



Aviva Italia

Firmensitz
Mailand, Italien

Betrieb
Italien

Geschäftsfelder
Gewerbe-, Privatkunden

Mitarbeiter
550

Website
www.aviva.it

Produkt

- Guidewire InsuranceSuite
- Guidewire Digital

Vorteile

- Entwicklung eines neuen Produkts in drei Wochen
- Positionierung des Unternehmens, um schnell auf Kunden- und Marktanforderungen reagieren zu können
- Verbesserte Produkterstellung und -einführung
- Erhöhte Marktdurchdringung

Aviva Italia beschleunigt digitale Disruption

> Die viermonatige Implementierung der Guidewire InsuranceSuite ermöglicht dem Versicherer die schnelle Erstellung eines neuen Versicherungsmodells

Laut dem Swiss Re Institute ist Italien nach Bruttoprämien der achtgrößte Versicherungsmarkt der Welt*. Folglich ist es eine Herausforderung, zu den fünf größten Akteuren auf dem italienischen Markt zu gehören. Aviva Italia hat es sich jedoch zum Ziel gesetzt, genau das umzusetzen, sagt CEO Ignacio Izquierdo Saugar. Obwohl Aviva Italia bereits auf Platz fünf auf dem italienischen Lebensversicherungsmarkt etabliert ist, besitzt das Unternehmen nur 1 % des Marktanteils auf dem italienischen Nichtleben-Versicherungsmarkt. „Die Unternehmen vor uns sind die wirklich großen Player“, erklärt Izquierdo. „Wir arbeiten hart daran, dorthin zu gelangen.“

Um den italienischen Markt im Bereich Sachversicherung zu durchdringen, in dem viele Verbraucher Versicherungsgesellschaften nicht trauen, muss Aviva Italia als kundenorientiert, innovativ und einfach wahrgenommen werden. Das ist dem Unternehmen bewusst. Laut Izquierdo orientiert sich der Versicherer an diesen drei Säulen. „Wir sind das am schnellsten wachsende Top-Unternehmen der Lebensversicherungsbranche in Italien“, sagt er. „Wir haben im Jahr 2018 die fünfte Position erreicht, und Innovation war die treibende Kraft hinter diesem Erfolg. Auf der Sachversicherungsseite möchten wir diesen revolutionären Ansatz weiterverfolgen. Die Guidewire InsuranceSuite und unsere Partnerschaft mit Guidewire spielen dabei eine wichtige Rolle.“

Mit der ersten Säule hat Aviva Italia einen offensiven Plan mit einem Zeitrahmen von sechs Monaten aufgestellt – vom Konzept bis zum Start –, um nicht nur ein Versicherungsangebot für kleine und mittlere Unternehmen, sondern auch eine neue digitale Plattform namens AvivaPlus einzuführen.

* Daniel Staib und Mahesh H. Puttaiah, „World insurance 2017: solid, but mature life markets weigh on growth,“ Sigma 3 / 208 (6. Juli 2018).



Navigate what's next.

Aviva Italia beschleunigt digitale Disruption

„Mit Guidewire hat Aviva Italia eine vollständig digitale, omnikanal-fähige Plattform erstellt. Es ist eine skalierbare Plattform für die Zukunft, denn wir sehen sie eher als eine Art Ökosystem – wir können so viel besser auf unsere Kunden eingehen. Wir sind jetzt weitaus besser aufgestellt als noch vor einem Jahr.“

Ignacio Izquierdo Saugar
CEO, Aviva Italia

„Kunden vergleichen eine Versicherungserfahrung nicht mit einer anderen Versicherungserfahrung“, sagt Vittorio Giusti, Chief Operating Officer. „Sie erwarten Dienstleistungen wie bei Netflix, Google und Amazon. Wir mussten das Kundenerlebnis radikal umgestalten, ausgehend von den tatsächlichen Kundenerwartungen und -interaktionen“.

Angesichts der Herausforderung, innerhalb von sechs Monaten ein digitales Angebot bereitzustellen, erkannte Aviva Italia rasch, dass dies auf seinen bestehenden Plattformen nahezu unmöglich sein würde.

Nach Abwägung einer Reihe von Faktoren, einschließlich Integrationszeit und -aufwand, Cloud-Hosting, minimale Anpassung und agile Methodik, fiel die Entscheidung für Guidewire InsuranceSuite™, einschließlich Guidewire PolicyCenter™, Guidewire ClaimCenter™ und Guidewire BillingCenter™. Außerdem beschloss Aviva Italia Guidewire Digital.

Beschleunigte Produkteinführungen – wenn aus Monaten Wochen werden

Zusätzlich zur neuen Implementierung hat Aviva Italia die Vorteile von Guidewire's Advanced Product Designer (APD) erkannt, der den Produktmodellierungsprozess vereinfacht, ohne dass komplexe IT-Kenntnisse erforderlich sind.

„Mit diesem Tool wird die IT in Zukunft nicht mehr der Engpass sein“, sagt Giusti. „APD hilft uns bei der Erstellung einer Mind Map, in der wir die Police, die individuelle Deckung, die Selbstbeteiligung, den Selbstbehalt, die Limits und alle anderen Produktmerkmale entwerfen. Dann importieren wir das Produkt in PolicyCenter, um es fertigzustellen und fein abzustimmen. Wir können die Komplexität von Produkten auf sehr einfache Weise bewältigen, anstatt dieselben Dinge und Deckungen über verschiedene Produkte hinweg zu duplizieren. Dadurch können wir eine Vielzahl von Produkten und alle Underwriting-Aktivitäten sowie Rückversicherungsprozesse von einem zentralen Punkt aus verwalten.“

Mit APD hat Aviva Italia den Produktentwicklungsprozess verbessert und die für die Erstellung von Produkten und deren Markteinführung benötigte Zeit von Monaten auf Wochen verkürzt, so Giusti. Beispielsweise konnte der Versicherer in nur drei Wochen AvivaPlus SalvaGuai entwickeln (übersetzt als „Vermeide Ärger“): ein modulares, Drittanbieter-Haftungsprodukt, das Teil der digitalen Plattform AvivaPlus ist.

„APD ist eines der besten Dinge, die wir jemals bei Aviva Italia eingesetzt haben“, sagt er. „Früher haben wir 50 Seiten mit Anforderungen für ein neues Produkt geschrieben, und normalerweise wurden diese 50 Seiten an 50 Personen geschickt. Jetzt ist es im Grunde genommen eine einzige Seite, auf der das Produkt grafisch beschrieben wird, und man kann Typ, Parameter, Versicherungsregeln, Garantien und Selbstbehalte überprüfen. Alles ist übersichtlich.“



„Aviva Italia kann nicht nur Produkte schneller auf den Markt bringen, sondern auch, statt in Monaten, in nur wenigen Wochen verändern und neue Funktionalitäten definieren“, so Giusti. „Jedes Mal, wenn wir das Produkt ändern möchten, müssen wir nur die Map aktualisieren. Und das kann jeder, nicht nur die IT-Abteilung.“

Während der gesamten Implementierung und Einführung von AvivaPlus zur Innovation und Vereinfachung von Produkten vom Kleinbetrieb bis zum Einzelhandel haben die Teammitglieder von Aviva Italia diese erste Säule – die Kundenorientierung – nicht aus den Augen verloren.

„Italien gilt wahrscheinlich nicht als das am stärksten digitalisierte Land der Welt“, sagt Arianna Destro, Chief Customer Officer. „Unsere Internetdurchdringung beträgt 73 %, was nicht sehr hoch ist. In Italien sind wir jedoch ganz vernarrt in Mobilität. Bei den Mobiltelefonen haben wir eine Marktdurchdringung von 83 % – eine der höchsten in Europa. Wie an jedem anderen Ort der Welt gewöhnen sich auch die Kunden in Italien an dieses Niveau der digitalen Dienstleistungen. Daher sind digitale Fähigkeiten und ein digitales Angebot wie AvivaPlus von grundlegender Bedeutung, um den aktuellen Kundenbedürfnissen gerecht zu werden“.

AvivaPlus begann Anfang 2019 mit kleinen bis mittleren Unternehmen und wurde mit Aviva Plus SalvaGuai auf das Einzelhandelssegment ausgeweitet. Seit der Einführung von AvivaPlus hat das Team ein Wachstum bei Kundeninteraktionen und Online-Recherchen verzeichnet, sogar für den Begriff „SalvaGuai“.

„Dies war der Aufhänger, um das Interesse eines breiteren Publikums zu wecken, das in der Vergangenheit vielleicht nicht so sehr von der Versicherungssprache angezogen wurde“, sagt Destro. „Es gibt eine Zunahme bei Suchanfragen für Online-Informationen und in den sozialen Medien sowie erhöhte Interaktionen mit dem Unternehmen.“

„Es steht außer Frage, dass die neue Plattform es den Kunden ermöglicht, viel mehr mit der Versicherungsgesellschaft und dem Vermittler zu interagieren, ohne dass physische Treffen erforderlich sind“, so Alberto Vacca, Chief Business and Investment Officer. „Die Herausforderung, vor der wir stehen und die wir sicherlich meistern werden, besteht darin, dass unsere Vermittler sich diese neue Technologie zu eigen machen und das maximale Potenzial nutzen, das sie ihnen bietet“, sagt er. „Sie beginnen jetzt, zu verstehen, dass sie mit der Technologie viel mehr qualitative Zeit mit dem Kunden verbringen können. Sie können ihrer Aufmerksamkeit mehr auf die Entscheidungsfindung legen, anstatt Zeit mit Bürokratie zu verbringen.“



Navigate what's next.

Aviva Italia beschleunigt digitale Disruption

Mit dieser verstärkten Durchdringung des Nichtlebensversicherungsmarktes und der Ergänzung der Produkte ergibt sich die Notwendigkeit, die Vertriebsnetze zu klären und zu verbinden, dazu gehören Vermittler, Banken, unabhängige Finanzberater und das Kundenservice-Center, sagt Vacca. „Omnikanal ist sehr wichtig. Mit AvivaPlus können wir über die verschiedenen Kanäle hinweg eine gleichbleibende Kundenerfahrung garantieren. Wir haben unser Vermittlernetzwerk bereits angeschlossen, und wir werden auch andere Netzwerke anschließen, deshalb bin ich der festen Überzeugung, dass Omnikanal Realität sein wird.“

Die Integration der Kernprodukte und digitalen Angebote hat sich für Aviva Italia mit seinen Omnikanal-Bemühungen als überaus wichtig erwiesen. „Guidewire bietet verschiedene Integrationsebenen für Kernprodukte und digitale Produkte“, sagt Giusti. „Wir benötigen möglicherweise verschiedene Ansätze für verschiedene Partner, Kanäle und Kundensegmente. Die Engage-Anwendungen sind flexibel genug, um sie auf dem Markt zu testen. Wir können eine vollständig angepasste Erfahrung bieten, die über APIs und die verschiedenen Tools, die Guidewire anbietet, gestaltet und mit InsuranceSuite verbunden werden kann.“

„Mit Guidewire hat Aviva Italia eine vollständig digitale, omnichannel-fähige Plattform erstellt“, sagt Saugar. „Es handelt sich um eine skalierbare Plattform für die Zukunft, denn wir sehen sie eher als eine Art Ökosystem – eine Möglichkeit für uns, besser auf unsere Kunden einzugehen.“ „Wir sind jetzt viel besser aufgestellt als noch vor einem Jahr.“

Guidewire bietet die Industriepattform, auf die Schaden- und Unfallversicherer setzen, um in einer Zeit des immer schnelleren Wandels erfolgreich zu sein. Wir liefern unseren Kunden Software, Services und ein Partner-Ökosystem für Betrieb, Differenzierung und Wachstum ihres Unternehmens. Zum Ende unseres Geschäftsjahres 2019 zählten wir mehr als 400 Unternehmen in 34 Ländern zu unseren Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.guidewire.de. Folgen Sie uns auch auf Twitter: @Guidewire_PandC.