

AIS Group presenta en la Semana de Seguro una solución de IA que permite desarrollar técnicas de Customer Intelligence

- **Aplicando técnicas como el machine learning, las aseguradoras pueden construir modelos que permitan personalizar la oferta a cada usuario para captar fácilmente nuevos clientes, desarrollar estrategias de venta cruzada de nuevas pólizas, calcular la probabilidad de fraude, y optimizar la planificación y la tarificación.**
- **Desde la captación de nuevos clientes al análisis de imágenes de siniestros, pasando por la tarificación y la detección del fraude, la IA se configura como un “partner” clave para optimizar su funcionamiento, aumentar la productividad, lanzar nuevos productos disruptivos y ofrecer un mejor servicio a los asegurados y una experiencia premium de los clientes.**

Barcelona, 20 de febrero de 2019.- La **Inteligencia Artificial** será uno de los grandes pilares de la transformación digital de las aseguradoras y un factor clave en el impulso de su negocio, señala la consultora **AIS Group**, en el marco de la **XXVI Semana del Seguro**, que se celebra actualmente en el Centro de Convenciones Norte de IFEMA, en Madrid.

Desde la captación de nuevos clientes al análisis de imágenes de siniestros, pasando por la tarificación y la detección del fraude, la IA se configura como un “partner” clave para optimizar su funcionamiento, aumentar la productividad, lanzar nuevos productos disruptivos y ofrecer un mejor servicio a los asegurados y una experiencia premium de los clientes.

“Al hablar de IA, las compañías de seguros lo primero que piensan es en los chatbots, sin embargo hay muchísimas posibilidades más y más interesantes”, comenta Agustí Amorós, director de desarrollo de negocio de AIS Group, compañía española especializada en aplicaciones de inteligencia artificial. “Nadie duda de que los chatbots son una herramienta estupenda, entre otras cosas, para poder ofrecer una atención al cliente 24 horas al día y 7 días a la semana, incluso para la captación, pero hay otras aplicaciones, también muy interesantes, y muy fáciles de implementar”, añade.

Coincidiendo con la Semana del Seguro, AIS Group ha puesto en marcha un servicio que enriquece las bases de datos de las aseguradoras con información catastral, incluyendo una valoración automática de los inmuebles y del m², tanto en lo que se refiere a compra como a alquiler. Además, AIS facilita una estimación del número de habitaciones y baños de la vivienda (información no proporcionada por el Catastro) y la estimación de los ingresos de los residentes. *“El objetivo de este servicio es lograr que las compañías aseguradoras conozcan mejor a sus clientes y puedan aplicar técnicas de Customer Intelligence”, destaca Amorós.*

A partir de algo tan simple como la dirección postal se accede a información muy valiosa para poder perfilar y segmentar de manera más precisa a los clientes, ya sean reales o potenciales. Es aquí donde entra la inteligencia artificial. *“Aplicando técnicas como el machine learning afirma Amorós- pueden construirse modelos que permitan personalizar la oferta a cada usuario, captar nuevos clientes, desarrollar estrategias de venta cruzada para lograr nuevas pólizas, calcular la probabilidad de fraude, y optimizar la planificación y la tarificación”.*

Según el director de desarrollo de negocio de AIS Group, el Big Data es ideal para alimentar a la inteligencia artificial. *“La suma de los dos tiene un gran potencial de generación de valor y es lo que queremos ofrecer con este servicio -concluye Amorós-, aportando nuevos indicadores y nueva información valiosa para que, aplicando inteligencia, las compañías de seguros multipliquen su productividad y su negocio”.*

Acerca de AIS Group

AIS Group es una empresa de consultoría estratégica, financiera y tecnológica con operaciones a nivel internacional. Su especialidad es generar valor a partir de los datos. Para ello desarrolla sistemas de soporte a la toma de decisiones basados en la modelización estadística para previsión, matemática para optimización, así como en el uso de técnicas Big Data y Machine Learning.

Entre sus principales líneas de negocio está la gestión del riesgo de crédito y la transformación digital de la banca, la construcción de modelos de orientados a marketing (propensión de compra, venta cruzada, recomendación de acciones comerciales), el cálculo de indicadores sociodemográficos y en general todo aquello que suponga transformar datos en conocimiento para alcanzar los objetivos de negocio de las entidades o mejorar el servicio de las administraciones a los ciudadanos, como en los aspectos relacionados con smart cities.

AIS Group lleva desde 1987 trabajando en España y en otros 15 países en el mundo, especialmente en América Latina. Entre sus clientes se cuentan entidades como Grupo BBVA, Solvia, Banc Sabadell, CaixaBank Consumer Finance, LoanBook y Generali.

Para más información:

AIS Group

Pilar Mateo

Directora de Comunicación y Marketing

Teléfono: 93.414.35.34

pilar.mateo@ais-int.com

GPS Imagen y Comunicación

Depto. De Comunicación de AIS Group

María de la Plaza

Móvil: 633.01.56.96

maria.plaza@gpscom.com