

INSURTECH FRIENDSURANCE BAUT DATENSTRATEGIE AUS: SERGEY GILEV NEUER HEAD OF DATA

Berlin, den 24. Juni 2021. Der Berliner Anbieter von digitalen Bancassurance-Plattformen [Friendsurance](#) verstärkt sein Management und holt Sergey Gilev (30) als Head of Data an Bord. Damit treibt das Tech-Unternehmen die strategische Nutzung von Datenpotenzialen für kundenfreundliche, datengetriebene Versicherungslösungen voran.

Den wahren Wert von Daten kennen und nutzen

In der Rolle als Head of Data wird Gilev die Datenstrategie von Friendsurance weiterentwickeln und die Wertschöpfungskette von Daten neu organisieren. Gilev verfügt über langjährige Berufserfahrung im Data Science Bereich. Vor seinem Einstieg bei Friendsurance war Gilev als Director of Analytics bei Playkot in St. Petersburg tätig. Zuvor war er Head of Data bei der Lamoda Group in Moskau. „Meine Mission ist es,



intelligenteren Entscheidungen, effizientere Prozesse und eine bessere Customer Experience zu ermöglichen, indem wir das wahre Potenzial von Daten ausschöpfen“, erklärt Gilev.

Eckpunkte der Datenstrategie

In seiner neuen Position wird Gilev eng mit Dmitry Kharchenko, CDO und CTO von Friendsurance, zusammenarbeiten. „Wir freuen uns, dass wir mit Gilev einen echten Daten-Pionier für unser Tech-Team gewonnen haben,“ sagt Kharchenko. „Wir wollen Data-Driven-Thinking noch stärker in unserer Unternehmenskultur implementieren. Sergey wird im aktiven Austausch mit allen Unternehmensbereichen und Business Partnern stehen, um zusätzliche Datenpotenziale zu erkennen und die Wirksamkeit von Daten in unseren Lösungen zu verbessern. Zentraler Punkt unserer integrierten Datenstrategie ist der Aufbau einer Cloud-Datenplattform auf Basis modernster Technologien und höchster Sicherheitsstandards, wo die Daten den jeweiligen Stakeholdern über Self-Service-Funktionen zur Verfügung gestellt werden.“ Dabei kommt neben Methoden wie Business Intelligence, Data Analytics, Data Warehouse und Data Governance auch Machine Learning zum Einsatz. So nutzt Friendsurance Machine Learning unter anderem, um die Verarbeitung von Dokumenten zu automatisieren, wodurch sich die Effizienz interner Prozesse verbessert und die Kundenzufriedenheit erhöht.

Daten Science als Schlüssel für eine reibungslose und personalisierte Customer Journey

Die Erkenntnisse aus der Nutzung von Daten fließen in erster Linie in die Produktverbesserung ein. „Daten helfen uns dabei, unsere Kunden noch besser zu verstehen und Vorschläge für Versicherungen zu machen, die für die individuelle Situation des jeweiligen Kunden relevant sind“, erklärt Sergey Gilev. „Eines unserer Flaggschiffe unter den datengetriebenen Produkten ist die digitale Bankkontoanalyse.“ Diese ermöglicht gleich drei unterschiedliche Use Cases: Erstens erleichtert sie das Onboarding für die Kunden. Die

Kunden brauchen ihre Versicherungsdokumente nicht mehr parat zu haben. Stattdessen werden versicherungsrelevante Informationen wie die Versicherungsscheinnummer automatisch aus den Buchungen auf dem Bankkonto erkannt und in einer digitalen Versicherungsübersicht dargestellt. Zweitens werden aus den Kontobewegungen wichtige Lebensereignisse erkannt und sinnvolle Anpassungen des Versicherungsschutzes vorgeschlagen: Geht zum Beispiel neuerdings Kindergeld auf dem Bankkonto ein, kann der Versicherer beim Kunden nachfragen, ob es Familienzuwachs gegeben hat und gegebenenfalls den Versicherungsschutz auf Familientauglichkeit überprüfen. Drittens können aus den Kontoinformationen die Kosten für eine bestimmte Versicherung ermittelt und später für kostenoptimierte Empfehlungen genutzt werden. Dabei erhält der Kunde ein höchstmögliches Maß an Datensouveränität. Mehr dazu unter: <https://www.friendsurancebusiness.com/de/auf-einen-blick-psd2-datenschutz>

Bildinformationen

Bildunterschrift: Sergey Gilev, Head of Data von Friendsurance

Bildrechte: Friendsurance.com

Fotograf: Alexander Klebe

Über Friendsurance Deutschland

Das Berliner Insurtech-Unternehmen entwickelt innovative, digitale Versicherungslösungen mit dem Ziel Versicherungen kundenfreundlicher zu machen. Gegründet 2010, ist Friendsurance als Online-Makler mit dem weltweit ersten Peer-to-Peer-Versicherungsmodell gestartet und betreut heute rund 150.000 Kunden. Zusätzlich zu seinem B2C-Geschäft betreibt das Unternehmen seit 2017 die Digitalisierung von Versicherungsgeschäften für Banken und Versicherer sowie deren Kunden als B2B2C-Business. Friendsurance bietet nationalen und internationalen Kooperationspartnern eine skalierbare und modular einsetzbare Digital Bancassurance-Plattform und hat auf dieser Basis bereits digitale Versicherungsmanager für Unternehmen wie Deutsche Bank, R+V Versicherung sowie Allianz und HypoVereinsbank entwickelt.

Friendsurance beschäftigt insgesamt über 100 Mitarbeiter aus 20 Nationen. Weitere Informationen unter: <https://www.friendsurance.com/news-und-presse/>

Pressebüro Friendsurance

Alecto GmbH

Eva Genzmer

Mehringdamm 34

10961 Berlin

Mail: presse@friendsurance.com