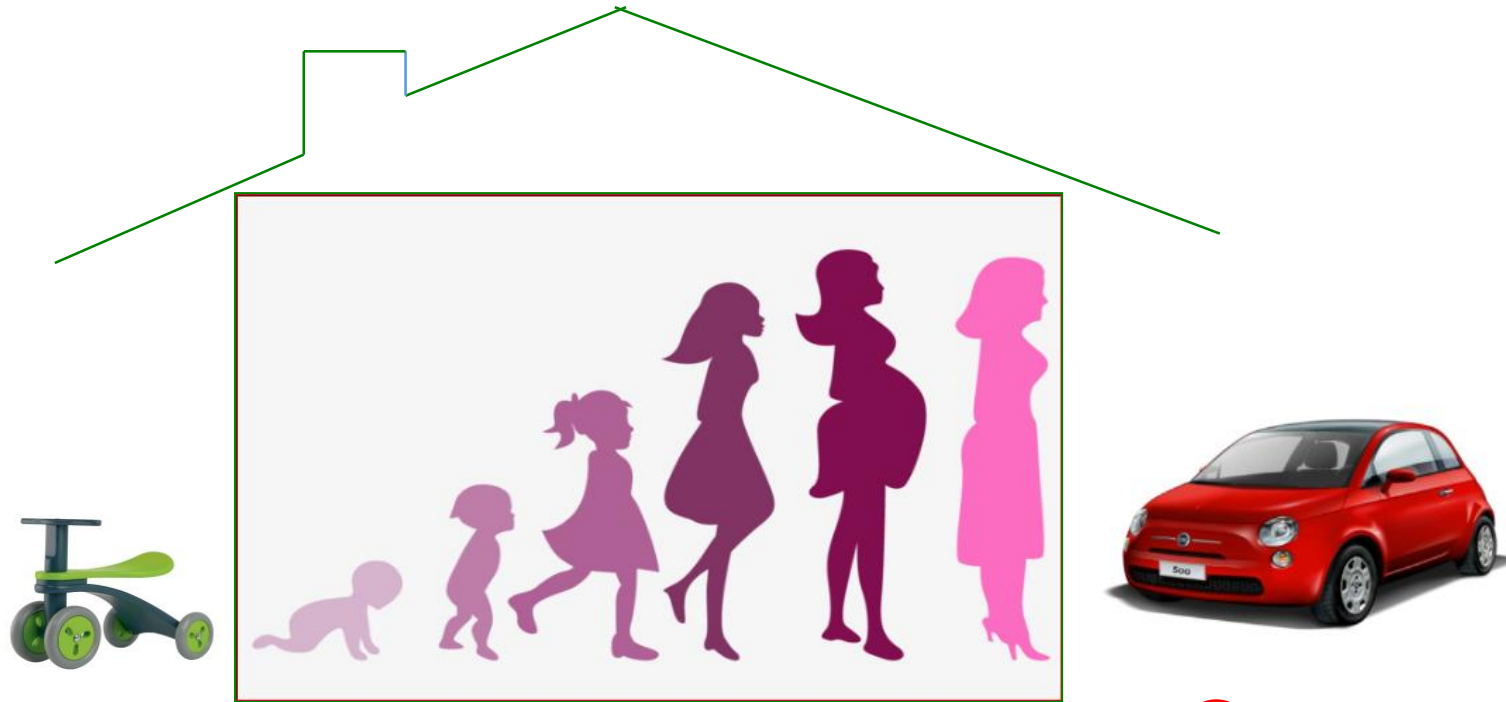


«Il prezzo è importante per me se non ho altri servizi distintivi che mi aiutino a svolgere le attività di gestione dei miei impegni giornalieri, anche attraverso canali digitali. Non mi piace avere sistemi che registrino il mio comportamento in auto. A casa, invece, sarebbe utile avere un servizio di monitoraggio antintrusione che mi avvisi in caso di pericolo quando non ci sono, purché non sia troppo invadente.»

« Acquisto servizi (ad es. IoT) soprattutto per avere un supporto h24 e 7/7 sia per l'auto che in casa. Per me è importante la sicurezza dei miei familiari, e poter monitorare cosa succede anche attraverso internet ad es. attraverso il 'FindMyCar'. Il prezzo è importante, ma solo se ho servizi di assistenza efficienti. Cosa desiderare di più della sicurezza per la mia famiglia?»



# Il Data Orienting™ Arrival: lo sviluppo di prodotti dinamici e 'adattivi'



Integrazione in un ecosistema tematico: prodotti e servizi integrati per tema (ad es. Mobilità) a prescindere dal mercato di origine (ad es. Car Maker, Assicurativo, Servizi etc.)

## Flessibilità

- *Durate brevi*
- *Modulari*: Possibilità di modificare agevolmente il contratto di servizio in espansione e/o in riduzione a seconda della congiuntura e fase della vita del cliente

Servizi semplici per un business complesso

- Compliance
- Tecnica, Tecnologia e pricing
- Processi IT e Business





# Grazie!

- **Name** | Paola Scarabotto
- **Web** | <https://www.linkedin.com/in/paolascarabotto>
- **Email** | [paola.scarabotto@dataorienteeing.com](mailto:paola.scarabotto@dataorienteeing.com)