

## Interview

# Onesurance: “Op basis van onze voorspellingen, kunnen verzekeraars en tussenpersonen proactief bijsturen”

**O**nesurance ondersteunt makelaars en verzekeraars met AI-technologie die klantgedrag kan voorspellen. Dennie van den Biggelaar en Jack Vos startten het datascience bedrijf in 2022 op in Nederland. Sinds begin dit jaar is Jan Andel verantwoordelijk voor de Belgische markt.

### Vanwaar kwam het idee voor Onesurance?

**Jack Vos:** “Ik heb als financieel en verzekeringsadviseur heel veel particulieren en bedrijfsklanten geadviseerd. Toen de online verzekeraar Lemonade in 2019 in Nederland op de markt kwam, dacht ik dat de digitale onderschrijving en schade-regeling misschien wel een grote bedreiging zou kunnen worden. Ik vond het een zeer interessante technologie, maar ik merkte ook dat het voor Lemonade moeilijk is om klanten te werven en te behouden. Daarvoor hebben we namelijk ook menselijke adviseurs nodig, maar met data- & AI-gedreven oplossingen kunnen strategieën voor klantenbehoud wel veel effectiever worden.”

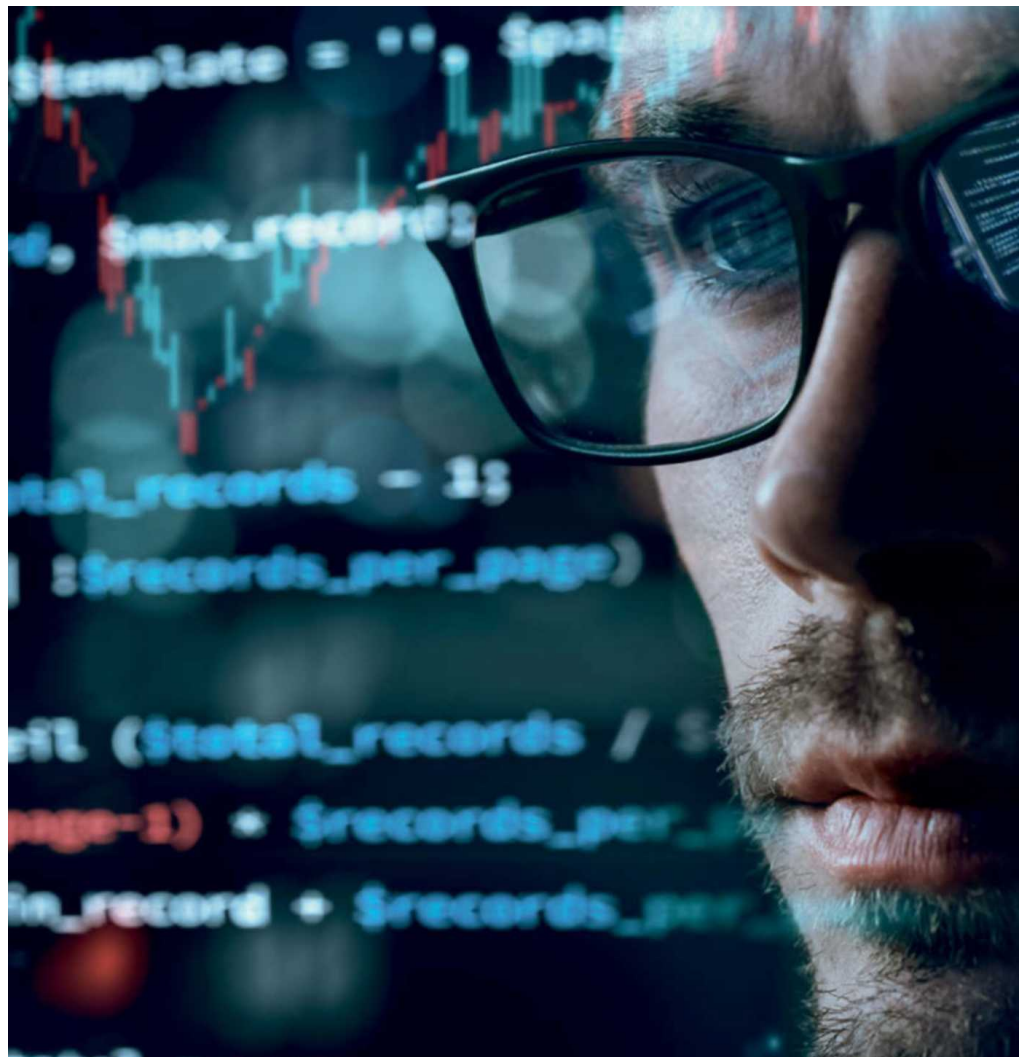
**In het Financieel Dagblad las ik: ‘Dennie van den Biggelaar benadrukt dat er in verzekeringen eerder sprake is van een evolutie van specifieke AI dan van een revolutie van generatieve AI.’ Wat bedoel je daarmee?**

**Dennie van den Biggelaar:** “Generatieve AI, zoals ChatGPT, is sinds november 2022 een enorme hype. Met generatieve

AI kunnen we menselijke skills nabootsen, maar de uitkomst is niet betrouwbaar genoeg voor veel toepassingen in de verzekeringssector. AI-oplossingen die speciaal zijn ontworpen voor zo’n specifieke taak en dit met een grote betrouwbaarheid kunnen uitvoeren, zijn dat wel.”

### Bijvoorbeeld?

**Dennie van den Biggelaar:** “Met onze AI-oplossingen kunnen we bijvoorbeeld voorspellen of een klant binnen een week, een maand, een jaar van plan zal zijn om over te stappen naar



een andere aanbieder. De makelaar die dat weet, kan tijdig actie ondernemen en vóórkomen dat de klant vertrekt. Want in verzekeringen gaat het toch vooral over langdurige klantenrelaties. Een verzekeringsklant verliezen heeft een veel grotere financiële impact, dan een klant verliezen in de retail business."

**Jack Vos:** "Wij kunnen met 90 procent zekerheid voorspellen welke klanten binnen twaalf maanden een polis (of polissen) zullen willen opzeggen. Maar stel dat een verzekeringsmakelaar 100.000 klanten heeft en 20.000 daarvan zitten in de gevarenzone voor de opzegging van een polis, dan wordt het wel moeilijk om die 20.000 aan boord te houden door ze één voor één te bellen. Daarom voorspellen we ook de Customer Lifetime Value (CLV). Dit is de toekomstige netto klantwaarde. Op die manier kan het verzekeringskantoor gericht een actie opzetten

om de klanten met een hoge churn-kans én een hoge CLV bij voorrang te benaderen om ze te kunnen behouden."

**Dennie van den Biggelaar:** "We hebben gemerkt dat de churn spectaculair kan dalen, tot 50 procent. We weten dat met zekerheid, want we werken met controlegroepen. Als de churn goed zit en de efficiëntie is verbeterd, kunnen we AI-modules inzetten om de omzet te laten groeien. Een voorbeeld daarvan is de module Next Best Polis. Die voorspelt welke polis een klant in de nabije toekomst nodig zal hebben. De beste manier om te groeien, is immers meer polissen verkopen aan bestaande klanten. We kunnen op basis van data en onze AI-oplossing ook zoeken naar de interessantste nieuwe klanten in de regio.

**Welke diensten worden het vaakst gevraagd?**

**Dennie van den Biggelaar:** "Onze hulp wordt het meest ingeroepen om de churn te verlagen... of om de opzeggingen



*Dennie van den Biggelaar*

*Econometrist en data scientist met 12 jaar ervaring als AI-strateeg in de retail- en de dienstensector*

AI-proces op te zetten. Die makelaars kennen al hun klanten en hebben ons dus helemaal niet nodig. Die kunnen zelf inschatten wie de weglopers zullen zijn."

**Jan Aniel:** "Maar voor makelaarskantoren die in groep samenwerken, kunnen onze diensten natuurlijk wel interes-

**Dennie van den Biggelaar:**  
"Door naast de churn ook de Customer Lifetime Value te voorspellen, kan het kantoor zeer gericht actie ondernemen"

**Jack Vos:**  
"We kunnen met 90% zekerheid voorspellen welke klanten van plan zijn binnen 12 maanden hun polissen op te zeggen"

gen zo snel mogelijk te doen stoppen. Als dat gebeurd is, gaan we daarna vaak helpen om een portefeuille te doen groeien."

**Wie zijn jullie belangrijkste doelgroepen?**

**Jan Aniel:** "Onze AI-technologie kan ingezet worden door verzekeraars en makelaars. Maar het aantal polissen moet natuurlijk wel voldoende hoog zijn."

**Jack Vos:** "Een kantoor met 500 klanten kunnen we niet helpen, want het heeft geen zin om voor zo'n klein aantal een

sant zijn. In Nederland bieden we een groepsmodule aan via ANVA, de Nederlandse variant van BRIO. Dat zou in België dus ook kunnen. Of via de makelaarsorganisaties FVF, BZB-Fedafin en Feprabel. We bieden modules aan voor groepen, wie die groepsleden zijn, doet er niet toe."

**Hoe bepalen jullie de prijs?**

**Jack Vos:** "We kijken naar het aantal klanten. Hoe meer klanten, hoe hoger het tarief, maar omdat we onze technologie schaalbaar hebben opgezet, is ze nu ook zeer betaalbaar voor makelaars."



Jack Vos

*Met 30 jaar ervaring in de verzekeringssector, hij was ook eigenaar van een Nederlands makelaarskantoor*

**Jullie maken de voorspellende analyses op basis van gegevens uit de backoffice van de makelaars en de verzekeraars. Hoe garanderen jullie het ethisch gebruik van de data en de bescherming van de privacy?**

**Jan Aniel:** **“Onze oplossingen kunnen ook interessant zijn voor kleinere makelaarskantoren die in groepsverband werken,”**

**Jack Vos:** “Op twee manieren. Om te beginnen volgen we alle ethische regels die door de EU, Nederland en België worden opgelegd en we gaan nog een stap verder. Voor ieder aanbod wordt een ethische cyclus voorzien. We vragen



Jan Aniel

*Auteur en transitiecoach met 35 jaar ervaring in commerciële en verzekerings-technische functies voor Belgische en Nederlandse bemiddelaars en verzekeraars*

ons altijd af welke stakeholders een rol spelen in het proces. Wij gaan na of de betrokken klanten, makelaars, verzekeraars en misschien nog andere partijen, nadeel zouden kunnen ondervinden van het voorspellend algoritme dat we willen integreren. Als dat het geval is, als bepaalde groepen gediscrimineerd worden bv., proberen we dat nadeel te mitigeren. We denken daar dus over na voor het proces uitgetekend wordt. Ten tweede worden alle data geanonimiseerd binnengehaald. Wij werken dus nooit met gegevens of combinaties van gegevens die te herleiden zijn naar een persoon.”

**Jan Aniel:** “En onze werkwijzen worden voortdurend gescreend door de Cronos Group. Wij maken deel uit van deze innovatieve technologiegroep die participeert in meer dan 570 bedrijven, en samenwerkt met Belgische verzekeraars en banken. ”

**Dennie van den Biggelaar:** “Bovendien zijn al onze algoritmes transparant en kunnen ze uitgelegd worden. Daarnaast zijn wij bezig om onze algoritmes te registreren, ook al is dit nu nog niet verplicht.”

**Consultant Capgemini schrijft in haar rapporten dat verzekeraars ‘data masters’ moeten worden. Maar onze verzekeraars hangen nog altijd vast aan legacy-systemen die dateren van voor het internet. Hebben jullie daar een oplossing voor?**

**Jack Vos:** “Wij hebben in ieder geval manieren om data op een gestandaardiseerde manier uit legacy-systemen te halen. Dat is niet eenvoudig, maar technisch gezien kan dat.”

**Dennie van den Biggelaar:** “We halen de data met API’s uit de legacy-systemen. Hiermee trainen we de algoritmes

en geven de klantvoorspellingen terug aan het betreffende systeem. Vroeg of laat zullen ook de minder innovatieve spelers meer met data- & AI-gedreven oplossingen moeten werken. Als je te lang wacht, zul je in de nabije toekomst je klanten tekort doen in de kwaliteit en de kosten van de dienstverlening. Daarom adviseer ik nu al te onderzoeken hoe je jouw bestaande IT-landschap kunt koppelen aan innovatieve oplossingen die AI gebruiken. Ook al kan dat met oudere systemen uitdagend zijn.

**Jan Aniel:** “Veranderen gaat altijd gepaard met investeringen, maar bedrijven met legacy-systemen kunnen zonder te grote investeringen hun basisprocessen naar de klanten (en de makelaars) toe al klantvriendelijker maken.”

**Zullen AI-toepassingen de kloof tussen voorlopers en volgers nog vergroten?**

**Jack Vos:** “Ja, de voorlopers nemen een spectaculaire voorsprong. Volgens de laatste onderzoeken zijn die vaak twee keer zo winstgevend. En ik denk dat die voorsprong nog groter zal worden, gewoon omdat AI-toepassingen exponentiële mogelijkheden bieden. Dat exponentiële aspect wordt nog onderschat.”

**Hans Housen**



Info: [OneSurance.nl](http://OneSurance.nl)



Bijkomende info: [janandel.be/nl](http://janandel.be/nl)