

HOĎ HO DO STROJE!

Máte právo nečekat. I na pojištění. Chcete ho rychle, digitálně, bez papírování. U pojišťovny Youplus můžete díky automatickému upisování do pěti minut vědět, jestli vás pojistí. Ale pokud jste komplikovanější případ, individuální péči mají pořád v rukou lidí.



V různých oborech podnikání je cool něco jiného. U potravin třeba zákazníci ocení tradici a původ v krajích, které si spojujeme s obrázky čistého venkova – z jižních Čech, z Valašska, z Beskyd. Čerstvý jogurt ze Středočeského kraje nebo od Ústí nad Labem si nikdo nekoupí.

V čemkoli, co aspoň vzdáleně souvisí s počítači, budete mít sukces, když se budete zaklínat tím, že vaše procesy jedou na blockchainu a že se všechno nahrává na cloud. Nemusíte se stydět, že nevíte, co to znamená. Většinou to neznamená nic. Je to kytičkovaný balící papír, pod kterým je *velký blockchainový kulový*.

Někdy ale bez hlubší znalosti těžko rozlišíte, jestli se vás někdo pokouší ohromit tím, jak zvládnul nová módní slovíčka, nebo jestli mluví o něčem, co reálně slouží a je užitečné. To pak nezbyvá než se zeptat. U Jany Rodové, která se v pojišťovně Youplus zabývá produktovým vývojem a řízením procesů spojených s životem smlouvy, tedy i oceňováním rizik, se ptám na automatický *underwriting*. Protože to je něco, o čem se v posledních letech v pojišťovnách mluví a čemu prý budeme podrobeni všichni, až si budeme chtít sjednat životní pojistku.

DŘINU STROJŮM

Slovo *underwriting* zní nebezpečně, jako když vrčí pes. Ale nekouše. Označuje proces, při kterém si vás pojišťovna ořukává,

zjišťuje, co děláte za nebezpečné sporty, jak moc jste prolezli chorobami nebo na co ráčili zemřít pan otec a paní matka. Aby věděla, jaké je riziko, že bude muset pojistku vyplatit. Aby vás případně poslala domů, pokud jste nepojistitelní.

Opravdu zajímavé je ve skutečnosti to první slovo. Automatický.

„Automatický *underwriting* není absolutní novinka,“ říká Jana. „O automatickém medicínském oceňování se mluví už několik let. A všichni by to bývali chtěli, i když ještě nikdo nevěděl, co to přesně znamená.“ Někde vymyslí elektronický dotazník, za kterým jsou schovaná tři pravidla – když na otázku jedna odpoví tak a tak, vyndej rovnou otázku tři, když na ni odpoví takhle, rovnou ho pošli domů. Na základě něčeho takového samozřejmě člověka pojišťovat nelze, takže pak stejně musí všechnu práci odvést člověk a i po „automatizaci“ trvá posouzení zdravotního stavu dny.

A právě o člověka a čas jde především. Obojí stojí peníze. Pojišťovnu a nepřímo i klienty. „Lidé jsou drazí, a přitom opravdu nemusí dělat všechno sami, možná to jde někde i bez nich. Možná ne úplně nejlíp, ale rozhodně zásadně rychleji,“ naráží Jana na věc, která by vás možná nenapadla: nevádí, když stroj udělá nepřesnost, nesmí to ale být nepřesnost velká.

V *underwritingu* se ukazuje, že zatím platí to, co u automatizace platívalo

i dřív: dřinu strojům, duševní práci lidem. V Youplus proletí strojem s razítkem „schváleno“ zatím zhruba 40 procent smluv. To jsou ty jednodušší, kde člověk nemá vážné zdravotní komplikace nebo na otázky dotazníku odpoví pokaždé ne. *Ne, díky, nic mi není, neprovedl, nebolí, nepíchná*. Za pár minut je schválený a za dalších pár klidně i pojištěný. Další zhruba 10–20 procent smluv stroj také automaticky vyhodnotí, ale s klientem je potřeba domluvit se na úpravě smlouvy. Automaticky tedy v Youplus aktuálně vyhodnocují asi 60 procent smluv.

SPRÁVNÁ OTÁZKA NA VAŠE ODPOVĚDI

Komplikovanější případy dostávají pořád do rukou lidí. Ze dvou důvodů: aby je vyřešili a aby se podívali, jestli není možné z odpovědí umělé inteligenci něco nového naučit. „Zatím zachytáváme i ty smlouvy, které by automat sice uměl vyhodnotit, ale už by vymýšlel přírázky a výluky. Vyhodnocujeme a zkoumáme, jestli jsou pravidla vzadu dobře nastavená. A v naprosté většině správně nastavená jsou.“ Hledají se odchylky. Kde by člověk postupoval jinak. A hledá se příčina. Neměl by stroj položit ještě doplňující otázku? Pochopil klient správně, na co se ho ptáme?

Otázky se vymýšlejí tak, aby člověku zbytečně nezatěžovaly hlavu. Neptají se vás třeba na přesnou diagnózu. V tom člo-



věk udělá chybu hned. Ptají se, jestli bere te léky a jaké. Z toho stroj nakrmený daty o předepisování farmak může diagnózu se slušnou přesností určit sám, případně položit vhodnou doplňující otázku...

„Ptali jsme se klientů s astmatem, jestli se léčí kortikoidy,“ vytahuje Jana Rodová příklad z praxe. „A prakticky každý, kdo se s astmatem potýká, nám napsal, že ano, že nějaké kortikoidy má.“ Automat je pak všechny vyhodnotil jako nepřijatelné. Nepojistitelné. „Přišlo nám to divné, nám nepojistitelní nepřipadali.“ Nakonec se ukázalo, že šlo o chybu v překladu. Systém totiž poskytuje obří zajišťovna Hannover Re, která má v Youplus podíl. Původní otázka mířila výslovně na kortikoidy v tabletách, které se předepisují u vážných potíží. I lehčí astmatik má ale v kapse nebo kabelce dýchátko, ve kterém nějaký kortikoid taky bývá. Chyba v překladu tedy byla odstraněna, jenže pořad to ještě nebylo stoprocentní. „Nakonec docházíme k tomu, že lidé tu otázku nejsou ani schopní dočíst, je prostě dlouhá a složitá.“

Vyladování automatizovaného oceňovače rizik je stálý souboj mezi snahou o co největší jednoduchost a stručnost a potřebu vytěžit co nejvíc dat. I člověka s hypertenzí se ptají, kolik léků bere a jaké. Z toho se usuzuje, jak je stabilizovaný a jestli je pod lékařskou kontrolou. A samozřejmě nechybí otázka na tlak samotný. „Máme

tam jedno rozmezí asi od 140 do 159,9. A vidíme, že v tomhle intervalu se potkávají hodně rozdílné případy. Lidi s tlakem do 145 jsme třeba – když se na ně podíváme blíž – skoro všechny schopni pojistit.“ A tak se pro tenhle případ uvažuje o doplnění otázek. Pro jednu lepší zvýšená složitost, než aby dotazníky padaly na stůl člověčím underwriterům.

Cíl ale samozřejmě není, aby se automaticky upisovaly všechny smlouvy „Nesmí se ztratit lidský rozměr, úspěch stojí na tom neustále udržovat rovnováhu mezi jednoduchostí a individuálním přístupem.“ Podstata je, aby člověk – zákazník, obchodní partner ani zaměstnanec pojišťovny – neplýtval časem na banality. „Obchodním partnerům, kteří naše pojištění sjednávají, chceme dát takové nástroje, se kterými se jim bude dobře pracovat a které ve finále pomůžou ke spokojenosti našich společných klientů,“ uzavírá Jana Rodová.

OCENĚTE NĚKDO MOJE DŘEPY

Nedá mně to a ptám se ještě na jeden buzzword moderního pojišťovnictví. Na *odměny za zdravý životní styl*. A na rozdíl od automatizace upisování jde prý v tomhle případě spíš o marketing. To samozřejmě není automaticky špatné: pokud vás marketing přiměje k tomu, že si půjdete párkrát do týdne zaběhat, dobře pro vás a nakonec nejspíš i dobře pro pojišťovnu.

Nicméně do vlastní pojišťovací matiky tohle nevstupuje. „Abyste něco dokázal reálně promítnout do ceny pojištění, tak k tomu musíte mít data. Dostatečně velké a spolehlivé statistiky a dostatečně pevné souvislosti,“ vysvětluje mi Jana Rodová a já z toho vyrozumím, že je tedy asi nemáme. „Můžete začít jednoduchou úvahou: kdo sportuje, bude asi zdravější. Ale jak to začnete promýšlet, čeká na vás tisíc pastí. Co je to zaběhat si, jak často, na jaké úrovni? Není to pán, co se v padesáti zbláznil, že bude běhat, ostatně pojišťovna to ráda vidí, a za pár týdnů si vyběhá únavovou zlomeninu?“

„Pokud se ale rozhodnete, že chcete klienty přitáhnout tím, že je odměníte za zdravý způsob života, nebo pokud si řeknete, že stojíte právě o mladší a aktivní klienty, a máte prostor nějak pracovat s cenou,“ dodává Jana rychle, „tak je to samozřejmě v pořádku.“ Tak to souhlas.

S něčím se ovšem počítat dá, třeba s nadváhou. Na to statistiky jsou. A kouřit byste taky neměli. To nám spočítají! ●

| Gabriel Pleska edituje Finmag. |