

Problem

Rynek ubezpieczeniowo-finansowy mimo, że skutecznie i całkowicie regulowany przez prawo oraz monitorowany przez Komisję Nadzoru Finansowego, jest wciąż rynkiem bardzo zróżnicowanym. Stanowi on skomplikowany układ różnych systemów produktowych, usługowych, rozliczeniowych i dystrybucyjnych dostosowanych do potrzeb modelu biznesowego.

Firmy postrzegają swoją działalność albo przez pryzmat produktu albo umowy bądź pośrednika czy klienta, ewentualnie łącząc w sobie wybrane elementy spośród przytoczonych optyk. Sposób widzenia własnego biznesu przekłada się na to jakie systemy wybierają i wdrażają, dlatego często są to specjalne systemy zorientowane na obsługę pojedynczego, wybranego procesu np.: sprzedaży, rozliczeń z klientami, rozliczeń z pośrednikami, obsługi magazynu druków, rejestracji i obsługi roszczeń, windykacji. Duża liczba produktów, szerokie spektrum wykorzystywanych kanałów dystrybucyjnych oraz różnorodność przyjętych modeli sprzedaży wymuszają konieczność utrzymywania odmiennych standardów gromadzenia, przetwarzania, wymiany i struktury gromadzonych danych także w przypadku jednej firmy. W efekcie wdrożony dedykowany system musi zostać uzupełniony wieloma dodatkowymi luźno połączonymi lub samodzielnymi systemami i aplikacjami wspomagającymi. Taki jest obecny „standard” rynku ubezpieczeniowo-finansowego.

Choć z punktu widzenia ekonomicznego, technologicznego i zarządczego wydawać by się mogło, że właśnie w tym sektorze, zostaną wdrożone efektywne, spójne i dedykowane rozwiązania pozwalające na bezpieczną obsługę w jednym scentralizowanym systemie wszystkich podstawowych obszarów działalności biznesowej. Systemie, pełniącym jednocześnie rolę księgi pomocniczej dla połączonego z nim systemu finansowo-księgowego, a uzupełnionym o stworzone na ich bazie tematyczne hurtownie danych i wydajny system raportujący. Niestety, taki model organizacji i przepływu danych, mimo że najbardziej efektywny, jednocześnie przejrzysty, zrozumiały i akceptowalny, nie stał się dotychczas powszechnie wdrożonym standardem.

Dlatego, gdy przed „standardowo” zorganizowaną firmą, pojawia się nowa szansa biznesowa w postaci: nowego kanału dystrybucyjnego, nowego modelu sprzedaży bądź obsługi wymagających wykorzystania najnowszych technologii lub kiedy rynek oczekuje nowych standardów, najkrótszego z możliwych wskaźnika time to market, a konkurencja wymusza korektę strategii, firma staje przed kluczową dla niej decyzją - zrezygnować czy niezwłocznie pozyskać niezbędne do realizacji nowego celu rozwiązanie.

Najczęściej koszt zastąpienia wykorzystywanego dotychczas systemu, który nie gwarantuje niezbędnych biznesowo funkcjonalności, nowszym, kompleksowym i bardziej elastycznym rozwiązaniem jest zbyt wysoki. Jedynym wyjściem jest zakup lub stworzenie własnymi siłami nowego szytego na miarę potrzeb i możliwości rozwiązania. Najczęściej czas jaki można przeznaczyć na tworzenie nowego, dostosowanego do nowej sytuacji, systemu jest niewystarczający. W efekcie powstaje rozwiązanie, które sprawnie obsługuje wyłącznie wybrane podstawowe funkcjonalności np.: sprzedażową, powodując nieoczekiwane problemy w pozostałych obszarach.

Na szczęście nie zawsze musi tak być. Przykładem, który wskazuje jak można wykorzystać nadarzające się szanse sprzedażowe, a równocześnie wdrożyć nowoczesne, w pełni funkcjonalne rozwiązanie informatyczne, jest Generali TU S.A.

Sytuacja

W roku 2005 Generali TU S.A. zdecydowało o wejściu na rynek sprzedaży ubezpieczeń komunikacyjnych w salonach dealerów samochodowych. Stanęło przed typowym problemem: z jednej strony, dysponowało stabilnym, sprawdzonym i uznanym w całej korporacji systemem, z drugiej - system ten nie pozwalał na:

- realizację szybkiej reaktywnej polityki produktowej;
- nie oferował, oczekiwanego w tym kanale dystrybucji, specyficznego standardu obsługi klienta i pośrednika;
- nie pozwalał na generowanie raportów o charakterze analityczno-zarządczym w czasie rzeczywistym, o zróżnicowanym zakresie szczegółowości dla różnych poziomów kompetencji.

Zasoby, finansowe i czasowe, przeznaczone na uruchomienie tego projektu sprzedażowego wykluczały stworzenie własnego rozwiązania bądź rozbudowę wykorzystywanych wówczas w działalności operacyjnej systemów. Jedyną ścieżką było pozyskanie nowego rozwiązania od dostawcy zewnętrznego.

Wybór i wdrożenie rozwiązania

Generali TU S.A. wybrało strategię odmienną od opisanych we wstępie. Przeprowadzono analizę dostępnych na rynku rozwiązań wdrożonych w firmach, których struktura, produkty, procesy i sposób działania są zbliżone do sposobu działania towarzystw ubezpieczeniowych. Wybrano - powstała w oparciu o najnowsze wówczas technologie - platformę Applan Business Platform (ABP) firmy dcs.pl. Następnie, w ramach wspólnego projektu jakim było dostosowanie istniejącego rozwiązania (customisation project), w ciągu 3 miesięcy, uruchomiono:

- pełną obsługę produktów,
- obsługę struktury sprzedażowej,
- rozliczenia z klientami oraz agentami,
- sprzedaż ubezpieczeń komunikacyjnych i majątkowych w salonach dealerskich w całym kraju, w ramach dedykowanego systemu ABPGEN,
- kompleksową obsługę likwidacji szkód (3 miesiące po uruchomieniu).

Ponadto, już od pierwszego dnia ABPGEN umożliwiał m.in.:

- ✓ tworzenie dedykowanych wersji produktów dla poszczególnych marek
- ✓ automatyczną taryfikację
- ✓ bezpośrednio wydruki wniosków i polis
- ✓ automatyczne eksporty informacji o polisach komunikacyjnych zgodnie ze standardem OI UFG
- ✓ automatyczne rozliczanie wpłat i obsługę wypłat
- ✓ liczenie rezerw
- ✓ wprowadzenie silnych mechanizmów kontrolnych wykluczających błędy i wprowadzających niespotykany dotychczas poziom jakości rejestrowanych danych
- ✓ automatyczny bilans polis

- ✓ import w standardzie ABP
- ✓ automatyczny eksport danych do wewnętrznych systemów analitycznych, controllingowych i finansowo-księgowego

W efekcie skrócono czas i obniżono koszty obsługi wszystkich procesów we wszystkich obszarach.

Generali TU S.A., dokonując wyboru kompleksowego, jednocześnie elastycznego rozwiązania oraz wdrażając jego pełną funkcjonalność, miała na celu wykorzystanie ABPGEN do obsługi alternatywnych kanałów dystrybucji ubezpieczeń. Dzięki tak perspektywicznemu podejściu, wkrótce Generali uruchomiło na bazie ABPGEN sprzedaż w kanale sprzedaży bezpośredniej (direct) przez zintegrowane z ABPGEN portal oraz call-center. W kolejnym kroku, dzięki WebService'om ABPGEN została udostępniona funkcjonalność sprzedaży polis on-line bezpośrednio w systemach partnerów, otwierając nowe kanały dystrybucji. A tam gdzie integracja z systemami partnerów okazała się niemożliwa zastosowano standardowy mechanizm importu danych ABP z ostrymi regułami walidacyjnymi, w trosce o jakość i spójność danych.

Jednym z ważniejszy elementów procesu sprzedaży i obsługi polis jest zamknięcie miesiąca księgowego. W ABPGEN odbywa się to automatycznie w sposób niezauważalny dla użytkowników, równolegle prowadzone są standardowe rozliczenia prowizyjne i wypłaty w cyklu dekadowym i miesięcznym. Automatyczne rozliczenia, automatyczny matching wpłat i należności, dedykowane konta rozrachunkowe klientów i agentów oraz pełna kontrola przepływu pieniędzy między klientem, agentem i Generali ustanowiły zupełnie nowy standard w działaniu towarzystwa ubezpieczeniowego.

Ostatni element, na który należy zwrócić uwagę w nowoczesnym rozwiązaniu, jakie wypracowało Generali TU S.A., przy współpracy z dcs.pl to standaryzowany proces sprzedaży, dzięki któremu sprzedawcy nie muszą być szkoleni z obsługi systemu dla każdego z produktów oddzielnie. Ma to istotny wpływ na tempo wdrażania nowych produktów i znacząco obniża koszty związane ze szkoleniem i edukacją sieci pośredników.

Na czym polega odmiennosc w postepowaniu Generali TU S.A.?

ABPGEN zostało utworzone i uruchomione obok podstawowego systemu i innych systemów wspomagających sprzedaż, obsługę i rozliczanie biznesu. Może on działać niezależnie ponieważ jest kompletną platformą obsługującą w trybie on-line wszystkie obszary funkcjonalne i biznesowe towarzystwa. Równocześnie gwarantuje niespotykaną na polskim rynku jakość i dostępność danych oraz najkrótszy na naszym rynku wskaźnik time to market. Dodatkową cechą ABPGEN jest możliwość realizacji różnorodnych, zarówno statycznych jak i mobilnych, modeli organizacyjnych w zależności od potrzeb danego kanału sprzedaży. Jakościowym wyznacznikiem rozwiązania był także fakt, iż posłużył on do realizacji ekologicznego projektu – firma bez papieru.

Przyjęta przez Generali TU S.A. strategia działania była korzystna i w pełni uzasadniona strategicznie i ekonomicznie. Uzyskano otwarcie na nowe alternatywne kanały sprzedaży, rozszerzono wachlarz dostępnych modeli sprzedaży, obsługi i rozliczeń, ograniczono koszty obsługi, szkoleń, wdrożeń produktów, integracji z systemami. Generali TU S.A. zyskało przewagę konkurencyjną i możliwość kreowania wartości dodanej dla swych klientów i partnerów.

A koszt jaki wiązałby się z modyfikacją core-systemu był zdecydowanie wyższy niż nakłady poniesione na wdrożenie ABPGEN.

Uzyskane efekty

- ABPGEN pozwala szybko reagować na działania konkurencji
- Znacznie skrócony „time to market” – nowy produkt ubezpieczeniowy można zdefiniować w ciągu kilku godzin, a wprowadzić do sprzedaży nawet w ciągu kilkunastu minut
- Możliwość wycofywania i wprowadzania nowych ubezpieczeń niemalże natychmiast w całej sieci sprzedaży – bez konieczności wcześniejszego przygotowywania, drukowania i dystrybuowania pomiędzy agentami formularzy wniosków i polis.
- Numerowanie polis odbywa się online, a wnioski i polisa drukowane są bezpośrednio u agenta i tam podpisywane przez klienta.
- Centralizacja uniemożliwiająca manipulowanie danymi (wszelkie wpisy i zmiany oznaczane są identyfikatorem dokonującej je osoby)
- Sprzedaż każdego produktu ubezpieczeniowego, wprowadzonego do systemu, odbywa się „online” i w ujednoliconym standardzie; dzięki temu znacznie skrócony został czas sprzedaży pojedynczej polisy (wynosi on ok. 10 minut, w zależności od złożoności produktu)
- Możliwość wskazywania agentom produktów promowanych przez Generali TU S.A., organizację konkursów i rankingów
- Udostępnienie agentowi portalu informacyjnego, za pośrednictwem którego uzyskać może bieżące informacje, dostęp do poczty elektronicznej, a także sprawdzić status rozliczeń i płatności związanych ze sprzedażą polisy lub likwidacją szkody
- Dokładny biling i historia działań agenta
- Wysoka skalowalność systemu dzięki zastosowaniu architektury wielowarstwowej i wysoka dostępność systemu poprzez wykorzystanie redundantnej konfiguracji serwerów WWW i baz danych.
- Automatyzacja importowania do systemu ABPGEN danych rozliczeniowych z wyciągów bankowych (potwierdzeń przelewów)
- Automatyczny matching wpłat z polisami

Warto zwrócić uwagę, iż obsługę całej platformy ABPGEN, czyli konfigurację systemu, administrację użytkownikami, konfigurację i wdrożenia produktów, zarządzanie strukturą dystrybucyjną i systemem prowizyjnym, rozliczenia z klientami i z pośrednikami, zamykanie okresów rozliczeniowych, kontrolę jakości i rozliczanie dokumentacji ubezpieczeniowej, tworzenie nowych raportów i administrację ich dostępności, realizowały w pierwszym roku cztery osoby – przy rocznym wolumenie przypisu rządu kilkudziesięciu milionów złotych. Obecnie, przy rocznym wolumenie przypisu rządu kilkuset milionów złotych i dołączeniu kolejnych kanałów dystrybucyjnych, obsługę ABPGEN zapewnia osiem osób.