

## **Seminar pricing: strategie, techniek en ethiek – Een terugblik**

Op 5 september 2018 organiseerde Triple A – Risk Finance het seminar over premiestelling van verzekeraars, gericht op strategie, techniek en ethiek. Aanleiding was de toenemende consolidatie en concurrentiedruk in de sector, tezamen met individualisering en grotere beschikbaarheid van data en technieken om deze in de premiestelling te betrekken.

Dagvoorzitter Jasper Hoogenstraaten van Triple A – Risk Finance opende het seminar met een korte toelichting op de sprekers en onderwerpen en toonde daarbij een overzicht van de deelnemers aan het seminar. Deze zijn zowel afkomstig van schade- als van levensverzekeraars en van zowel grote als kleinere verzekeraars. Het onderwerp pricing is voor alle typen verzekeraars van belang.

### Koppel premiebeleid aan strategie

In de presentaties van Joanne Bouwkamp van Triple A – Risk Finance en Joost van Bruggen van Achmea is stilgestaan bij de totstandkoming van het premiebeleid en de raakvlakken met de strategie. Voorbeelden daarbij zijn doelgroep benadering (bijv. specifieke regio's of leeftijden versus de gehele markt) en distributiekanaalen (bijv. online versus lokale kantoren) die mede bepalen in hoeverre vergaande premiedifferentiatie met gebruik van moderne statistische technieken passend zijn.

### Wees voorbereid op het gebruik van grote hoeveelheden data

Hylke Niermeijer van Triple A lichtte de toepassing van nieuwe technieken toe. Als rode draad door het seminar liepen moderne technieken die op basis van grote hoeveelheden data nieuwe inzichten kunnen bieden in de klantportefeuille en het risicoprofiel van een verzekeraar. Deze technieken zijn wellicht niet voor iedere verzekeraar te gebruiken om de premie vast te stellen, maar in vrijwel alle gevallen goed bruikbaar om ontwikkelingen in de portefeuille, het risicoprofiel en de winstgevendheid te monitoren. Om deze inzichten te kunnen verkrijgen is toegang tot grote hoeveelheden data nodig. Deze kan intern (eigen polis-, schade- en uitkeringendata) en extern (openbare bronnen zoals CBS en RDW) verkregen worden. Verzekeraars worden geadviseerd zich nu al in te richten naar de technieken die zij kunnen gebruiken voor verwerking van deze data.

### Zorg voor een heldere missie en visie omtrent solidariteit

Centraal bij het onderwerp pricing en het gebruik van nieuwe technieken staat steeds verdergaande differentiatie, individualisme en de impact hiervan op solidariteit. Een bespiegeling op het onderwerp solidariteit is gegeven in de presentatie van Edgar Karssing van Nyenrode. Volgens het Verbond van Verzekeraars en verschillende verzekeraars zelf hebben verzekeraars een belangrijke rol in het organiseren of faciliteren van solidariteit. Verdergaande differentiatie staat hiermee mogelijk op gespannen voet en kan leiden tot onverzekerbaarheid of excessieve premies voor sommige risico's. Voor verzekeraars is het van belang om een duidelijke visie op solidariteit te hebben en deze te betrekken in de strategie en het premiebeleid. Tot slot is het belangrijk om hierover duidelijk te communiceren, zodat helder is waar verzekeraars voor staan en hoe zij hun maatschappelijke rol zien.

Wil u meer weten over dit seminar of over pricing voor verzekeraars, neem dan contact op met Jasper Hoogenstraaten, [jasper.hoogenstraaten@aaa-riskfinance.nl](mailto:jasper.hoogenstraaten@aaa-riskfinance.nl), 020 – 707 3640.