

Страховая BIG DATA – методы анализа больших данных, сведение расчетов, покупок и убытков



Кирилл Бушев
Руководитель отдела веб-аналитики
AGIMA



Any sufficiently advanced technology is indistinguishable from magic.

Arthur C. Clarke

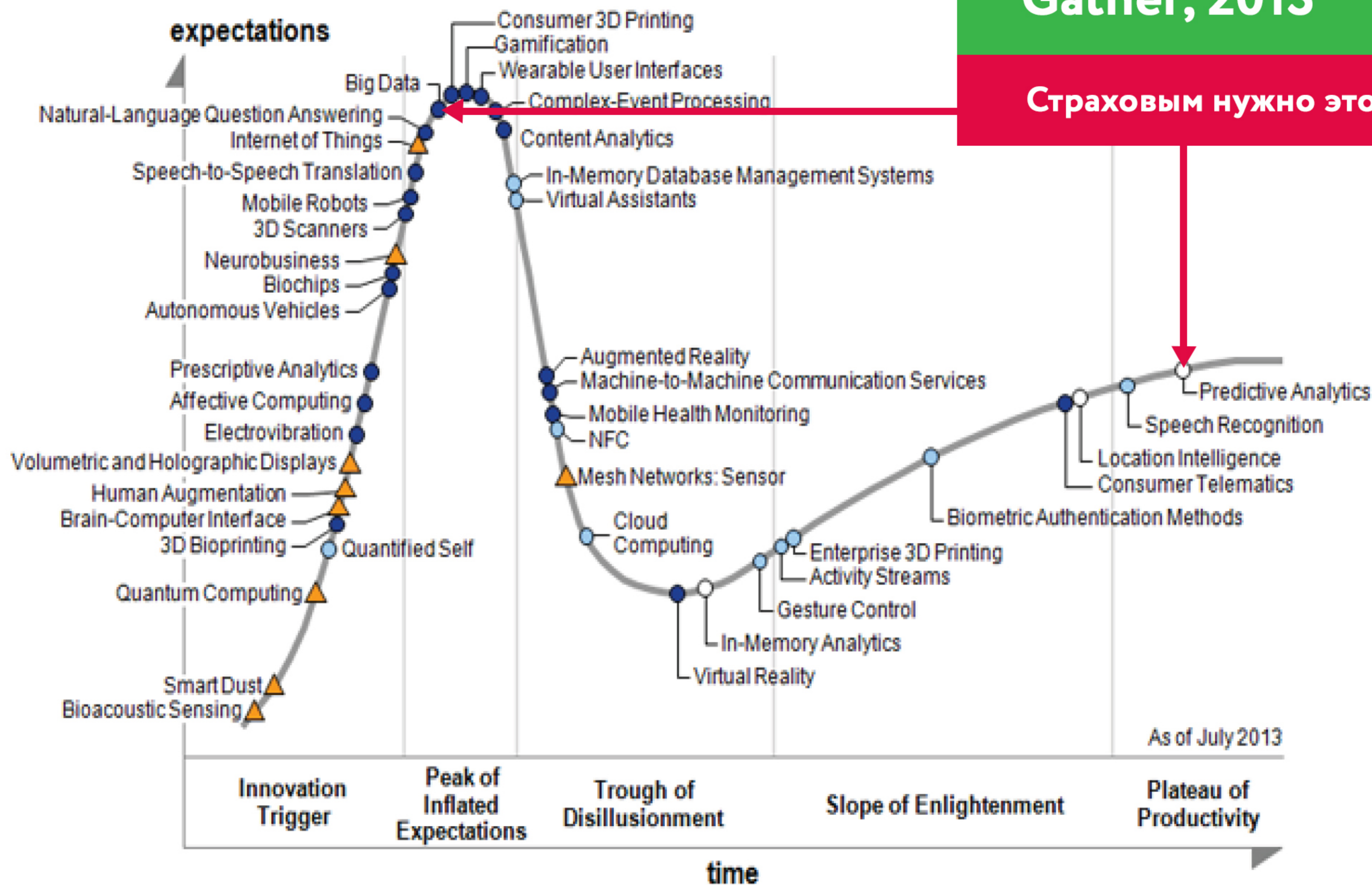


**Первое колесо.
3-5 тысяч лет до Н.Э.**



Gather, 2013

Страховым нужно это и это



Plateau will be reached in:

- less than 2 years
- 2 to 5 years
- 5 to 10 years
- ▲ more than 10 years
- ⊗ obsolete before plateau



Рентабельность бизнеса страховых компаний зависит от убыточности полисов.

Считаете, маркетинг тут не причем?



Страховка в Шенген. От 10 рублей в день. Полис на электронную почту. Онлайн оплата.

- В Шенген пока обязательна страховка
- Минимальная цена
- Широчайший охват и высокая стоимость контакта
- Не требовательная аудитория
- + Нужна карточка
- + Нужен адрес электронной почты или принтер

- Высокая убыточность полисов
- + Небольшая средняя сумма выплат
- Огромные операционные издержки
- **Минимальная прибыль с сегмента**

Полное страховое покрытие вашего ребенка в поездке. Не дай чужим больным детям испортить свой отпуск.

- + Есть дети
- Возможно сами уже в возрасте
- + Максимальная страховая премия
- Не очень большой сегмент
- Требовательная аудитория

- + Низкая убыточность полисов (ответственные родители)
- Высокая средняя сумма выплат
- Минимальные издержки
- + **Колоссальная прибыль**

Основной объем выплат сосредоточен в несущественных поводах обращений. Но до 40% общей суммы выплат приходится на менее чем 0,1% полисов (существенные травмы, например)



Oleg Tinkov

January 10, 2013

Первый пост года печальный.

Отлично начал фрирайдовый сезон в 3 Долинах, поехали с семьёй на детский Dolomiti Superski- гавно полное, одни голубые трассы, которые я всегда ненавидел как самые опасные. В последний день спускаясь с маленьким ребенком, был сбит каком-то новичком-толстяком сзади, который летел бесконтрольно. Разрыв связки и удаление менисков, охуеть. Первая травма за 20 лет, были и Аляска и эпические коридоры Шамони и Тинь, мог убить себя и травмировать сотни раз но САМ, и тут, обидно, до слёз.

6 месяцев реабилитации и прощай Камчатка, Куршевель, Курмайор и другие запланированные каталки(((

Друзья, катайтесь вне трасс, трассы это очень опасно, я это знал, но к сожалению в моей любимой Италии нет фрирайда.

Начинаю новую жизнь 😊

[See Translation](#)



Like · Comment · Share

👍 207 💬 255 📄 47 Shares



Oleg Tinkov

March 12, 2013

ЗА ПЕРЕПОСТ, ВАМ БУДЕТ ХОРОШО и Я ВАС БУДУ УВАЖАТЬ!

Почти 2 месяца ищем CEO для своей страховой компании. Запускаем Tinkoff Online Insurance 1 июня, 2013!

Встретился с 30+ кандидатов, в основе "бюрократы" со страховых, стало еще понятнее, что конкурировать не с кем 😊. Пара человек отказали мне 😞.

Если вам до 40 лет, и вы хотите ПЕРЕВЕРНУТЬ страхование и стать "Оливером Хьюзом" в страховании, а не просто получать миллион в месяц+ 100% бонус - пишите t.kuznetsova@tcsbank.ru - МЫ ВАС ждём! Будет много работы, но будет удовлетворении от осознания, что именно ТЫ поменял рынок страхования в огромной России!

... и еще Tinkoff Digital ищет продавца рекламы на большой и малый интернет. Человека, который из интернет индустрии, но НЕ ИЗ РЕКЛАМНОЙ!; знания про CPM/CTR не имеют значения! Нужен THE SALES, что зимой снег может продать! Работа интересная и комиссионная, возможно зарабатывать до \$50,000 в месяц. Пишите Анне Знаменской или HR@TinkoffDigital.ru Просьба НЕ талантам НЕ беспокоиться.

[See Translation](#)



Like · Comment · Share

👍 250 💬 140 📄 279 Shares



Oleg Tinkov

August 16, 2013

Как и обещал в январе, мы идём в страхование.

Революция намечена на 2014 год, её вторую половину, потерпите ещё немного, друзья. Скоро покупать любые виды страховок будет также удобно и просто, как получить карту в Tinkoff.Credit Systems. Думаю, что и клиентский сервис будет одним из лучших на мировом рынке.

<https://www.tcsbank.ru/about/news/>

[See Translation](#)

Like · Comment · Share

👍 161 💬 88 📄 4 Shares



Но в итоге, политика партии видимо такова, что полисы ВЗР продаем себе в убыток, видимо в надежде, что лояльные пользователи вернутся потом за КАСКО.

Автострахование не роскошь

Увидимся осенью 2014 года



дке

Лучшая цена. Медицинские и транспортные расходы в результате спокойного отдыха, в покрытие не входит катание на лыжах, активный пляжный отдых.

Спокойный и размеренный отдых ★

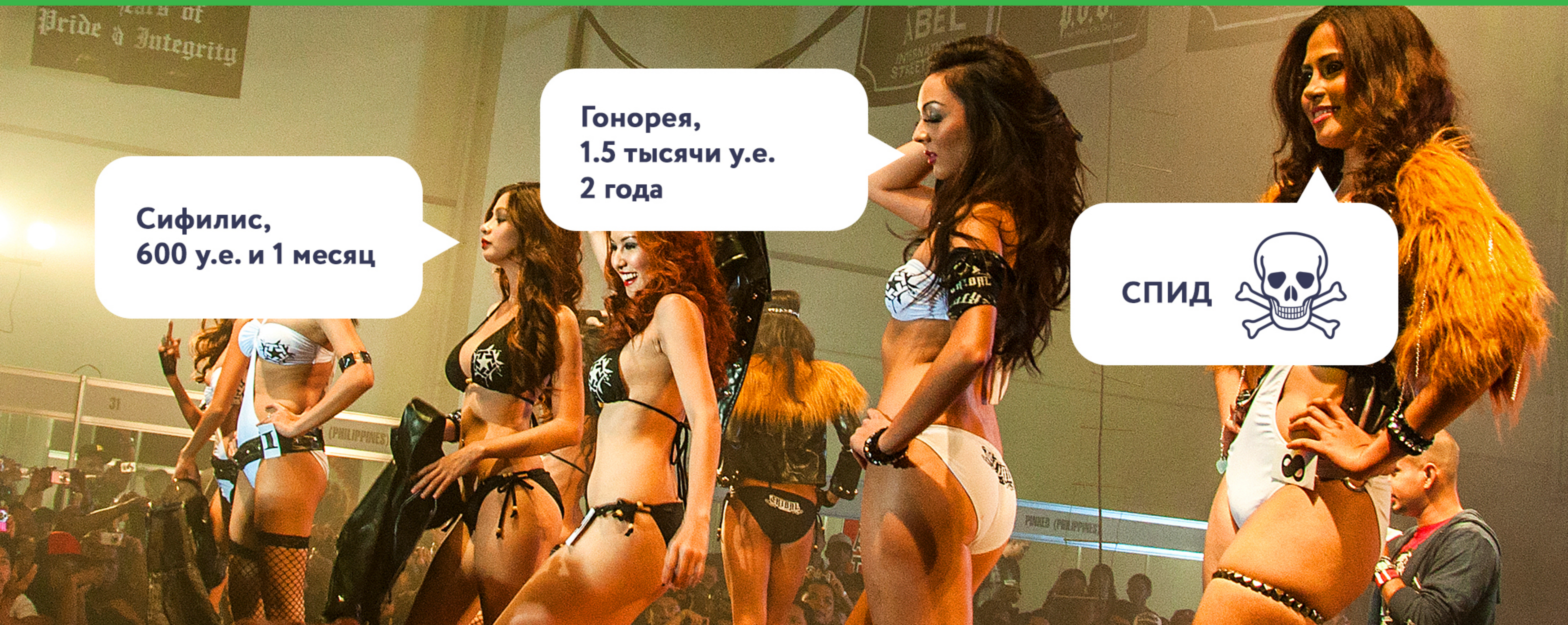
КИ

127,67 ₺

Опередите время
и получите привилегии первооткрывателей



Всем нравятся разные девушки



Сифилис,
600 у.е. и 1 месяц

Гонорея,
1.5 тысячи у.е.
2 года

СПИД



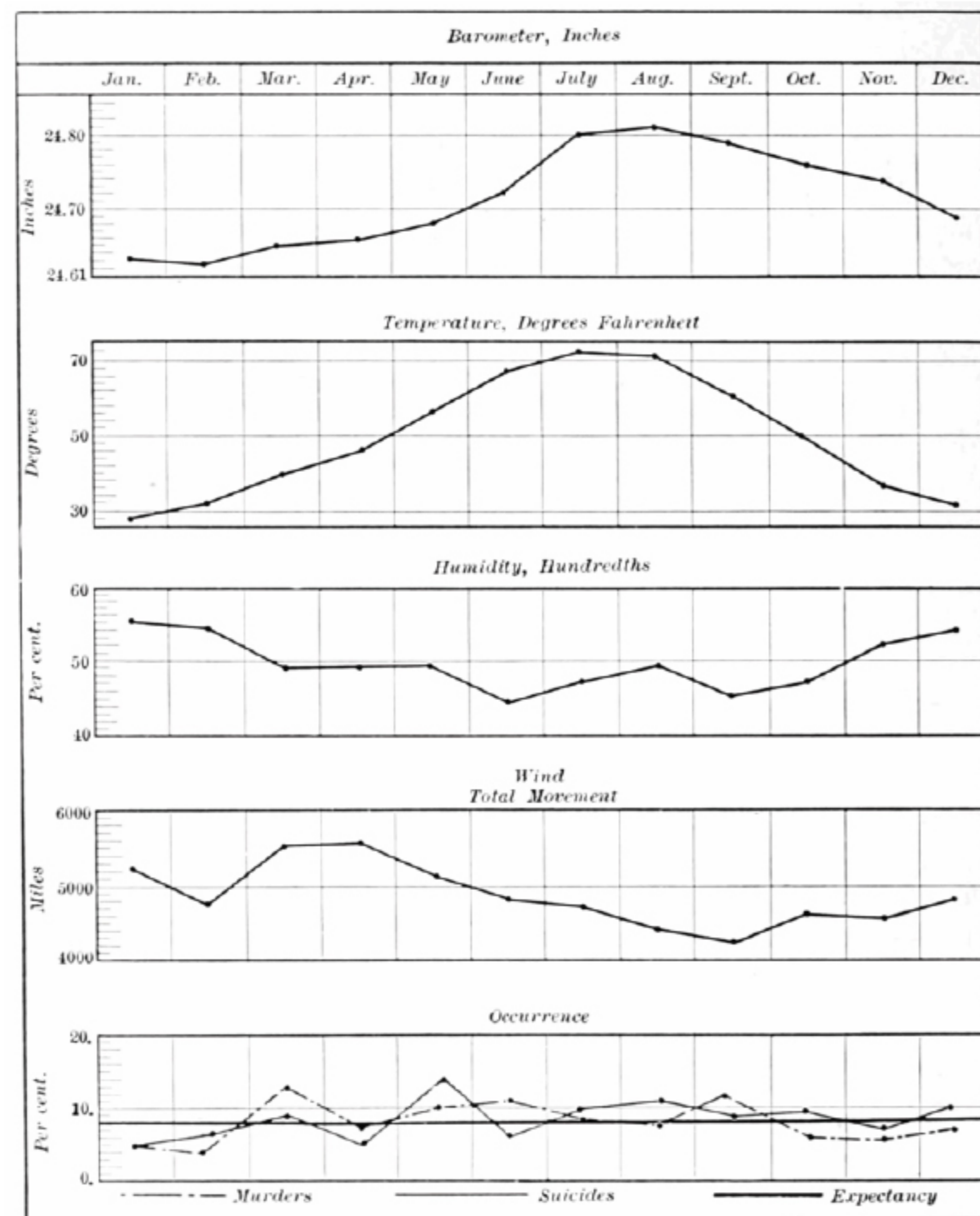
Привлекая разную аудиторию, вы вынуждены каким-то образом компенсировать разную убыточность.

Например, стоимостью полиса.

Но как?



Зависимость самоубийств от погоды, температуры, ветра:



www.ibis.geog.ubc.ca/courses/geob370/students/class07/crime_weather/misc/weather_and_crime.pdf

Новости и твиты:

- принят закон о
- в регионе началась гражданская война
- ... по больницам ходит пороссячий грипп

Сезонные происшествия в Скандинавии:

- апрель-июнь нашествие саранчи
- раз в 5 лет засуха
- киты убийцы в ноябре
- ядовитый плющ в горах осенью

Медицинские факты и статистика:



Индивидуальные, персональные данные:

- штрафы из ГИБДД
- история болезни



МАРКЕТИНГ

Доносит

разные ценности
разным ЦА

Помогает

в процессе покупки

- (Австрия, зима, горы, семья) -
возьмите «активный спорт»
- (командировка, пересадки, за
час до вылета) — застрахуйте
багаж, вы ведь уже на нервяке
- Вылечить все зубы в Нигерии —
900 у.е.
- В Турции в мае — медузы
и скаты

Предотвращает

страховые случаи

- SMS в дождь
- Внимание, в Турции
эпидемия холеры
- Ваш рейс задерживается
- Держите детей
подальше от других детей
- Возьмите с собой
Нурофен

**Так зарабатывается ЛОЯЛЬНОСТЬ и повторные покупки без трат
на повторное привлечение аудитории**



Нельзя помочь в среднем всем.

Можно искать похожие группы людей или работать сугубо индивидуально.

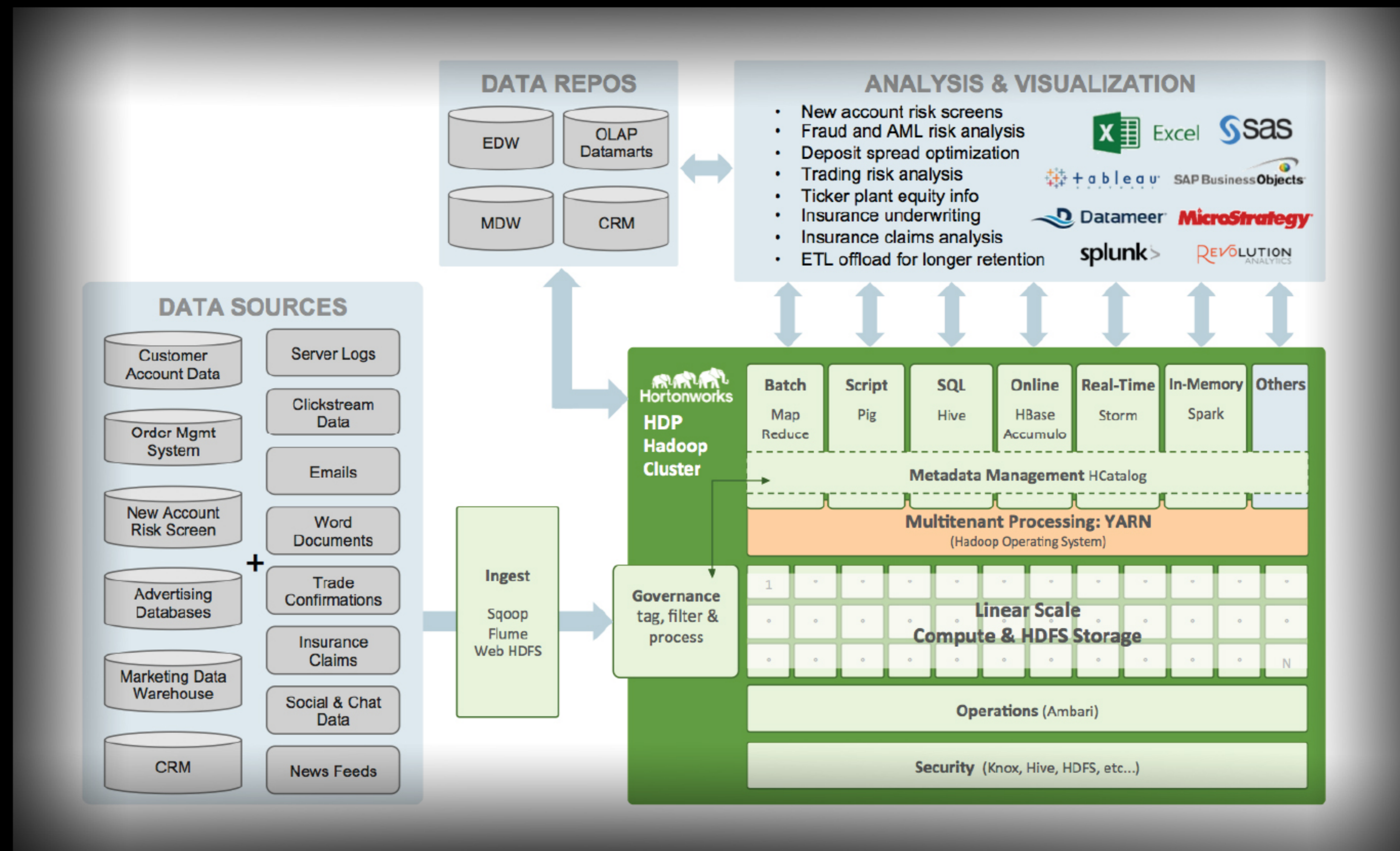
Без ТАРГЕТИНГА ваш маркетинг — просто ШУМ.



Почему именно большие данные?

- данных действительно **МНОГО**, и они **РАЗНЫЕ**
- они **ПРОДОЛЖАЮТ ПОСТУПАТЬ** в режиме реального времени
- из них нужно уметь делать выводы и **СРАЗУ ИСПОЛЬЗОВАТЬ**

Внутри черного ящика



Утрируя, на пальцах

250 метрик и измерений в GA

	Dimensions	Metrics
⊞ User		
	ga:userType	ga:users
	ga:visitorType	ga:visitors
	ga:sessionCount	ga:newUsers
	ga:visitCount	ga:newVisits
	ga:daysSinceLastSession	ga:percentNewSessions
	ga:daysSinceLastVisit	ga:percentNewVisits
	ga:userDefinedValue	
⊞ Session		
⊞ Traffic Sources		
⊞ Adwords		
⊞ Goal Conversions		
⊞ Platform or Device		
⊞ Geo Network		
⊞ System		
⊞ Social Activities		
⊞ Page Tracking		
⊞ Content Grouping		
⊞ Internal Search		
⊞ Site Speed		
⊞ App Tracking		
⊞ Event Tracking		
⊞ Ecommerce		
⊞ Social Interactions		
⊞ User Timings		
⊞ Exceptions		
⊞ Content Experiments		
⊞ Custom Variables or Columns		
⊞ Time		
⊞ Audience		
⊞ AdSense		
⊞ Channel Grouping		
⊞ Related Products		



Пространство измерений человека

- пол
- возраст
- образование
- семья
- наличие водительского удостоверения
- болезни
- штрафы
- собственность
- религия
- настройка
- наличие свободного времени
- привычки
- финансовые возможности
- дата расчета и покупки



Пространство измерений вашего страхового продукта

- риски
- сумма покрытия
- длительность
- регион
- дата заключения договора



Убыточность

- объем выплат
- убыточность сегмента
- дата обращения
- повод обращения

MAGIC!!!



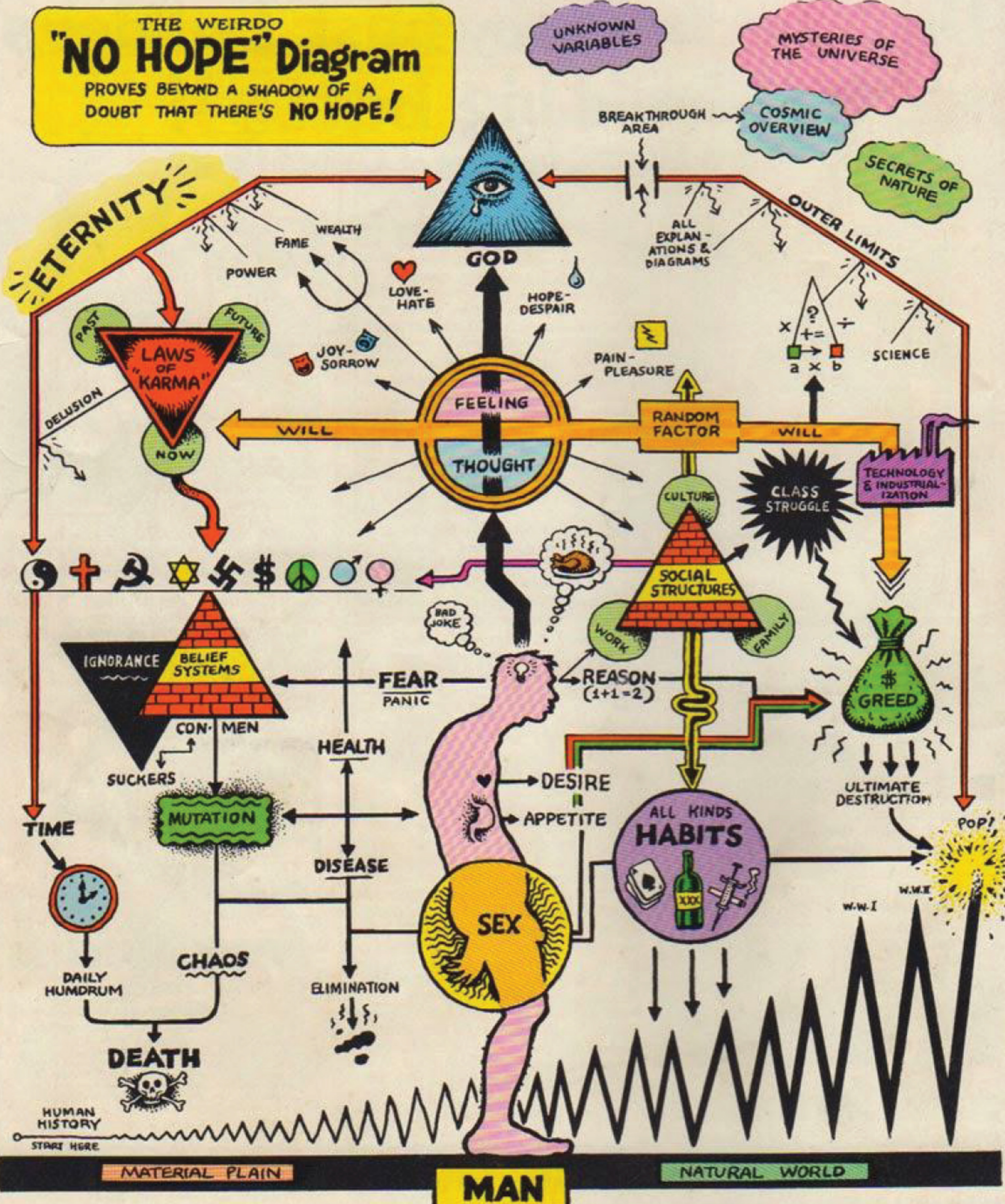
Ваше личное счастье и пусть никто не уйдет обиженным

- огромные белые бонусы
- нереально огромный бюджет на маркетинг, так как известна отдача от него на горизонте в год
- поздравляшки и мимимишечки от коллег
- спокойная старость на собственном ранчо
- возможно, именно вас позовут в Mars One в 2023 году



THE WEIRDO
"NO HOPE" Diagram

PROVES BEYOND A SHADOW OF A
 DOUBT THAT THERE'S **NO HOPE!**



— Как люди принимают решения?

— Ну, как-то так.

The purpose of this diagram is not to be mean, not to be a bringdown. We're not trying to make sensitive little girls depressed. The purpose of this diagram is to convince you earnestly and in all sincerity that there is **NO HOPE** so that you will be transformed by the cold, hard truth. Once you accept the reality of **NO HOPE** you can begin to approach

your life in a new way. Now you can take your head out of the clouds, quit looking to some illusion of a perfect future and start living in the present. Knowing that there is, in fact, **NO HOPE**, and feeling this great realization with your whole being will slam you back to the real world like you've never been before. Come on! You can handle it!



Пара реальных примеров из цивилизованных стран:

« – Алло?

– У вашего друга из другого штата
10 минут назад догорел дом.
Мы поднимаем ВАР коэффициент
по этому риску, на \$120.5 в год. »

« – Добрый день. Мы вынуждены
отказать вам в страховании жизни,
т.к. вы недавно перенесли редкую
операцию, и у нас недостаточно
данных по тому, как вообще люди
выживают после данной операции. »

Safety Devices

We found your vehicle has the following safety device(s). You may qualify for a discount.

- Airbags
- Anti-Lock Brakes

Please let us know if your vehicle has any additional devices below.

Daytime Running Lights



Google Insurance (UK) – введите ТОЛЬКО ГОС. НОМЕР машины...

Get car insurance quotes from up to 125 providers*

You could save up to £213.98**

Enter the car's registration number:

START QUOTE

[Find the car by make and model](#)

Already have a quote?

[Retrieve quotes](#)

How it works

- ★ Fill in our short form
- 🕒 We'll find you quotes from up to 125 providers
- £ Buy online or by phone

1 Car details

Change your d

Start date

Kirill, here are

Admiral

Diamond
Shaped for girls

[elephant.co.uk](#)

Cover details

Total excess	£450
Voluntary	£350
Compulsory	£100

Extras

Windscreen cover	✓
Breakdown cover	£38.94
Accidental damage	✓
Legal cover	Check policy
Fire and theft cover	✓
Courtesy car	✓
Personal effects	✓
NCD protection	✗
Personal accident	✓
New car replacement	✗
Audio equipment	Check policy
European cover	✓
Key care cover	Check policy

[Download full quote \(PDF\)](#)

[View policy wording on insurer's site](#)

Admiral

Annually **£846.94**

Monthly

Total cost	£1,734.68
11 payments of	£144.55
Deposit	£144.63

[Buy online](#)

Or call on
020 3514 0324

Quoting reference
ADMOT576024126

Opening hours

Wed	08:00 - 23:00
Tue	08:00 - 23:00
Mon	08:00 - 23:00
Thu	08:00 - 23:00
Sun	10:00 - 20:00
Fri	08:00 - 23:00
Sat	09:00 - 20:00

Before buying your policy please carefully check the information is correct and make any amendments necessary. Please note that by changing your quote details your price may change. Please ensure you double-check the information with your chosen provider before you purchase a policy and that the benefits and features of your chosen policy meet your requirements. Each insurer will have their own terms and conditions with which you should familiarize yourself. When looking at the price on our insurance provider's site, you may find some optional extras (such as legal cover) included. These should be removed to obtain the same price as we displayed. You should also note that additional excesses may apply depending on, for example, the type of incident for which a claim is being made.

...и купите в онлайн у одного из 125 страховщиков.



А еще... Люди, оформившие КАСКО начинают водить более агрессивно



И вообще, только маркетолог из потока цифр способен сформировать:

1. Сегменты аудитории

- студенты, проходящие обучение за рубежом
- профессиональные спортсмены
- молодая семья с младенцем
- бизнес-командировка

2. Предложения для этой аудитории, учитывающее их нужды

- дешево, покрытие зубов и переломов
- включает экстренную эвакуацию
- прямой договор отеля с медицинской клиникой
- страхование багажа и отмены поездки

3. Предупредить о риске, характерном для этих условий

- отравления, венерические заболевания
- переломы, растяжения
- акклиматизация
- полеты с пересадками, телефоны и формы lost & found авиакомпаний



Человек был у вас на сайте но не купил полис.
В поездке он заболел и стал искать «поликлиники во Франции».



Вы догнали его ремаркетингом «Жаль, что вы не застраховались!
Посмотрите поликлиники во Франции у нас».

Умная рассылка

Человек был у вас на сайте но не купил полис.

Вы хотите написать ему письмо, с целью напомнить.

Примите во внимание:

1. Дату начала действия полиса.
2. Проверять все расчёты на наличие купленных полисов с аналогичными данными.
3. Из рассылки давать ссылку на расчёт с предзаполненными данными. 90% писем открываются с мобильных.
4. Удобная обратная связь.
5. Люди не знают, что мы подтягиваем данные из инпутов к себе в базу до того, как они отметили чекбоксом свое согласие на обработку персональных данных и перешли на следующий шаг.
6. Не нужно забывать о приватности. Как пример:
«Уважаемый Владимир! Мы обратили внимание, что два дня назад вы производили расчёт суммы страхового полиса для своей поездки в Турцию на выходные на **2-их человек.**»
Сообщение читает жена и спрашивает. **Ты же в командировку собрался, почему на 2-х человек????**

Вскипятите воду ядерным реактором.

Немного про процесс

0. Статус Кво, Ground Zero, Начало отсчета

1. Исследования аудитории: интервью, дневники

2. Опросы пользователей и бизнес аудит

3. Данные из веб-счетчиков

4. Прототипы и информационная структура, призванные решить эти проблемы

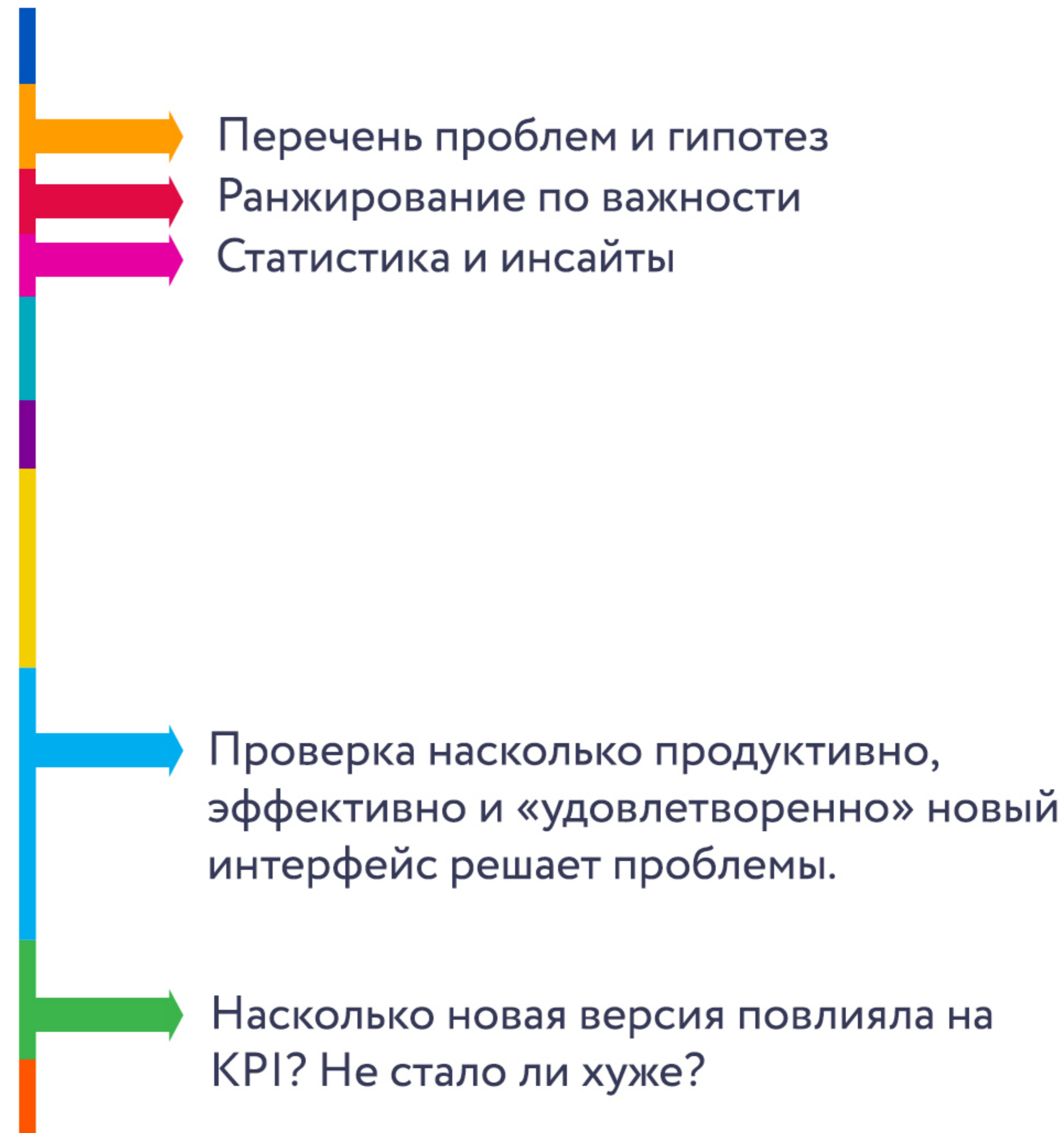
5. Дизайн и графические акценты восприятия

...разработка...функциональное тестирование...

6. Юзабилити-тестирование

7. Сплит-тестирование на части аудитории

8. Релиз, если все ОК.



! Этот **подход** позволяет не только двигаться вперед полезными итерациями, но и извлекать пользу даже из неудачных экспериментов

Data Driven Interface

Все, что мы спрашиваем у пользователя:

[Узнать обо мне больше](#) (и возможно, цена изменится)

вплоть до данных из социального графа FB

Это влияет на цену

1934 рубля или 14 рублей в день

А так же объясняет эту цену

С такими параметрами 10 из 100 обращаются за выплатами не менее чем на 8000 евро.

Вы покупаете полис заранее — получите скидку 5%

По нашим данным, вы ответственный родитель. Поздравляем!

И предостерегает или даже своевременно напоминает

Выплаты были сопряжены с травмами на склоне на втором году опыта катания.

В Индии левостороннее движение. Большинство обращений оттуда — из-за аварий.

Постарайтесь в жару сидеть в номере — в вашем возрасте уже пора.

Сегодня шторм, не плавайте пьяным (СМС).



И другое безумие:

- Копирайтинг на странице в зависимости от настроения, пола и возраста.
- Истории, благоприятно влияющие на LTV.
- Реферральные промо-коды «я ручаюсь за этого человека»
- Pay-as-you-go (страховка за километр).
- Omni-channel, рассчитал на сайте, купил в офисе и наоборот.
- Мобильный помощник, utility marketing, геймификация.



Комбинированный подход: юзабилити и веб-аналитика

Прошли дальше

Прервались

60% Нового пользователя интересует масса нюансов и ему необходим контент.

Старого (повторные покупки) пользователя привлекает предзаполненность полей и их количество. Цена менее важна.

40% Покупал у вас ранее, остался не доволен, зашел проверить, не изменилось ли что-то.

Здесь есть люди, попавшие в страховой случай. Им не нужно покупать, они уже купили.

20% Выбор программы — убедите меня в том, что они соответствуют моим текущим нуждам. Почему такая цена, из чего она складывается? Возможно, у кого-то дешевле или понятней написано? Пойду проверю.

Я все знаю, беру как обычно. Предложите мне что-то новое.

80% Не нашел покрытия стоматологии. Посчитал стоимость неадекватной. В прошлый раз полис был дешевле, почему он вырос сейчас? Хотел зеленую карту, пойти в другое место? Там и остался.

Не устроила цена.
Не нашел нужного контента.
Заходил с мобильного устройства.

15% Ввести данные из загран. паспорта? Как там фамилия тещи, POD-KOLODNAYA?

Я бедная невеста, мне оплачивает все с карты богатый будущий муж. Как скинуть ему ссылку на оплату?

85% Ах, тут нужно оплачивать с карты? А у меня только кеш.

Вечером жена оплатит.

А как мне придет полис? По почте? Возьму лучше по старинке.

Купил у вас 1%

Купил в другом месте или решил не покупать

Утром рассчитал, вечером купил.
2 сессии. 1 покупка.

Пофиг. Догоним их ремаркетингом.
Окончательно испортим отношения.

Возвращаемся к BIG DATA

— собрали мы данные, и даже можем быстро обрабатывать, а как?

Факторный анализ

Есть ли что-то общее в наших переменных?

- зависит ли убыточность полиса от образования?
- важен ли был текст на кнопке или только надпись?
- какая группа факторов характеризует фрод?

Логистическая регрессия

Как поведет себя переменная при изменении факторов?

- если цена будет ниже, как это скажется на покупательской способности?
- как меняется цена полиса с возрастом?
- при каких убытках по рискам сегмент станет нерентабельным?
- к какому сегменту относится новый пользователь?

Кластеризация

Поиск одинаковых или похожих сегментов

- найти всех студентов по признакам, и адресовать им сообщение
- посмотреть все выплаты по полисам с похожими характеристиками, использовать для ценообразования
- выделить все группы, похожие на фрод

и другие.



Transcendence (2014)

ака Превосходство

Johnny Depp



В деньгах, на один страховой продукт

Название работы	Цена	Возможная отдача
Платформа для анализа	~3.5 млн рублей в год + железо	Over 9000 (много)
Внедрение веб-счетчиков и другие интеграции	300 – 800 тысяч рублей	
Контентные эксперименты	30 тысяч рублей за эксперимент	Последовательный рост KPI
Юзабилити-циклы	В прошлой презентации	Осмысленный Human-Centric Design
Обеспечение рентабельности маркетинговых каналов и data-driven модель атрибуции.	От 150.000 долларов в год.	



45 миллионов контрактов в US. Инвестиции в BIG DATA \$300m



Индивидуальное
страхование

Корпоративное
страхование

Финансовые
институты

Личный кабинет клиента



На
главную

Страхование
жизни

Пенсионное
страхование

Накопительное
страхование

Страхование от несчастных
случаев и болезней

Клиентская
поддержка

На главную > МетЛайф в России

Распечатать страницу

> MetLife в мире

> МетЛайф в России

- История компании
- Руководство компании
- Сведения об акционерах
- Наши рейтинги
- Наши награды

> Официальное объявление о переименовании

> Финансовая отчетность

> Годовые отчеты



ЗАО "МетЛайф" (далее – МетЛайф) работает на российском рынке страхования по перечисленным в лицензии видам страхования с 1994 года.

С 2010 года входит в группу компаний MetLife, Inc. и действует на основании лицензии С № 3256 77, выданной Федеральной службой страхового надзора РФ (ФССН РФ).

Номер МетЛайф в Едином государственной реестре субъектов страхового дела 3256. в соответствии с выданной лицензией на страхование МетЛайф имеет



Потерпевший крушение поезд московского метро не был застрахован

Экономика и бизнес 16 июля, 12:34 ⌚ UTC+4

Конкурс на выбор страховщика был объявлен осенью 2013 года, но торги не состоялись !



вчера в 18:42

Победу сборной Германии обеспечил анализ больших данных

перевод

SAP, Big Data*



Когда в 2006 году в Германии проходил Чемпионат мира по футболу, вратарю Йенсу Леманну пришлось перед самым четвертьфиналом изучать помятые, исписанные от руки бумажные памятки, чтобы понять, как лучше противодействовать аргентинским пенальтистам. Спустя восемь лет команды Германии и Аргентины снова встретились на Чемпионате. Но в этот раз немцы использовали качественно новый инструмент, чтобы изучить будущего противника и заранее подготовить тактику борьбы.

Совместно со знаменитой компанией-разработчиком SAP, Германская Футбольная Ассоциация (DFB) разработала специальное приложение Match Insights, предназначенное для анализа больших данных: подробной информации о поведении каждого игрока германской команды и их соперников. Весь этот объём данных собирается с восьми камер наблюдения, установленных на стадионе. Приложение способно на основе полученной информации построить визуальную симуляцию конкретной игры и всевозможные графики. Тренеры и игроки могут в любой момент просмотреть подробные данные на смартфонах и планшетах и проанализировать различные ситуации, возникающие на поле. Это помогает заранее изучить привычки и особенности поведения каждого игрока команды-соперника и разработать те или иные ответные меры.



Спасибо за внимание!



Кирилл Бушев
Руководитель отдела веб-аналитики
AGIMA

