

Digitaliseringsreisen

Cathrine Saxebøl

cathrine.saxebol@gjensidige.no

Gjensidige Forsikring

01. juni 2017



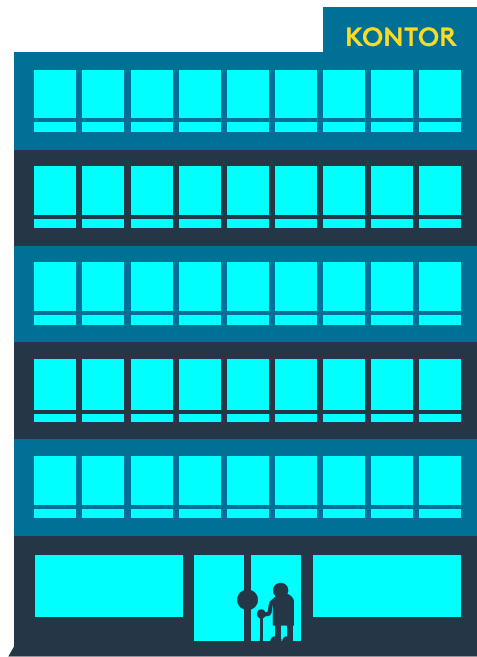


Gjensidige 200 år

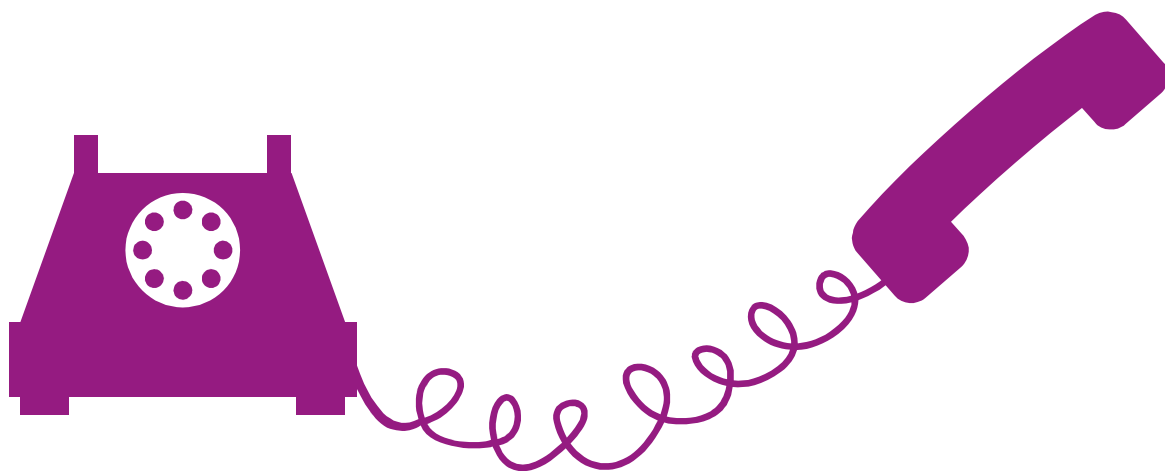




Fysisk distribusjon – brannkasser og kontor

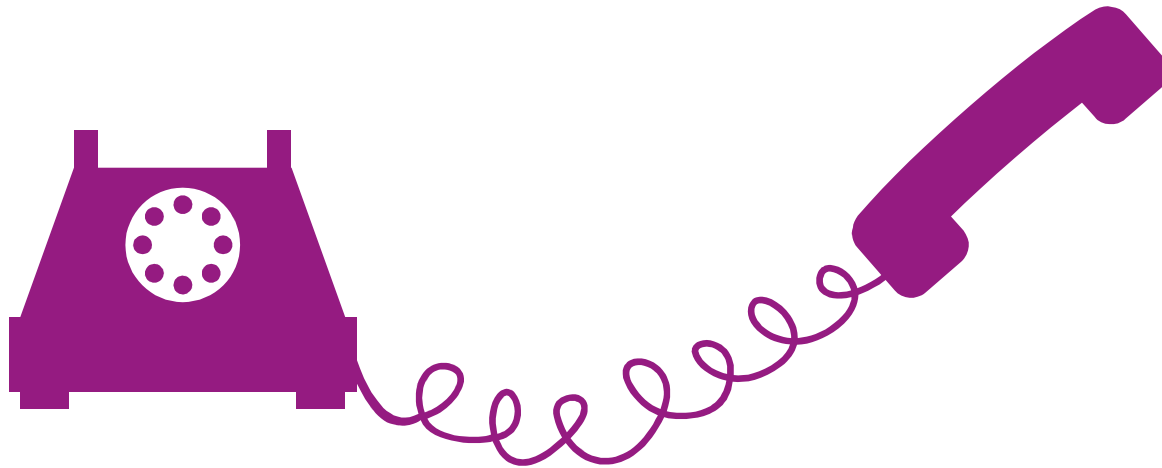


1999 innførte vi 03100





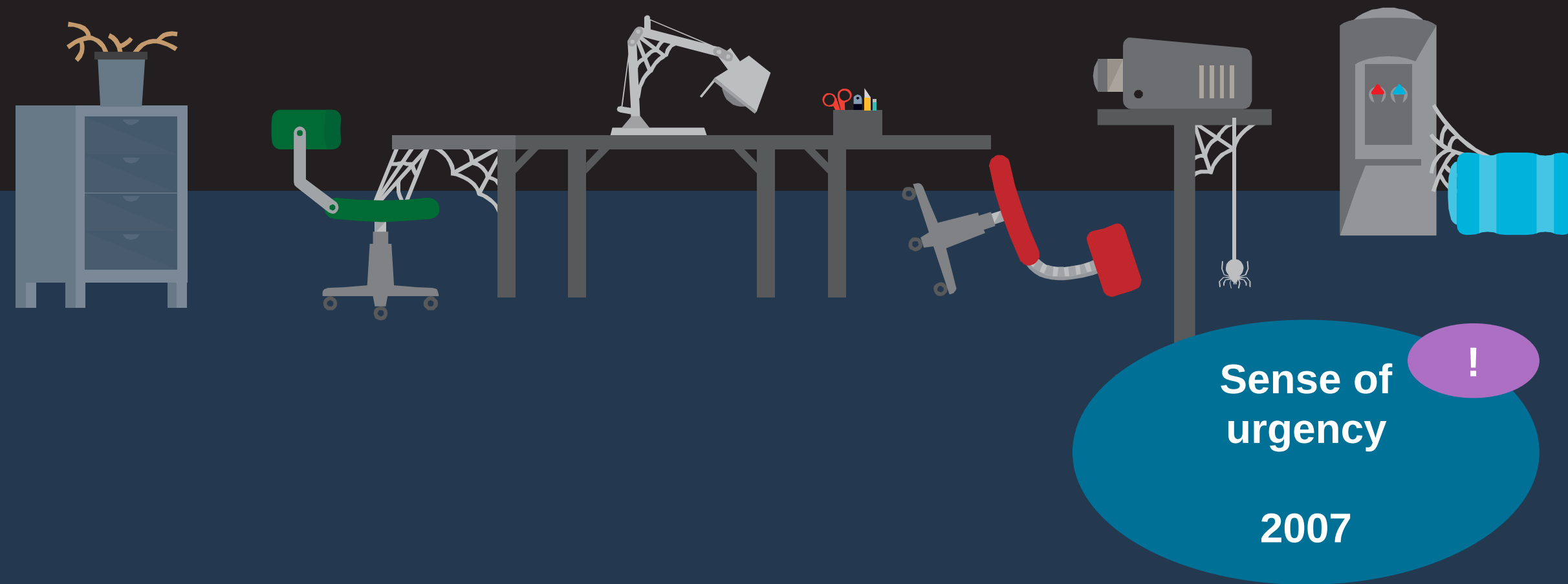
Ny distribusjonsmodell ble etablert



- Internett

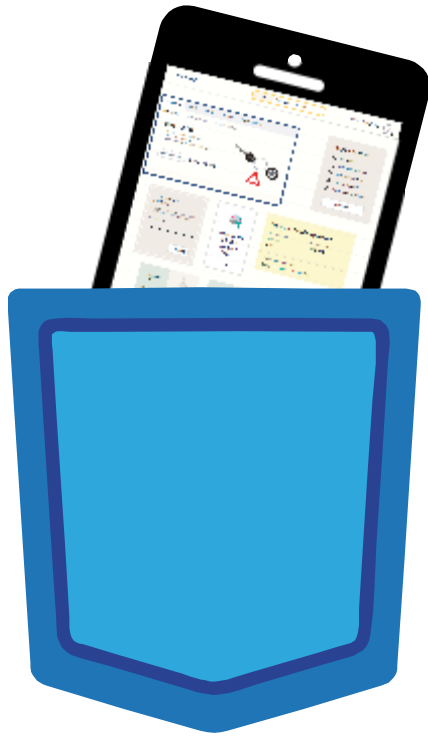


- Kundesenter
- Skadesenter
- Salgssenter
- Kontor

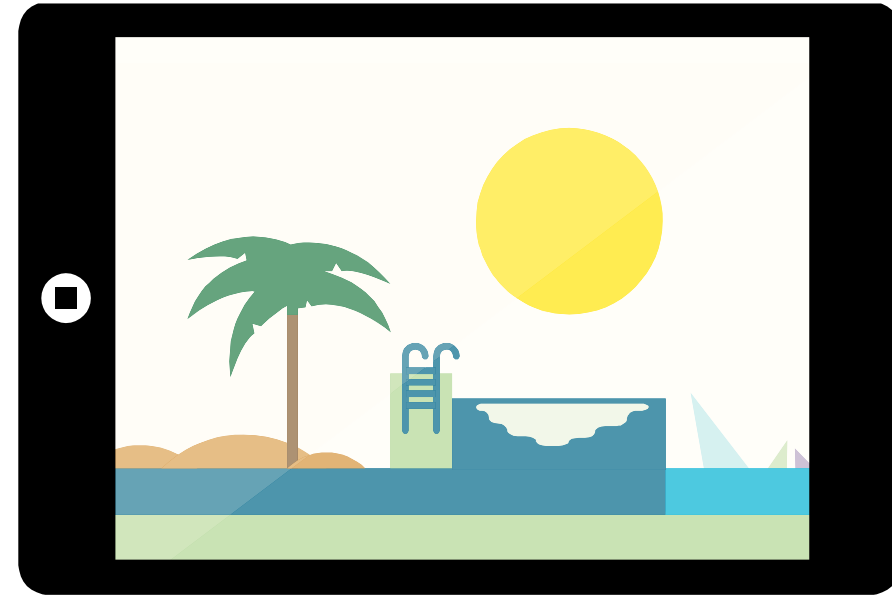




Kundeadferden og forventninger endres



2007
Iphone lansert

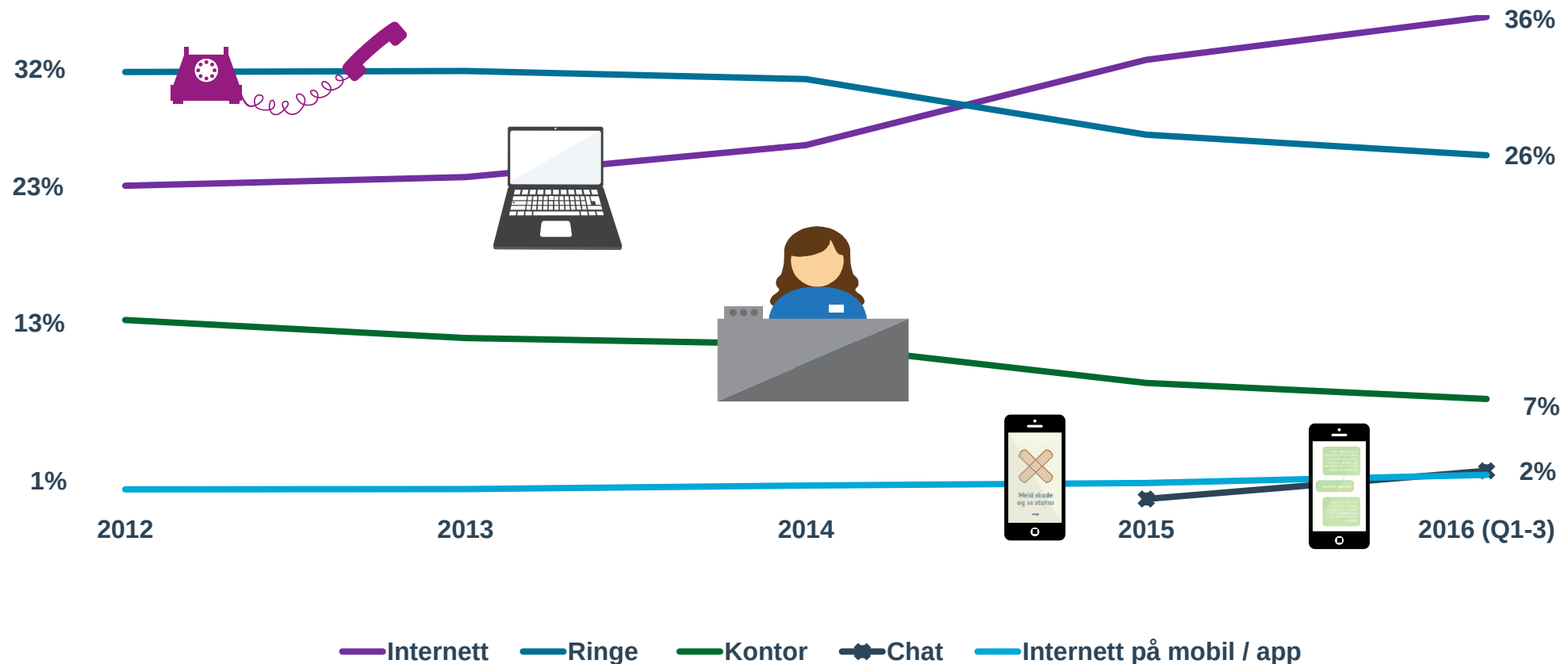


2010
Ipad lansert



Norske forsikringskunder ønsker i økende grad å «gjøre det selv» behovet for digitale tjenester øker

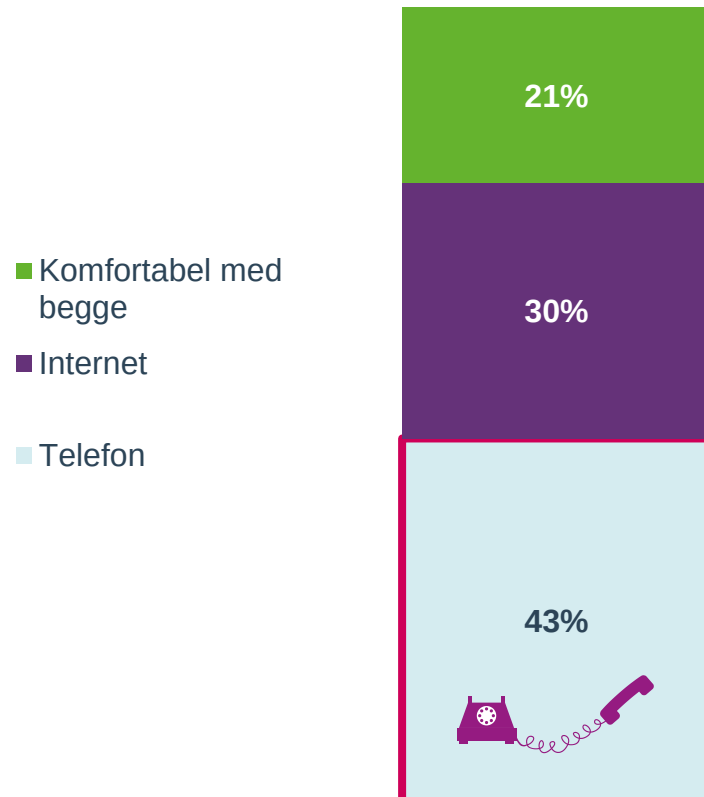
Preferert kanal for endringer eller kjøp av forsikring i fremtiden



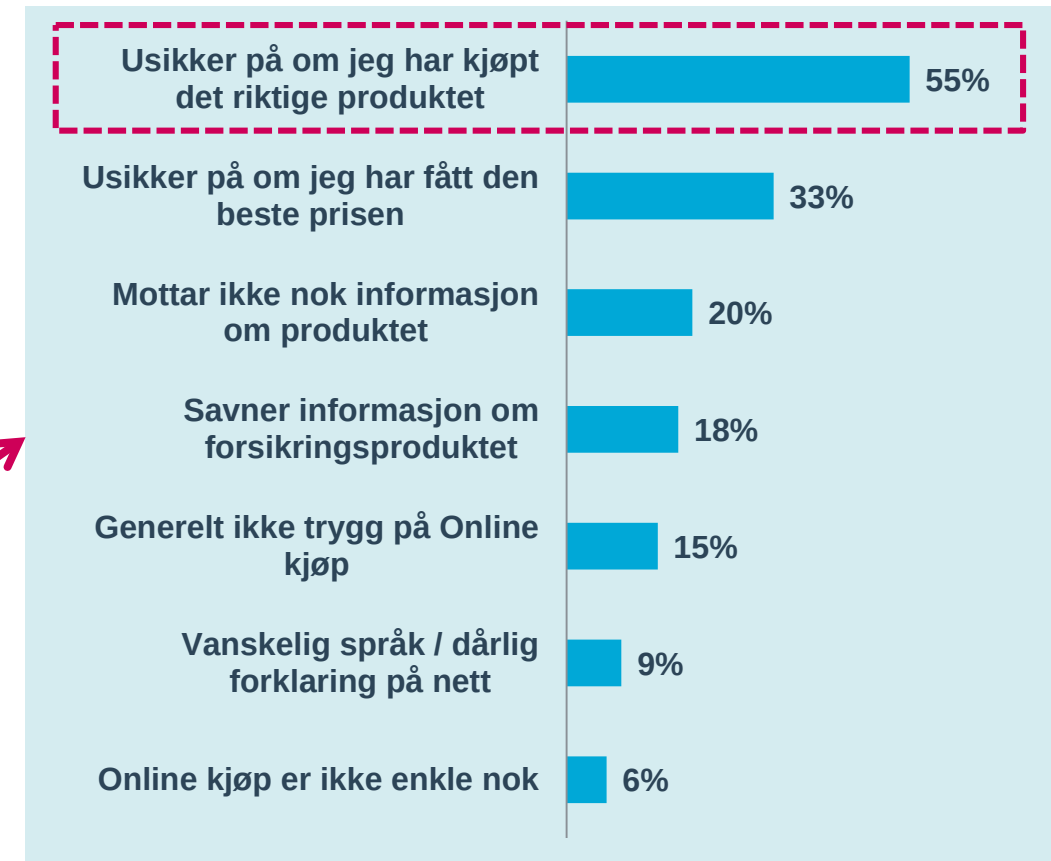


- men det er fortsatt en miks mellom digital og menneskelig kontakt

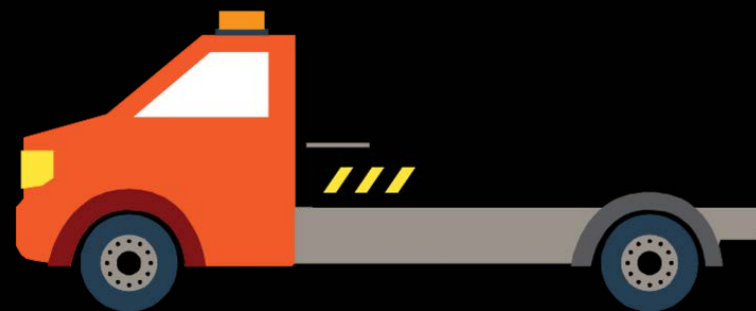
Foretrukket kanal



Hvorfor kunde foretrekker å ringe



Gjør kunden trygg
ved å gjøre det
vanskelig enkelt, la
kompleksiteten forbli
på «bakrommet»



Møt Kari vår digitale skadebehandler





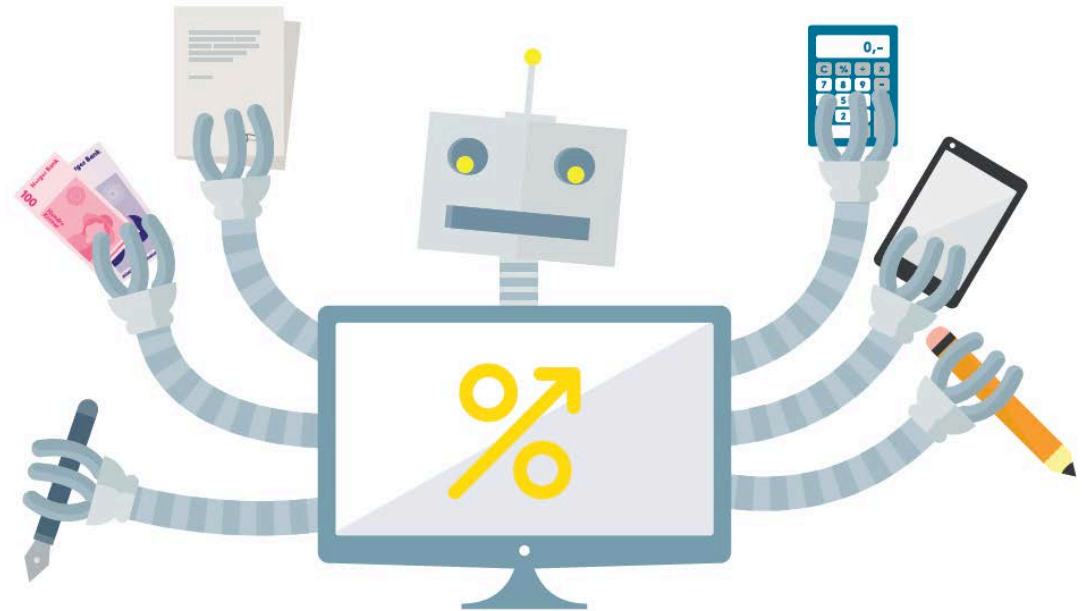
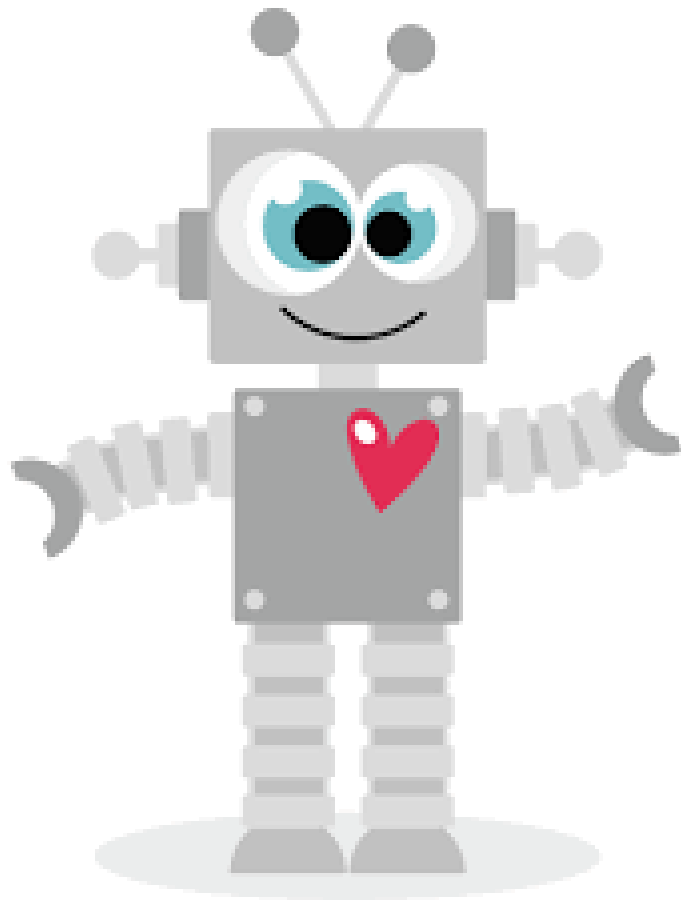
Møt Bable – vår digitale rådgiver



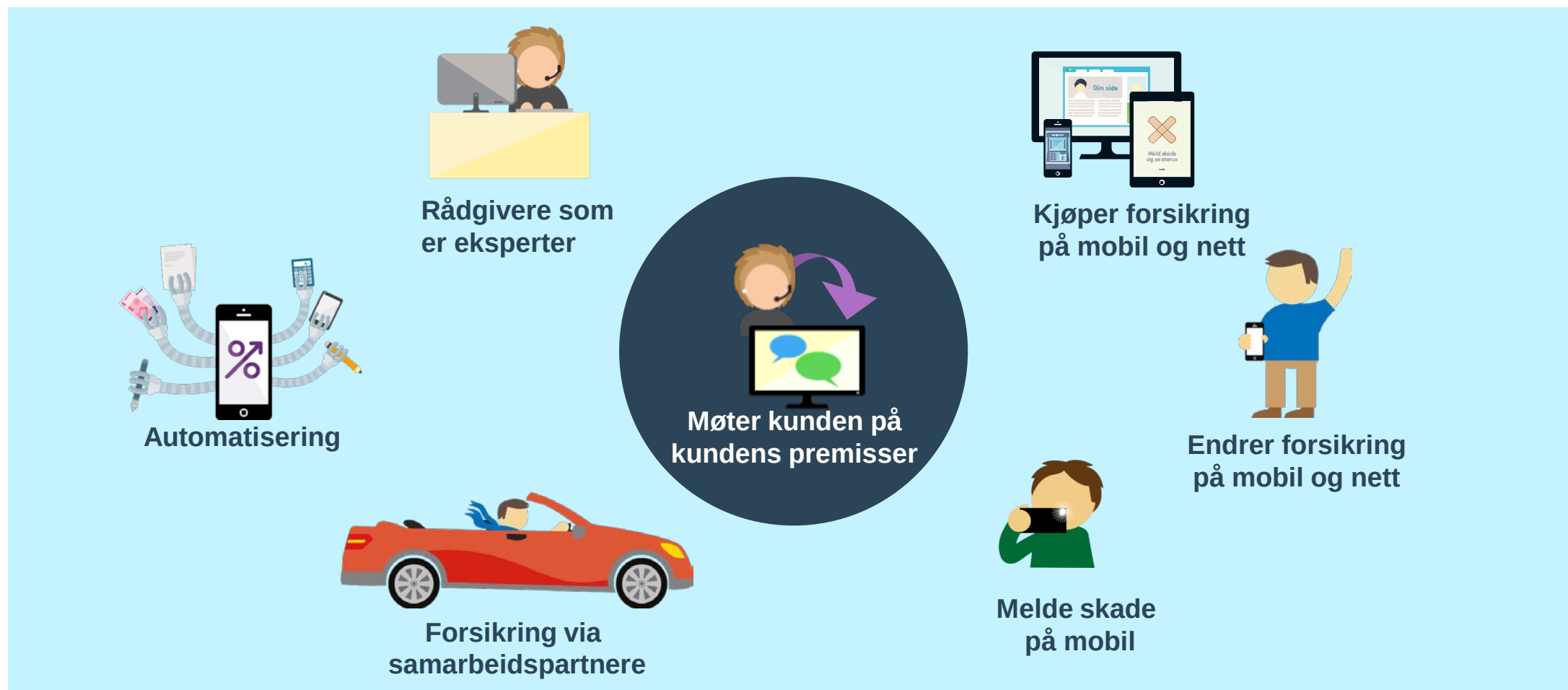




Møt Roberta og Robert våre digitale medarbeidere



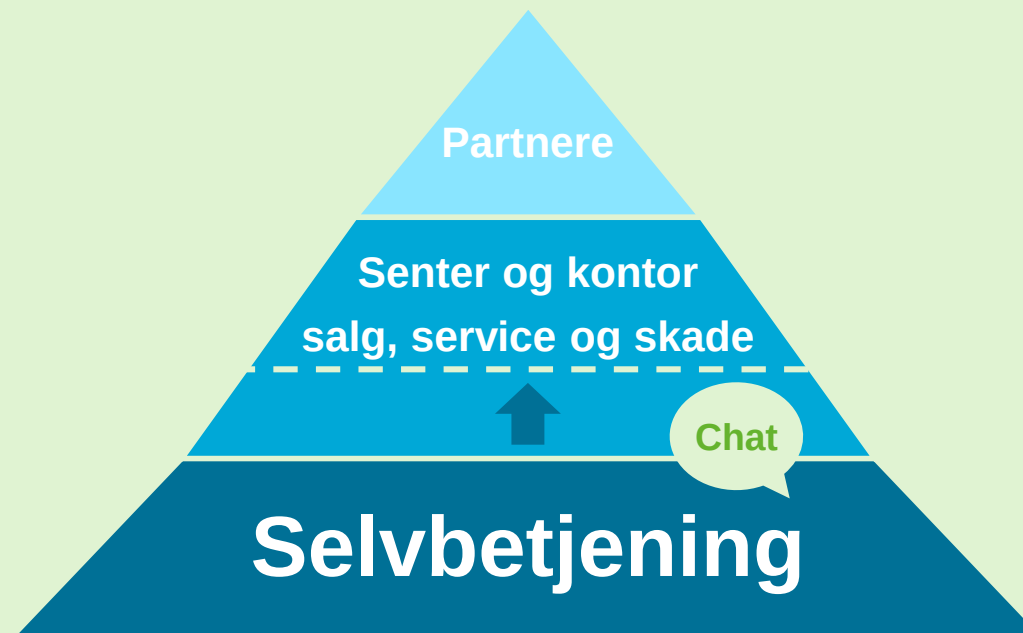
Alle MÅ med digitaliseringen krever involvering og endring i hele verdikjeden



Kompetanseløft, digitaliseringen utfordrer behovet for ny kompetanse, vi utvikler rådgivere til å bli eksperter



Mer tid til
rådgivning



Færre
transaksjons-
aktiviteter



Møt Per og Pia våre ekspert rådgivere





Mine 4 hovedbudskap

1. **Alle MÅ med** digitaliseringen krever involvering og endring i hele verdikjeden
2. Gjør **kunden trygg ved å gjøre det vanskelig enkelt**, la kompleksiteten forbli på «bakrommet»
3. Bruk den unike muligheten til å **redesigne prosessene** med kundeorienterte forbedringer og automatisering
4. **Kompetanseløft**, digitaliseringen utfordrer behovet for ny kompetanse, vi utvikler rådgivere til å bli eksperter



TAKK FOR MEG

