

# Bizalmat keltő, személyre szabott és humán faktórral támogatott

Mobilalkalmazások, telematika, chatbotok, virtuális asszisztensek – a KPMG nagy nemzetközi kutatásai már előrevetítik, hogy meghatározó átalakulás előtt állhat a biztosítási szektor, ennek mozgatórugója az ügyfél, alapvető eszköze pedig az adat. A KPMG magyarországi szakértői az Inspira Research segítségével mélyinterjúk kutatással validálták a kimutatott tendenciák hazai megvalósulásának esélyeit és az ezekkel kapcsolatos dilemmákat. Mint kiderült, a digitalizáció sikere és az újhullámos ügyfélszolgálati megoldások elterjedése nagyban függ attól, hogy a biztosítók megtalálják-e és bemutatják-e az értékeket az ügyfelek számára.

2022 és 2023 folyamán több globális kutatást is folytatott a KPMG a biztosítási szektor digitalizációjának alakulásáról. Ezek szerint a biztosítótársaságok szinte erőn felül áldoznak a diszruptív, a hagyományos ügyfélszolgálati módokat felforgató technológiákra. A társaságok 77 százaléka fektetett be vagy tervez befektetni az automatizálásba, 72 százalékuk dedikált AI-szakembereket vesz fel. Ötből négy biztosítónál ténylegesen is az ügyfélközpontúság áll a fókuszban a használt csatornák fejlesztésénél: mobil alkalmazások, virtuális asszisztensek, chatbotok jelennek meg az ügyfélkapcsolat során. A gépjármű biztosításoknál a használatalapú, mind a futott kilométert, mind a használat módját figyelembe vevő rugalmas árazási modellekkel kísérleteznek – de ez a kockázatértékelési megközelítés az életbiztosításoknál is fel-felbukkan a lehetséges fejlesztési irányoknál.

A magyarországi KPMG ezeknek az irányoknak a hazai fogadtatását kívánta szondázni, ehhez pedig mélyinterjúk módszerrel mérték fel az ügyfél attitűdöket. A kutatás eredményeinek bemutatásakor Halász Erika, a KPMG igazgatója – aki emberközpontú üzletfejlesztésnek, és így az ügyfélélmény tervezésnek is a szakértője – kitért részletesen a telematika, a személyre szabott ajánlat, a mobil alkalmazások, a chatbot, illetve a virtuális asszisztens alkalmazásának kérdéseire.

Bár rokon területnek tűnhet, mégis több ponton jelentősen eltér a banki és biztosítási szektor ügyfélmenedzsmentje, hiszen míg a különböző tranzakcióknak köszönhetően a bankkal akár naponta van „érintkezési pontunk”, addig a biztosítóval ritkán, és gyakran igen stresszes helyzetben kerülünk kapcsolatba – így nem összehasonlítható a technológiai újdonságok elfogadása a két területen.

„A biztosítási ügyfélélmény szempontjából nem hagyható figyelmen kívül az alacsony kapcsolattartási gyakoriság, illetve a biztosítási ügyintézési folyamatban megjelenő aszimmetria: az ügyfélélmény szempontjából természetesen jelentős a szerződéskötési, biztosításkezelési szakasz, azonban leginkább a kárrendezés során tapasztalt ügyfélkezelés minősége a meghatározó” – mondja Halász Erika.

Az alacsony kapcsolattartási gyakoriságból következik, hogy bár az ügyfelek jelentős része valamennyire nyitott az innovatív technológiák használatára, ezek előnyeit ritkábban tapasztalja meg, ezért a megoldások ügyfélélményre gyakorolt hatása kisebb.

A kutatási eredményekben visszatérő gondolat az ügyfelek bizalmatlansága azzal kapcsolatban, hogy vajon a technológia mennyire az ő, és mennyire a biztosító érdekeit szolgálja. A kételyek között morális, adatbiztonsági szempontok is felmerülnek, és az az alapkérdés is, hogy egyáltalán szükség van-e többféle eszközre a biztosító és ügyfelei közötti kapcsolattartásra. Ez a bizalmatlanság az ügyfelek egy részénél jelentős részben önmagában az újtól való viszolygásból, a másságtól való

idegenkedésből fakad.

A KPMG kutatásának egyik fontos tanulsága, hogy a biztosítási szektorra jellemző ügyfél-attitűdök nagyban befolyásolják a technológiai újdonságok adaptációját. Leegyszerűsítve: aki általában nyitott a digitális megoldásokra és az újdonságokra, az a biztosítások terén sem fog idegenkedni ezektől.

„Ez azonban korántsem jelent automatikusan garanciát a bevezetni kívánt digitális megoldás hosszútávú sikerére” – figyelmeztet Halász Erika. „Ahhoz, hogy ezek a megoldások polgárjogot nyerjenek, az ügyfeleknek is fel kell ismerniük ennek előnyeit, és mindennél fontosabb, hogy ergonomikus felületek, intuitív szolgáltatási csatornák támogassák őket a használatukban – és adott esetben akár hús-vér ügyfélszolgálati munkatársak.”

Még ha mindezek a feltételek teljesülnek, akkor is gátat szabhatnak a terjedésnek az adatvédelmi aggályok, a társadalmi szokások és a bizalmatlanságból fakadó előítéletek.

Például a telematikát – vagyis azt a technológiai megoldást, amikor a járművekben található szenzorok és kommunikációs eszközök segítségével a biztosítók adatokat gyűjtenek a járművezetők értékeléséhez, az autók kockázatértékeléséhez és az ajánlatok árazásához – az adatmegosztás problémái és a díjtételek változásának bizonytalansága miatt a meginterjúvolt ügyfelek többnyire elutasítják. Legtöbbjük számára maga a szó és a fogalom is ismeretlen, az adatgyűjtés pedig önmagában ellenérzést kelt bennük, hiszen azt sugallja számukra, hogy a biztosító megfigyeli őket.

A lehetséges előnyöket, például az alacsony kockázatú vezetőknek szánt kedvezőbb díjakat ugyan vonzóan találták, de sokan bizonytalanok, hogy belesnének-e a kedvezményezett körébe, illetve ha nem, akkor a „körön kívüliség” mekkora felárral jár. „Nem fair, hogy egy jó budapesti sofőr kedvezőtlenebb ajánlatot kap, mint egy rosszabb vidéki” – véli az egyik megkérdezett.

A személyre szabott ajánlatok a KPMG kutatása szerint már fokozhatják az ügyfélményt: minél több adatot kér a rendszer, annál személyre szabottabbnak találja az ügyfél az ajánlatot (persze szubjektív, hogy mennyi a „kevés” vagy „sok” adat). A többség egyébként a jövedelmi adatok kivételével szinte bármilyen, a biztosítás szempontjából releváns adatot megadna, különösen akkor, ha megfelelően tájékoztatják, hogy ez hogyan segíti a biztosítót az ajánlat személyre szabásában és miért lesz neki, mint ügyfélnek ettől jobb. A valóban személyre szabott ajánlatok a KPMG felmérése szerint jelentősen fokozhatják az ügyfélményt, azonban az adatok megosztásához kötődő bizalmatlanság ebben az esetben is okozhat kihívásokat.

A mobilapplikáció potenciálisan csak egy szűk ügyfélkör számára jelenthet nagymértékű ügyfélmény-növekedést. Banki mobilapplikációt szinte mindenki használ, de más szolgáltatók, köztük online fizetési szolgáltatások, mobilszolgáltatók, kiskereskedelmi láncok applikációi is gyakran előfordulnak az interjúalanyok telefonjain. Mégis, a többség úgy értékeli, hogy a biztosítási mobilapplikáció nem jár igazán többlet értékkel, közvetlen haszonnal számukra. A használat mellett szólhat, hogy kárbejelentésnél például a káreseményről készült képek azonnal feltölthetők. A biztosítás díjrendezettségének ellenőrzéséhez, a szerződés tartalmának ellenőrzéséhez szívesen használnák, mindazonáltal konkrét szerződéskötéshez és ajánlatok áttekintéséhez kevésbé tartják fontosnak. A megkérdezettek nagy része 2-3 biztosítóval is kapcsolatban áll, de nem szívesen töltene le több biztosító applikációját. A KPMG kutatása szerint egyetlen, többfunkciós, „több-biztosító” alkalmazás ugyanakkor vonzó lehet – itt akár már össze is lehetne hasonlítani a különböző ajánlatokat, mely egyértelműen azzal a percepcióval társul, hogy én, mint ügyfél biztosan a lehető legjobb ajánlatot kapom meg. A mobilalkalmazásban rejlő potenciál az ügyfélmény növelése

szempontjából tehát szerény, ugyanakkor esetleges bevezetése nem irritáló, a megkérdezett ügyfelek neutrálisan álltak ehhez a kérdéshez. Az azonban nem valószínű, hogy középtávon jelentős mértékben kiváltaná a hagyományos online, illetve egyéb ügyintézési platformokat.

Az interjúalanyok többsége találkozott már valamilyen chatbot-megoldással például bankoknál, mobilszolgáltatóknál vagy az Ügyfélkapu rendszer oldalán. A korábbi tapasztalatok rendkívül sokszínűek, és az alkalmi csalódások hosszú távon megpecsételhetik a technológia iránti bizalmat. A megkérdezettek szerint az egyszerű kérdések megválaszolása többnyire sikeres volt, az ügyintézés ilyenkor gyorsabb; illetve kiemelt előny volt még az, hogy ez a megoldás bármikor elérhető. Többször felmerült viszont, hogy a chatbot még az egyszerűbbnek gondolt kérdéseket sem értette, és az ügyfélnek végül mégis beszélnie kellett egy ügyintézővel – ilyenkor elfecséreltnek érezte a chatbottal eltöltött időt. A többség emellett fejlődőképesnek tartja a technológiát. Morális aggály az alkalmazással szemben, hogy kiszorítja az emberi munkaerőt, és kiváltja a hagyományos, egyébként is egyre inkább beszűkülő kommunikációt az emberek között. A KPMG megállapítása szerint az alkalmazásban rejlő potenciál az ügyfélélmény növelése szempontjából valószínűsíthetően szintén nem igazán meghatározó. A kulcs a jól működő chatbot, illetve az, hogy az ügyfelek tisztában legyenek a chatbot képességeivel, annak korlátaival, hajlandóak legyenek igazodni, így elkerülhető a csalódás, a negatív ügyfélélmény. Alternatív kapcsolattartási platformként bármilyen célcsoport számára szóba jöhet, azonban a digitálisan kevésbé affinis és idősebb korosztálytól jelentős használati gyakoriság nem várható. A biztosítók számára megfontolandó feladat lehet a felhasználók képzése a chatbotok képességeinek határaitól (a csalódás okozta negatív ügyfélélmény elkerülésére).

A virtuális asszisztens már jelentősen növelheti az ügyfélélményt, ebben nagy lehetőséget lát a KPMG a mélyinterjúkon elhangzottak alapján. Virtuális asszisztensről szinte mindenki hallott, és többeknek tapasztalata is van ilyenről, habár az a legtöbb esetben nem a biztosítási szektorhoz köthető. Előnyként említik a hangalapú kommunikációt; ezt valamivel személyesebbnek érzik akkor is, ha tudják, hogy „gép” dolgozik a háttérben. Emellett nincs sorbanállás, bármikor elérhető, és megbirkózik az olyan egyszerűbb feladatokkal, mint például a jelszómódosítás. Negatívumként említették, hogy a virtuális asszisztens a legtöbbször végig kell hallgatni, ez pedig túl sok időbe telik. A virtuális asszisztens egyértelműen fejlettebb technológiának gondolják, mint a chatbotot, és a technológiától további fejlődést várnak. A KPMG szerint az alkalmazásban rejlő potenciál az ügyfélélmény növelése szempontjából közép-hosszútávon jelentős, hiszen az ügyfelek nagy része a bonyolultabb, akár a hagyományos ügyintézői funkciókat is nagyrészt vagy teljes egészében kiválthatónak tartja. Az első tapasztalatok meghatározóak lehetnek, ezért a biztosítási asszisztens kiinduló verziójával szemben is alapvető elvárás a folyamatos és megbízható funkcionalitás és képességbővülés. A bevezetés önmagában valószínűleg nem vonzana jelentősen több ügyfelet, de lemorzsolódást sem generálna.

A kutatás alapján egyértelmű, hogy az elmúlt néhány évben a biztosítási ügyintézés folyamatában az elektronikus/digitális csatornahasználat mélységében és szélességében is jelentősen nőtt. A bonyolultabb ügyintézéseknél, például kárrendezésnél azonban továbbra is a digitális, személyes, telefonos forma valamilyen kombinációja jellemző és ez várhatóan meg is marad igényként. A bemutatott technológiák pedig keresik a helyüket a biztosítók ügyfélkiszolgálási struktúrájában, illetve egymás mellett.

„A biztosítókra vár az a feladat, hogy – az ügyfelek kételyeire is reflektálva – bemutassák a technológiák alkalmazásának előnyeit és megértessék az ügyfelekkel, hogy ezek a fejlesztések alapvetően nekik, értük vannak!” – mondta Halász Erika. A magyar, rendkívül árérzékeny piacon ez kézenfekvően az alacsonyabb díjtételeket jelenti – ami például a személyre szabott ajánlat eredménye lehet.

Mindegyik itt megvizsgált technológia esetén érvényes, hogy nem egy-egy megoldás vonzza majd az ügyfelet, hanem a biztosító által nyújtott, a teljes életcikluson átívelő élmény, amelyhez hozzájárulnak ezek a megoldások. Fontos tanulság: a biztosítási szektorban a termékközpontú gondolkodásból az ügyfél került a középpontba. A digitális megoldások bevezetésének célja, hogy az ügyfélkiszolgálást egyszerűsítsék, meggyorsítsák és ezeket a technológiákat úgy használják, hogy azok a ténylegesen felmerülő ügyfél igényekre adjanak választ.

Sajtókapcsolat:

- Halász Erika, igazgató
- +36 1 887 7101

Eredeti tartalom: KPMG

Továbbította: Helló Sajtó! Üzleti Sajtószolgálat

Ez a sajtóközlemény a következő linken érhető el:

<https://hellosajto.hu/3500/bizalmat-kelto-szemelyre-szabott-es-human-faktorral-tamogatott/>