



Supporter van jouw leven



Datascience bij AG Insurance

Voor een efficiëntere, snellere en klantgerichtere werking

INHOUDSOPGAVE

Waarover gaat deze whitepaper?	3
Datascience bij AG	4
De meerwaarde voor de klant en de medewerkers	5
Datascience is multidisciplinair teamwerken	7
Scherpe conclusies door een eindeloze hoeveelheid data	9
Innoverende datatrends in de verzekeringssector	10
Werken bij AG, avontuur verzekerd	11

Waarover gaat deze whitepaper?

Data zijn overal. Zeker in de verzekeringssector. En al zeker bij AG, de grootste verzekeraar van België. Met meer dan 2,7 miljoen klanten en meer dan 8 miljoen contracten lopende, rollen nieuwe data dagelijks binnen. Een dankbare speeltuin voor elke datascientist aan boord. Of je nu bij de business unit Employee Benefits / Health Care (EB/HC), Non-Life, Life of op transversaal niveau terechtkomt: het datawerk heeft een impact. Klanten worden sneller en gericht ondersteund, en medewerkers kunnen efficiënter aan de slag. Daarbij ziet de toekomst er veelbelovend uit. Met nieuwe ontwikkelingen in artificiële intelligentie en the Internet of Things. Allebei nemen ze een steeds prominentere rol in binnen het datalandschap. Een kans om nog dieper te duiken in een wereld richting efficiëntie, snelheid en vooral, klantvriendelijkheid.

Doorheen de whitepaper zijn vier datascientists aan het woord, verspreid over verschillende business units bij AG.



Matthias Meul

- Head of CHRSD Solutions: Data Insights op transversaal niveau
- Studeerde economie met hoofdvak marketing
- Na een carrière als dataprofessional bij andere instanties, startte Matthias in 2018 bij AG.



Jens Vande Cavey

- Datascientist bij Employee Benefits / Health Care Channel
- Studeerde burgerlijk ingenieur, wiskundige ingenieurstechnieken en een extra jaar economie
- Werkte 10 jaar lang in Business Development Support, tot AG hem stimuleerde om deeltijds op data-science te werken. Sinds 2023 is hij fulltime datascientist.



Pauline Derue

- Manager Data Intelligence – Analytics and Solutions bij Broker Channel & Non-Life Insurance Development
- Studeerde wiskunde
- Startte bij AG binnen het “IT Young Pro”-programma, om in 2018 over te schakelen naar de business. Bij Non-Life maakte ze deel uit van een snelgroeiend team datascientists.



Hélène Maris

- Head of Commercial & Operational Reporting bij Bank Channel & Life Insurance Development
- Studeerde wiskunde
- Startte 20 jaar geleden met coderen en rapporteren bij Non-Life. Vandaag leidt ze een topteam van zes medewerkers met verschillende profielen.

Datascience bij AG

Het doel van datascience binnen AG in een notendop? Via data waardevolle oplossingen en inzichten voor businessissues genereren. En dat binnen alle business units: Employee Benefits / Health Care (EB/HC), Non-Life, Life en ook op overkoepelend niveau. Zo stellen datateams, samen met de units zelf, projecten op om processen sneller en efficiënter te laten lopen. En worden klanten, medewerkers en distributiepartners ondersteund, geïnformeerd en geïnspireerd. Op weg naar een nog meer datadriven AG.

Vier datascienceteams

AG telt vier datascienceteams. Eén op transversaal niveau, en een per business unit. Alle vier dragen ze expertise mee om algoritmen te bouwen, en via bestaande datagegevens waardevolle inzichten te genereren. Om zo bijvoorbeeld classificatiemodellen op te stellen die toekomstige gebeurtenissen voorspellen of om onregelmatigheden en fraude sneller op te sporen.

Het grootste verschil tussen de datascientists binnen de unit en die op transversaal niveau? De unitteams duiken gedetailleerder in datagegevens binnen de unit zelf. Met de focus op de klanten, medewerkers, diensten en producten van de unit. Terwijl op overkoepelend niveau een breder beeld wordt geschept, met zicht op het volledige klantbestand. Hoe oud is de gemiddelde klant? Welke tendensen drijven naar boven bij klanten die AG verlaten? Op wie richten we die bepaalde campagne het best?

Case Employee Benefits / Health Care met datascientist Jens

In samenwerking met de sales- en underwritingdepartementen startte Jens, voorlopig als enige datascientist bij EB/HC, een dataproject op. Het doel? Een predictief model ontwikkelen om in te schatten hoe groot de kans is dat AG een offerte wint. Karakteristieken van de klant en data van vorige cases vormen de basis van dit model.

“Intussen loopt een testfase binnen onze departementen”, vertelt Jens. “Komt er een nieuwe offerteaanvraag binnen? Dan passen de underwriters – zij die de tarificatie bepalen – eerst het model toe. Een meerwaarde, want het helpt bepalen welke inspanning ze in elke offerte moeten steken.”

BELANGRIJK: vandaag staat de expertise, kennis en intuïtie van sales nog steeds voorop. Dat licht Jens toe: “Zij zijn de experts, zij kennen hun vak. Als datascientists ondersteunen we hun werk, en proberen we op basis van hun expertise het model verder te verfijnen. En dialoog te voeren, in elke fase van het project.”

“Data zijn overal, en de mogelijkheden zijn eindeloos.”

Matthias Meul



De meerwaarde voor de klant en de medewerkers

Voor de klanten

2,7 miljoen klanten. En een 8 miljoen contracten lopende. Iedereen individueel bevragen is niet haalbaar. Dus wil AG de klanten écht goed kennen? Dan is inzetten op data een must. Daarom vertaalt AG via datascience de klantendata naar concrete inzichten om zo een volledig beeld te krijgen van de klant. Welke verzekering is het best gepast in dat ene scenario? Wat verwacht die groep klanten precies wanneer ze een schade indienen? Het gevolg is een hogere klanttevredenheid, want AG begrijpt de klant beter, hun motivatie en gedrag, en bedient ze daardoor een stuk gerichter.

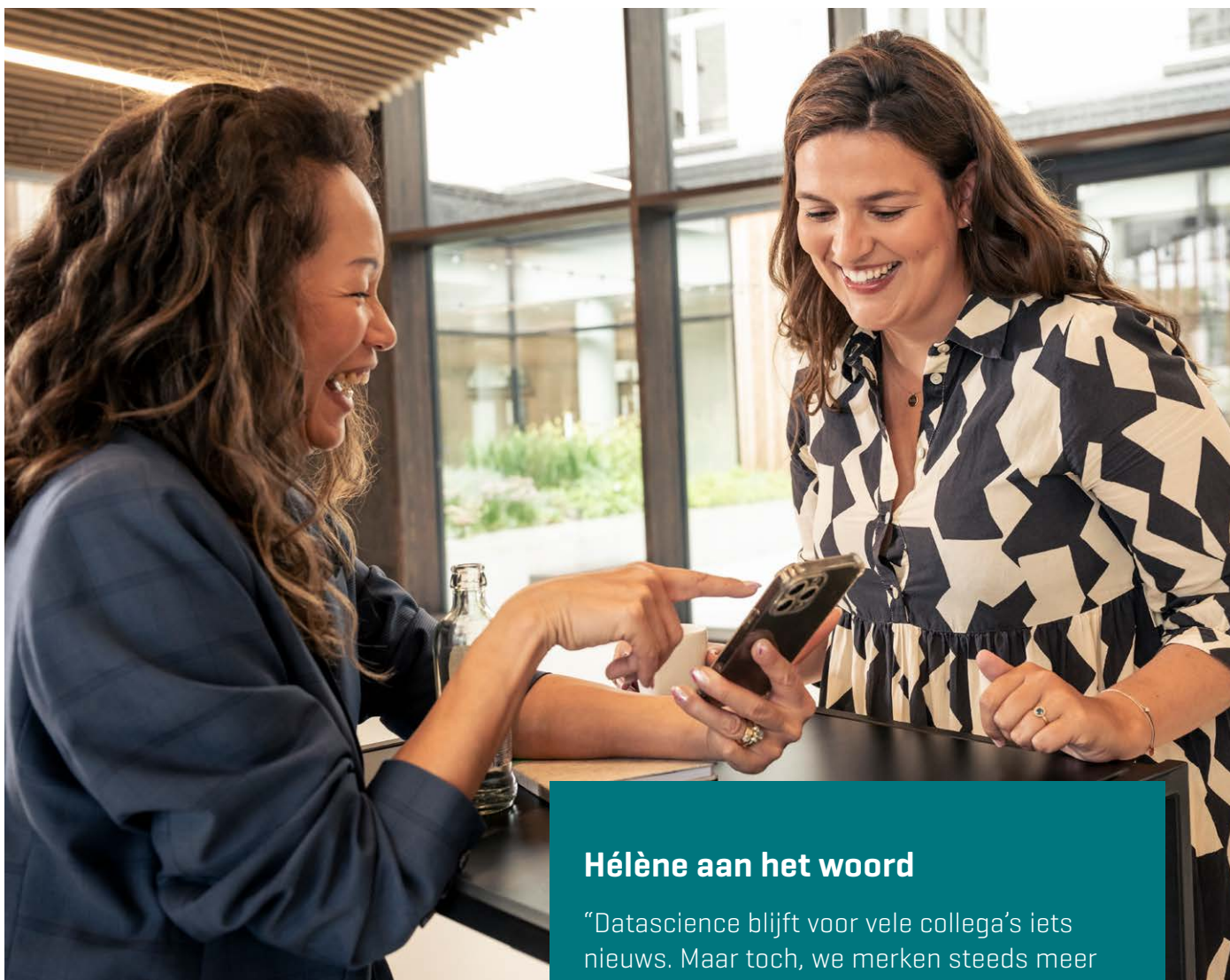
Matthias aan het woord

“Data-analyse draait bij AG niet om de datawetenschap an sich. Maar om de weg richting efficiëntie en klantvriendelijkheid, een tevreden klant. Zodat ze onze diensten als correct, eenvoudig en toegankelijk ervaren. Snel en accuraat afgehandeld, met vlotte communicatie. Allemaal met de ondersteuning van machine learning en datascience.”



Voor de medewerkers

Data-inzichten maken de weg vrij voor nieuwe kansen en mogelijkheden. Ook voor medewerkers, van sales en operations tot het management. Het zijn zij, in de business zelf, die hun vraagstukken voorleggen aan datascientists. Op welke doelgroep targeten ze deze campagne het best? Is een automatische analyse op binnenkomende schades mogelijk? Samen met het datascientiststeam beslissen ze of een nieuw dataproject een oplossing kan bieden. Richting efficiëntere, snellere processen.



Hélène aan het woord

“Datascience blijft voor vele collega’s iets nieuws. Maar toch, we merken steeds meer dat de business de meerwaarde ervan inziet, en een beroep doet op ons. Terecht, want samen kunnen we hen en hun processen vooruithelpen.”



Datascience is multidisciplinair teamwerken

Teamwerk tussen datascience en business

Een dataproject opstarten en in goede banen leiden? Dat vergt meer dan een technisch team aan datascientists alleen. AG betreft ook telkens businessowners om het vraagstuk af te lijnen en te identificeren. En data-owners, zij beheren de gegevens op bedrijfsniveau, en maken dat elke partij bewust en adequaat gebruik maakt van de data. Maar ook interne klanten van marketing, fraude detection of operations dragen hun steentje bij. Zij dragen de kennis en expertise, en vullen zo de technische kant aan.

De vertaalslag naar de werkvloer: de gegevens interpreteren

Datascientist zijn, betekent ook de technische materie vertalen naar de werkvloer. Naar de business. Want de data an sich, bijvoorbeeld contractuele gegevens zoals leeftijd en locatie, vertellen maar een deel van het verhaal. De interpretatie achter de resultaten vormt het andere deel: waarom toont het model dat die bepaalde leeftijdscategorie zal reageren op die marketingtopics? Hoe weet het model dat een bepaalde groep klanten meestal een autoverzekering hebben als eerste verzekeringsproduct?

Een antwoord daarop krijgt AG via marktonderzoek, of via de businessowners. Uit ervaring schatten zij het gedrag en de motivatie van de klant vaak juist in. Zo vullen de data en interpretaties elkaar sterk aan. Belangrijk, want het zijn deze antwoorden en verklaringen die een draagvlak creëren in de business. In de hele organisatie. Met de juiste conclusies en acties in de units achteraf.

“Als het resultaat van ons model niet overeenkomt met het buikgevoel van de business? Dan zoeken we samen naar een verklaring.”

Matthias Meul

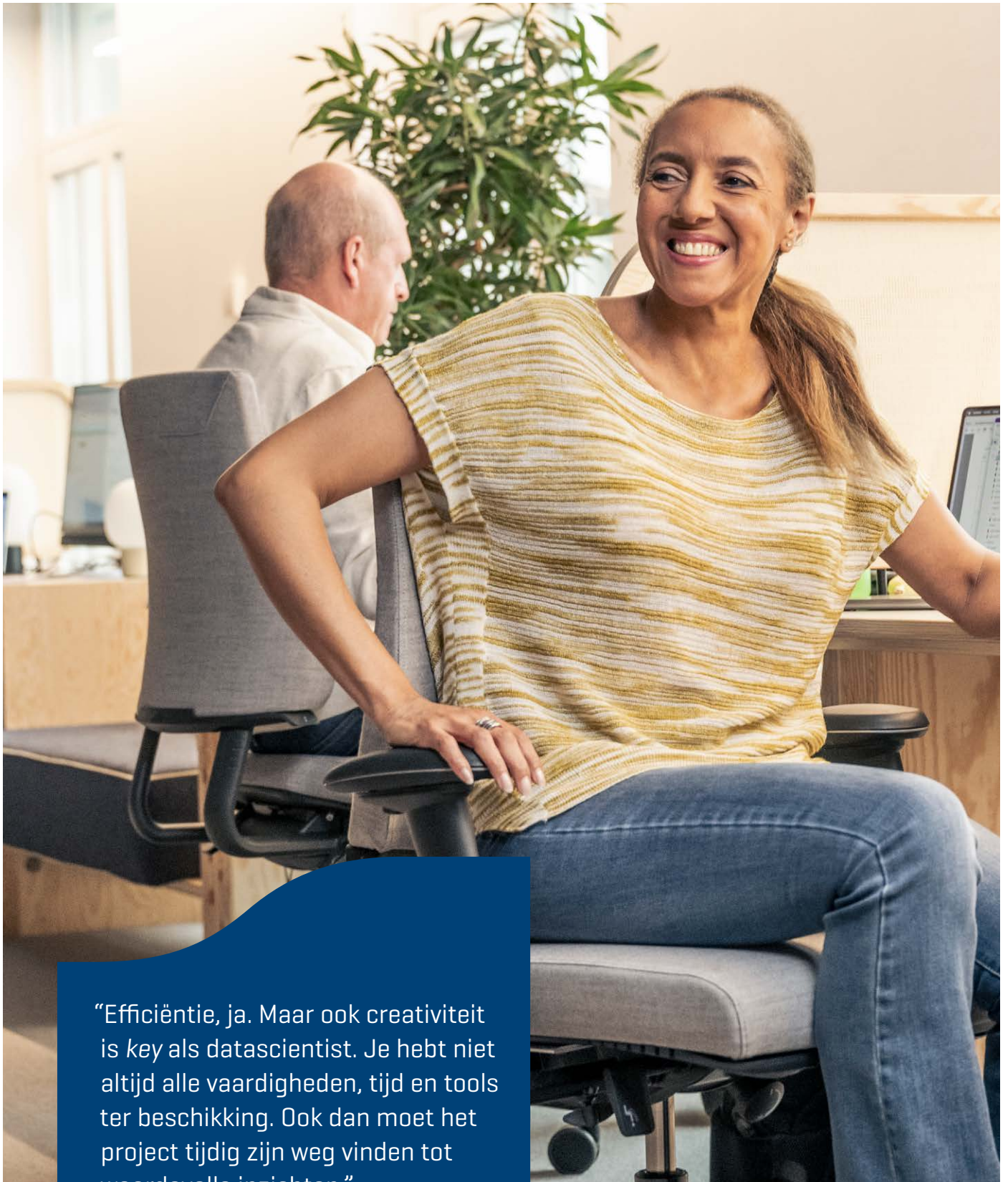


“Intense samenwerkingen binnen je team, maar ook met de verschillende departementen van onze business vormen een verrijking van je project. Zij hebben inzichten die wij als datascientists niet hebben.”

Hélène Maris

Datascientists onder elkaar

Ook datascientists onder elkaar houden contact. Zo organiseert AG elk kwartaal een Data Science Community Meet-Up waarbij externe sprekers worden uitgenodigd. En ervaringen en cases van verschillende units worden gedeeld. In de day-to-day zitten datascientists en datagovernancemanagers ook samen in standaard meetings om processen te aligneren. Of bijvoorbeeld innoverende AI-trends op elkaar af te stemmen. Zo inspireren ze elkaar, breiden ze hun kennispallet uit en groeien ze samen rond dit boeiende domein.



“Efficiëntie, ja. Maar ook creativiteit is key als datascientist. Je hebt niet altijd alle vaardigheden, tijd en tools ter beschikking. Ook dan moet het project tijdig zijn weg vinden tot waardevolle inzichten.”

Pauline Derue



Scherpe conclusies door een eindeloze hoeveelheid data

De hoeveelheid data bij AG is eindeloos. Als grootste verzekeraar van het land vertrouwen 2,7 miljoen klanten hun informatie aan AG toe. En dat al jarenlang. Wat zorgt voor een enorme variatie in gegevens. Denk aan leeftijdsdemografie, woonplaats, geslacht, distributiekanaal, relaties tot andere producten ... Of data rond auto-, opstal- en brandverzekeringen die het preventiebeleid in de juiste richting sturen. En dat is nog maar het topje van de ijsberg voor de productgerelateerde initiatieven. De troeven van deze enorme hoeveelheid en variatie in data? Meer betrouwbare en correcte conclusies over de klanten, voor de medewerkers.



“Datascience in de verzekeringssector staat eigenlijk nog maar in zijn kinderschoenen. Bij AG sta je aan de wieg van een datarevolutie, en kan je zo mee het verschil maken.”

Jens Vande Cavey



De overstromingen in 2021 - case van Non-Life met datascientist Pauline

Toen de overstromingen in juli 2021 doorbraken, was het ook in de verzekeringssector alle hens aan dek. Vooral bij de afdeling van Pauline, Non-Life, waar brandverzekeringen onder vallen.

“Om de collega’s bij operations en de klanten vooruit te helpen, verzamelden we data in ijtempo. Het doel? Een sterk model ontwikkelen om meer inzicht te krijgen: hoeveel schades komen er nog onze richting uit? Welke precies? Hoeveel zullen we vanuit AG uitkeren? En zijn er nog andere klanten die door dit verschrikkelijke drama geteisterd worden? Het model was een resultaat van sterke samenwerkingen tussen en binnen teams.”

Hiervoor werkten Pauline en de teams samen met de mensen op het veld, actuarissen, IT’ers ... Zelfs de overheid was betrokken. “We hadden allemaal dezelfde mindset: hoe kunnen we collega’s en klanten zo efficiënt en snel mogelijk vooruithelpen in deze verschrikkelijke, complexe situatie?”



Innoverende datatrends in de verzekeringssector

Datascience is een boeiend domein. Dat staat vast. Maar ze groeit razendsnel. Alsof de ene megatrend de andere meteen opvolgt. De meest invloedrijke innovatietrends? Voorlopig artificiële intelligentie en the Internet of Things (IoT). De sector zet zich schrap.

Artificiële intelligentie

De wereld van AI is waardevol, want ze verbetert, versnelt en verfijnt het werk van de datascientist. En van andere medewerkers. Zo spoort het systeem vlot codefouten op, of versnelt ChatGPT processen door de eerste Python-code te genereren. AG ontwikkelt ook zijn eigen datasciencemodellen voor bijvoorbeeld fraude- en anomaliedetectie, of experimenteert met chatbots. Op die manier automatiseert het administratieve processen en meer gestroomlijnde taken, waardoor medewerkers meer tijd, kwaliteit en productiviteit aan andere, relevantere taken kunnen spenderen.

Een belangrijke kanttekening hierbij: AG blijft voorzichtig. De verzekeringswereld is een sector vol risico's. De gegevens waarmee AG werkt blijven delicaat, soms gevoelig of zelfs vertrouwelijk. Terwijl het AI-veld verder onderzocht wordt, let AG dus extra op de bescherming, richtlijnen en privacy van de klanten.

“De wereld is in verandering.
De verzekeringssector dus ook.
En dat weerspiegelt zich in de data.
Het is onze job om onze producten
en diensten aan te passen aan die
context.”

Pauline Derue



“Ook de partnerships met insurtech-
bedrijven en universiteiten houden AG's
oog op innovatie scherp. Hun onderzoek
en technieken zijn erg waardevol.”

Matthias Meul



Opportunities via trends

Naast meer efficiëntie, kunnen deze megatrends de verzekeringssector ook transformeren op lange termijn. Zeker omdat er wereldwijd steeds meer data gecreëerd en gestockeerd wordt. Denk aan alle automatiseringsmogelijkheden die slimme apparaten en the Internet of Things (IoT) op gang trekken. Apparaten of systemen die via internetverbindingen in contact staan en zo gegevens uitwisselen. En dat zijn opportuniteiten, ja. Het is aan de sector om deze op te pikken, te experimenteren, het potentieel te meten en de nauwkeurigheid van de data vast te stellen. Blijkt een trend succesvol? Dan zal AG de data via deze trends inzetten, ook in bestaande systemen. Maar altijd met een kritische bril op, waarbij de data nauwkeurig worden nagekeken en de regelgeving correct wordt nageleefd. *Let's take every opportunity.*

Werken bij AG?

Avontuur verzekerd.

Een werkgever die je proactief groeikansen biedt?
Die volop gelooft in een toekomst met datascience op de voorgrond?
En daarnaast je werk-privébalans stimuleert?

Dan zit je goed bij AG, al twaalf jaar Top Employer in België voor 4400 medewerkers. Waaronder een twintigtal datascientists. Bij AG start je in een warme en familiale sfeer, waar ze niet alleen geloven in de kansen en groeimogelijkheden van datascience, maar ook in jouw groei. Als medewerker. Als mens.

Werken bij AG, avontuur verzekerd

Datascience bij AG iets voor jou? Of heb je vragen?
We helpen je graag verder.

Contacteer



Michaël Banneel, recruiter AG

✉ michael.banneel@aginsurance.be
in www.linkedin.com/in/michaelbanneel



Livia Vernimmen, recruiter AG

✉ livia.vernimmen@aginsurance.be
in www.linkedin.com/in/liviavernimmen

