

IBM Performance 2012

Smarter Analytics. Smarter Outcomes.



Corona
direct

Making money out of data

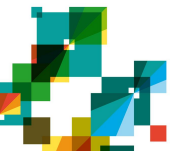
Philippe Neyt



Agenda



- Who is Corona Direct ?
- The product
- The mailing
- Artificial intelligence
- The succes
- Next steps

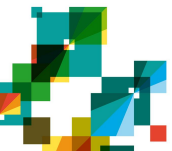




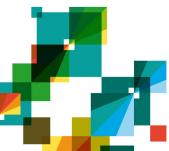
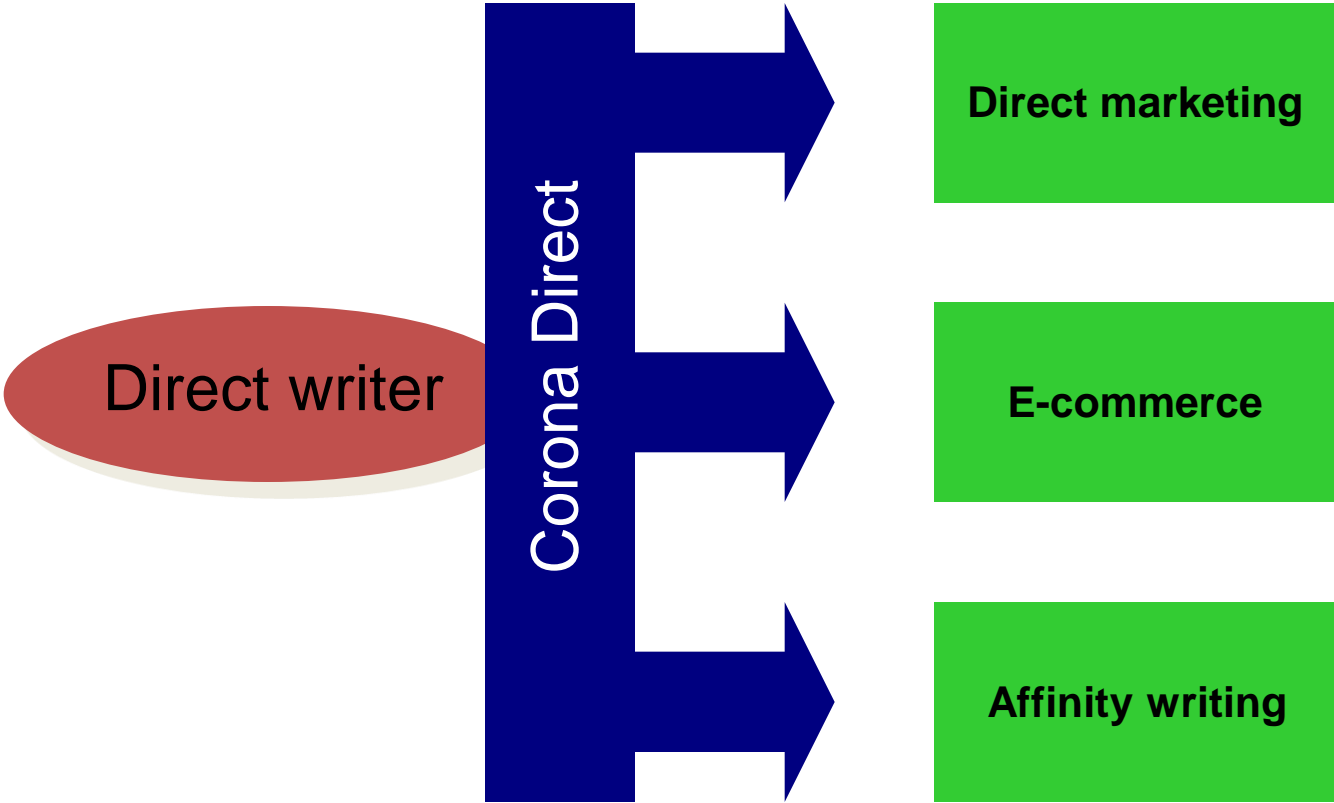
Who is Corona Direct ?

- Corona direct is part of Belfius
- We have 2 major distribution lines
 - Direct insurance → a main focus on the internet
 - Affinity writing → selling insurance products with and for partners
- We sales basic consumer insurance products
 - Carinsurance
 - Home protection and thirth party liability
 - Hospitalisation insurance
 - Pet insurance
 - Funeral expense insurance
- Annual premium income 62 mio EUR
- 130 employees in one office in brussels

Corona
direct



Distribution channels



Partnerships all private label

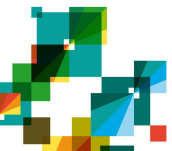
- **Automotive**



- **Retail**

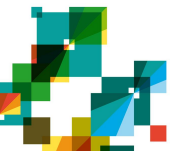


- **Banking & insurance**





We all die !
But who will pay for your funeral ?



The mailing



Corona
direct

Philippe Vermandere
Bondgenotenlaan 32
3000 Leuven

Zorg dat uw familie niet voor verrassingen komt te staan.

Beste «persoon»,

Het overlijden van een dierbare komt steeds ongelegen. Naast de emotionele klap moet er ook een praktische kant verwerkt worden. En die kost vaak handenvol geld.

Met de **Uitvaartverzekering van Corona Direct** bespaart u uw familie alle kosten van uw uitvaart. U bent bovendien zeker dat u een afscheid krijgt zoals u het zelf in gedachten had. Bekijk gerust alle voordelen van de Uitvaartverzekering in onze brochure in bijlage of op www.coronadirect.be.

Een Uitvaartverzekering hoeft trouwens niet duur te zijn. Stuur dus snel de bijgewaagde offerteaanvraag voor een **vrijblijvende berekening van uw premie** terug en ontvang samen met uw offerte een gratis exemplaar van onze praktische handleiding 'Wat als een dierbare overlijdt?'.

Ten slotte willen we ons verontschuldigen indien u deze brief ontvangt op een ongepast moment. We hopen ten zeerste dat de inhoud van deze brief niet te gevoelig ligt.

Met vriendelijke groeten,


Philippe Neyt
Directeur Klantendienst

Bereken nu uw premie op www.coronadirect.be of stuur ons voor 30/11/2012 uw gratis offerteaanvraag en ontvang onze complete gids 'Wat als een dierbare overlijdt?'.

Zo wil je verzekerd zijn.

Corona Direct N.V. • Metrologieaan 2 - 1130 Brussel • T 02 244 23 23 • F 02 406 95 12 • www.coronadirect.be

Wilt u ook zo verzekerd zijn?

Bereken snel uw premie online of stuur ons uw offerteaanvraag voor 30/11/2012 en ontvang gratis de handleiding 'Wat als een dierbare overlijdt?'.

Go naar www.coronadirect.be
Bel ons op **02 244 23 23**
Of stuur ons uw offerteaanvraag op.



Omdat u graag zorgeloos van het leven blijft genieten.

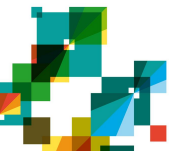
De Uitvaartverzekering van Corona Direct

Zo wil je verzekerd zijn.

www.coronadirect.be



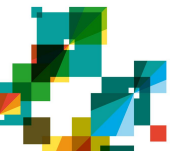
© 2012 Corona Direct. Alle rechten voorbehouden. De afbeelding op de voorpagina is een illustratie van een familie. Het beeld is niet bedoeld om te suggereren dat Corona Direct aansprakelijk is voor schade van welke aard ook die voortvloeit uit het gebruik van de afbeelding. Het beeld is niet bedoeld om te suggereren dat Corona Direct aansprakelijk is voor schade van welke aard ook die voortvloeit uit het gebruik van de afbeelding.





Important figures ...

- Since 1995 : datawarehouse
- Number of mailings : over 15 million
- Number of quotes : over 150.000
- Number of customers : far too little
- Per record : 100 fields minimum

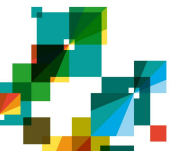




Search for the best target ?

- Response analysis per
 - Sex
 - Age
 - Area
 - ...

Searching the way you think =
finding what you think

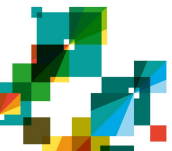




From the absurd ...

- Analyse every possible combination ...
- Every record and field simultaneously !
- Tell me if an address is worthwhile mailing to !

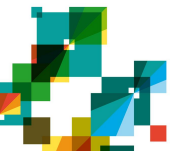
SPSS Predictive Analytics™



Target in figures



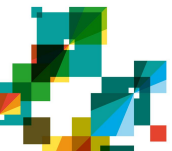
Reduce cost
(= number of mailings) by at
least 20% with a maximum loss
of 10% in sales



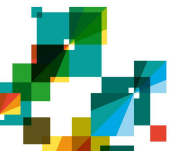
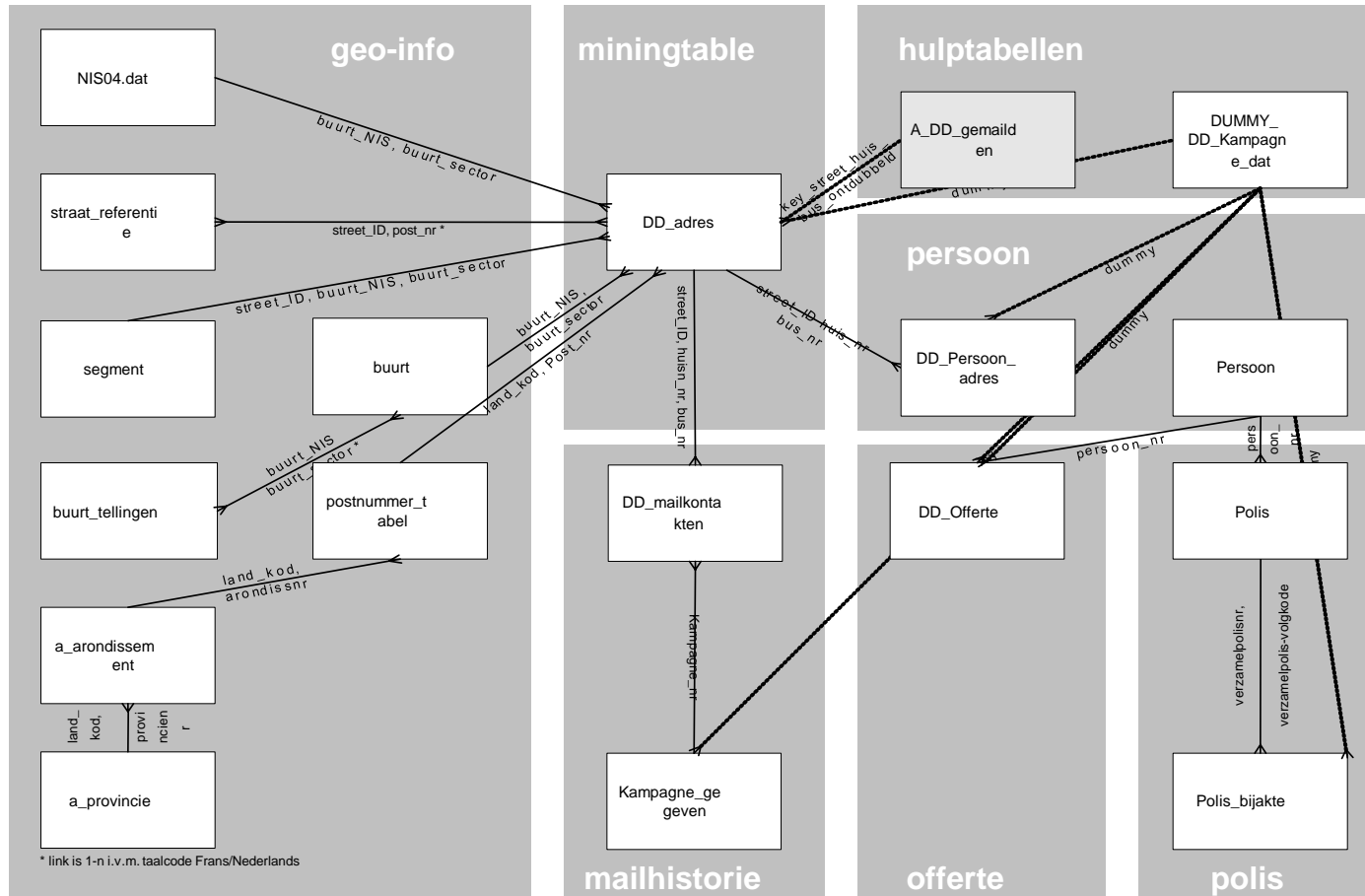
An exercise ...



13655212283031



Relational diagram

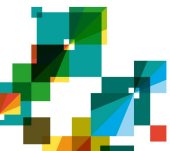


Interpretation rules

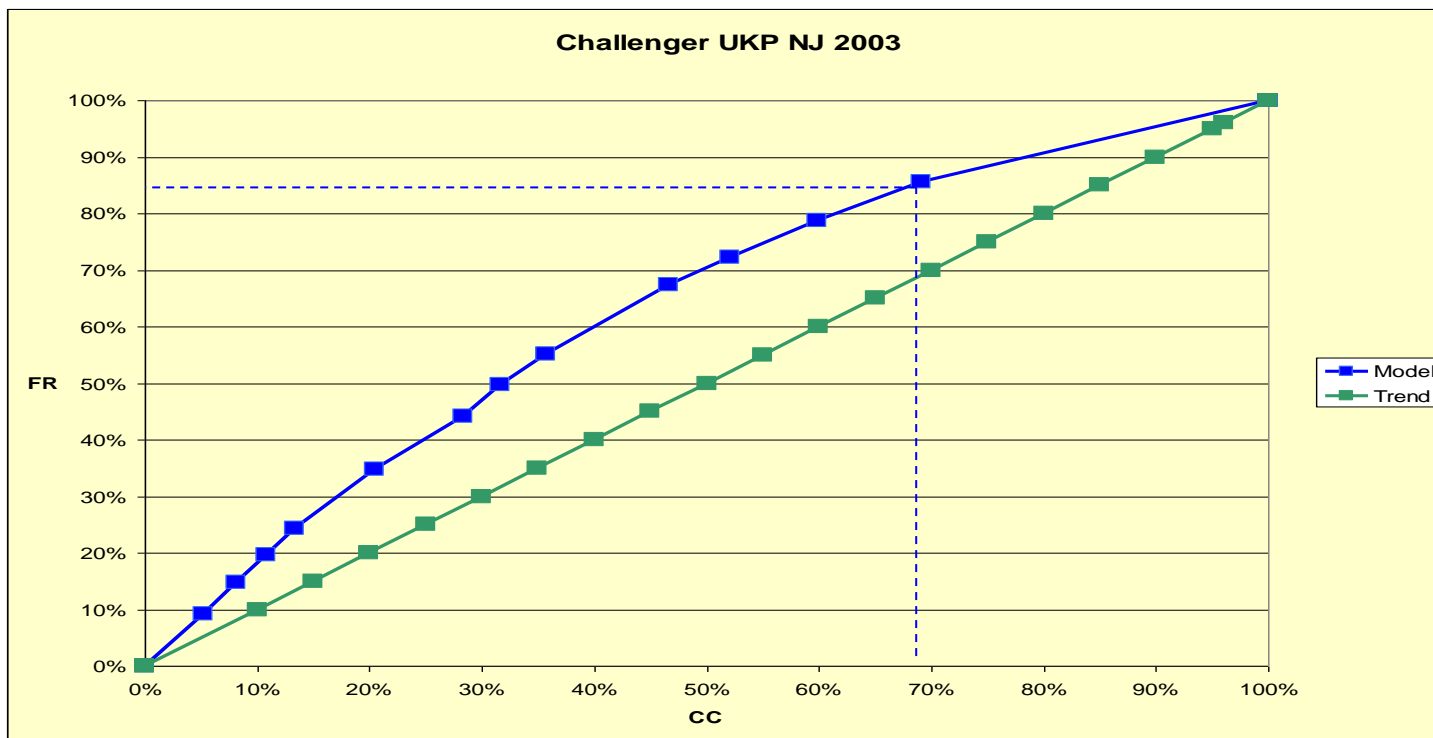


Challenger UKP Najaar 2003 (SV)

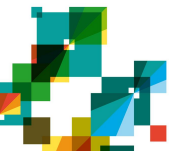
Flow	Description Rule	Prob	Freq	Cc
TRUE	->Segment: ->SEGMENT_EXTRA: inw_T13 between {31, 258}	1,17	86	7.354
TRUE	->Segment: ->SEGMENT_EXTRA: gez_T02 = 0 and ->Segment: ->SEGMENT_EXTRA: gez_T13 between {5, 13}	1,26	51	4.044
TRUE	Post_nr between {4910, 6010} and ->Segment: ->SEGMENT_EXTRA: gez_T04 = 0	1,20	45	3.748
TRUE	->Geo_nis_gegevens_rug: gezstrbperc between {99, 100} and ->Geo_nis_gegevens_rug: gezunieenperc between {21, 100}	1,19	43	3.608
TRUE	->Geo_nis_gegevens_rug: gezstrbperc between {50, 100} and ->Geo_nis_gegevens_rug: gezunitweewperc between {0, 11}	0,97	97	10.004
TRUE	Post_nr between {4000, 4500}	0,78	87	11.128
TRUE	->Geo_nis_gegevens_rug: tweemveenperc between {21, 33} and ->Segment: Aantal_gezinnen between {71, 168}	1,10	53	4.798
TRUE	->Segment: ->SEGMENT_EXTRA: s_inw_uni between {78, 122} and ->Geo_nis_gegevens_rug: persunivierperc between {0, 18}	0,86	49	5.701
TRUE	VAR totaal # mailings voor kampagnedatum between {14, 1716} and ->Segment: ->SEGMENT_EXTRA: inw_T10 between {0, 4}	0,74	114	15.324
TRUE	->Geo_nis_gegevens_rug: eenoudereenperc between {22, 33}	0,58	45	7.812
TRUE	->Geo_nis_gegevens_rug: gezinmetkindperc between {0, 29}	0,55	60	10.829
TRUE	->Geo_nis_gegevens_rug: geztweeperc between {18, 75}	0,50	65	13.032
FALSE	ALL	0,31	133	43.578
TRUE				
TRUE				
TRUE				
	Built data	0,66	928	140.960



Gains chart



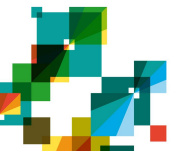
69% mailing for 86% response





How to go to work

- Compare champion model with new challenger models.
- Each mailing bloc = 80% champion + 20% challenger.
- Improve and refine the rules according to results.

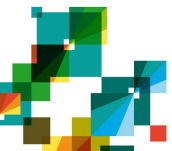


Does it work ?

Year	Mail volume	Respons	Respons %	Contracts	Contracts/ volume
2000	1.603.687	7.008	0,44%	2.626	0,16%
2003	1.172.407	6.376	0,54%	2.677	0,23%
2006	1.057.064	6.176	0,58%	2.560	0,24%



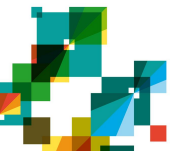
- Increase of respons with **+32%**
- Increase of conversion on mails **+ 50%**
- Estimated yearly savings **€ 275.000**



The solution



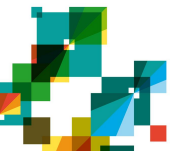
1 365 52 12 28 30 31



Tomorrow



- Real-time scoring in the call center for cross selling
- Different products – different mailings
- Detection of fraude
- **Retention**
- ...



Thank you

