

BUILDING BLOCKS IS EEN DATA SCIENCE BEDRIJF GESPECIALISEERD IN HET VOORSPELLEN VAN CONSUMENTENGEDRAG EN PAST HUN TECHNOLOGIE OOK TOE IN DE FINANCIËLE SECTOR. HET VERZAMELT INZICHTEN OVER DE KLANT VIA DATA EN DIE KENNIS KAN MIDDELS VOORSPELENDE ALGORITMES WORDEN OMGEZET IN TE VERWACHTEN BEHOEFTE EN GEDRAG. GECOMBINEERD MET EEN HELDERE 'CONSUMER FIRST' VISIE OP HOE JE DATA KAN INZETTEN OM DE KLANT ZOWEL PERSOONLIJK ALS OP ETHISCHE WIJZE TE BEDIENEN. OOK VOOR ADVISEURS IS DEZE TECHNIEK INZETBAAR. WVP SPRAK MET OPRICHTER EIGENAAR ALEXANDER VAN EERDEN EN JACK VOS, ONDER MEER VERANTWOORDELIJK VOOR BUSINESS INNOVATION EN ZELF OUD-INTERMEDIAR.

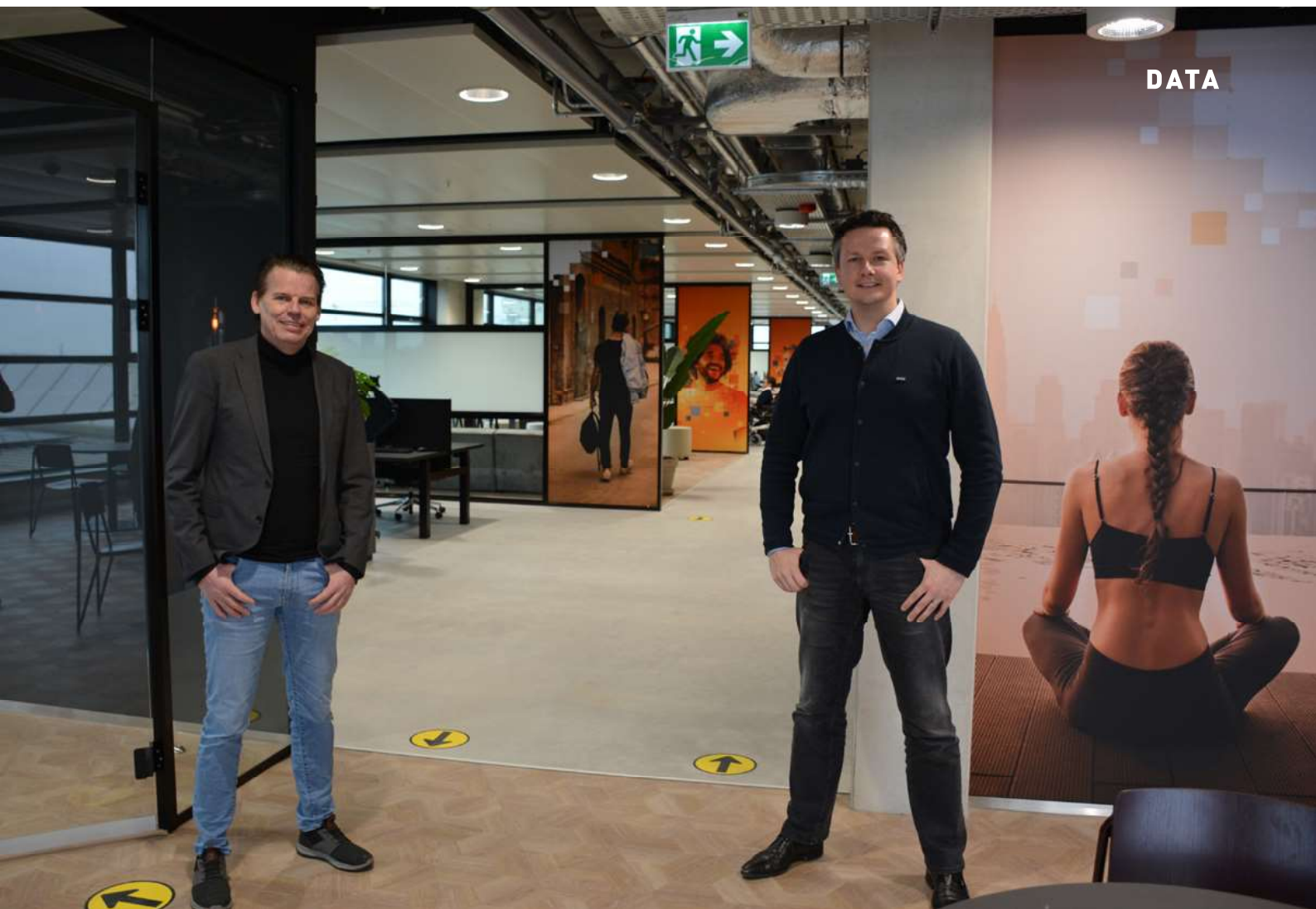
# Positieve impact voor iedereen in de volmachtenketen

TEKST RIENK ANDRIESSEN

**V**an Eerden zei eens in een interview dat hij met slimme techniek “iets wezenlijks aan de wereld wil toevoegen”, maar voor veel lezers geldt wellicht dat ze een averechts gevoel hebben als het om data en technologie gaat. Kijk naar Facebook en Google, die zeggen dat ook. Maar in de praktijk resulteert dat alleen in shareholdersvalue en zijn hun klanten het product waaraan wordt verdiend. Waarom zou dat bij Building Blocks anders zijn? Van Eerden: “Bij de grote BigTech-bedrijven draait het alleen nog maar om winstmaximalisatie, wij willen echter op alle facetten maximalisatie. Dus maximale waarde voor onze klanten, voor onze medewerkers, voor de consument, voor de markt als geheel. En natuurlijk willen wij zelf ook winst maken, maar niet ten koste van de andere stakeholders. Dat is nogal

een verschil. Wij willen duurzaam opereren, dus op een wijze waar iedereen voordeel van heeft. Ik denk ook dat dat niet anders kan, want de consument pikt het op een gegeven moment niet meer dat zijn data als een product worden verhandeld, louter uit winstbejag waar hij zelf niets aan heeft. Consumer first, dat is onze visie.”

Bij Building Blocks, opgericht in 2013, werken inmiddels vijftig mensen. In Nederland heeft het bedrijf een goede marktpositie veroverd. Ambitie is Europees marktleider te worden op het gebied van data science ten behoeve van consumer predictions. Van Eerden stelt als doel dat hij met het bedrijf 1 miljard consumenten positief wil bedienen: “We moeten daarvoor de komende drie jaar groeien naar zo’n honderdvijftig medewerkers. Meer mensen heb je niet nodig, want je kunt vooral opschalen door de techniek steeds opnieuw in te zetten.”



### IMPACT

Building Blocks wil impact hebben door in diverse branches waarde toe te voegen aan alle onderdelen van de keten, dus van aanbieder tot klant. Wat moeten we ons daarbij concreet voorstellen? Jack Vos geeft een voorbeeld: “Wij zijn momenteel met pensioenuitvoerders bezig het proces zo in te richten dat de deelnemer handelingsperspectief krijgt en zelf aan de knoppen zit. Een belangrijke stap in de ontwikkeling naar een persoonlijk pensioen is dat de deelnemer op het juiste moment, met de juiste informatie, de juiste keuzes kan maken voor later. Voor de meeste mensen is pensioen ver weg en ontbreekt het aan kennis. Het pensioenoverzicht helpt daar weinig bij. Wij gebruiken peer-to-peer technieken uit de retail, waarmee wij de klant laten zien hoe hij ervoor staat in verhouding tot anderen en of hij actie moet ondernemen om zijn persoonlijke doelen te halen.”

Van Eerden: “Onze statistische en wiskundige berekeningen zijn er niet alleen voor het dashboard van de manager, het gaat er juist om dat de uitkomsten op het scherm of in de app van de pensioengerechtigde terecht komen. Zodat hij zich bewust wordt van zijn pensioen en direct inziet wat hij eraan kan doen als het in zijn ogen niet toereikend is. De technologie moet waarde toevoegen voor de pensioenuitvoerder én voor de deelnemer.”

## Jack Vos en Alexander van Eerden: ‘Kunstmatige intelligentie die waarde toevoegt aan de hele keten.’

### KLANT

Klinkt mooi, maar is de klant hieraan toe? Vos: “In andere sectoren waar we opereren, vindt de klant dat allemaal heel normaal, de juiste aanbiedingen op maat, gebaseerd op gedrag en interesses. Sterker, hij stoort zich eraan als hij wordt lastiggevallend met informatie waar hij niets aan heeft.” Van Eerden vult aan: “In andere branches wordt het als service ervaren, maar in de financiële sector zijn we er nog niet aan gewend. Maar door een goede inzet van de techniek die de klant aantoonbaar helpt en voordeel oplevert, kan ook dat snel veranderen.”

Dit soort kennistechniek zou je ook kunnen toepassen in de zorgverzekeringen. Als je als verzekeraar weet welke zorguitgaven een klant maakt, kun je op grond

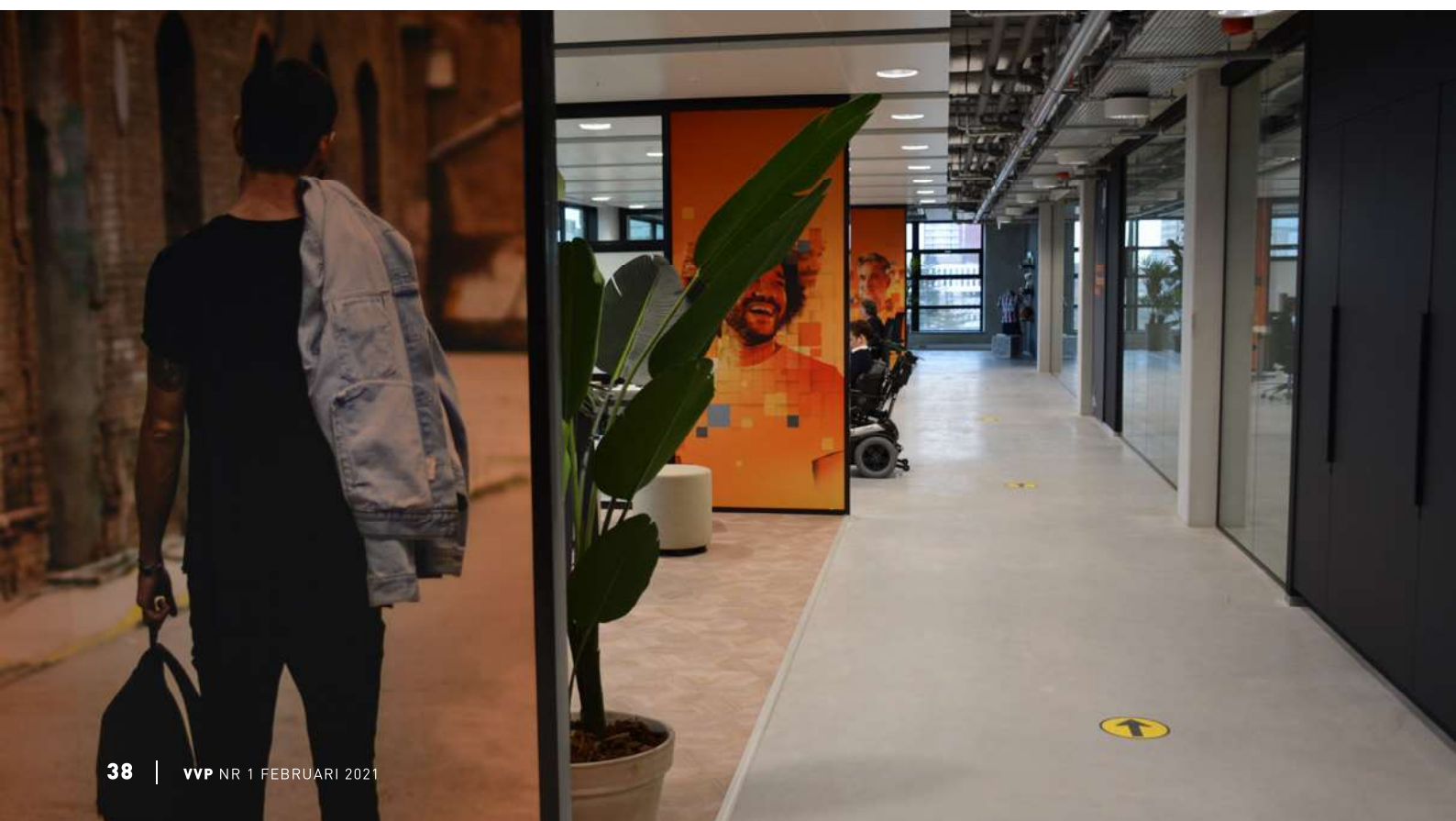
van algoritmes ook zijn zorgconsumptie voorspellen. Dan kun je ook berekenen wat voor hem de beste dekking is. Hier loop je echter wel tegen privacywetgeving aan. Van Eerden: “Toch geloof ik dat als je de klant de keuze voorlegt of je zijn data mag gebruiken voor een polis op maat, dat veel van hen daar toestemming voor geven. Per slot van rekening weet die zorgverzekeraar toch al wat je declareert, redeneert men. En zijn data worden in zijn voordeel gebruikt.”

Ook voor schaalvergroting bij de intermediaire bedrijven kan de techniek een belangrijke rol spelen. Door het steeds groter worden van portefeuille is het ondoenlijk alle klanten nog persoonlijk te kennen. Echter, alle data die voor handen is in combinatie met kunstmatige intelligentie kan helpen de juiste vragen op het juiste moment te stellen, zonder al je klanten lastig te vallen met een generieke vraag of aanbieding die slechts voor een gedeelte relevant is.

Van Eerden: “Neem een klant van ons, een volmachtbedrijf met 350.000 relaties in de boeken. Die kun je onmogelijk allemaal kennen, maar met kunstmatige intelligentie kun je wel relevante informatie delen op de momenten dat het er zeer waarschijnlijk toedoet voor die specifieke klant.” Building Blocks heeft meer volmachten als klant, juist omdat ze alle data in de portefeuille kan analyseren. Vos: “Het gaat niet alleen om de juiste wijze van je klant bedienen, het gaat om waarde toevoegen aan de hele keten door kunstmatige intelligentie. Iedereen wordt er beter van. Dat is het mooie.”

Volgens Vos verkeert de volmachtketen nu nog in de beginfase als het gaat om data in te zetten om meer waarde te creëren in de keten. Er wordt jaarlijks of per kwartaal teruggekeken wat er is gebeurd en op grond daarvan stuurt men bij. “Dat is de descriptive fase in het data maturity model. Je rijdt dan in feite op de achteruitkijkspiegel. Wij willen volmachten met onze modellen allereerst helpen een stap te maken naar de diagnostische fase: waarom is het gebeurd? Het is belangrijk om te weten welke klanten positief hebben bijgedragen aan de combined ratio en welke juist niet. Of om te weten welke klantensegmenten hebben opgezegd. Dat model bieden we nu ook aan via het dashboard van Insurancedata, die aansluiten op ANVA of CCS. Verder volgens is het logisch met volmachtpartijen een stap te maken naar de predictive fase. Daarbij voorspellen we op basis van portefeuilledata hoe de portefeuille zich zal ontwikkelen, welke mensen gaan bijvoorbeeld churnen (opzeggen-red.) of welke aanwas verwachten

‘Volmachtketen verkeert nog in de beginfase als het gaat om de inzet van data om meer waarde te creëren voor iedereen in de keten’





**Let's  
build  
together as  
one team.**

we in welke segmenten. De vierde en laatste fase heet prescriptive en bestaat eruit dat we kunnen voorspellen welke acties moeten worden ondernomen om de ontwikkeling de goede kant op te laten gaan. Wat moeten we bijvoorbeeld doen om te voorkomen dat klanten hun verzekering gaan opzeggen? Welke acties moeten we ondernemen om de juiste klanten binnen te krijgen? Niet op basis van aannames maar wiskundig onderbouwd.”

Van Eerden: “Daarmee hebben we ook de NVGA-Award gewonnen, maar waar het om gaat is dat deze ontwikkeling iedereen in de keten ten goede komt. Verzekeraar, volmacht én klant. Zo geldt voor verzekeren, dat het nemen van de juiste maatregelen voor een gezonde evenwichtige portefeuille zorgt. Dat is ook in het belang van de klant en de premie. Maar het werkt eigenlijk overal zo. Bijvoorbeeld ook bij Basic Fit (ook een klant van Building Blocks – red.). Klanten schrijven zich daar vol goede intenties in. Willen vitaler, fitter worden, maar vertrekken weer na verloop van tijd. Wij voorspellen met behulp van algoritmen wanneer dat moment komt. De medewerker van Basic Fit krijgt dan een seintje als de klant incheckt en hij kan de klant persoonlijk motiveren, extra begeleiden etc. Dat is goed voor Basic Fit, maar ook voor de klant om zijn doel te bereiken.”

Het slim en ethisch verrijken van data en dat inzetten om iedereen in de keten te laten profiteren: dat klinkt mooi, maar voorlopig doen jullie alleen zaken

#### LEGOBLOKKEN

De naam ‘Building Blocks’ is afgeleid van bouwstenen, een soort standaard Legoblokjes van software oplossingen. Blokken die allemaal een specifieke oplossing in zich dragen. Hierdoor kun je er, net als met Lego, zeer snel en efficiënt ingewikkelde algoritmes mee bouwen, afhankelijk van de markt of gewenste toepassing.

Met deze bouwstenen is Building Blocks in staat haar ethische missie te vervullen: positieve impact voor alle betrokkenen in de keten. Denk aan een gezondere portefeuille, betere resultaten, een nette premie, goede service en informatieverstrekking.

met grote partijen. Wanneer en hoe kan de kleine of middelgrote adviseur gebruikmaken van deze toepassingen? Vos: “Dit soort technieken beginnen altijd bij grote partijen. Voor een afzonderlijke intermediair is het lastig. Het is relatief duur en hij beschikt over relatief weinig data om uitspraken op te kunnen baseren. Maar via serviceproviders en softwarehuizen alsmede onze samenwerking met Insurancedata kunnen deze toepassingen ook binnen handbereik van het individuele intermediair komen. En dat is een goede ontwikkeling voor de keten”. Van Eerden: “De rol van de serviceproviders was digitalisering van de polisadministratie en de adviestrajecten. De volgende stap zal het slimme beheer van de portefeuille worden, gebaseerd op kunstmatige intelligentie. Dan houdt de adviseur weer meer tijd over voor persoonlijk advies gebaseerd op kennis en verwachting van zijn klant.” ■