

AI в 2023: умные продажи в страховании

Март 2023 г.

СОГАЗ



Сергей Алешкин
Head of Data Science
АО «СОГАЗ»

Лицензии Банка России СР №1208, СИ №1208, ОС №1208-02,
ОС №1208-03, ОС №1208-04, ОС №1208-05, ПИС №1208, АО «СОГАЗ».

Рынок AI в России: большой потенциал

Использование AI в бизнес-процессах российских компаний



61%
рынка AI

анализ данных с помощью AI

33%
рынка AI

NLP-обработка естественного языка

Источники:

- Альманах «Искусственный интеллект». Состояние отрасли в России и мире, ЦНТИ на базе МФТИ
- IDC Worldwide Artificial Intelligence Spending Guide

AI на российском страховом рынке

30% применяют AI
в бизнес-процессах
компаний

25%
клиентов готовы полностью
перейти на цифровое
страхование

Основные бизнес-процессы, в которых используется AI:

- проведение скоринга при предстраховой проверке
- аналитическое выявление мошеннических убытков
- прямые продажи страховых продуктов
- проведение кампаний целевого маркетинга
- **кросс-продажи продуктов и услуг существующим клиентам**

Источники:

- Показатели цифровизации страхового рынка в Российской Федерации, Финансовый университет
- Исследование BCC и AC&M Consulting

AI – ключевой элемент цифровой трансформации:

Корпоративное хранилище данных,
отвечающее современным принципам работы с **BigData**

Использование моделей машинного обучения (ML) в бизнес-процессах

(персонализация продаж, оптимизация товарных запасов, оптимизация графика работы сотрудников в точках продаж, предотвращение потерь из-за нечестных сотрудников и т. п.)

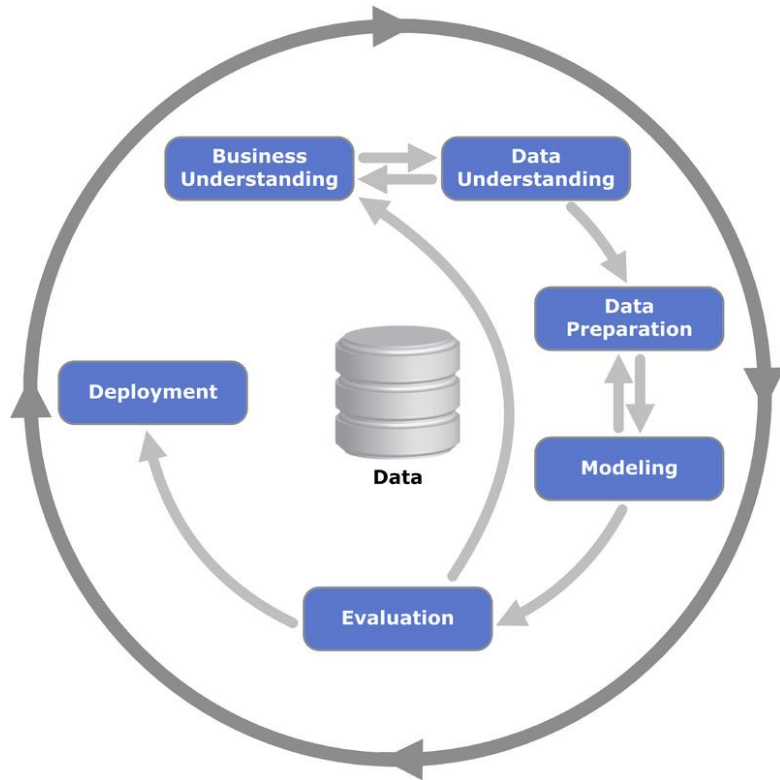
Обучение сотрудников
компании работе с современными цифровыми технологиями

Интерактивные цифровые отчеты на базе существующих систем бизнес-аналитики (Power BI, ClickView и т. д.).

Digital marketing для продвижения товаров и услуг (сквозная аналитика, модели атрибуции конверсий, автоматизация управления контекстной рекламой, call tracking и т. д.)

Цифровые сервисы
удаленный доступ к услугам и продуктам компании для клиентов

Межотраслевой стандарт исследования данных



- Постановка бизнес-целей (Business Understanding)
- Предварительное изучение данных (Data Understanding)
- Подготовка данных (Data Preparation)
- Построение модели (Modeling)
- Оценка качества модели (Evaluation)
- Внедрение (Deployment)

Роли в процессе внедрения ML-моделей

Data Engineer (инженер по данным)

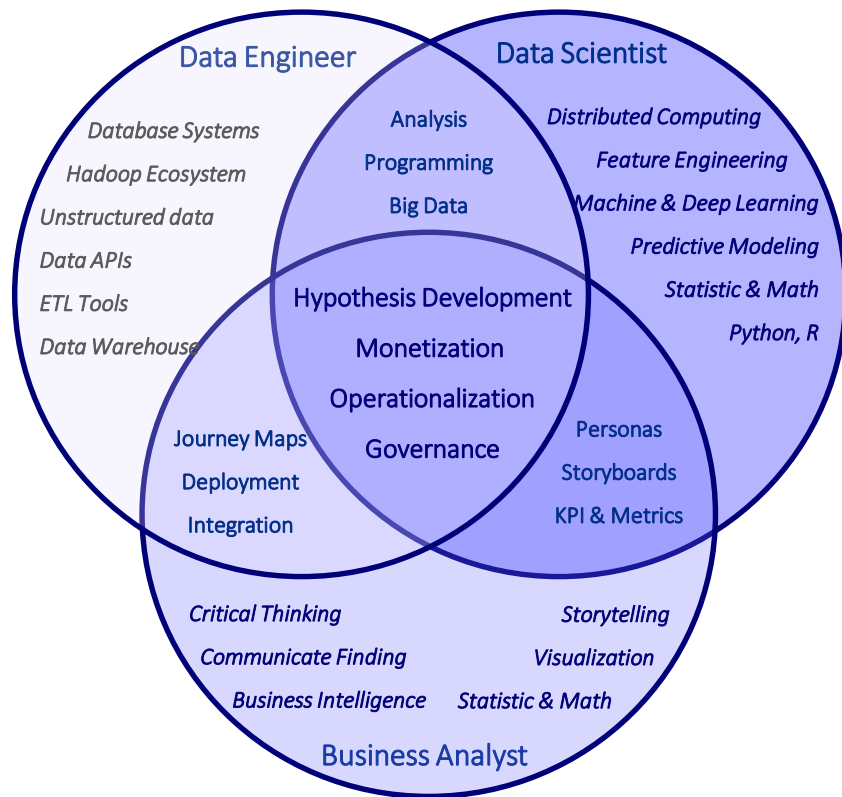
- Понимает, где взять разные типы данных
- Работает с «сырыми» данными в различных форматах
- Визуализирует, очищает и готовит данные для моделирования

Data Scientist (исследователь данных)

- Готовит признаки для моделирования (feature engineering)
- Строит и оценивает модели
- Решает задачи стандарта CRISP-DM

Business Analyst (бизнес-аналитик)

- Отлично знает сферу бизнеса, для которой готовится модель
- Отлично знает особенности ведения бизнеса компании
- Умеет делать понятные и интересные презентации
- Умеет строить интерактивные отчеты (к примеру, в Power BI)



Основные типы ML-задач в страховании

Обучение «без учителя»:

- Кластеризация
- Заполнение пропущенных значений
- Сокращение размерности
- Визуализация данных

Практические задачи:

Предстраховой скоринг: выделение наиболее убыточного сегмента из множества всех клиентов.

Целевой маркетинг: разбиение множества всех клиентов на кластеры для выявления типичных представителей основных клиентских групп.

Кросс-продажи: выявление сочетаний товаров, часто встречающихся вместе в покупках клиентов разных групп.

Обучение «с учителем»:

Построение алгоритма на основе анализа множества объектов с аналогичными параметрами и известными ответами для этих объектов, в т. ч.:

- Задачи классификации (принадлежность к классу)
- Задачи регрессии (действительные числа)

Практические задачи:

Тарификация: оценка прогнозируемого убытка по полису на основе анализа имеющегося портфеля.

Предстраховой скоринг: выявление потенциальных мошенников.

Кросс-продажи: выявление клиентов с высоким уровнем спроса на выбранный тип продукта.

AI в продажах: изменение поведения потребителя...

80%

КЛИЕНТОВ

готовы платить за
удобство и
качество сервиса, а
не за бренд

63%

КЛИЕНТОВ

готовы делиться
персональной
информацией для
лучшего сервиса

32%

КЛИЕНТОВ

готовы уйти от
любимого бренда
после первой же
ошибки

76%

КЛИЕНТОВ

ожидают
персонального
предложения от
компаний

Источники:

- Experience is everything: Here's how to get it right. PwC

- Исследование потребительского поведения в 2022, «Ромир»

... меняет подход к работе с клиентской базой

Применение AI на каждом этапе сотрудничества с клиентом



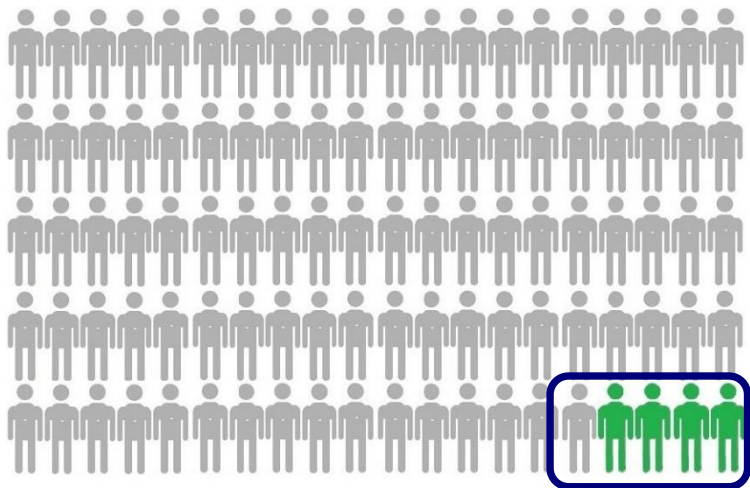
Не нужно забивать гвозди микроскопом

Применение AI в продажах для различных продуктов и сегментов клиентов

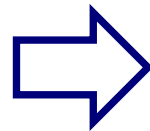
	Низкомаржинальные продукты	Высокомаржинальные продукты
Мало данных о клиентах	<p>Онлайн-продажи с помощью голосовых роботов с относительно простыми скриптами</p> 	<p>Предварительные продажи с помощью голосовых роботов с дальнейшим переключением на опытных продавцов</p> 
Данных о клиентах достаточно	<p>Отбор клиентов с помощью AI-модели и дальнейшая коммуникация с помощью голосовых роботов со сложными скриптами (похожи на человека), оформление онлайн</p> 	<p>Отбор клиентов с помощью AI-модели. Продажи силами опытных продавцов</p> 

Применение AI в кросс-продажах клиентам ОСАГО

4 человека из 100
рассмотрят покупку полиса
добровольного страхования



* согласно существующей статистике



Клиенты, отобранные AI:

40%

клиентов готовы купить продукты
добровольного страхования в
ближайшее время

98%

клиентов, не заинтересованных в
покупке, исключаются
алгоритмом

**в 30
раз**

снижаются трудозатраты сети
на кросс-продажи

Отбор клиентов производится с использованием ансамбля моделей актуализируемого на основе A/B тестирования. В актуальной версии используются модели Logistic Regression и XGboost.

Результаты использования AI в кросс-продажах (на примере розничных сетей ряда страховых компаний)

в **70**
регионах
РФ

реализуется
проекты
с 2019 года

свыше
200
подразделений

сети продаж участвуют
в проектах

в **10**
раз

в среднем выросла
результативность
кросс - продаж

15%

средний рост сборов в по
продуктам добровольного
страхования в результате
использования AI

Принципы успешного внедрения AI в компании

- **Начинать внедрять AI с направления, по которым оно может принести максимально быстрый эффект.** Реальная бизнес-выгода с понятным сроком окупаемости повышает доверие к AI в компании.
- **Строить быстрые прототипы моделей.** Из 10 инициированных моделей в среднем «взлетают» только 1-2.
- **В начале внедрения AI в компании использовать легко интерпретируемые методы** (например, логистическую регрессию). Это снизит «модельный риск», т. к. позволит на ранней стадии проверить правильность оценки моделью факторов, влияющих на целевой показатель.
- **На постоянной основе отслеживать качественные метрики используемых моделей AI.** Модели AI настраиваются на текущие значения параметров (например, уровень дохода) и при существенных изменениях этих условий качество прогноза модели может критично снизиться.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

