

Transformación Digital en el sector Seguros: Llevando la experiencia del cliente al siguiente nivel con la Visión Lógica de Cliente 360



El rápido avance de la tecnología digital ha sido disruptivo en la industria de seguros, introduciendo nuevas formas de vender, administrar y ofrecer servicios a sus clientes. Forrester Research ha señalado que “para mantener la competitividad y rentabilidad, los líderes digitales en las compañías de seguros deben implementar capacidades digitales a lo largo del ciclo de vida de sus clientes”.¹

En respuesta, muchas compañías de seguros están implementando soluciones de Cliente 360 para optimizar los procesos comerciales orientados al cliente, ofrecer nuevos servicios de valor añadido y aplicar análisis avanzados a una única y completa versión de la verdad del cliente.

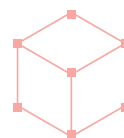
Lamentablemente, para muchas compañías de seguros, la implementación de la solución de Cliente 360 puede ser desafiante y costosa, debido a la distribución de datos relevantes en muchas aplicaciones heredadas y en nuevas fuentes de datos (tales como las redes sociales o dispositivos móviles), lo que requiere un trabajo significativo para extraer, transformar, agregar y cargar estos datos en una forma utilizable.

Como resultado, los conjuntos de datos de una solución de Cliente 360 a menudo son incompletos o no se actualizan en tiempo real, experimentan tiempos de inactividad frecuentes cuando se realizan cambios en las aplicaciones, generan costes descontrolados conforme aumentan los volúmenes de datos, crean riesgos de cumplimiento a medida que los datos se copian y comparten en más funciones comerciales, y no permiten el autoservicio empresarial. Todos estos factores generan una gran presión en el trabajo de los equipos de datos que luchan por entregar los datos del cliente que las unidades de negocio necesitan de manera oportuna. Independientemente de si adoptaron data warehouses o data lakes, en las instalaciones on-premise o en la nube, la pura complejidad de la integración y gestión de datos dificulta su capacidad para proporcionar datos que las empresas necesitan para innovar, competir y atender a los clientes de manera más efectiva.

Un nuevo enfoque en la estrategia de datos es fundamental. El Logical Data Fabric, impulsado por la Denodo Platform, ofrece la promesa de un Cliente 360 completo, confiable y actualizado en tiempo real, al tiempo que reduce significativamente el tiempo, los costes y los riesgos de la gestión de datos.

DENODO ES LÍDER EN GESTIÓN DE DATOS

La multipremiada Denodo Platform es la principal plataforma de integración, gestión y entrega de datos que utiliza un enfoque lógico para facilitar el self-service BI, la ciencia de datos, la integración de datos híbridos/multi-nube y los servicios de datos empresariales. Con un ROI de más del 400%, los clientes de Denodo, grandes y medianas empresas de más de 30 sectores, recuperan la inversión en menos de 6 meses.



¹ https://www.forrester.com/report/The-Digital-Insurance-Imperative/RES131950?utm_source=newsroom&utm_medium=pr&utm_campaign=sr22na&categoryid=2849204&discountcode=CX19S

¿Qué es un Logical Data Fabric?

Un Logical Data Fabric proporciona una única capa de acceso a datos desde la cual se pueden ejecutar de manera rentable cargas de trabajo analíticas y de aplicaciones en sistemas backend diversos sin necesidad de mover los datos, se puede gestionar todo el acceso y la gobernanza de los datos, y autoservirse a partir de una vista continua, confiable y actualizada en tiempo real de la verdad del cliente.

El “secreto” es la virtualización de datos, un enfoque innovador de gestión de datos vanguardista de Denodo. La virtualización de datos abstrae la complejidad de diversas fuentes y formatos de datos, ofrece vistas unificadas amigables para el negocio y aplica todos los requisitos relevantes de privacidad de datos y cumplimiento, todo ello sin tener que mover físicamente los datos. Estas vistas se pueden entregar en el formato que el negocio necesite, incluyendo una variedad de APIs de consulta y transacción, así como una experiencia satisfactoria para el usuario que permite a los analistas de datos, científicos de datos y otros usuarios empresariales, descubrir y consumir los conjuntos de datos precisos que necesitan para sus necesidades concretas.

Una solución de Cliente 360 basada en un Logical Data Fabric garantiza que toda la empresa tenga una vista completa, confiable y siempre actualizada del cliente, invirtiendo mucho menos tiempo y dinero en comparación con otras soluciones.

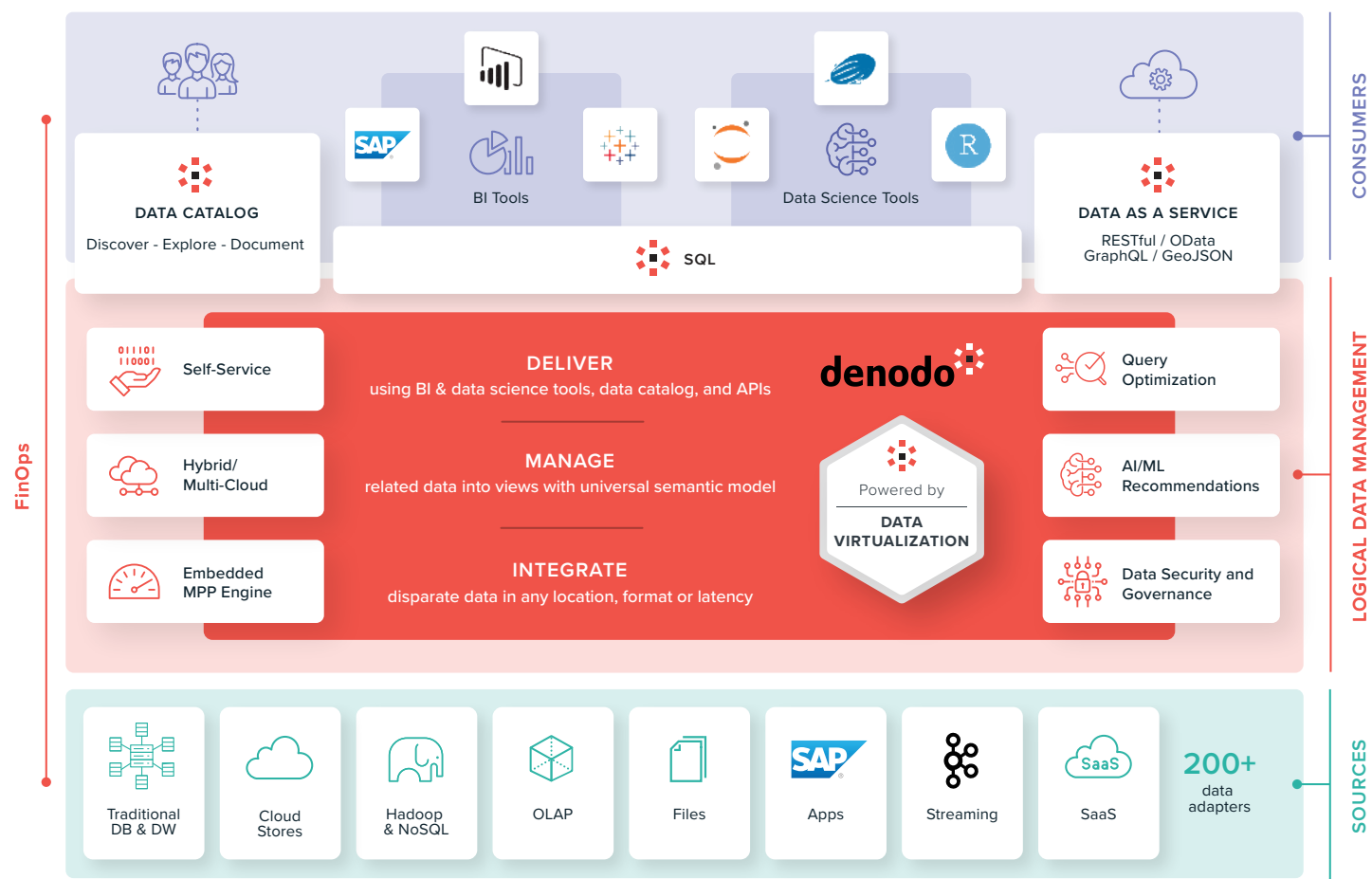


Figura 1: High Level Diagram of a Logical Data Fabric

CUSTOMER SPOTLIGHT:

CÓMO MAPFRE INCREMENTÓ LA PARTICIPACIÓN Y LOS INGRESOS POR CLIENTE CON DENODO



A medida que creció el negocio de Mapfre, con operaciones significativas en Iberia y América Latina, acumularon un total de 35 aplicaciones y sistemas heredados que abarcaban diferentes productos de seguros y procesos comerciales orientados al cliente, incluyendo reclamaciones, suscripciones, campañas de marketing y atención al cliente. Mapfre tenía como objetivo el lograr una mayor participación por parte del cliente, respondiendo a sus necesidades y a las de otros miembros de su familia, ofreciendo pólizas con descuento y paquetes adaptados a las nuevas situaciones según se fueran enfrentando a ellas. Para ello, Mapfre necesitaba una vista común de los hogares que se integrara en todos los procesos comerciales que tuvieran puntos de contacto con el cliente, abarcando a todos los individuos del mismo hogar. Esta vista debía actualizarse en tiempo real a medida que las personas interactuaban con Mapfre, y debía tener capacidad para escalar hasta 280,000 consultas únicas por día de miles de empleados de Mapfre de diferentes departamentos comerciales y distintas regiones. Esta vista también debía estar regulada en cuanto a calidad y privacidad de datos.

Mapfre utilizó Denodo para implementar esta vista común de los hogares, a través de distintas fases y durante varios meses, agregando en el proceso algunas aplicaciones heredadas para afrontar nuevos requerimientos comerciales según fueran surgiendo. De esta manera, se podía entregar valor incremental al negocio de manera rápida. Además, una vez que los datos de una aplicación heredada estuvieron disponibles a través de las vistas lógicas de Denodo, esto permitió a Mapfre migrar y consolidar hacia una arquitectura de aplicación más moderna sin interrumpir el negocio. De esta manera, Denodo permitió mejorar la participación y retención de los clientes y aumentar significativamente las ventas adicionales de pólizas para cada hogar, al tiempo que reducía costes y aumentaba la productividad del servicio de atención al cliente.

Accede al vídeo para conocer, contado por Mapfre, cómo el Logical Data Fabric ofrece una Visión Lógica de Cliente 360 al tiempo que reduce tiempo, costes y riesgos en la gestión de datos.

¿Cuáles son los Beneficios Empresariales de una Solución Lógica de Cliente 360?

Cada proceso comercial orientado al cliente en una compañía de seguros típica puede beneficiarse de las vistas de Cliente 360 impulsadas por un Logical Data Fabric.

- **Menores costes y menos tiempo requerido para adquirir nuevos clientes** mediante una mejora en la analítica para campañas, publicidad más dirigida y recomendaciones para la “próxima mejor acción” para la venta de pólizas, gracias a que un Cliente 360 es más completo y está actualizado en tiempo real.
- **Menor pérdida de clientes** debido a un mejor análisis de las preocupaciones y frustraciones de los clientes. Por ejemplo, una mala experiencia virtual del cliente o con atención al cliente, se reconoce y actualiza en tiempo real, lo que permite intervenir rápidamente.
- **Mayores ingresos por cliente** motivado por la venta de pólizas adicionales, al detectar cambios en la situación personal y otras necesidades que justifiquen nuevas pólizas.
- **Mayor compromiso digital y de satisfacción del cliente** a través de una experiencia omnicanal unificada. Por ejemplo, los clientes pueden iniciar sesión en su cuenta y acceder a una vista actualizada en tiempo real de todas las pólizas, reclamaciones y demás actividades con su proveedor de seguros, independientemente de cómo y dónde ocurrieron esas actividades.
- **Menor envergadura y volumen de reclamaciones**, al detectar y disuadir con éxito de situaciones de riesgo, así como un procesamiento de reclamaciones más rápido y una mayor satisfacción del cliente tras la experiencia de procesamiento de reclamaciones. Por ejemplo, un cliente puede aceptar tener un dispositivo IoT en su automóvil que registra hábitos de conducción, con buenos hábitos que resultan en primas más bajas y menos probabilidades de reclamaciones, al tiempo que detecta eventos que conducen a un procesamiento de reclamaciones más fluido.
- **Menores costes y tiempo de resolución en los casos de atención al cliente**, debido a que todo el personal orientado al cliente tiene un acceso fácil y en tiempo real a todos los datos e interacciones recientes con un cliente dado.
- **Mejora en el resultado de venta de pólizas y suscripciones**, con decisiones comerciales tales como el establecimiento de precios dinámicos y ofertas personalizadas, habilitadas por la integración en tiempo real entre las fuentes de datos institucionales y de clientes, y el análisis de riesgo de mercado.
- **La capacidad de compartir datos con reaseguradoras y otros socios a través de un data marketplace.** Las vistas en tiempo real de activos y pasivos pueden compartirse fácilmente y de forma segura con otros socios, lo que permite la redistribución entre ellos.
- **Más agilidad para sacar nuevos productos y servicios de datos al mercado.** Los paquetes lógicos de datos basados en la virtualización de datos, se pueden entregar mucho más rápido que con la integración de datos tradicional, pasando a tratarse de horas en lugar de días o semanas, por lo que los nuevos servicios se pueden llevar al mercado y mejorar de forma más rápida.

- **Realización más rápida de sinergias de M&A**, debido a la capacidad para crear vistas comunes de clientes en aplicaciones de suscripción de distintas pólizas, provenientes de múltiples unidades de negocio. Tradicionalmente, esto se hace reemplazando las aplicaciones de una compañía por las de la otra, pero esto lleva tiempo y requiere proyectos de migración de aplicaciones costosos y prolongados, mientras que un enfoque lógico no lo necesita.

¿Cuáles son los Beneficios de una Visión Lógica de Cliente 360 para los Equipos de Datos y TI?

No sólo los procesos comerciales y la analítica de seguros pueden mejorar mediante una Visión Lógica de Cliente 360, sino que los equipos de Datos y TI pueden entregarlo mucho más rápido y con un menor coste, al tiempo que mejoran el cumplimiento y la privacidad.

- **Migraciones de datos más rápidas y menos costosas**, sin tiempo de inactividad comercial. Con una vista de Cliente 360, las migraciones de aplicaciones y datos subyacentes de local a la nube o la consolidación de una aplicación en otra no afectan al negocio, ya que siguen utilizando las mismas vistas de un Cliente 360 sin importar dónde estén los datos en un momento dado durante su migración.
- **Menos tiempo necesario para implementar y gestionar cambios en las vistas de Cliente 360**, agregar nuevas fuentes de datos, implementar enriquecimiento de datos y definir y gestionar políticas de gobernanza/acceso, además de requerir menos tiempo y personal de ingeniería de datos, al no ser necesario el uso de complejos circuitos para el movimiento y consolidación de datos.
- **Preparación de datos más rápida y rentable para iniciativas de IA/ML**, por la misma razón, porque ya no se requiere el uso de complejos circuitos para el movimiento y la preparación de grandes cantidades de datos.
- **Mejora de los SLA para el negocio**, debido a que las vistas de Cliente 360 tienen datos en tiempo real de manera consistente, con un rendimiento mejorado y latencias reducidas gracias a las optimizaciones de consulta y almacenamiento en caché de Denodo.
- **Mayor productividad de los desarrolladores de aplicaciones**, debido a que las vistas de un Cliente 360 están disponibles a través de numerosas APIs de programación (SQL, REST, Graph, etc.). Las aplicaciones específicas para procesos comerciales comunes, tales como suscripción de pólizas, procesamiento de reclamaciones, atención al cliente y fidelización o campañas de marketing y análisis de gestión de riesgos, pueden desarrollarse más rápidamente debido a que la API específica para cada caso está disponible de inmediato, conforme se entregan las vistas subyacentes.
- **Reducción en costes operativos, incluidos el almacenamiento de datos**, la informática y la entrada/salida de datos, al no tener que mover los datos, además de la optimización avanzada de consultas y el almacenamiento en caché inteligente de Denodo.
- **Un único punto de control para GDPR y otros requisitos de privacidad de datos**. Las políticas de control de acceso detalladas para todos los casos de uso empresarial se definen y gestionan en un solo lugar.
- **Simplificación de los informes regulatorios de Solvencia II**, gracias a una vista continua en tiempo real de la posición de capital y riesgo con respecto a los requisitos de capital de Solvencia II, basada en pólizas activas actualmente, reclamaciones, perfiles de riesgo de clientes y datos de riesgo de mercado de terceros.

Conclusión

Un Logical Data Fabric es un enfoque de vanguardia para la gestión de datos, impulsado por una arquitectura distribuida y lógica que tiene como objetivo abordar los grandes desafíos del panorama de datos empresariales actual. Una Visión Lógica de Cliente 360, habilitada por la Denodo Platform, ofrece los cimientos para que las compañías de seguros innoven e impresionen a sus clientes, al tiempo que reducen costes y riesgos.



Denodo es líder en gestión de datos. Denodo Platform es la plataforma líder de integración, gestión y entrega de datos que utiliza un enfoque lógico para facilitar el self-service BI, la ciencia de datos, la integración de datos híbridos/multi-nube y los servicios de datos empresariales. Con un ROI de más del 400%, los clientes de Denodo, grandes y medianas empresas de más de 30 sectores, recuperan la inversión en menos de 6 meses.