



INNOVATE WITH PURPOSE

2024 LIMRA ANNUAL CONFERENCE

Leading the Way: Product & Distribution Expectations of Today's Consumer



Alison Salka, Ph.D

Principal Consultant

LIMRA & LOMA



Hector Gueler

Partner

Milliman Argentina



Product Trends

Product Innovation as Competitive Edge

30%

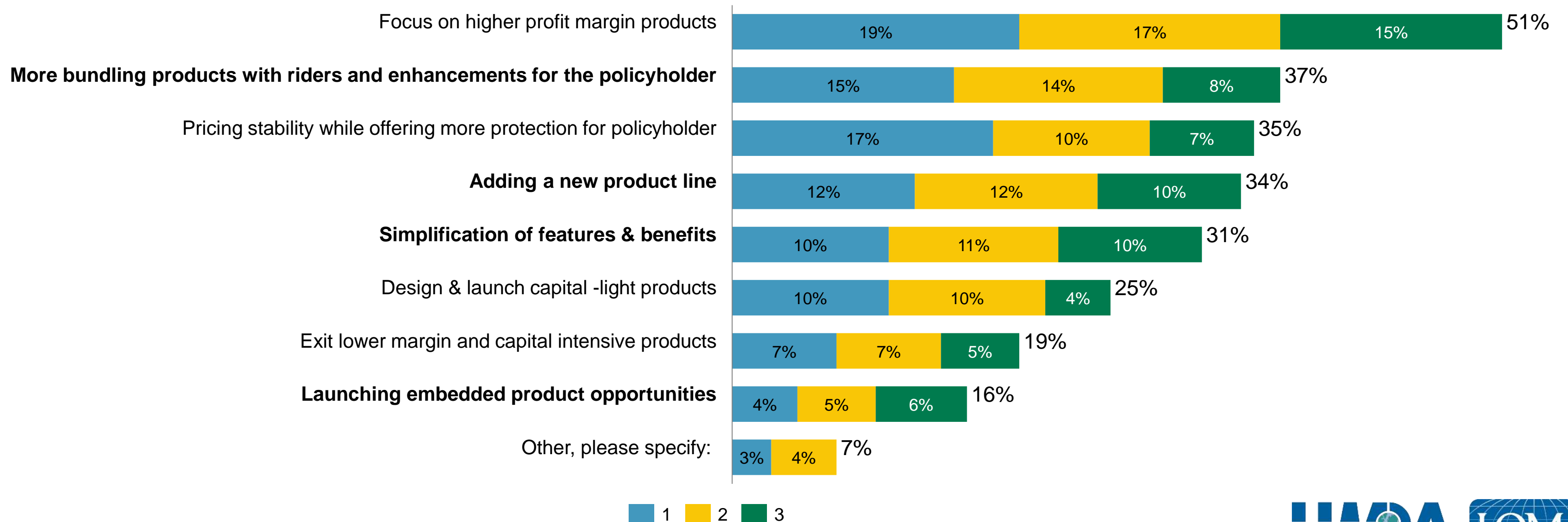
of carriers said **product innovation** is their main source of **competitive advantage**



Product Strategy

Given the current consumer/economic environment, how is your product strategy evolving?

Identify up to three of the following and rank, with "1" getting the most leadership attention



Global Financial Product Trends



- Digital Transformation & Fintech Adoption
- Customization & Flexible Products
- Simplified Products and Processes
- Health & Wellness Integration
- Financial Inclusion & Microinsurance
- Retirement & Longevity Products

Fintech in Life Insurance Product Development

Advantages

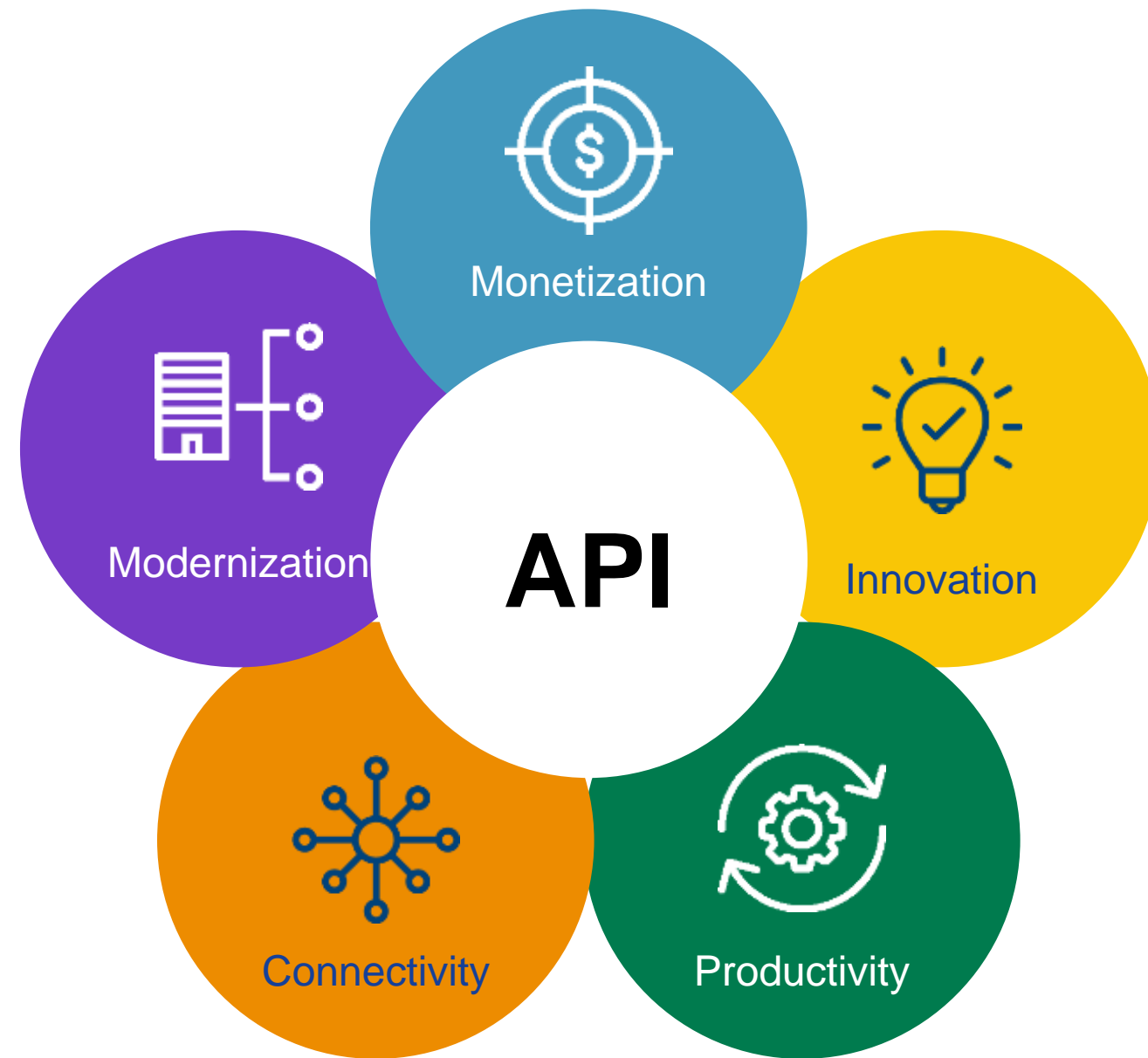
- Customer-centric Approach
- Cost Reduction
- Speed to Market
- Innovation

Challenges

- Regulatory Compliance
- Data Security
- Legacy Systems



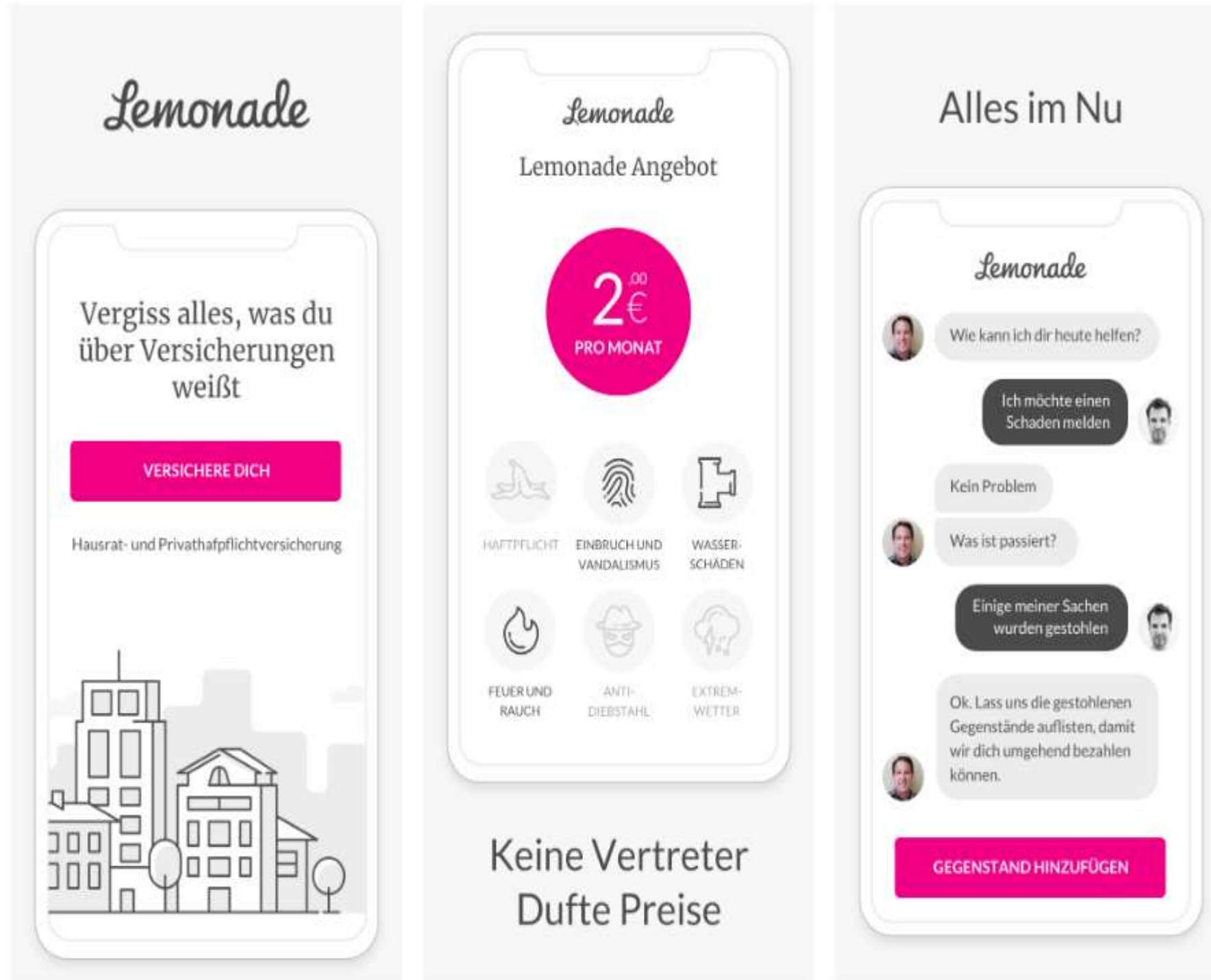
The API Economy Is Driving Change



APIs can be utilized to drive major functional benefits in an organization.

- Policygenius and CBIZ announce partnership to expand live insurance offerings and empower agents to place more term life coverage
- Quility is partnering with API Financial Advisors to offer advanced retirement and investment services.
- USAA Life Insurance has teamed with Human API to expand use of digital health data in the life insurance underwriting process
- Covr Financial partnered with Smart Choice to bring its insurance platform for independent agents, Covr Pro, to 9,5000 Smart Choice agents

Digital Transformation & Fintech Adoption



Technology: Easy Integration Enables Innovation

Technology is not fully optimized



- Address legacy systems; don't create "bolt-ons"
- Create a simple way to connect to insurtechs
- Ensure digital transformation *across* the value chain
- Clean up data

Customization & Flexible Products

Allianz Life Pro+ Advantage: offers customizable options for death benefits and living benefits, allowing policyholders to adjust their coverage as their needs change over time.

MassMutual's Custom Whole Life: allows policyholders to adjust their premium payments and coverage amounts throughout the life of the policy.

Prudential's LINK: Personalized Financial Planning: platform combines life insurance with personalized financial planning. Customers can interact with financial professionals through the digital platform to receive tailored advice and products.



Simplified Products and Processes

BESTOW

ETHOS



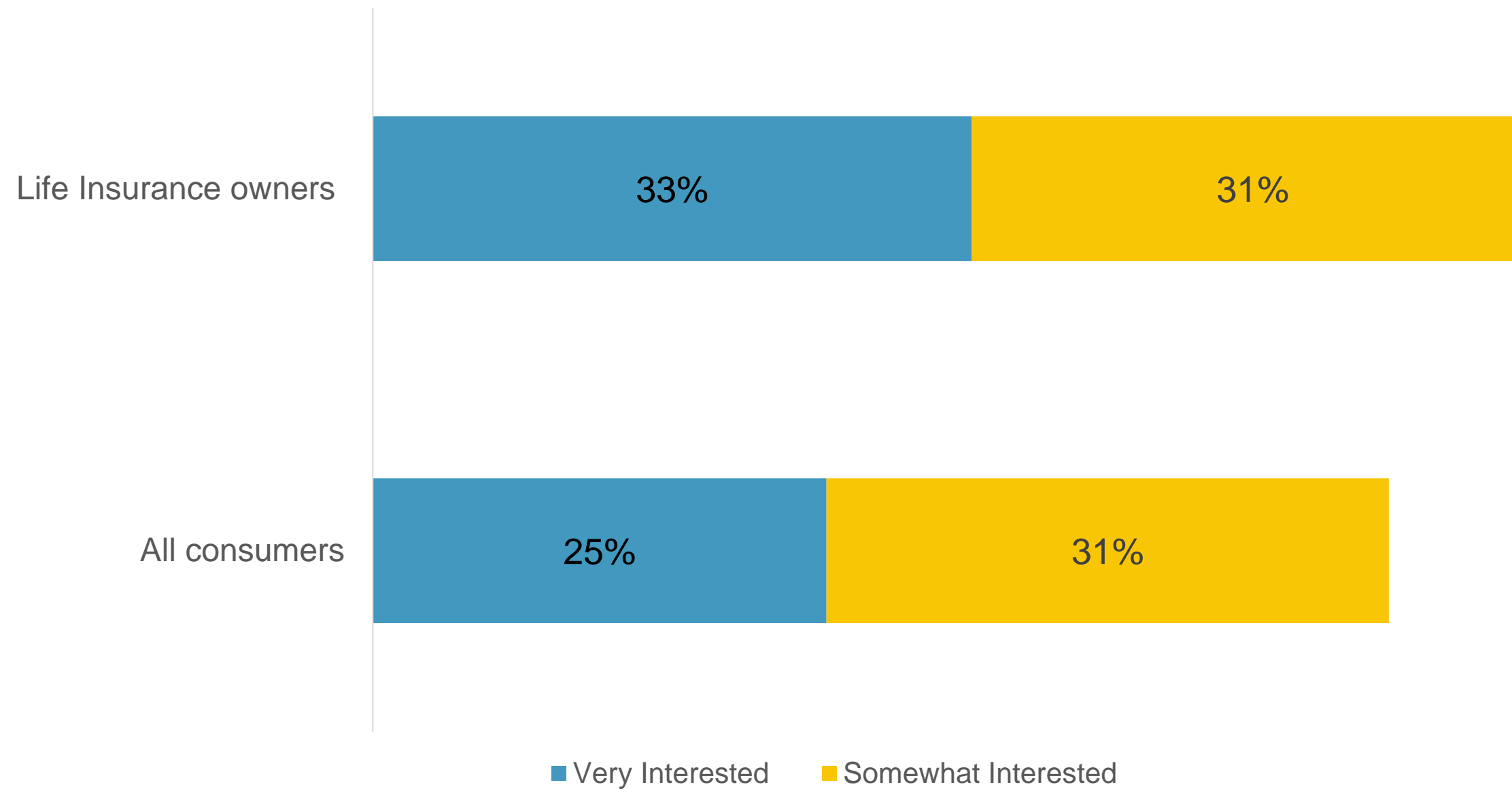
Health & Wellness



- Vitality
- Genomics
- MOVE
- GRAIL

Health & Wellness Integration

Interest In MultiCancer Early Detection Tests



Source: U.S. Consumer Sentiment: July and October 2023, LIMRA. N = 5,006

Financial Inclusion & Microinsurance



Affordable plans starting from
GH¢ 10/month



Simple registration via SMS or
call

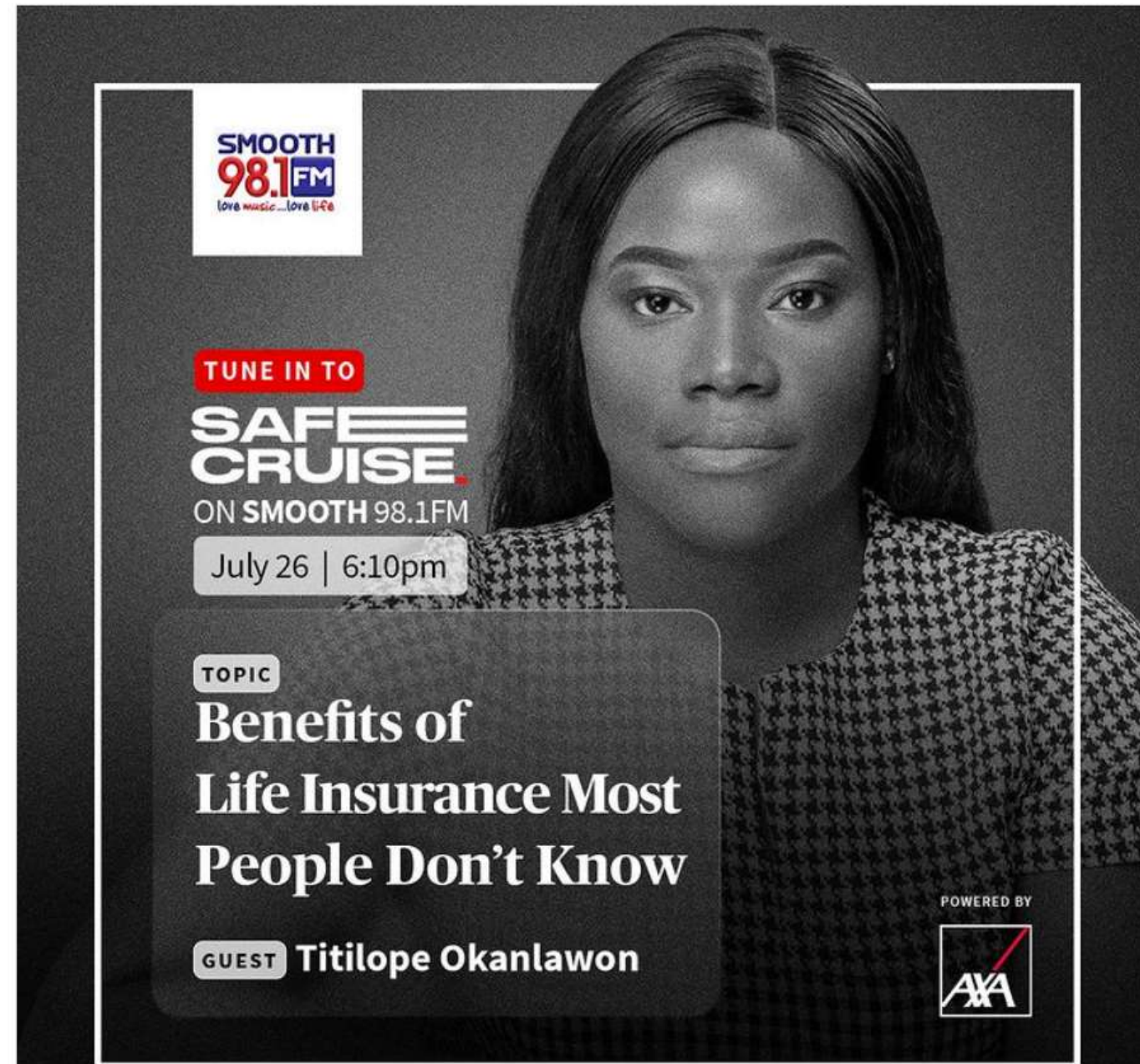


Paperless and no medical
check-up

Financial Inclusion & Microinsurance

Axa Mansard

In Nigeria, AXA Mansard offers microinsurance products tailored to the needs of low-income individuals, providing affordable coverage for life, health, and property.



axamansard_ • Follow

axamansard_ Don't miss today's Safe Cruise episode with Titi, where she'll be speaking extensively about how Life Insurance benefits you.

Tune in at 6:10pm!

#AXAMansard #KnowYouCan

1w

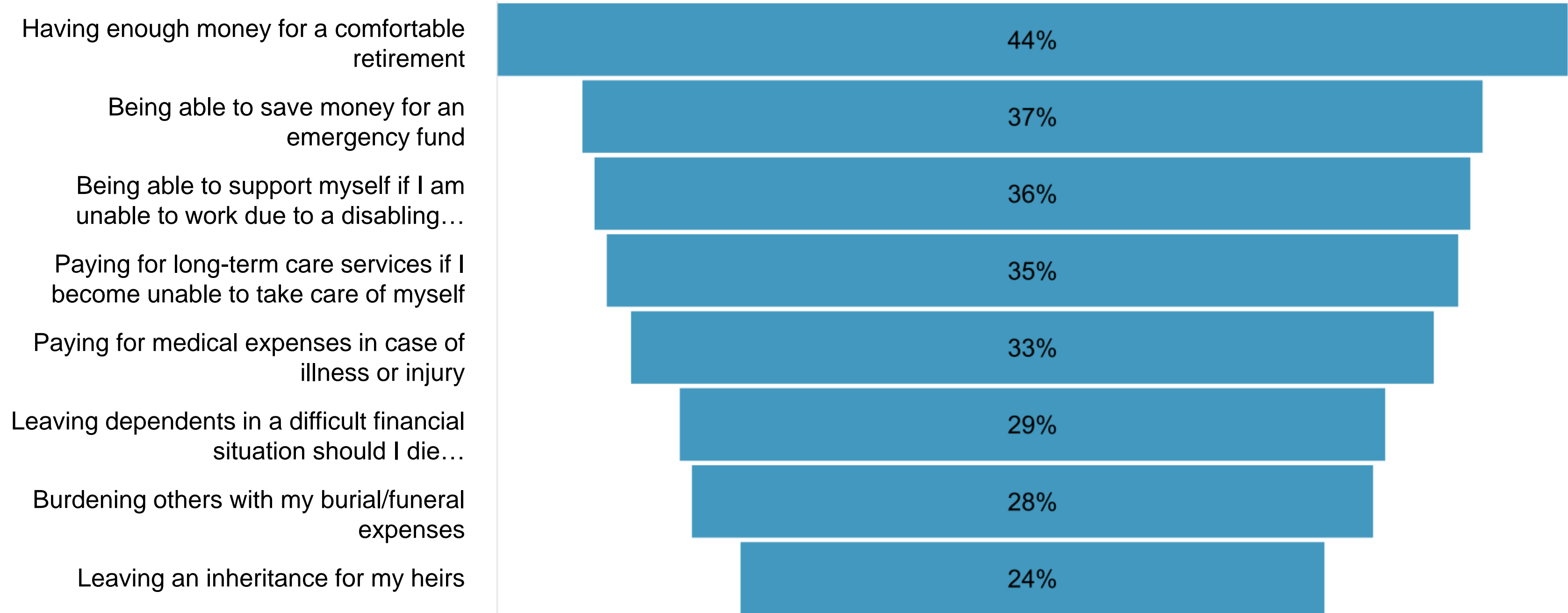


34 likes

July 26

Retirement & Longevity Products

Consumer Financial Concerns



Products Offering Income and Flexibility



59% said, “I am/would be interested in a life insurance policy that will provide me guaranteed income in retirement.”

Source: 2023 Barometer Study

Take Aways

- Technology matters, but advisors sell the product
- Technology must enable customer experience
- Customer experience (advisor and consumer) can be a differentiator
- Technology is expanding and enabling distribution
- Value-added services can be differentiator



*Liderando el Camino: Expectativas del Consumidor Actual
en Productos y Distribución – Parte 2*



Agenda

- Evolución del proceso de consultoría actuarial y estratégica en seguros
- Caso de éxito 1: Bancassurance tradicional
Cómo mejorar los ratios de “conversiones”
- Caso de éxito 2: Integración al canal
Productos – rentabilidad
- Caso especial: “Car Dealer”
Importancia de la corredora.
- Casos de éxito 3 y 4: Exclusividad y Retroalimentación
Definiciones de metas. Areas involucradas. Resultados



Evolución del proceso de consultoría actuarial y estratégica en seguros



Como evolucionó nuestro soporte actuarial y estratégico?

1. Desarrollo de productos



2. Análisis “producto – cliente – canal”



3. Integración al canal - distribución



4. Retroalimentación entre aseguradores y ecosistema de distribución



Consultoría actuarial y estratégica

LIMRA

Navigate With Confidence

LOMA

Milliman

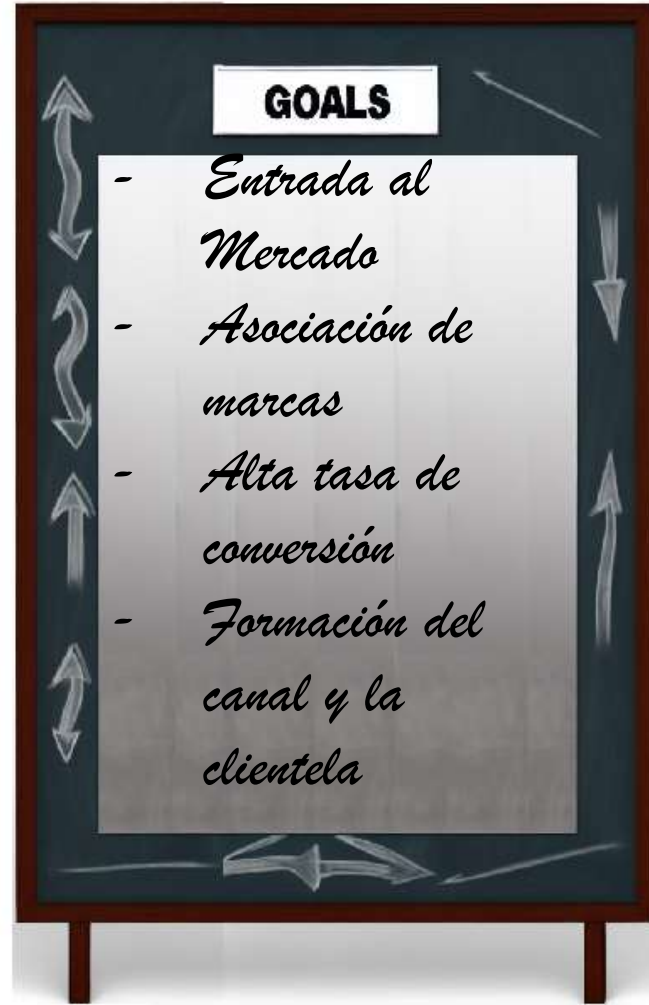


Caso de Éxito 1: Bancassurance tradicional



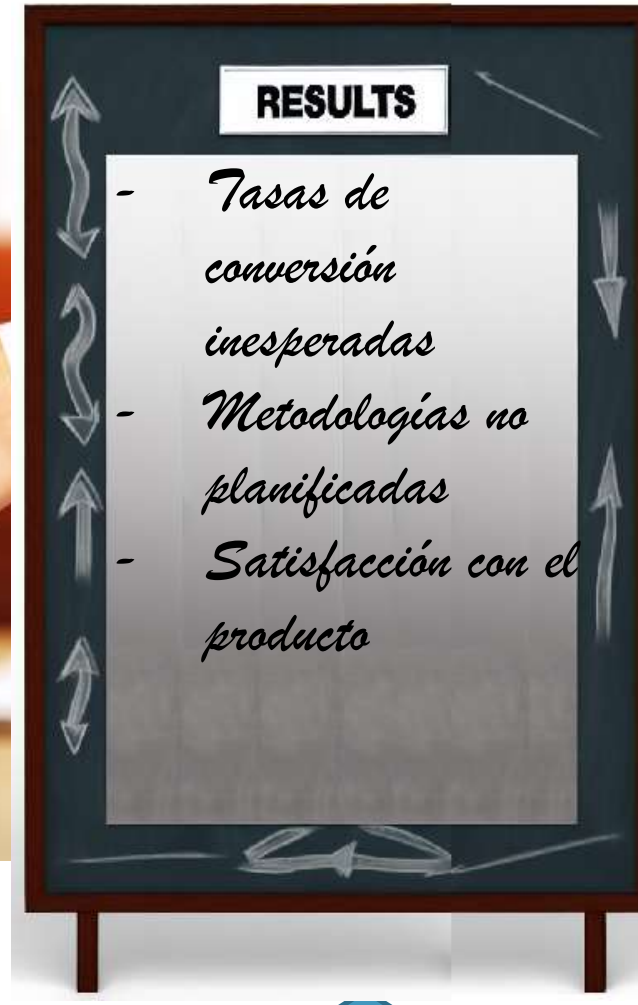
Cómo mejorar los ratios de conversiones?

Compañía de seguros – Tarjeta de crédito



GOALS

- *Entrada al Mercado*
- *Asociación de marcas*
- *Alta tasa de conversión*
- *Formación del canal y la clientela*



RESULTS

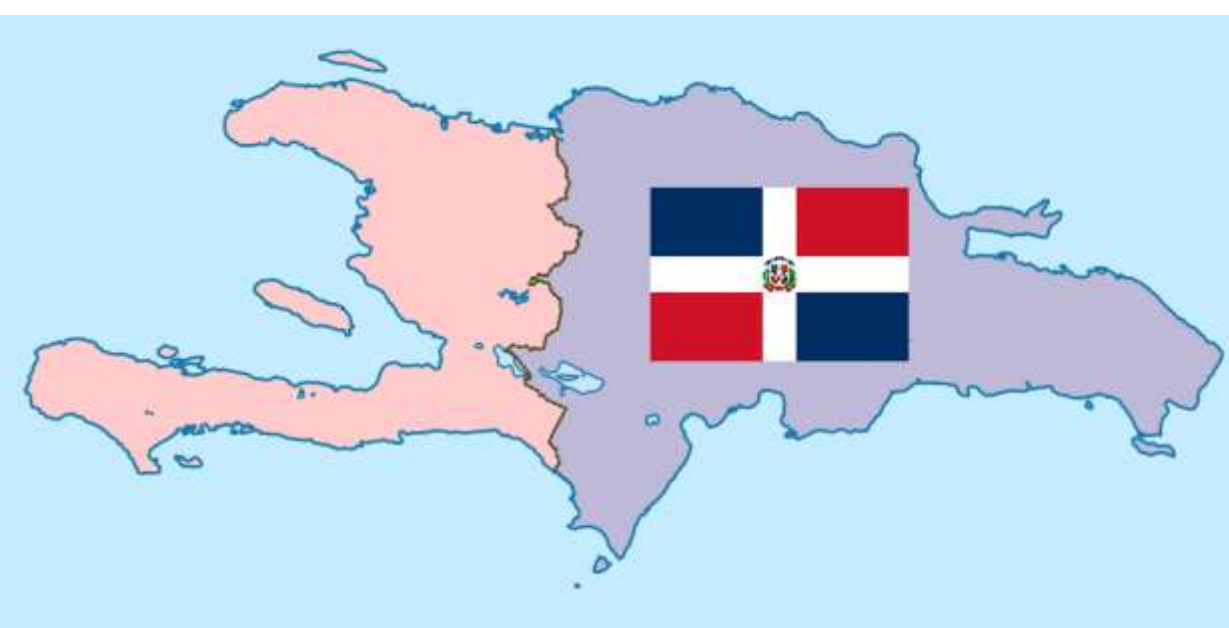
- *Tasas de conversión inesperadas*
- *Metodologías no planificadas*
- *Satisfacción con el producto*



“Focus Group”
Información
asimétrica

Conocimiento
del cliente





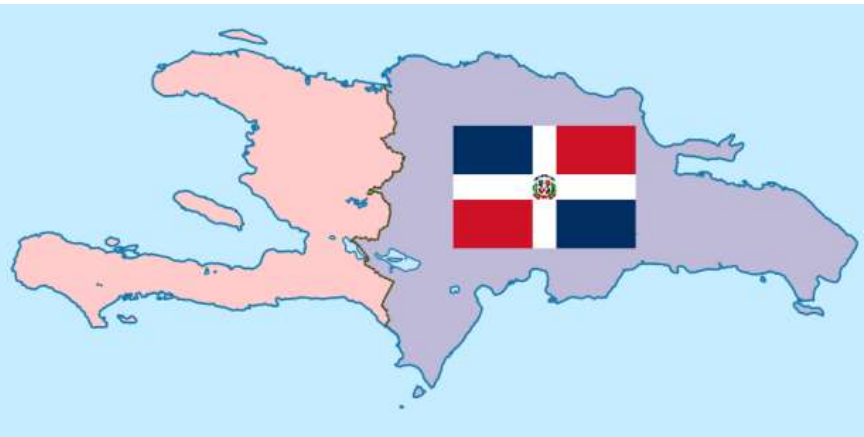
Caso de Éxito 2: Producto – cliente -canal



Integración para el éxito



– Banco internacional



GOALS

- Ingreso al mercado de seguros.
- Acceso y conocimiento de una cartera de alto nivel socioeconómico.
- Aprovechar estructura ociosa.



RESULTS

- Amplia red de productos de vida asociados a crédito, stand alone y no-vida.
- Desarrollo conjunto de canales: Presencial, digital y telemarketing.
- Rentabilidad.

Presencia aseguradora

Creación de canales: presencial, outbound y digital

Rentabilidad





Caso especial: “Car dealer”



Otras metas: Importancia de la corredora



Aseguradora Global –
Automóviles



GOALS

- *Reducir participación ex-monopolio estatal.*
- *Aprovechar capacidad ociosa de los talleres propios.*
- *Brindar servicio de excelencia a clientela*



RESULTS

- *Acuerdo de exclusividad*
- *Aseguradora asume riesgos totales.*
Corredora gestiona riesgos y direcciona 100% taller propio.



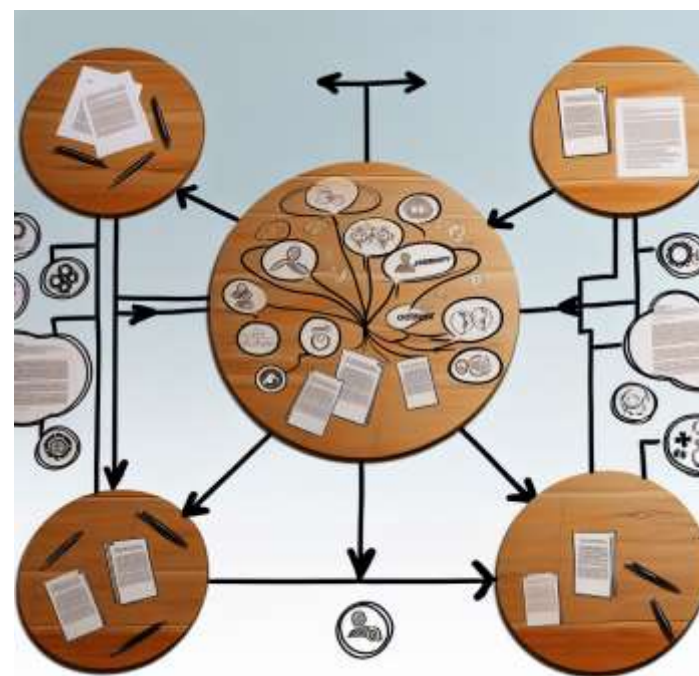


Casos de Éxito 3 y 4: Exclusividad y retroalimentación

Retroalimentación seguros y ecosistema multicanales



Metas Cualitativas	Metas Cuantitativas
Mejorar y aumentar la oferta de productos de seguros.	“Upfront” - Pago por adelantado por la exclusividad.
Incrementar la fidelización de los clientes.	“Earnouts” – pagos variables vinculados a objetivos de crecimiento, siniestralidad, etc.
Retroalimentación que incremente las ventas de productos del ecosistema.	Inversión tecnológica, marketing, etc.



Retroalimentación seguros y ecosistema multicanales



Involucra M&A, planeamiento, legal, fiscal, etc.



Métricas de la transacción: "appraisal value"

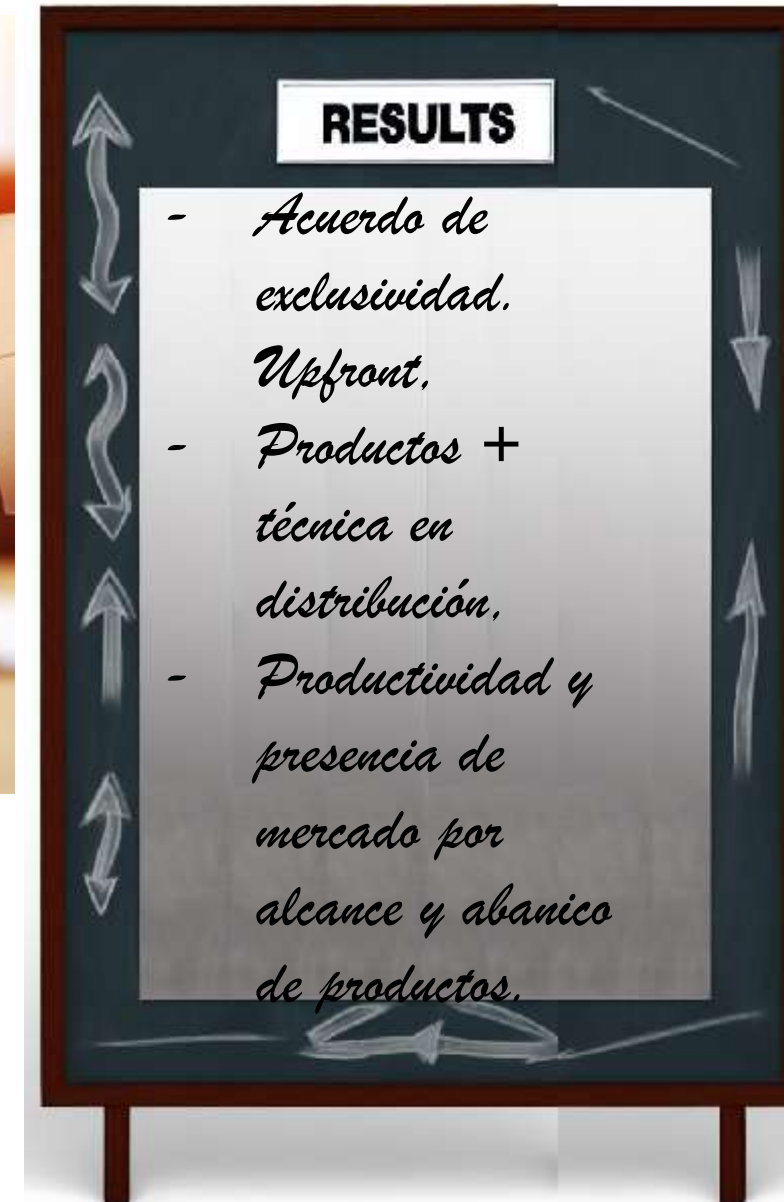
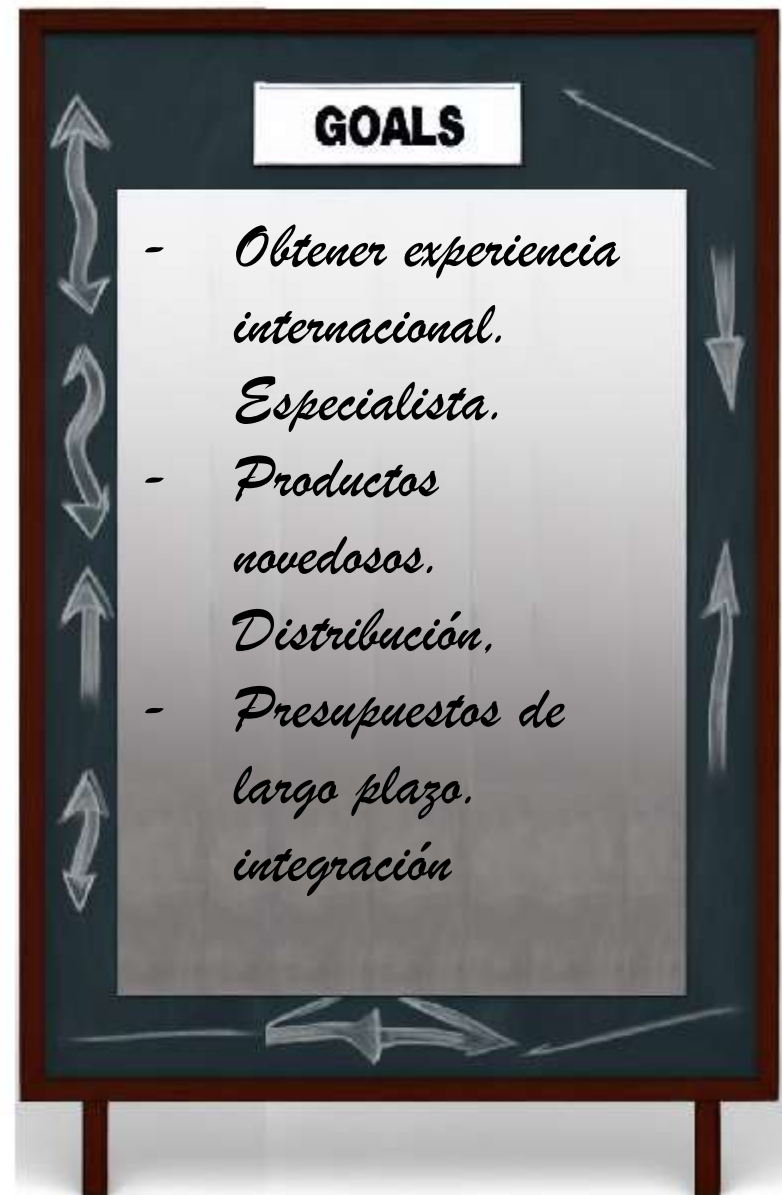
Oros elementos: Negocio en marcha, Beneficios, Riesgos



Retroalimentación seguros y ecosistema multicanales

Banco privado Chile

CHUBB®



A cinco años de firmado el acuerdo:

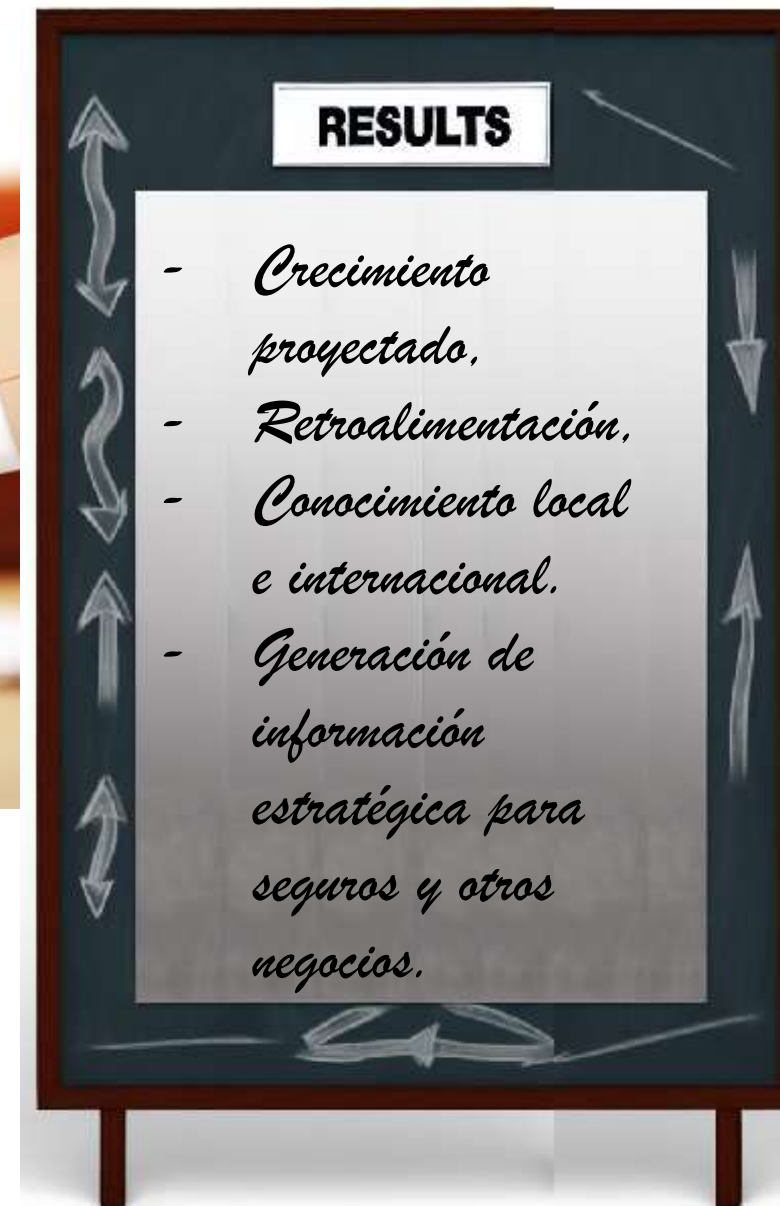
“A pesar que temas ajenos a ambos como fue la pandemia y otros cambios regulatorios que impidieron el normal desarrollo, superó las expectativas de ambos socios estratégicos sin lugar a duda...”



Retroalimentación seguros y ecosistema multicanales

Importante grupo de retail y financiero de Latam con operaciones en Chile, Perú y Colombia

Diversas aseguradoras de vida y no vida que operan en las distintas geografías del acuerdo.



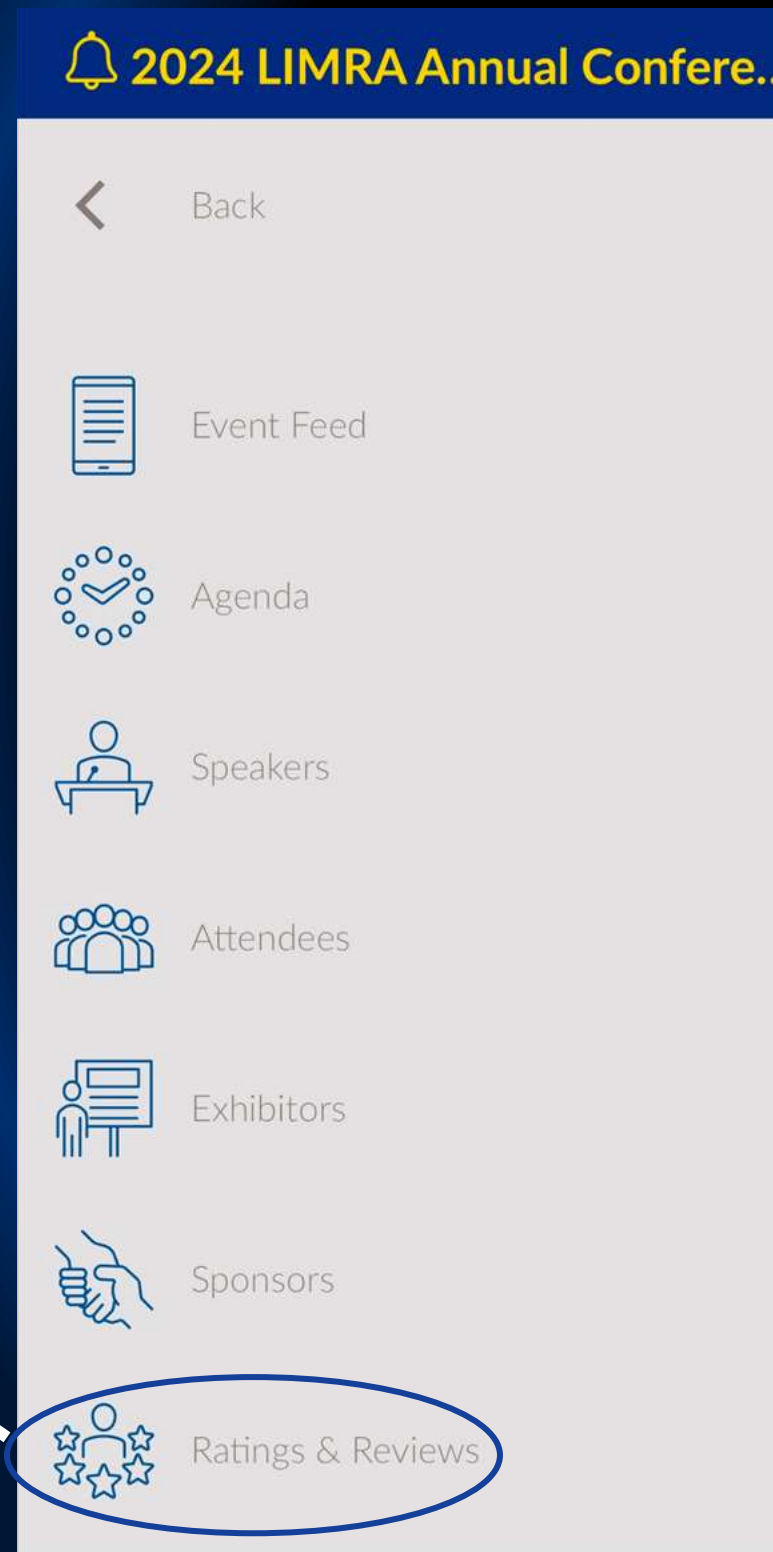
Cuáles son las etapas de un proceso exitoso?



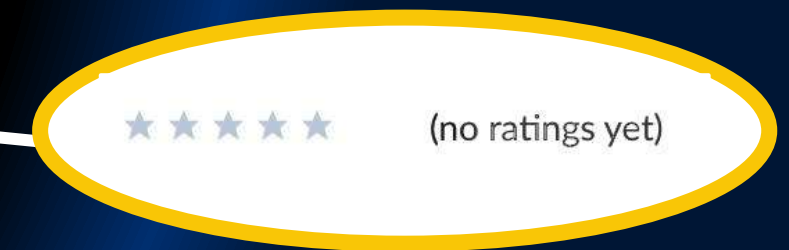
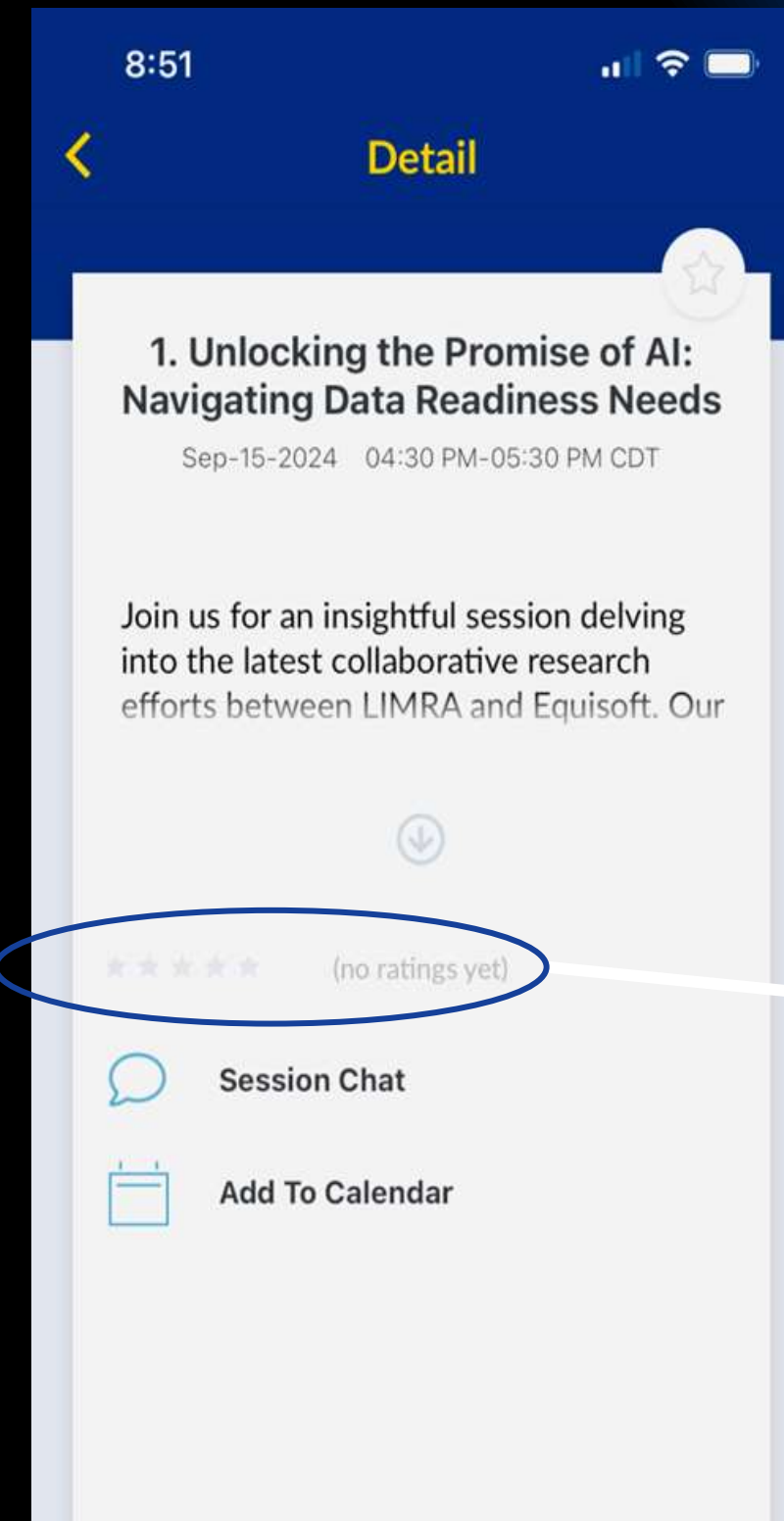
- *Definición de metas claras*
- *Selección de asesores legales, fiscales, "investment banker", actuarios,*
- *Horizonte y "Perímetro" del acuerdo: Ramos, canales y coberturas*
- *Proyecciones de ventas, "Appraisal Value"*
- *Selección de potenciales socios estratégicos,*
- *Ofertas no vinculantes, Management presentations y Ofertas vinculantes,*
- *Discusión de contratos, Implantación,*

Please Provide Your Feedback on the Conference App

OPTION 1



OPTION 2



Thank You

