

Emergenta industriei asigurarilor cu TIC

Lect.dr. Dana COLIBABA

Catedra de Statistica si Previziune economica, ASE Bucuresti

The time has come to grab hold of today's best business resource for independent insurance agencies - The Internet! Growing at an overwhelming pace, the Internet has become the central source for endless resources and products. This paper shows a feed between IT&C and online insurance.

Keywords: IT&C, online insurance, ADSL, WAP, CDMA, VPN.

În câțiva ani, afacerile se vor schimba mai mult decât în ultimii 50 de ani, datorita unei cauze simple, și anume fluxul informației digitale. De 30 de ani ne găsim în Epoca Informațională, dar, dat fiind că majoritatea informațiilor care circula în afaceri au ramaș în forma scrisă, procesul prin care cumpărătorii își găsesc vânzătorii a ramaș neschimbat. Majoritatea companiilor folosesc tehnologia digitală pentru a-și monitoriza operațiile elementare: pentru desfasurarea sistemelor de producție; pentru a genera facturi și liste cu consumatorii; pentru a-și face contabilitatea; pentru a calcula impozitele; în ultima instanță, acestea sunt doar automatizări ale vechilor procese.

Activitățile în care majoritatea companiilor folosesc astăzi tehnologia ar fi fost perfect normale acum câțiva ani. Obținerea unor informații amanunțite era un proces foarte scump, prohibitiv, iar mijloacele necesare pentru analizarea și propagarea acestora nu erau încă accesibile în anii '80 și nici chiar la începutul anilor '90. Dar suntem deja în secolul XXI, iar mijloacele și puterea de conectare pe care ni le oferă epoca digitală ne permit să obținem informația, să o propagăm și să acționăm asupra ei în moduri noi și complexe.

Foarte puține sunt acele companii care folosesc tehnologia digitală pentru procese noi, care să îmbunătățească radical modul de funcționare, care să le dea posibilitatea de a beneficia la maximum de capacitățile angajaților lor și care să le propulseze cu viteză de reacție necesară pentru a putea concura în această nouă lume a afacerilor, unde viteză este atât de mare. Majoritatea companiilor nu

și dau seama că tehnologia necesară unor asemenea schimbări este acum accesibilă tuturor. Deși majoritatea problemelor din afaceri sunt de fapt legate de informație, aproape nimeni nu folosește informația în același mod corespunzător. Din punct de vedere organizatoric, managerii par să se fi obișnuit deja cu faptul că informația nu ajunge la timp la locul în care este nevoie de ea, iar indivizii nu par să își dea seama ce pierd.

Un caz deosebit îl reprezintă companiile care au făcut investiții semnificative în TIC și care nu obțin maxim de eficiență. Interesant este faptul că acest lucru – prapăstia dintre investiții și rezultate – nu scade cheltuielile pentru tehnologie. De fapt, majoritatea companiilor au investit în elementele de bază pentru birouri: calculatoare pentru aplicații productive, rețele de calculatoare și posta electronică pentru comunicare; aplicații elementare pentru desfasurarea afacerilor. Investiția unei companii obișnuite în tehnologia care i-ar putea oferi un flux eficient de informație este de 80% din totalul investițiilor realizate, iar beneficiile obținute nu se ridică, în general, la mai mult de 20% din realizările posibile. Diferența atât de mare dintre cheltuielile și rezultatele unei companii izvorăște din faptul că oamenii nu înțeleg ceea ce este posibil și nu observă potențialul în folosirea tehnologiei pentru a răspândi informația foarte repede, către toți angajații din firmă.

În epoca digitală, „puterea de conectare” are deja un înțeles mult mai extins decât acela de a pune doi oameni în contact unul cu celălalt. Internetul creează un nou spațiu universal pentru răspândirea informației, pentru colaborare și comerț. El oferă un mediu nou, care

combina actualitatea și spontaneitatea unor tehnologii precum telefonul și televizorul, cu profunzimea și amploarea inerente în comunicarea pe baza de text scris. Pe deasupra, se ivesc și o posibilitate cu totul nouă: aceea de a găsi informație și de a stabili contacte între oameni cu interese comune.

Aceste noi standarde de hardware, software și comunicatii, vor schimba în totalitate nu doar afacerile, ci și reacțiile și pretențiile pe care le au consumatorii. În următorii zece ani, majoritatea oamenilor vor folosi calculatorul în mod regulat, acasă și la serviciu, vor folosi e-mailul în mod curent, se vor conecta la Internet, vor avea instrumente digitale care contin informațiile lor personale și informații despre afacerile lor.

Un sistem digital poate transforma afacerile și poate face companiile să reacționeze mai rapid și mai eficient, prin energizarea celor trei elemente de bază ale oricărei afaceri: relațiile cu consumatorii și cu partenerii, angajării și procesele de afaceri.

Se preconizează că în cel mult zece ani, firmele de succes vor fi acele care folosesc instrumente digitale pentru a reinventa felul în care se fac afacerile. Acestea vor fi companii în care deciziile se iau repede, în care se acționează în mod eficient, și care își impresionează pozitiv clienții, într-un mod cât mai direct cu putință.

Cel mai concret mod de a te diferenția de concurență, cel mai bun mod de a te detașa din mulțime, este să mănuiești informația în cel mai bun mod cu putință. Felul în care obții, administrezi și folosești informația va hotărâi dacă învingi sau pierzi¹.

Tehnologia informației permite accesul la acele date care pot oferi o imagine de ansamblu a afacerii, permite acțiunea rapidă și oferă soluții pentru problemele de afaceri, soluții care nu erau disponibile înainte. Tehnologia informației și afacerile se întrepatrund din ce în ce mai mult, și coeziunea este din ce în ce mai puternică. Cred că nimeni nu poate vorbi despre una fără a o pomeni pe cealaltă.

O companie trebuie să învețe să comunice cu toți clienții săi și să acționeze pe baza a ceea

ce afla din această comunicare. Această necesitate primară implică activarea tuturor capacităților companiei: eficiența operațională și strângerea de informații, reflexele de acțiune și coordonarea, proiectarea strategică și executia. Necesitatea unei comunicări eficiente cu clienții va fi unul din leit-motivele pentru care tehnologia informației trebuie promovată.

Industria asigurărilor poate beneficia cel mai bine de TIC prin intermediul asigurărilor online. De aceea vom trece în revista mecanismul de realizare a unei asigurări:

1. *Completarea chestionarului* nu înseamnă obligativitatea de a cumpăra; ajută la identificarea nevoii de asigurare;

2. *Oferta de asigurare* – după transmiterea chestionarului se primește oferta de asigurare;

3. *Acceptarea ofertei* – dacă oferta este pe placul potențialului asigurat, acestuia nu îi rămâne decât să apese pe butonul care îi va permite acceptarea sa;

4. *Livrarea și plata politei* – curierul firmei de asigurare duce polita clientului iar acesta efectuează plata la momentul primirii politei (sistemul clasic de efectuare a tranzacției).

Din punct de vedere tehnologic, asigurările online se referă la următoarele domenii ale tehnologiei informației și comunicării: rețele de calculatoare, baze de date și banchi de date distribuite, multimedia, interfața om-calculator, securitatea și confidențialitatea datelor, standardizare, transmiterea datelor la distanță, telefonie celulară mobilă, transmisie de sunet, imagine, date via satelit, care sunt necesare training-ului echipei de consultanți dar și managementului întregii activități.

Soluțiile moderne se referă atât la soluții performante de comunicații - **ADSL, wireless** - cât și la evoluția și impactul Internetului asupra serviciilor financiare și de asigurare.

Se speră că societățile de asigurare își vor găsi noi clienți din partea unor business-uri care nu au existat până în prezent și, în plus, noile tehnologii de comunicare de tip wireless, în special telefonie mobilă CDMA, vor aduce avantaje multiple mediilor de afaceri financiar-bancare, agenții de asigurare putându-se conecta la Intranetul companiei

¹ Bill Gates – „Afaceri cu viteza gândului – spre un sistem nervos digital”, 1999.

(**VPN - Virtual Private Network - rețele virtuale private**), pe care o reprezintă, și încheia polite prin intermediul unui simplu terminal, fie el Notebook sau PDA.

Rețelele de tip ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line) sunt o ramură modernă a tehnologiei DSL (Digital Subscriber Line), și permit atingerea unor performanțe deosebite în transferul de date: Internet de mare viteză, VPN, aplicații multimedia over IP (date, voce și media) etc. Acest tip de conexiune permite companiilor ce doresc interconectarea multiplelor baze de date, aflate în teritoriul, atingerea unei rate ridicate de transfer, ducând la îmbunătățirea eficienței operationale agregate a organizației. Piața de asigurări va fi printre primele care vor beneficia de aceste avantaje tehnologice.

WAP (Wireless Application Protocol) reprezintă numele implicit al unui standard la nivel mondial care definește modalitățile de comunicare între telefoanele celulare și celelalte dispozitive portabile și aplicațiile sau serverele de baze de date care furnizează informații către display-urile interactive de pe care pot fi alese datele dorite.

Alte noi tehnologii care dețin un rol major în vânzarea de asigurări sunt: sistemele video, Internetul, sistemele telematice și telefonul.

Sistemele video pot fi folosite pentru a evalua daunele. Exemplu de eficacitate: înregistrarea unui accident auto. De exemplu, o cameră de vederi plasată într-un atelier auto poate ajuta specialistii unei companii de asigurări să evalueze din propriile lor birouri daunele. Acest fapt conduce la scăderea costurilor de deplasare și centralizează, într-o oarecare măsură, activitatea de evaluare a daunelor.

Telefonul oferă o securitate sporită, la costuri mici, un control al riscurilor mai eficace. Cu toate acestea, el nu este un sistem care poate funcționa independent, fiind nevoie ca, în prealabil, termenii politelor ce vor fi încheiate prin telefon să ajungă la cunostința publicului prin intermediul mass-media. Totodată, e necesar ca în spatele întregului sistem să existe o echipă de specialiști bine pregătiți care să susțină acest suport. De asemenea, prin telefon se pot rezolva problemele

legate de managementul daunelor, avantajul fiind acela de a câștiga timp și de a evita birocrația, dar cu dezavantajul de a nu putea evalua în mod corect daunele. Telefonul reprezintă un instrument de lucru vital în acest domeniu, în special pentru agentul de asigurări, pentru că, de cele mai multe ori, primul contact pe care îl are cu un potențial client se realizează prin telefon. Cheia succesului sau este să cunoască și să folosească cu abilitate arta conversației la telefon.

Telematica desemnează utilizarea combinată a telecomunicațiilor și informaticii. O definiție echivalentă propune "servicii informatice oferite prin intermediul unei rețele de telecomunicații", deci telematica se referă la utilizarea telecomunicațiilor ca suport pentru transferul datelor între calculatoare. Telematica utilizează trei categorii de mijloace pentru a-și asigura funcțiile: suportul de comunicații și mijloacele de control al acestuia, echipamentele de calcul, software-ul de bază și de aplicație dedicat transferului de date și altor servicii asociate.

Internetul deține cel mai mare potențial ca modalitate de a vinde asigurări. Cu toate acestea, nu este folosit încă pe scară largă, având în vedere aplicațiile utilizate și accesul limitat și destul de costisitor al populației. Există însă speranța că Internetul va deține, într-un viitor apropiat, cel mai important loc, fiind folosit în continuare alături de celelalte forme tradiționale de vânzare a politelor de asigurare, prin filialele societăților de asigurare sau prin sistemul bancassurance. O problemă deosebită o prezintă semnătura digitală, deoarece ea nu poate lipsi la nici un tip de asigurare încheiat. Să trecem în revista câteva dintre atributele acesteia:

- Autenticitatea semnatarului – o semnătură trebuie să indice cine este cel ce semnează documentul, mesajul sau înregistrarea și trebuie să fie dificil de reprodus de o altă persoană neautorizată.

- Autenticitatea documentului – documentul poartă amprenta celui ce îl semnează. Autenticitatea semnatarului și a documentului sunt instrumente folosite pentru excluderea impostorilor și sunt elemente esențiale a ceea ce, în terminologia securizării informației, es-

te numita nonrecunoastere. Nonrecunoasterea furnizeaza siguranta originii si transportului datelor si protejeaza expeditorul împotriva refuzului de receptare a datelor si destinatarul împotriva receptarii unor date false pe care expeditorul, de fapt, nu le-a trimis.

- Act de confirmare – lasarea semnaturii trebuie sa fie un act de confirmare care sa serveasca protocolului, sa fie o aprobare ca tranzactia se realizeaza în termeni legali.

- Eficienta - semnatura trebuie sa reprezinte cea mai mare asigurare atât a autenticitatii semnatarului cât si a autenticitatii documentului.

Toate mijloacele prezinta o serie de avantaje si dezavantaje. Concluzia este ca societatile de asigurare ar trebui sa se intereseze si sa evalueze noile tehnologii, fara a renunta însa la cele traditionale. Se pare ca varianta optima consta în utilizarea combinata a metodelor traditionale si a tehnologiilor moderne.