Introduzione al problema

Il progetto presentato prevede l’analisi del sistema emissivo polizze di un cliente assicurativo di **Fincons Group S.p.A.**, lavorando sul sistema in questione ho notato delle peculiarità del sistema che andrebbero migliorate.

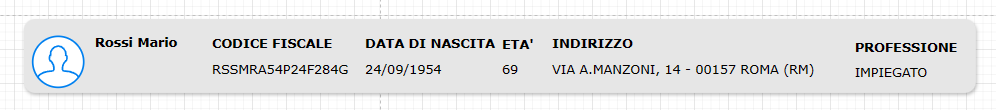
L’attuale sistema emissivo delle polizze assicurative risulta essere farraginoso, di poco impatto e anonimo. L’immagine mostra la pagina utilizzata dagli agenti per l’emissione delle polizze.

Immagine che contiene testo, schermata, software, Icona del computer

Descrizione generata automaticamente

Pagina iniziale emissione polizze

L’agente assicurativo non ha a disposizione una panoramica esauriente del cliente che sta gestendo, per visualizzare il profilo del cliente deve aprire la pagina del profilo completo, senza avere la possibilità di visualizzare contemporaneamente le sue informazioni e le coperture assicurative che può proporgli. Nell’immagine che segue vengono mostrati i dati del cliente a disposizione dell’agente nella pagina di emissione.



Dati Cliente

L’agente assicurativo visualizza le coperture assicurative che è possibile vendere al cliente suddivise per tipologia prodotto. Le coperture assicurative raggruppate secondo questo criterio non sono personalizzate; quindi, l’agente non ha alcun supporto riguardo le coperture assicurative che sarebbe opportuno proporre al cliente. Se le coperture assicurative di una tipologia sono numerose non è possibile visualizzarle tutte contemporaneamente nella stessa schermata. Nell’immagine vengono mostrate le coperture assicurative presenti in pagina secondo il raggruppamento descritto.

Immagine che contiene testo, schermata, Policromia, software

Descrizione generata automaticamente

Elenco coperture assicurative

La pagina descritta è stata realizzata utilizzando in parte tecnologie legacy, quindi ogni volta che l’utente interagisce con la pagina essa viene ricaricata, senza garantire una buona interazione fornendo all’utente un’esperienza di navigazione limitata e deludente.

Dall’analisi eseguita sono emersi le problematiche riguardo l’utilizzo dell’applicativo:

* Durante l’emissione delle polizze assicurative, è possibile visualizzare solo una minima parte dei dati relativi al profilo cliente.
* Le coperture assicurative sono visualizzate indipendentemente dal cliente selezionato.
* Le coperture assicurative sono raggruppate in base alla tipologia di prodotto e non in base all’interesse del cliente.
* L’applicazione fornisce una scarsa interattività ed un’esperienza utente deludente.

Analisi funzionale

Per risolvere i problemi descritti nel capitolo precedente si propone la realizzazione di una nuova dashboard.

La sua progettazione ha previsto di porre al centro il cliente ed è rivolta agli agenti assicurativi. Sono state previste tre sezioni:

* Profilo assicurativo del cliente
* Sezione coperture assicurative
* Sezione beni selezionati

Il cruscotto progettato avrà l’aspetto mostrato nell’immagine:

Immagine che contiene testo, schermata, software, numero

Descrizione generata automaticamente

Cruscotto cliente

Profilo assicurativo

Il profilo del cliente è stato pensato per rendere disponibili all’agente sempre le informazioni fondamentali, su richiesta le altre informazioni. L’agente avrà subito a disposizione un grafico riassuntivo delle coperture assicurative, il nominativo, ed i suoi recapiti principali. L’immagine mostra un esempio appena descritto.

Immagine che contiene testo, schermata, software, Carattere

Descrizione generata automaticamente

Profilo assicurativo del cliente

Nella schermata visualizzata sono mostrati:

* Il nominativo del cliente nell’intestazione della pagina.
* Sulla sinistra un grafico riassuntivo delle coperture attive, *in questo caso due coperture per i veicoli e quattro per la famiglia.*
* Sulla destra i dati essenziali del cliente, *nominativo, indirizzo principale o di residenza, il telefono principale, l’indirizzo email principale.*

Cliccando sul pulsante *espandi* presente in basso a destra verrà visualizzata la il profilo completo del cliente. È prevista una scheda per ogni tipologia di dato *anagrafica, indirizzo, recapiti,* professione.

Immagine che contiene testo, numero, Carattere, schermata

Descrizione generata automaticamente

Profilo completo cliente

Cliccando sul pulsante *espandi* presente a destra nella per la sezione *coperture assicurative* verrà visualizzato un report riassuntivo contenente le polizze stipulate dal cliente. L’immagine mostra un esempio del report appena descritto:

Immagine che contiene testo, schermata, software, Pagina Web

Descrizione generata automaticamente

Coperture assicurative

Il report mostra tre polizze:

* Polizza Auto
* Polizza Animale Domestico
* Polizza Casa

Per ogni copertura viene mostrato:

* Identificativo polizza
* Tipologia polizza
* Dettaglio bene assicurato
* Data stipulazione contratto
* Data scadenza contratto
* Importo premio totale

Le sezioni descritte permettono all’agente di avere una panoramica della situazione assicurativa del cliente.

Le sezioni che verranno descritte forniranno all’agente un supporto relativo a nuove polizze da proporre al cliente oppure quelle da rinnovare.

La prima sezione contiene le coperture assicurative che vengono proposte direttamente al cliente in base alla sua storia assicurativa ed alla storia assicurativa di clienti simili.

La seconda sezione contiene le coperture assicurative più vendute rispetto ad una statistica di vendita eseguita sull’anno precedente, le coperture assicurative visualizzate sono state escluse quelle proposte direttamente al cliente *“raccomandate”*. In questo modo ogni cliente avrà una visualizzazione differente.

La terza sezione contiene le coperture assicurative escluse dalle sezioni precedentemente descritte.

Le sezioni descritte contengono delle *“card”* ogni card mostra i dettagli della copertura assicurativa. La card relativa alla copertura assicurativa corrisponde all’immagine

In fondo alla pagina è presente un pannello dove verranno visualizzati dei segnaposto relativi alle coperture selezionate. Lo sfondo dei segnaposto corrisponde al colore della categoria a cui appartiene la polizza selezionata.

Immagine che contiene testo, schermata, Carattere, Marchio

Descrizione generata automaticamente

Coperture selezionate

I sistemi di raccomandazione

I sistemi di raccomandazione[[1]](#endnote-1) *(recommender systems)* sono strumenti software che forniscono un supporto riguardo la personalizzazione dell’offerta assicurativa proposta ai clienti.

I sistemi di raccomandazione hanno acquisito popolarità grazie alla diffusione di piattaforme e-commerce *(es. Amazon)* e piattaforme di streaming on-line *(es. Netflix, PrimeVideo)*.

Sono presenti tre approcci principali su di essi:

* Sistemi basati sul contenuto – *content based methods*
* Sistemi collaborativi – *collaborative filtering methods*
* Sistemi ibridi ­– ­*hybrid methods*

Immagine che contiene testo, schermata, linea, Carattere

Descrizione generata automaticamente

Tipologia sistemi di raccomandazione

Sistemi basati sul contenuto

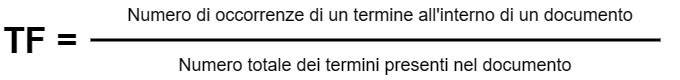
I sistemi di raccomandazione basati sul contenuto prevedono la creazione di una base di conoscenza creata in base agli elementi che si vogliono proporre al cliente.

In ambito assicurativo la base di conoscenza che si può creare potrebbe essere costituita da:

* Nome polizza
* Categoria polizza
* Tipologia bene assicurato
* Durata minima polizza
* Durata massima polizza
* Garanzie obbligatorie
* Garanzie facoltative
* Garanzie premium
* Descrizione polizza

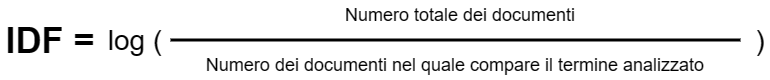
Dopo aver creato e popolato la base di conoscenza bisogna misurare la similarità tra gli elementi; essa viene calcolata utilizzando il **TF-IDF[[2]](#endnote-2)**, Il TF-IDF è costituito dal *TF - Term Frequency* e dall’*IDF - Inverse Document Frequency*.

Il **Term Frequency** di un termine viene calcolato come il rapporto tra *“il numero di volte che quel termine compare all’interno di un documento”* ed *“il numero totale dei termini presenti all’interno del documento”*.



Formula per il calcolo di TF – *Term Frequency*

L’**Inverse Document Frequency** di un termine viene calcolato come il *logaritmo* del rapporto tra *“il numero totale dei documenti”* ed *“il numero di documenti nei quali compare il termine analizzato”*.



Formula per il calcolo di IDF *– Inverse Document Frequency*

Il **TF-IDF** viene calcolato come il prodotto degli elementi presentati.

Immagine che contiene testo, Carattere, bianco, Elementi grafici

Descrizione generata automaticamente

Formula per il calcolo di TF-IDF

L’utilizzo del TF-IDF permette di non dover eliminare le *“stop words*[[3]](#endnote-3)*”* in quanto il TF-IDF calcolato per esse risulta 0 e quindi non rilevante.

Le raccomandazioni calcolate utilizzando l’approccio *Content Based Methods* prevedono di calcolare la similarità tra le coperture sottoscritte dal cliente e le coperture presenti all’interno della base di conoscenza.

Per calcolare la similarità è necessario rappresentare la base di conoscenza in forma numerica; per forma numerica s’intende creare un vettore relativo ad ogni copertura assicurativa presente nella base di conoscenza. Ogni vettore è costituito dalle caratteristiche individuate della copertura assicurativa rappresentata utilizzando gli **embeddings**[[4]](#endnote-4), la similarità viene misurata calcolando il cos[[5]](#endnote-5) *(coseno)* dell’angolo creato fra l’embedding relativo alla copertura assicurativa sottoscritta dal cliente e quelle presente nella base di conoscenza, se il risultato è “1” rappresenta la massima similarità mentre se è “0” rappresenta la minima similarità.

Sistemi collaborativi

I sistemi collaborativi si basano sul concetto intuitivo del *passaparola*, spesso una persona chiede consiglio ai propri amici o conoscenti quale ristorante scegliere.

All’interno di un sistema collaborativo vengono registrate le preferenze e le caratteristiche del cliente che vengono considerate utili per la determinazione degli elementi da suggerire; ad ogni cliente vengono suggeriti gli elementi ritenuti interessanti da parte di clienti che hanno un profilo simile; il sistema calcola la similarità basandosi sulle caratteristiche del cliente e delle sue preferenze.

L’approccio descritto risulta valido in ambito e-commerce, streaming on-line ma per essere applicato in ambito assicurativo è necessario degli accorgimenti. Ci sono tre punti fondamentali[[6]](#endnote-6) per il quale l’approccio collaborativo classico non può essere applicato all’ambito assicurativo:

* **Numero elementi**: l’offerta assicurativa può contenere fino ad centinaio di prodotti, paragonati alla quantità di libri che si possono acquistare su di un sito on-line, oppure paragonati all’offerta delle piattaforme di streaming on-line, l’offerta assicurativa risulta limitata.
* **Indicazione preferenze**: dopo aver acquistato un libro o visto un film è possibile specificare il proprio indice di gradimento. In ambito assicurativo non è possibile specificare l’indice di gradimento rispetto ai prodotti acquistato.
* **Durata**:

1. Recommender System [↑](#endnote-ref-1)
2. [**TF-IDF — Term Frequency-Inverse Document Frequency – LearnDataSci**](https://www.learndatasci.com/glossary/tf-idf-term-frequency-inverse-document-frequency/), Fatih Karabiber, [↑](#endnote-ref-2)
3. [**Stop word - Wikipedia**](https://en.wikipedia.org/wiki/Stop_word), Wikipedia [↑](#endnote-ref-3)
4. [**Getting Started With Embeddings (huggingface.co)**](https://huggingface.co/blog/getting-started-with-embeddings), Omar Espejel [↑](#endnote-ref-4)
5. [**Coseno - Wikipedia**](https://it.wikipedia.org/wiki/Coseno), Wikipedia [↑](#endnote-ref-5)
6. **A Recommendation System For Car Insurance**, Laurent Lesage, Madalina Deaconu, Antoine Lejay, Jorge Augusto Meira, Geoffrey Nichil, Radu State [↑](#endnote-ref-6)