

Ξεπέρασαν τα €100 δις οι online ασφαλίσσεις στην Ευρώπη το 2016

Το κανάλι των online και των direct πωλήσεων είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο επιχειρηματικό μοντέλο στις ευρωπαϊκές ασφαλίσσεις (Ζωής και Γενικές). Το 2015, το μερίδιο αγοράς των online και direct δικτύων διανομής ανερχόταν στο 8,2%. Τα συνολικά ακαθάριστα εγγεγραμμένα ασφαλιστρα του συγκεκριμένου δικτύου, σε όλη την Ευρώπη, έφθασαν τα €99,3 δις και για πρώτη φορά το 2016 ξεπέρασαν τα €100 δις.

Του Dr. Johannes Ospald*



Οι τάσεις των ηλεκτρονικών ασφαλίσεων στην Ευρώπη

Η μελέτη της MOUNT ONYX σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο της Βιέννης παρουσιάζει μια μοναδική ανάλυση των τάσεων για τις online ασφαλίσσεις, σε ολόκληρη την Ευρώπη, με τίτλο **“Online Trends Insurance: Reports Europe & Country”**.

Η έρευνα αναφέρεται σε περισσότερες από 30 χώρες, συμπεριλαμβανομένων των σημαντικότερων 700 διαδικτυακών καναλιών, aggregators και insurtech εφαρμογών ασφαλιστικών εταιρειών σε:

- Δυτική Ευρώπη: Γερμανία, Αυστρία, Ελβετία, Κάτω Χώρες, Γαλλία, Βέλγιο, Λουξεμβούργο.
- Βόρεια Ευρώπη: Ηνωμένο Βασίλειο, Ιρλανδία, Σκανδιναβία (Σουηδία, Δανία, Νορβηγία, Φιλανδία).
- Ανατολική Ευρώπη: Πολωνία, Τσεχική Δημοκρατία, Σλοβακία, Ουγγαρία, Ρωσία, Ουκρανία, Βαλτική (Εσθονία, Λετονία, Λιθουανία).
- Νότια Ευρώπη: Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία, Νοτιοανατολική Ευρώπη (Σλοβενία, Κροατία, Ρουμανία, Βουλγαρία, Ελλάδα και Τουρκία).

Τα αποτελέσματα αφορούν τις **στρατηγικές των εταιρειών του κλάδου χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών στον τομέα των online πωλήσεων**, εξασφαλίζοντας πλήρη και γρήγορη επισκόπηση των μελλοντικών τάσεων του ασφαλιστικού κλάδου αλλά και οδηγούς επιτυχίας για όλες τις επιχειρησιακές λειτουργίες:

- Η “Europe Report” περιλαμβάνει τις καλύτερες περιπτώσεις στην ευρωπαϊκή αγορά ως προς τις τάσεις, τα επιχειρηματικά μοντέλα, τις αναλύσεις πελατών, τα προϊόντα, τις τιμές, το μάρκετινγκ, τις πωλήσεις, τις υπηρεσίες και τις επιχειρήσεις.

- Τα “Country Reports” δείχνουν λεπτομερώς τα τοπικά μερίδια αγοράς και τις δυνατότητες που υπάρχουν, τους παίκτες, τις βέλτιστες πρακτικές, τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες, τις ευκαιρίες και τις απειλές, τις τάσεις και τις προοπτικές.

Ακολουθούν ορισμένα σημαντικά αποτελέσματα για την Ευρώπη:

Ετήσιοι ρυθμοί αύξησης 22%

Το επίπεδο ωρίμανσης και τα μερίδια αγοράς των online ασφαλιστικών εργασιών σε σχέση με το σύνολο των εργασιών διαφέρουν ουσιαστικά σε όλη την Ευρώπη: Υπάρχουν οι **“ώριμες αγορές” με μερίδιο αγοράς άνω του 12%**, όπως το Ηνωμένο Βασίλειο· οι **“αναπτυσσόμενες χώρες” με μερίδιο αγοράς μεταξύ 2,0% και 11,9%**, όπως η Ισπανία· και οι **“αναδυόμενες χώρες” με μερίδιο αγοράς 1,9% και λιγότερο**, όπως η Ρωσία.

Από το 2000 έως το 2015, τα διαδικτυακά κανάλια στην Ευρώπη παρουσίασαν σημαντικά υψηλότερους ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης από ό,τι η συνολική ασφαλιστική αγορά. Σε 13 μεγάλες ευρωπαϊκές ασφαλιστικές αγορές, τα direct κανάλια αυξήθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (CAGR) 22% ανά χώρα, έναντι του συνολικού δείκτη της αγοράς, που βρέθηκε στο 5%. Η ασφαλιστική αγορά στη Δυτική Ευρώπη, στο σύνολό της, παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 3% ανά χώρα, ενώ στην Ανατολική Ευρώπη 8%. Ταυτόχρο-

να, οι direct ασφαλιστικές εργασίες στη Δυτική Ευρώπη αυξήθηκαν κατά 14% και στην Ανατολική Ευρώπη κατά 35% ετησίως και ανά χώρα.

Τα βέλη στην **Εικόνα 1** δείχνουν την εστίαση ανάπτυξης του ασφαλιστικού κλάδου τα τελευταία 15 χρόνια.

Περισσότερα από 700 online κανάλια

Στην Ευρώπη υπάρχουν 439 ασφαλιστές με online κανάλια πωλήσεων, 214 μεγάλοι aggregators και 47 insurtech εταιρείες, που αποτελούσαν την αγορά των direct καναλιών το 2016. Από το σύνολο των online καναλιών των ασφαλιστών στην Ευρώπη, το 34,4% δραστηριοποιείται στη Δυτική Ευρώπη, το 16,9% στη Βόρεια Ευρώπη, το 26,7% στην Ανατολική Ευρώπη και το 22,1% στη Νότια Ευρώπη.

Συγκριτικά, οι 214 aggregators (πλατφόρμες σύγκρισης τιμών και διαδικτυακοί μεσίτες) εμφανίζουν την ίδια περίπου γεωγραφική διασπορά. Η Νότια Ευρώπη (συμπεριλαμβανομένης της Ισπανίας και της Ιταλίας) μετρά λίγο περισσότερους παίκτες από ό,τι η Ανατολική.

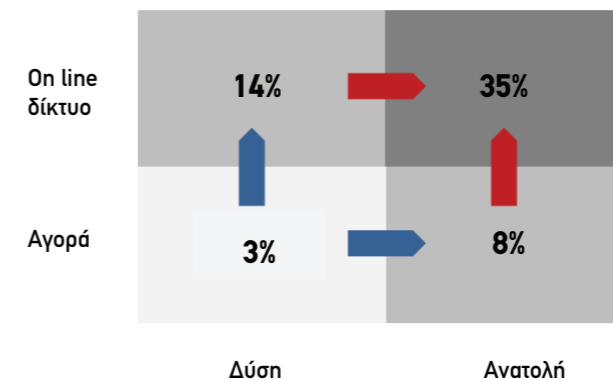
Με τον όρο Insurtechs αναφερόμαστε στη χρήση τεχνολογικών καινοτομιών που είναι σχεδιασμένες να πετύχουν μεγιστοποίηση της οικονομίας και της αποδοτικότητας του σημερινού μοντέλου της ασφαλιστικής βιομηχανίας. Το Insurtech είναι ένας συνδυασμός των λέξεων “insurance” και “technology”, εμπνευσμένος από τον όρο “fintech” (χρηματοοικονομική τεχνολογία). Στην Ευρώπη, περίπου το 10% όλων των fintech εταιρειών είναι ασφαλιστικού ενδιαφέροντος.

Οι κορυφαίες αυτών των εταιρειών αξιολογούνται και πιστοποιούνται από 10 ανεξάρτητες πηγές δεδομένων. Το 60% είναι δομημένες ακολουθώντας το B2C μοντέλο, το 28% ακολουθούν το B2B, που απευθύνεται σε ασφαλιστές ή μεσίτες, και το 12% εξυπηρετεί και τα δύο επιχειρηματικά μοντέλα. Από τις 31 μεγαλύτερες B2C insurtechs της Ευρώπης, το 58,1% ξεκίνησαν τις δραστηριότητές τους στη Δυτική Ευρώπη και το 32,3% στη Βόρεια Ευρώπη. Τα μοντέλα B2C απευθύνονται σε ιδιώτες πελάτες και μικρές έως μεσαίες επιχειρήσεις (**βλ. Εικόνα 2**).

Εικόνα 1

Μέσος ετήσιος συνδυασμένος δείκτης ανάπτυξης online δικτύων vs αγοράς ανά χώρα

Συνολικές Ασφαλιστικές εργασίες Ευρώπη* Δύση vs Ανατολή, 2000 έως 2015, σε %**



*Οι 13 μεγαλύτερες χώρες καλύπτουν το 83,1% των Ακαθάριστων Εγγεγραμμένων Ασφαλιστρών στην Ευρώπη.

Ανατολή: AT, CH, DE, FR, NL plus ES, IT, UK

Δύση: CZ, HU, PL, RU, SK

**συναλλαγματικές ισοτιμίες 2010

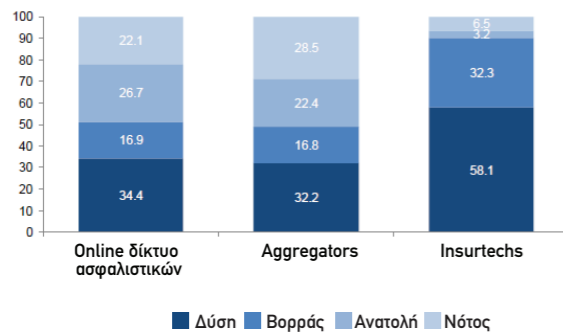
Πηγή: MOUNT ONYX, Online Insurance Trends: Europe Report, 2017

* Ο Dr. Johannes Ospald είναι Πρόεδρος της MOUNT ONYX, εταιρείας που εξειδικεύεται στις online ασφαλίσσεις, με πελάτες σε περισσότερες από 25 χώρες.

Εικόνα 2

Μερίδιο Online παικτών

Ασφαλιστικές vs Aggregators vs BtC Insurtechs ανά περιφέρεια Ευρώπη 2016 σε %



Οι 31 μεγαλύτερες χώρες της Ευρώπης
 Δύση: AT, BE, CH, DE, FR, LU, NL
 Βορράς: IE, Scandinavia (DK, FI, NO, SE), UK
 Ανατολή: (EE, LT, LV), CZ, HU, PL, RU, SK, UA
 Νότος: ES, IT, PT, Southeast (BG, GR, HR, RO, SI, TR)

Πηγή: MOUNT ONYX, Online Insurance Trends: Europe Report, 2017

των πελατών αλλά και στην απόκτηση νέων πελατών, μέσω της δικής τους μάρκας και της ιστοσελίδας, και με τις μέγιστες δυνατές μικρές επενδύσεις για προβολή.

Αντίθετα, τα ενεργητικά online κανάλια ή οι direct ασφαλιστές επικεντρώνονται, κυρίως, στην ενεργητική πρόσκτηση νέων πελατών μέσω της δικής τους μάρκας και ιστοσελίδας, αλλά και με σχετικές προωθητικές ενέργειες, όπως διαφημίσεις στην τηλεόραση. Το 2016 από όλα τα online κανάλια των ασφαλιστών στην Ευρώπη, το 58,5% ήταν υβριδικά μοντέλα, το 25,1% παθητικά μοντέλα και το 16,4% ενεργητικά.

Οι Insurtechs επικεντρώνονται σε τέσσερις επιχειρηματικούς τομείς

Η βασική καινοτομία των κορυφαίων εταιρειών insurtech στην Ευρώπη εστιάζει σε τέσσερις επιχειρηματικούς τομείς: ανάλυση πελατών, προϊόντα, πωλήσεις & μάρκετινγκ, υπηρεσίες &

λειτουργίες. Οι καινοτομίες στον τομέα **ανάλυσης πελατών** περιλαμβάνουν τεχνολογίες με βάση τη χρήση για τις ασφάλειες αυτοκινήτου, περιουσίας ή υγείας, δεδομένα της αγοράς και αναλύσεις, και την ψηφιακή ταυτότητα των πελατών.

Στον τομέα των **προϊόντων**, η έμφαση δίνεται στις μικροασφαλίσεις/ προϊόντα κατά παραγγελία και στις ασφαλίσσεις μικρών επιχειρήσεων (συμπεριλαμβανομένης της cyber insurance). Οι περαιτέρω τάσεις ως προς την καινοτομία κινούνται προς τον συνδυασμό ενός καρτοφυλακίου ασφαλιστικών προϊόντων με τραπεζικά προϊόντα και τη λογική του “insured to protect” (παρέχοντας «περισσότερα από ασφαλιστικά προϊόντα», όπως πρόσθετη ανάλυση κινδύνου, πρόληψη ή υπηρεσίες κατ’ απαίτηση).

Όσον αφορά τις **πωλήσεις** και το **μάρκετινγκ**, η κύρια εστίαση είναι στην προσφορά προσωπικών συμβουλών, στις νέες επιχειρηματικές συνεργασίες, στη σύγκριση τιμής-αξίας των προϊόντων μαζί με τις εξατομικευμένες καλύψεις και τα peer-to-peer concepts. Περαιτέρω τάσεις είναι οι εταιρικές πλατφόρμες (η παροχή ασφαλιστικής κάλυψης στους εργαζομένους μέσω της εταιρείας) και η πώληση προϊόντων μέσω συνεργατικών προγραμμάτων.

Οι καινοτομίες στον τομέα των **υπηρεσιών** και των **λειτουργιών** καλύπτουν διαχειριστές συμβολαίων της online ασφάλισης, τεχνολογίες διευθέτησης απαιτήσεων και ελέγχους συμμόρφωσης. Οι περαιτέρω τάσεις αφορούν την ψηφιοποίηση (γραφείο χωρίς χαρτιά και ψηφιακή πρόσβαση σε όλα τα βασικά έγγραφα) καθώς και το λογισμικό υπηρεσιών και διαχείρισης B2B.

Μεγάλες διαφορές από χώρα σε χώρα

Οι χώρες της Ευρώπης παρουσιάζουν μεγάλες διαφορές όσον αφορά τα μερίδια αγοράς, το καρτοφυλάκιο των παικτών, τα επιχειρημα-

τικά μοντέλα και, το σημαντικότερο, τα επίπεδα απόδοσης.

Όσον αφορά, για παράδειγμα, τον αριθμό των online καναλιών ασφαλιστών το 2016, **κατά μέσο όρο 14,2 παίκτες ανά χώρα δραστηριοποιούνται στις 31 μεγάλες ευρωπαϊκές χώρες**. Ο απόλυτος αριθμός online καναλιών μιας χώρας εξαρτάται όχι μόνο από το επίπεδο ωριμότητας της αγοράς αλλά και από πολλούς άλλους παράγοντες, όπως το συνολικό μέγεθος της αγοράς.

Η Γερμανία και οι Κάτω Χώρες έχουν τον μεγαλύτερο αριθμό στην Ευρώπη, με 43 και 37 παίκτες αντίστοιχα, ακολουθούμενες από το Ηνωμένο Βασίλειο, την Πολωνία, τη Γαλλία, την Ισπανία, την Ιταλία, την Τσεχική Δημοκρατία, την Αυστρία, την Ελβετία, την Ουγγαρία και τη Σλοβακία (με 14 έως 30 παίκτες ανά χώρα ή κατά μέσο όρο).

9 έως 13 online κανάλια ανά χώρα δραστηριοποιούνται στην Ιρλανδία, το Βέλγιο, τη Ρωσία, την Τουρκία, την Κροατία, την Πορτογαλία, την **Ελλάδα** και τη Σκανδιναβία (Σουηδία, Δανία, Φιλανδία, Νορβηγία). Στη Βαλτική (Λετονία, Λιθουανία, Εσθονία), την Ουκρανία, τη Ρουμανία, τη Σλοβενία, το Λουξεμβούργο και τη Βουλγαρία υπάρχουν σήμερα έως και 8 παίκτες ανά χώρα.

Η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο έχουν τον μεγαλύτερο αριθμό aggregators στην Ευρώπη, ακολουθούμενες από την Ισπανία, την Ιταλία, τη Ρωσία και τη Γαλλία.

Ο αριθμός των online καναλιών σε όλες τις χώρες αυξάνεται σημαντικά. Ωστόσο, δεν είναι όλα αυτά τα κανάλια επιτυχημένα. Η ηλεκτρονική επιχείρηση δεν μπορεί να περιορίζεται μόνο σε ένα θέμα πωλήσεων. Υπάρχουν 30 ΒΔΑ (Βασικοί Δείκτες Απόδοσης) που σχετίζονται με το κόστος και την ανάπτυξη και είναι υπεύθυνοι για τη μακροπρόθεσμη επιτυχία. Αυτό σημαίνει ότι όλες οι διαστάσεις της στρατηγικής πρέπει να εξετάζονται από τη σκοπιά των προϊόντων, της τιμολόγησης, της προώθησης, των πωλήσεων, των υπηρεσιών,

των λειτουργιών, των ανθρώπινων πόρων αλλά και της οικονομικής επιτυχίας. Οι χώρες και τα online κανάλια τους παρουσιάζουν μεγάλες διαφορές όσον αφορά την επίτευξη υψηλών επιπέδων απόδοσης, σύμφωνα με τους σχετικούς ΒΔΑ.

Επιτυχημένες online στρατηγικές

Καμία επιχείρηση δεν μπορεί πλέον να αγνοήσει τις ηλεκτρονικές αγορές. Οι πελάτες ζητούν περισσότερη online και άμεση πρόσβαση και την αποκτούν. Οι εταιρείες χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών σε όλο τον κόσμο σχεδιάζουν ή εξετάζουν σήμερα επενδύσεις για την ανάπτυξη ενός νέου καναλιού διανομής, αξιοποιώντας τους aggregators ως κανάλι ή αναπτύσσοντας υπηρεσίες που εμπεριέχουν υπηρεσίες που παρέχονται στο διαδίκτυο ή μέσω τηλεφώνου. Για να επιτύχουν υψηλότερο μέσο όρο ανάπτυξης και κέρδη, τα στελέχη πρέπει να κοιτάξουν προς το μέλλον και να λάβουν αποφάσεις βήμα βήμα.

Οι προσηροόμενες σήμερα λύσεις δημιουργήθηκαν μετά από εκατοντάδες αναλύσεις των προσδοκιών των πελατών και των τεχνικών επιλογών υλοποίησης, προκειμένου να ικανοποιηθούν όσο το δυνατόν περισσότερες ανάγκες των εξοικειωμένων με το internet πελατών. Τα πρότυπα της αγοράς και οι βέλτιστες πρακτικές της Ευρώπης παρέχουν τα σημεία αναφοράς για την ανάλυση και τις συγκρίσεις μεταξύ χωρών, καθώς και για τη χάραξη μεμονωμένων στρατηγικών ως προς τις online δραστηριότητες. **Για μια επιτυχημένη στρατηγική στο διαδίκτυο, πρέπει να απαντηθούν τα ακόλουθα ερωτήματα:**

- Ποιες είναι οι ευρωπαϊκές τάσεις, τα πρότυπα της αγοράς και οι βέλτιστες πρακτικές;
- Ποια είναι η σημερινή θέση της χώρας μου και της εταιρείας μου σε σύγκριση με την Ευρώπη;
- Πώς μπορώ να επιτύχω πρόσθετη ανάπτυξη και να αποφύγω ανταγωνιστικά μειονεκτήματα;

Τα online κανάλια των ασφαλιστικών εταιρειών αφορούν είτε διεθνείς παίκτες, με παρουσία σε περισσότερες από μία ευρωπαϊκές χώρες, είτε καθαρά εθνικούς παίκτες, που δραστηριοποιούνται μόνο στην εγχώρια αγορά τους.

Το 2016 από τους 14,2 παίκτες ανά χώρα στην Ευρώπη, κατά μέσο όρο, τα 9,5 online δίκτυα ήταν διεθνείς παίκτες και τα 4,6 τοπικοί παίκτες.

Στη Δυτική Ευρώπη υπάρχουν κατά μέσο όρο 10,3 εθνικοί φορείς online ασφαλιστικών δικτύων ανά χώρα, στη Βόρεια Ευρώπη 5, στην Ανατολική Ευρώπη μόνο 1,4 και στη Νότια Ευρώπη 3,1 ανά χώρα (**βλ. Εικόνα 3**).

Τα online κανάλια των ασφαλιστικών εταιρειών υλοποιούνται μέσω υβριδικών, παθητικών ή ενεργητικών επιχειρηματικών μοντέλων.

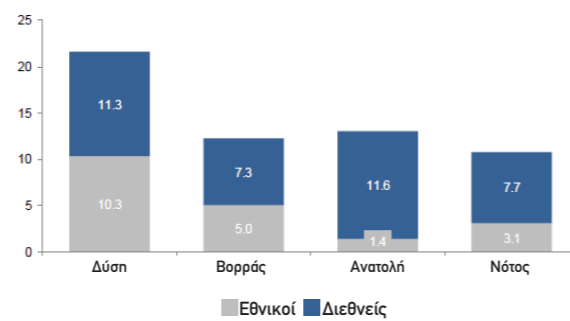
Τα **υβριδικά online κανάλια** επικεντρώνονται, κυρίως, στη διατήρηση πελατών που είναι εξοικειωμένοι με τις online αγορές, ενώ τα υφιστάμενα προϊόντα προσφέρονται χωρίς ενεργητικές προωθητικές ενέργειες και μέσα από τα παραδοσιακά κανάλια.

Τα **παθητικά online κανάλια** επικεντρώνονται και αυτά στη διατήρηση

Εικόνα 3

Μέσος όρος Online δικτύων ασφαλιστικών ανά χώρα

Τοπικοί vs διεθνείς ανά περιφέρεια Ευρώπη 2016 σε αριθμούς



Οι 31 μεγαλύτερες χώρες της Ευρώπης
 Δύση: AT, BE, CH, DE, FR, LU, NL
 Βορράς: IE, Scandinavia (DK, FI, NO, SE), UK
 Ανατολή: (EE, LT, LV), CZ, HU, PL, RU, SK, UA
 Νότος: ES, IT, PT, Southeast (BG, GR, HR, RO, SI, TR)

Πηγή: MOUNT ONYX, Online Insurance Trends: Europe Report, 2017