

Adviseur of Algoritme?

DE KANSEN EN KEERZIJDEN VAN AI IN DE ADVIESPRAKTIJK



Artificial Intelligence (AI) is overal om ons heen. Terwijl AI wordt geprezen om zijn potentieel om menselijke intelligentie te vervangen, werpt het de vraag op: wordt de mens overbodig in een wereld die steeds meer door machines wordt gedomineerd? Deze spanning is bijzonder relevant in de verzekeringssector, waar persoonlijke relaties en vertrouwen al decennialang de kern vormen van adviespraktijken. Wat betekent de opkomst van AI voor verzekeringsadviseurs, die tot voor kort onmisbaar leken? Dennie van den Biggelaar, co-founder en CTO van Onesurance.ai, onderzoekt hoe AI de adviespraktijk transformeert en belicht de voordelen én de uitdagingen.



Dennie van den Biggelaar, co-founder en CTO van Onesurance.ai.

“Verzekeraars, volmachtbedrijven en intermediairs zijn gebaat bij een toekomstbestendige bedrijfsvoering. De inzet van data en AI is daarbij cruciaal,” stelt Van den Biggelaar. Tijdens de zeer drukbezochte SAR themadag over AI op 15 mei 2024, deelde hij zijn inzichten en ervaringen over het integreren van AI in adviesdiensten. Ook in 2025 blijft hij zijn kennis delen tijdens PE-sessies over AI voor RMiA's en RGA's.

Samen met insurance veteraan Jack Vos heeft Van den Biggelaar in 2022 Onesurance.ai opgericht, een hightech datascience bedrijf dat specifiek voor verzekeringsbedrijven AI inzet om de effectiviteit en efficiëntie te verhogen. Dennie heeft zelf al ruim vijftien jaar ervaring in het veld van data science, dat men tegenwoordig AI noemt. De inspanningen van Onesurance zijn niet onopgemerkt gebleven: al meer dan vijftien veelal grote volmachtbedrijven alsook verzekeraars in Nederland en België maken gebruik van hun diensten. Recent haalden ze een grote investering op bij venturecapitalist CuriosityVC, een professioneel fonds dat enkel investeert in AI-bedrijven.

TERUGBLIK

De ontwikkeling van AI kent een lange geschiedenis. Van den Biggelaar legt uit: “AI in 1950 is de basis voor AI gelegd. Academici en onderzoekers zoals Alan Turing introduceerden de belangrijke vraag: kunnen machines denken? Dit leidde tot de ontwikkeling van de Turing-test, een maatstaf om te bepalen of een machine menselijke intelligentie kan nabootsen.” Hij noemt ook de overwinning van IBM's DeepBlue-computer op Garry Kasparov, wereldkampioen schaken, in 1997. “Een historisch moment: het was de eerste keer dat een machine een mens versloeg in een complex denkspel als schaken. Veertien jaar later won IBM Watson de bekende televisieshow Jeopardy! van menselijke deel-

nemers. Opnieuw bewijs dat AI in staat is om complexe taken uit te voeren, zoals het interpreteren van taal en het analyseren van grote hoeveelheden informatie in real-time.”

Meer recent heeft de opkomst van krachtige AI-systemen, zoals het bekende ChatGPT eind 2022, de mogelijkheden van AI verder uitgebreid. “Deze systemen maken gebruik van geavanceerde technieken zoals deep learning, kunnen menselijke gesprekken nabootsen en content genereren. Dit biedt nieuwe kansen voor verzekeraars om klantinteracties te verbeteren en processen te automatiseren.”

ACTIEF KLANTBEHEER

AI biedt veel voordelen die de verzekeringssector naar een hoger niveau kunnen tillen, vooral als het gaat om het verbeteren van klantbeheer, efficiëntie en besluitvorming. “AI stelt verzekeringsbedrijven in staat om klantrelaties veel effectiever te beheren,” zegt Van den Biggelaar. “Door bijvoorbeeld gebruik te maken van predictive analytics en machine learning kunnen verzekeringsbedrijven de klantwaarde over de gehele levensduur voorspellen en bepalen welke klanten een hoog risico op opzegging (churn) hebben. Voorspellingen die adviseurs helpen om proactief in te grijpen. Bijvoorbeeld met gepersonaliseerde aanbiedingen voor klanten met een hoog churn-risico, waardoor het klantbehoud aanzienlijk verbetert. Dit is bepaald geen toekomstmuziek; met de Onesurance AI Decision Engine ondersteunen we sinds begin 2023 succesvol actief klantbeheer bij verschillende volmachtbedrijven.” Dit leidt tot een hogere efficiëntie en maakt het mogelijk om met hetzelfde aantal medewerkers een groter klantenbestand te beheren. Dit is vooral relevant in een tijd waarin het aantal klanten door consolidaties toeneemt, maar de capaciteit niet altijd evenredig kan groeien.

AI kan ook helpen bij betere besluitvorming door enorme hoeveelheden data te verwerken en te analyseren. “AI-modellen kunnen bijvoorbeeld worden gebruikt om ook complexe polissen te accepteren. Een mooi voorbeeld is Dazure, waarvoor we een AI-acceptatiemodel bouwden dat met een accuracy van 99,9 procent overlijdensrisico-verzekeringen accepteert. De verzekerde weet direct of de acceptatie rond is, de verzekeraar kan met veel minder acceptanten toe en het bespaart onnodige inzet van medici. Die hebben wel wat anders te doen.” “Verzekeringsbedrijven hoeven niet hun hele systeem te herzien om te profiteren van de voordelen van AI,” zegt Van den Biggelaar. “Dit maakt de implementatie van AI relatief eenvoudig en zorgt ervoor dat de voordelen snel zichtbaar worden in de dagelijkse werkzaamheden. De AI Decision Engine biedt bijvoorbeeld een volledig geïntegreerde oplossing, die gebruikmaakt van zowel interne data als externe bronnen om betere zakelijke beslissingen te nemen.”

ETHISCHE NORMEN

Hoewel AI veel voordelen biedt voor de verzekeringssector, zijn er ook zorgen en uitdagingen waarmee we rekening moeten houden. “Een van de grootste zorgen is het waarborgen van ethische normen,” stelt Van den Biggelaar. “AI-systemen kunnen beslissingen nemen die grote invloed hebben op klanten, zoals het afkeuren van verzekeringen of het bepalen van premies. Het risico hiervan is dat beslissingen worden

genomen op basis van vooroordelen of ondoorzichtige algoritmes. Dat kan leiden tot oneerlijke behandeling. Het is essentieel dat AI-systemen transparant en uitlegbaar zijn, zodat klanten en stakeholders vertrouwen kunnen hebben in de beslissingen die AI neemt. Daarom genieten systemen die op maat zijn gebouwd veelal de voorkeur boven GenAI systemen zoals ChatGPT”.

Daarnaast waarschuwt hij voor het verlies van het menselijke element in klantinteracties. “De inzet van AI moet altijd in balans zijn met menselijke interactie. Verzekeringen zijn bij uitstek mensenwerk. Vertrouwen en persoonlijke relaties staan centraal. Als je te ver gaat met automatiseren, kan dit leiden tot minder klanttevredenheid en loyaliteit. AI moet je inzetten om adviseurs te ondersteunen, niet om hen volledig te vervangen.”

DE BARRIÈRE VOOR ADOPTIE

Een andere uitdaging m.b.t. AI is de technische complexiteit. Deze kan volgens Van den Biggelaar een barrière vormen voor verzekeringsadviseurs en klanten. “AI-modellen zijn vaak moeilijk te begrijpen en uit te leggen. Dit kan leiden tot gebrek aan vertrouwen in de technologie. Zeker als klanten of medewerkers de werking en uitkomsten niet volledig begrijpen. Het is daarom cruciaal om AI-toepassingen zo te implementeren dat ze begrijpelijk en toegankelijk zijn. Geef voldoende aandacht aan training en uitleg,” benadrukt hij. Bij Onesurance wordt er veel aandacht besteed aan educatie en communicatie over de werking van de AI-oplossingen die zij aanbieden.

Daarnaast bestaat er een risico dat bedrijven te veel vertrouwen op AI zonder voldoende menselijk toezicht. “Dit kan problematisch zijn. Vooral in complexe of uitzonderlijke situaties, waarin menselijke intuïtie en ervaring onmisbaar zijn. Daarom is het belangrijk dat AI-systemen altijd onder toezicht staan van menselijke experts, zodat ze kunnen ingrijpen wanneer nodig. Wij noemen dat de human in the loop.” Belangrijk om te weten is dat AI-systemen niet statisch zijn. “Je moet ze voortdurend monitoren en bijsturen, zodat ze blijven presteren zoals bedoeld. Dit vereist een aanzienlijke inzet van middelen en expertise, wat een uitdaging kan zijn. Zonder adequate monitoring kan AI in de loop van de tijd ongewenste resultaten opleveren, zoals het ontwikkelen van biases in de besluitvorming of het niet kunnen aanpassen aan veranderende omstandigheden.”

ADVISEUR VAN DE TOEKOMST

AI heeft zich ontwikkeld van een theoretisch concept naar een praktische technologie die al breed wordt toegepast in de verzekeringssector. De evolutie van AI laat zien hoe deze technologie steeds meer geïntegreerd raakt in ons dagelijks leven en onze bedrijfsprocessen, en tegelijkertijd nieuwe uitdagingen en kansen creëert. “Zo kan AI, met de juiste aanpak, inderdaad een kans zijn voor de adviseur en de klant,” zegt Van den Biggelaar. Hij besluit met een oproep aan de verzekeringssector: “Het is tijd om de kansen van AI te omarmen en te benutten. Laten we samen bouwen aan een toekomst waarin mens en technologie hand in hand gaan voor het beste resultaat. Alleen dan kunnen we de belofte van AI waarmaken en de verzekeringsbranche naar een hoger niveau tillen.” <