



ORDINE NAZIONALE
DEGLI ATTUARI

CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ATTUARI



XIII

CONGRESSO
NAZIONALE
DEGLI
ATTUARI

INNOVAZIONE
TECNOLOGICA
E RISCHI SISTEMICI:
L'ATTUARIO
VALUTATORE
GLOBALE
DELL'INCERTEZZA

ROMA
10-12 Novembre 2021

GLI ADVANCED ANALYTICS A SUPPORTO DELLE VENDITE

III sessione parallela

Wider fields. Le nuove frontiere della professione attuariale

Roma, 11 novembre 2021



XIII

CONGRESSO
NAZIONALE
DEGLI
ATTUARI

INNOVAZIONE
TECNOLOGICA
E RISCHI SISTEMICI:
L'ATTUARIO
VALUTATORE
GLOBALE
DELL'INCERTEZZA

ROMA
10-12 Novembre 2021

- I. Il processo di costruzione di un **modello di propensione all'acquisto di un prodotto**;
- II. L'analisi delle variabili e la costruzione della **analytical base table**;
- III. L'individuazione del **target** di propensione;
- IV. Lo studio del **profilo** dei clienti in target;
- V. L'analisi delle **redemption** e le **performance** del target rispetto al resto della base clienti.



I) Modello di propensione all'acquisto



ORDINE NAZIONALE
DEGLI ATTUARI

CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ATTUARI



XIII

CONGRESSO
NAZIONALE
DEGLI
ATTUARI

INNOVAZIONE
TECNOLOGICA
E RISCHI SISTEMICI:
L'ATTUARIO
VALUTATORE
GLOBALE
DELL'INCERTEZZA

ROMA
10-12 Novembre 2021



IN PASSATO

IN FUTURO



II) Analytical base table



ORDINE NAZIONALE
DEGLI ATTUARI

CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ATTUARI



XIII

CONGRESSO
NAZIONALE
DEGLI
ATTUARI

INNOVAZIONE
TECNOLOGICA
E RISCHI SISTEMICI:
L'ATTUARIO
VALUTATORE
GLOBALE
DELL'INCERTEZZA

ROMA
10-12 Novembre 2021

Variabili principali:

- Anagrafiche: tipo cliente, genere, età, generazione, professione, titolo di studio, stato civile, area geografica, popolazione comune di residenza, affluenza elezioni nazionali comune di residenza, cfr dati censimento ISTAT
- Advanced analytics: churn, customer value, segmentazione comportamentale, **segmentazione strategica**, presenza figli u18, stima reddito
- Rapporti con Reale Group: loyalty, area riservata, email, cellulare, fea, canale di ingresso, mutui, prestiti, benefici di mutualità
- Possesso assicurativo: possesi linee di business, numero polizze, premi danni, premi vita, anzianità di rapporto
- Focus corporate: settore merceologico, numero di dipendenti, ricavi, utili/perdite, posizioni chiave d'azienda



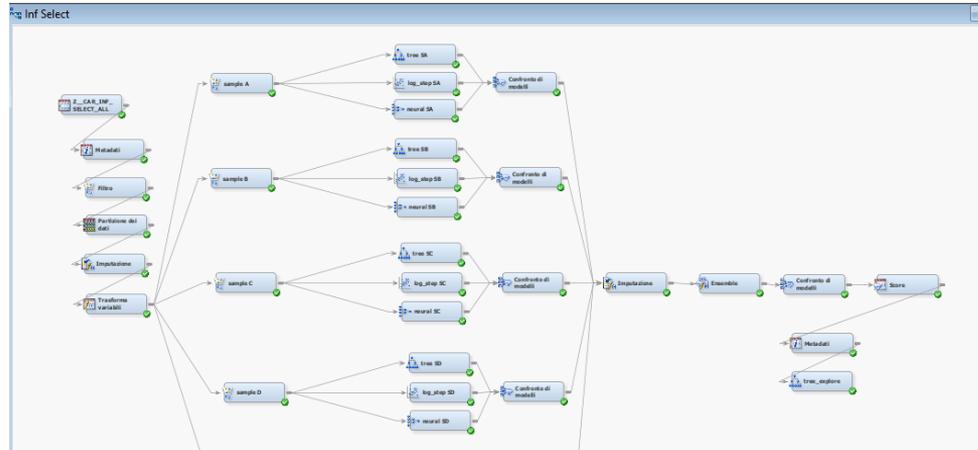


III) Target di propensione - scelta del modello

Obiettivo di analisi: propensione all'acquisto di un prodotto X (es. casa)

Finestra di osservazione input: periodo temporale (es. anno precedente)

La variabile **target** assume i valori 1 (acquisto) e 0 (non acquisto)



SAS Data Miner: scelta tra i modelli candidati (regressione lineare semplice e multipla, regressione logistica, rete neurale, albero decisionale, random forest)



III) Target di propensione - valutazione del modello



ORDINE NAZIONALE
DEGLI ATTUARI

CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ATTUARI



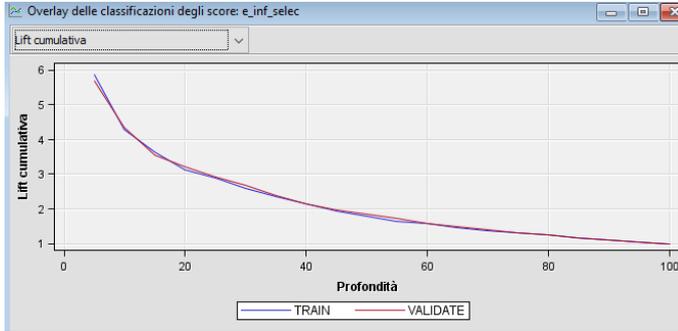
XIII

CONGRESSO
NAZIONALE
DEGLI
ATTUARI

INNOVAZIONE
TECNOLOGICA
E RISCHI SISTEMICI:
L'ATTUARIO
VALUTATORE
GLOBALE
DELL'INCERTEZZA

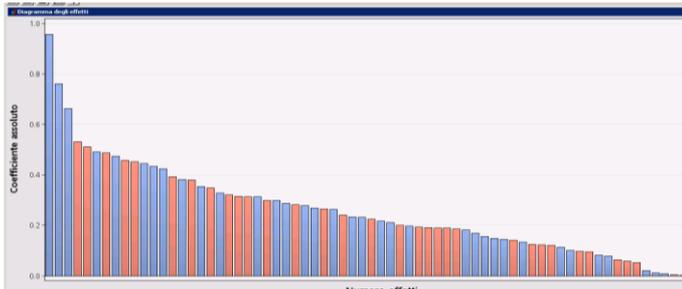
ROMA
10-12 Novembre 2021

Scelta del modello e validazione utilizzando la Lift



| Account Name | Main Phone | Address 1: City | Primary Contact | Email (Primary Contact) |
|----------------------------------|------------|-----------------|---------------------------|-------------------------|
| A. Datum Corporation (sample) | 555-0156 | Redmond | Rene Valdes (sample) | someone_1@example.com |
| Adventure Works (sample) | 555-0152 | Santa Cruz | Nancy Anderson (sample) | someone_2@example.com |
| Alpine Ski House (sample) | 555-0157 | Missoula | Paul Cannon (sample) | someone_3@example.com |
| Blue Yonder Airlines (sample) | 555-0154 | Los Angeles | Sidney Higa (sample) | someone_4@example.com |
| City Power & Light (sample) | 555-0155 | Redmond | Scott Konesmann (sample) | someone_5@example.com |
| Coho Winery (sample) | 555-0159 | Phoenix | Jim Glynn (sample) | someone_6@example.com |
| Contoso Pharmaceuticals (sample) | 555-0156 | Redmond | Robert Lyon (sample) | someone_7@example.com |
| Fabrikam, Inc. (sample) | 555-0153 | Lynnwood | Maria Campbell (sample) | someone_8@example.com |
| Fourth Coffee (sample) | 555-0150 | Renton | Yvonne McKay (sample) | someone_9@example.com |
| Uttware, Inc. (sample) | 555-0151 | Dallas | Susanna Stuberod (sample) | someone_10@example.com |

Individuazione dei predittori - tra circa 250 variabili



Seleziono il miglior 10°-20° percentile degli acquirenti, che suddivido in **target** (90%) e **control** (10%).

Inserisco solo il **target** su CRM, disponibile per le agenzie



IV) Profilo del target



ORDINE NAZIONALE
DEGLI ATTUARI

CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ATTUARI



XIII

CONGRESSO
NAZIONALE
DEGLI
ATTUARI

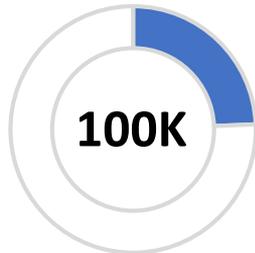
INNOVAZIONE
TECNOLOGICA
E RISCHI SISTEMICI:
L'ATTUARIO
VALUTATORE
GLOBALE
DELL'INCERTEZZA

ROMA
10-12 Novembre 2021



- **40-60 enne** Convivente/coniugato tendenzialmente con figli minori.
- **Imprenditore**, Liberto Professionista, diplomato o laureato
- **In compagnia** mediamente da una decina d'anni, più di 3 polizze in vigore
- **Grandi centri urbani** del nord Italia, zone ad elevato reddito
- **Portafoglio in compagnia è ricco**, con 2 o più linee di business.
- **Segmentazione comportamentale:** I (Investimento) ed H (Multipolizza Evoluto)
- **Segmentazione strategica:** esordienti, ambiziosi e consapevoli

CLIENTI IN TARGET



PERFORMANCE PREVISTA





V) Analisi dei risultati: redemption



XIII

CONGRESSO
NAZIONALE
DEGLI
ATTUARI

INNOVAZIONE
TECNOLOGICA
E RISCHI SISTEMICI:
L'ATTUARIO
VALUTATORE
GLOBALE
DELL'INCERTEZZA

ROMA
10-12 Novembre 2021

| SELECTION | Clients (al 2019.12) | Acquirers | Redemption |
|---------------------------------------|-------------------------|-----------|--------------|
| Target | | | 8,97% |
| Control | | | 8,61% |
| Resto customer base | | | 1,88% |
| WinBack | | | |
| Nuovi | | | |
| Redemption media | | | 2,58% |
| Performance target VS resto CB | | | 4,77 |
| Performance target vs media | | | 3,47 |

Analizzando la **redemption** monitoriamo:

- La differenza tra control e resto customer base -> potenza del modello
- La differenza tra target e control -> valore dell'azione commerciale delle agenzie

Focus agenzie virtuose e non

| SELECTION | Clients (al 2019.12) | Acquirers | Redemption |
|---------------------------------------|-------------------------|-----------|--------------|
| Target | | | 11,39% |
| Control | | | 9,65% |
| Resto customer base | | | 3,93% |
| WinBack | | | |
| Nuovi | | | |
| Redemption media | | | 5,11% |
| Performance target VS resto CB | | | 2,90 |
| Performance target vs media | | | 2,23 |



| SELECTION | Clients (al 2019.12) | Acquirers | Redemption |
|---------------------------------------|-------------------------|-----------|--------------|
| Target | | | 7,54% |
| Control | | | 7,41% |
| Resto customer base | | | 2,69% |
| WinBack | | | |
| Nuovi | | | |
| Redemption media | | | 2,96% |
| Performance target VS resto CB | | | 2,81 |
| Performance target vs media | | | 2,55 |





V) Analisi dei risultati: premi e polizze



ORDINE NAZIONALE
DEGLI ATTUARI

CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ATTUARI



XIII

CONGRESSO
NAZIONALE
DEGLI
ATTUARI

INNOVAZIONE
TECNOLOGICA
E RISCHI SISTEMICI:
L'ATTUARIO
VALUTATORE
GLOBALE
DELL'INCERTEZZA

ROMA
10-12 Novembre 2021

| Totale | | | |
|-------------------------|-----------|-----------|-------------|
| Dimensione | Risultati | Obiettivo | % Ris vs Ob |
| Polizze | | | 120,24% |
| polizze vita | | | |
| polizze danni | | | |
| Premi (€) | | | 113,05% |
| premi vita | | | |
| premi danni | | | |
| Premio medio (€) | | | |

| | |
|--|-------|
| % clienti in target | 7,5% |
| Contributo del target sul tot premi | 33,4% |

| Resto customer base* | | | |
|--------------------------|-----------|-----------|-------------|
| Dimensione | Risultati | Obiettivo | % Ris vs Ob |
| Polizze | | | 96,15% |
| polizze vita | | | |
| polizze danni | | | |
| Premi (€) | | | 86,82% |
| premi vita | | | |
| premi danni | | | |
| Premio medio (€) | | | |
| Target | | | |
| Dimensione | Risultati | Obiettivo | % Ris vs Ob |
| Polizze | | | 155,07% |
| polizze vita | | | |
| polizze danni | | | |
| Premi (€) | | | 159,04% |
| premi vita | | | |
| premi danni | | | |
| Premio medio (€) | | | |
| Nuovi clienti + win back | | | |
| Dimensione | Risultati | Obiettivo | % Ris vs Ob |
| Polizze | | | 134,29% |
| polizze vita | | | |
| polizze danni | | | |
| Premi (€) | | | 118,63% |
| premi vita | | | |
| premi danni | | | |
| Premio medio (€) | | | |



ORDINE NAZIONALE
DEGLI ATTUARI

CONSIGLIO NAZIONALE
DEGLI ATTUARI



XIII

CONGRESSO
NAZIONALE
DEGLI
ATTUARI

INNOVAZIONE
TECNOLOGICA
E RISCHI SISTEMICI:
L'ATTUARIO
VALUTATORE
GLOBALE
DELL'INCERTEZZA

ROMA
10-12 Novembre 2021

Grazie per l'attenzione

Luca Di Salvo, attuario IOA

Segretario del Comitato Regionale del Piemonte

Customer Insight Analyst, Reale Mutua Assicurazioni

disalvoluca90@gmail.com

348/8586058