

Tendențele cheie care vor transforma industria asigurărilor în anii următori

Asiguratorii au trecut cu bine de provocările ridicate de pandemia COVID-19, inclusiv de întreruperile activității și transformarea digitală accelerată, și trebuie să profite de acest impuls pentru a face față incertitudinii macroeconomice, noilor forme de concurență, cerințelor crescute privind riscul climatic sau schimbărilor în așteptările consumatorilor și raportările noi financiare și de contabilitate.

Toate aceste provocări vin într-un moment în care decalajul global de protecție (diferența dintre pierderile reale și cele asigurate), care a ajuns la 1,4 miliarde de dolari în 2020, va crește într-un ritm accelerat, arată raportul "Insurance 2025 and Beyond", realizat de PwC la nivel global.

Având în vedere nevoia din ce în ce mai mare de a găsi soluții pe termen lung pentru a aborda disparitățile sociale și economice și reziliența afacerilor, asiguratorii trebuie să depășească misiunea lor tradițională.

Constatarea PwC evidențiază cinci tendințe care vor influența industria până în 2025 și cinci imperative pe care asiguratorii trebuie să le ia în considerare atunci când își regândesc strategiile.

Un decalaj de încredere tot mai mare. Într-o lume în care încrederea în companii și în guverne este în scădere, încrederea în instituțiile financiare este aproape de un minim istoric. Potrivit Barometrului de încredere Edelman din 2022, doar 54% dintre respondenți au încredere în instituțiile din industria serviciilor financiare, cu 10 puncte procentuale mai puțin față de media pentru alte industrii din raport. Aceasta erodare a încrederii, combinată cu lipsa de acces și o educație financiară precară, a făcut ca oamenii să fie mai puțin dispuși să cumpere asigurări și a dus la lacune mai mari în materie de protecție și la pierderi economice mai accentuate. Începând cu anul 2000, la nivel mondial decalajul de protecție s-a marit drastic în toate sectoarele, ajungând la 1,4 miliarde de dolari în 2020. Analiza PwC arată ca acest decalaj ar putea ajunge la 1,86 miliarde dolari până în 2025, iar Asia-Pacific ar reprezenta aproape jumătate din totalul riscurilor neasigurate. În Europa, acest decalaj ar putea ajunge la 334 milioane de dolari până în 2025.

Pentru a întări încrederea în asigurări, unii furnizori se concentrează pe atenuarea nedreptății sociale prin crearea unui mediu social și de afaceri mai favorabil incluziunii. Aceștia încearcă să educe clienții, prin crearea de produse accesibile, cum ar fi micro asigurările, și distribuirea mai eficientă a acestora. De asemenea, unele dintre ele creează parteneriate public-private cu administrațiile locale, autoritățile de reglementare și cu persoanele responsabile cu elaborarea politicilor.

Evoluția rapidă a nevoilor și preferințelor clienților. În prezent, clienții nu caută doar protecție financiară, ei doresc soluții personalizate în contextul vieții lor de zi cu zi, fie ca este vorba de cumpărarea unei mașini, de planificarea pensionării sau de inițierea unei afaceri. Clienții se așteaptă ca asiguratorii să meargă dincolo de obligațiile lor de transfer al riscurilor și să ofere soluții care să acopere predicția, prevenirea și intervenția în caz de risc, și să susțină aceste servicii prin canale digitale și prin informații detaliate.

Pentru a rămâne competitivi, asiguratorii trebuie să regândească modul în care își deservesc clienții, ofera consultanță și valorifică noile parteneriate inovatoare pentru a crea modele de afaceri durabile care să stimuleze creșterea și să îmbunătățească experiența clienților.

O piața din ce în ce mai digitală și o lume bazată pe Inteligența Artificială (IA).

Automatizarea și IA schimbă deja modul în care asiguratorii interacționează cu consumatorii de-a lungul întregului lanț valoric - de la proiectarea produselor până la subscriere, tarifyare și despăgubiri. Progresele recente în digitalizarea interacțiunilor cu clienții au inclus utilizarea tot mai frecventă a așa-numiților consilieri "bionici", care folosesc tehnologia pentru a personaliza produsele financiare în funcție de nevoile clienților săi. Datele și analiza datelor vor continua să deblocheze noi capacități, precum și stabilirea prețurilor și procesarea cererilor de despăgubire în timp real.

Riscul climatic și accentul pus pe sustenabilitate. Amenințarea tot mai mare a schimbărilor climatice reprezintă riscuri fizice și de tranziție sistemice, cu implicații directe pentru industria asigurărilor. Pentru a se proteja și pentru a preveni aceste riscuri, asiguratorii vor trebui să-și reconstruiască modelele de risc și ipotezele de stabilire a prețurilor, să creeze noi produse și servicii legate de climă și să colaboreze cu alte organizații pentru a le ajuta să atenueze riscurile climatice. Un sondaj realizat de o mare companie de asigurări arată că 44% dintre firmele de asigurări au o politică climatică pentru investiții, față de 30% care au o politică climatică pentru activitatea de subscriere. Cifrele sunt mai mici în ceea ce privește politicile de net-zero pentru activitățile de subscriere, cu doar 3% dintre respondenți care au o politică de net-zero.

Convergența, colaborare și concurența. O economie digitală, bogată în date, permite organizațiilor să partajeze și să colaboreze în interiorul și dincolo de granițele industriei în moduri noi și să creeze noi valori, noi propuneri de valoare pentru nevoile companiilor mici și mijlocii. Multe investiții converg în jurul platformelor digitale, cum ar fi ecosistemele și piețele pentru clienți. Fie că este vorba despre mobilitate, bunăstare financiară, sănătate sau de întreprinderile mici și mijlocii, multe investiții merg către platformele digitale de tipul ecosistemelor sau marketplace.

Pe măsura ce așteptările stakeholder-ilor evoluează și industria se transformă, asiguratorii vor trebui să își aleaga propriul drum pentru a răspunde nevoilor în schimbare ale clienților și pentru a dezvolta o organizație agilă, având la bază cinci imperative: tehnologia, clientul, obiectivele ESG, talentele și execuția.