



PZU Ready for Startups

W jaki sposób największy ubezpieczyciel w CEE
współpracuje ze start-upami?



Wstęp	3
Słowo od Jana Zimowicza	3
Grupa PZU	4
Rynek insurtech	5
Sytuacja w Europie	6
Sytuacja w Polsce	7
Insurtech w pigułce – 10 lat innowacji w ubezpieczeniach	8
Trendy	12
Świat insurtechów	13
Morderstwo, katastrofy i jednorożce	17
Innowacje i AI w PZU	18
Obszary poszukiwania innowacji przez PZU	23
Dekalog dla start-upów współpracujących z PZU	25
Zespół Innowacji i AI	26
Co start-upy mówią o PZU?	30
Programy akceleracyjne	32
• Startup Booster by Huge Thing	33
• SmartUp Booster by StartSmart CEE	34
Case studies	36
• GPT Lab	36
• Sztuczna Inteligencja w obsłudze szkód komunikacyjnych	38
• AgroLab	39
• Porównywarka OWU	40
• Minuta dla skóry	42
Zgłoś swój start-up	43



Jan Zimowicz
członek zarządu PZU SA

Cyfrowa rewolucja, zwłaszcza wykładniczy rozwój narzędzi wykorzystujących sztuczną inteligencję, mocno oddziałuje na nasze codzienne życie, edukację czy sposób poszukiwania informacji. Modele wykorzystujące AI otwierają nowe spektrum możliwości doskonalenia mechanizmów w obszarach automatyzacji procesów, oceny ryzyka czy personalizacji oferty.

Choć branża ubezpieczeniowa wciąż mierzy się ze stereotypem raczej skostniałej i zamkniętej na nowości, to warto zauważyć, że 70 proc. ubezpieczycieli z Europy Środkowej podejmowało w ostatnich latach inicjatywy z firmami insurtech. Jednak po to, aby w pełni wykorzystywać możliwości, które daje AI, z pewnością czeka ją jeszcze wiele pracy. W celu podniesienia poziomu innowacyjności powinniśmy zarówno organicznie rozwijać własne kompetencje i zespoły zdolne do wdrażania nowych narzędzi, jak i współpracować z młodymi firmami technologicznymi, które mogą być agentami zmian, wnoszącymi do ubezpieczeniowego świata świeże spojrzenie i wartościowe doświadczenie z innych rynków.

W PZU rozumiemy tę konieczność i jesteśmy otwarci na współpracę ze start-upami. Aktywnie szukamy nowatorskich rozwiązań, które mogą przynieść realne korzyści biznesowe i zwiększyć satysfakcję naszych klientów.

Rocznie analizujemy ponad tysiąc pomysłów na innowacje i rozwiązań oferowanych przez start-upy. To zasługa programu PZU Ready for Startups, funkcjonującego z powodzeniem

od ponad 7 lat. Pozwala on rozwinąć się start-upom, które często potrzebują wsparcia w adaptacji do potrzeb biznesowych i we wyskalowaniu proponowanych rozwiązań. O tym, jak ważne w tych procesach jest doświadczenie partnera doskonale znającego rynek (jego ograniczenia i stojące przed nim wyzwania) oraz mającego dużą skalę, najlepiej świadczą liczby.

Z ponad 7 tys. pomysłów przeanalizowanych w PZU ciągu ostatnich 7 lat 77 przeszło fazę pilotażu. Z tego grona blisko 50 zostało wdrożonych w organizacji i przyniosło nam wymierne korzyści procesowe i finansowe. Wśród nich należy wymienić choćby rozwiązanie wykorzystujące sztuczną inteligencję w obsłudze szkód komunikacyjnych czy interaktywną porównywarkę OWU.

Jak pokazują dane, blisko 40 proc. projektów kończy się na etapie pilotażu. Nie traktujemy tego jako porażki. Wnioski z wdrożeń, które wyciągamy razem z naszymi partnerami, służą obu stronom. Są źródłem rozwoju i pomagają w poszukiwaniu innych innowacyjnych rozwiązań dla wyzwań, z którymi się mierzymy.

Wierzymy, że branżę ubezpieczeniową czeka niezwykle ciekawy i intensywny okres rozwoju w duchu innowacyjności. Zapraszam Państwa do lektury naszego najnowszego raportu poświęconego współpracy ze start-upami, a wszystkich, którzy razem z nami chcą realizować pionierskie projekty i zmieniać rynek ubezpieczeniowy, gorąco do tego zachęcam.

”

Rocznie analizujemy ponad tysiąc pomysłów na innowacje i rozwiązań oferowanych przez start-upy. To zasługa programu PZU Ready for Startups.

Grupa PZU

Jesteśmy największą grupą finansową w Europie Środkowo-Wschodniej. Działamy w pięciu krajach: w **Polsce, Estonii, Łotwie, Litwie i Ukrainie**, a nasze skonsolidowane aktywa w sektorze ubezpieczeń wynoszą ponad **111 mld zł**. Tylko w Polsce mamy ok. **22 mln klientów**. Jesteśmy liderem z ponad **40-procentowym udziałem** w rynku ubezpieczeń na życie i przeszło **30-procentowym udziałem** w rynku ubezpieczeń majątkowych. Znajdujemy się też w ścisłej czołówce na rynkach usług bankowych i inwestycyjnych oraz w obszarze opieki zdrowotnej. Na czele Grupy stoi **PZU SA**, spółka notowana od 2010 r. na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. PZU to jedna z najlepiej rozpoznawalnych polskich marek. Jej tradycje sięgają **1803 r.**, kiedy na ziemiach polskich powstało pierwsze towarzystwo ubezpieczeniowe.

Nasza nowa strategia jest osadzona na czterech głównych filarach biznesowych: **prostocie, koncentracji, rozwoju i zaangażowaniu**.



Obecnie wdrażamy nową strategię Grupy PZU na lata 2025-2027 „**Z pewnością przyszłość**”. Dzięki niej umocnimy pozycję lidera w zarządzaniu ryzykiem o wielkiej skali i partnera, który daje pewność w czasach zagrożeń, a także wyznacza najwyższe standardy na rynku finansowym. Nasza strategia jest osadzona na czterech głównych filarach biznesowych: prostocie, koncentracji, rozwoju i zaangażowaniu. Upraszczamy strukturę Grupy PZU i koncentrujemy się na rozwijaniu podstawowej działalności ubezpieczeniowej. Upowszechniamy cyfrowy model obsługi i inwestujemy w sektor zdrowotny. Uodporniamy społeczeństwo na zmienną i niepewną przyszłość. Poprzez edukację upowszechniamy ubezpieczenia, demokratyzujemy je i budujemy zaufanie do nich.

Od wielu lat współpracujemy z **ekosystemem start-upów**, testujemy i wdrażamy innowacje zmieniające oblicze naszego biznesu. Wierzymy, że współpraca ze start-upami może odbywać się na zasadzie *win-win*. Z myślą o nich powstał nasz program **PZU Ready for Startups**.



Rynek insurtech

Rynek insurtech od kilku lat doświadcza wyraźnego spadku aktywności inwestycyjnej, co potwierdzają dane przedstawione w raporcie CB Insights za 2024 r. Liczba inwestorów angażujących się w co najmniej dwie transakcje kapitałowe zmniejszyła się drastycznie – z 406 w 2021 r. do zaledwie 113 w 2024 r., co oznacza **spadek o 72 proc.** Jest on szczególnie wyraźny od 2022 r. i sugeruje, że po szczycie zainteresowania w 2021 r. inwestorzy stopniowo wycofują się z tego segmentu rynku.

Podobnie systematycznie maleją liczba transakcji i wartość finansowania insurtechów. W 2021 r. osiągnięto rekordowy poziom 802 transakcji o łącznej wartości **17,1 mld dolarów**, jednak od tego czasu trend jest spadkowy. W 2024 r. liczba transakcji zmniejszyła się do 362, a finansowanie wyniosło **4,5 mld dolarów**, co oznacza spadek o **28 proc.** rok do roku. To już trzeci z rzędu rok spadku liczby transakcji, co potwierdza, że branża insurtech jest dotknięta spowolnieniem. Według danych z portalu Statista w czerwcu 2024 r. w samej Europie działało ponad **1100 firm** insurtech.

Rynek insurtech przeszedł kilka kluczowych etapów ewolucji, które znacząco wpłynęły na branżę ubezpieczeniową. Pierwszy z nich, znany jako **cyfrowe ubezpieczenia** (*digital insurance*), zapoczątkował transformację w zakresie doświadczeń klienta, obsługi szkód i strategii cenowych. Wykorzystanie cyfrowych platform i sztucznej inteligencji pozwoliło stworzyć **nowe standardy** w zakresie efektywności, dostępności i ukierunkowania na potrzeby klienta. Firmy takie jak Lemonade czy Root Insurance stały się przykładami disruptorów w tej dziedzinie, oferujących bardziej spersonalizowane, szybkie i proste usługi.

W kolejnym etapie – **połączone ubezpieczenia** (*connected insurance*) – insurtechy odegrały rolę enablerów w ekosystemie ubezpieczeń. Wykorzystując technologie takie jak internet rzeczy (IoT) i źródła danych zewnętrznych, firmy te zwiększyły innowacyjność i efektywność w różnych segmentach rynku ubezpieczeń.

Przykładami insurtechów są firmy Next Insurance i Metromile, które poprzez integrację z IoT dostarczają rozwiązania bazujące na rzeczywistych danych. Metromile wykorzystuje dane o stanie pojazdów w czasie rzeczywistym, monitoruje przebieg i lokalizację pojazdów za pomocą urządzeń telematycznych. Next Insurance natomiast produkuje kamery samochodowe z telematyką, które umożliwiają obserwację stanu pojazdów i zachowań kierowców, co z kolei pozwala na adekwatniejszą ocenę ryzyka i odpowiednio spersonalizowaną ofertę ubezpieczeniową.

Ostatni etap – **generatywne ubezpieczenia** (*generative insurance*) – to nowa era ubezpieczeń, która odpowiada na wyzwania związane ze zmianami klimatycznymi, z generatywną sztuczną inteligencją i zagrożeniami cybernetycznymi. Firmy takie jak Parametrix wykorzystują AI do szybkiego i precyzyjnego dostosowywania polis ubezpieczeniowych w zależności od zmieniających się warunków pogodowych czy zagrożeń związanych z cyberbezpieczeństwem. Z każdą kolejną fazą insurtech nie tylko zmienia sposób oferowania ubezpieczenia, lecz także wskazuje kierunki przyszłej transformacji sektora, wprowadzając technologie pozwalające na tworzenie dynamicznych, dostosowanych do potrzeb klientów rozwiązań.



Sytuacja w Europie

Europejski rynek insurtech w ostatnim okresie doświadcza „ochłodzenia nastrojów”. W 2024 r. zaszły istotne zmiany, które przyciągnęły uwagę inwestorów. W Europie Zachodniej szczególnie wyróżnia się **Francja**, która stała się jednym z liderów w tym obszarze. Firmy takie jak Alan, oferujące cyfrowe ubezpieczenia zdrowotne, zyskały ogromną popularność dzięki prostej ofercie, dostosowanej do potrzeb nowoczesnych konsumentów. Alan pozyskał **193 mln dolarów** w rundzie F w 2024 r., co pozwoliło firmie kontynuować ekspansję na Starym Kontynencie.

Innym przykładem jest Akur8 – start-up działający w obszarze AI do przewidywania ryzyka i ustalania cen ubezpieczeń. Firma pozyskała **120 mln dolarów** w rundzie C w 2024 r., co podkreśla rosnącą rolę zaawansowanej analityki w sektorze ubezpieczeniowym. Inwestycje w technologię AI pozwalają insurtechom automatyzować procesy kalkulacji i personalizacji ofert, co skutkuje poprawą jakości usług i zwiększeniem efektywności operacyjnej.

Tractable – firma wykorzystująca sztuczną inteligencję do oceny szkód w pojazdach i nieruchomościach – zdobyła uznanie dzięki innowacyjnym rozwiązaniom. Ich technologia pozwala na szybkie

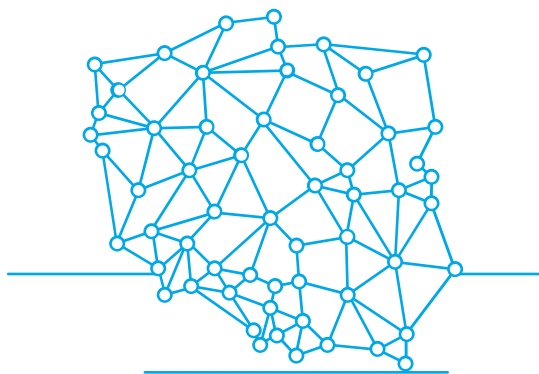
i dokładne oszacowanie szkód na podstawie zdjęć przestanych przez klientów, co znacząco przyspiesza proces obsługi.

Wefox – cyfrowy ubezpieczyciel z siedzibą w **Niemczech** – w wyniku restrukturyzacji w 2024 r. zakończył działalność w Polsce.

W Europie Centralnej i Wschodniej rynek insurtech wciąż jest w fazie rozwoju, ale już teraz pojawiają się ciekawe inicjatywy, takie jak programy akceleracyjne wspierające lokalne start-upy. Firmy, które łączą AI z tradycyjnymi produktami ubezpieczeniowymi, zdobywają popularność w regionie, szczególnie wśród młodszych klientów, którzy szukają bardziej elastycznych i dostępnych ofert.

Europejski rynek insurtech
w ostatnim okresie **doświadcza**
„ochłodzenia nastrojów”.





Sytuacja w Polsce

Polscy ubezpieczyciele coraz częściej dostrzegają korzyści płynące ze współpracy z insurtechami. Badania Deloitte wskazują, że **70 proc. ubezpieczycieli** w regionie Europy Środkowej podejmowało wspólne inicjatywy z insurtechami w ostatnich latach. Dla zdecydowanej większości firm, które jeszcze nie zdecydowały się na taką współpracę, ograniczeniem był deficyt odpowiednich zasobów i funduszy, nie zaś brak przekonania co do potencjalnych korzyści wynikających z realizacji tego typu projektów.

Z raportów cashless.pl i Startup Poland wynika, że polski sektor start-upów rośnie dynamicznie. Jest coraz więcej tych skupiających się na innowacjach w branży ubezpieczeniowej. Raport cashless.pl za 2024 r. wskazuje na znaczący rozwój polskich start-upów w obszarze insurtech i zwraca uwagę na **różnorodność modeli biznesowych i specjalizacji**, takich jak automatyzacja obsługi szkód czy analityka danych. Firmy często współpracują z dużymi ubezpieczycielami i oferują nowoczesne rozwiązania technologiczne. Jako główny gracz PZU wspiera start-upy poprzez programy takie jak **PZU Ready For Startups**. Z kolei raport Startup Poland (2024) pokazuje wzrost liczby inwestycji w polskie start-upy, szczególnie w technologie takie jak sztuczna inteligencja, medtech czy fintech. Te start-upy korzystają z finansowania zarówno krajowego, jak i zagranicznego. Wyzwania związane z regulacjami prawnymi i wymaganiami dotyczącymi bezpieczeństwa danych stanowią jednak przeszkodę w szybkiej współpracy z ubezpieczycielami.

Polska scena insurtech cieszy się zainteresowaniem inwestorów, a kilka start-upów z tego sektora pozyskało w 2024 r. znaczne finansowanie. Przykładem jest Minte.ai, który otrzymał **2 mln zł na rozwój technologii** wspierających ubezpieczycieli w obsłudze szkód. Z kolei Trasti, polski insurtech specjalizujący się w ubezpieczeniach komunikacyjnych, pozyskał wsparcie funduszu Movens Capital, dzięki któremu firma planuje rozwój na kolejnych rynkach i wdrożenie nowych produktów.

Natomiast polska firma DigitalCare, specjalizująca się w naprawie smartfonów, została wykupiona przez singapurską firmę Boltech, co może być dowodem na międzynarodowy potencjał polskich start-upów insurtech. Quantee – polski start-up oferujący platformę do dynamicznego ustalania cen ubezpieczeń – zdobył uznanie za swoje innowacyjne rozwiązania bazujące na sztucznej inteligencji. Firma współpracuje z wieloma lokalnymi i międzynarodowymi ubezpieczycielami, pomagając im w tworzeniu bardziej konkurencyjnych modeli cenowych.

Tego rodzaju transakcje i współpraca mogą świadczyć o **potencjale polskiego rynku start-upów ubezpieczeniowych**. Dzięki innowacyjnym rozwiązaniom, które zdobywają zainteresowanie krajowych i zagranicznych inwestorów, Polska staje się coraz bardziej rozpoznawalnym rynkiem w sektorze technologii ubezpieczeniowych.



Insurtechy według głównych obszarów działalności



Wiele obszarów / MGA

- Cachet • Climatica • Laven
- simpl.rent • Trasti Ubezpieczenia
- Unext • Wefox • Yu!



Produkt i underwriting

- Decision Sciences Company • Iceye
- Inssue Technologies • Quantee
- Skyblu.ai • Telematics Technologies
- Tensorflight • Ubezpieczenie IT



Dystrybucja

- Asekuro • Bolttech • Clicket
- Ebeema • Ecom • hiPRO
- iBooster • Insly • OLO Clever
- OTOAgent • Sandis
- Solutions for Agents • Udao



Likwidacja

- Carrot • Minte.ai • Telemedi

Źródło: cashless.pl.

Insurtech w pigułce – 10 lat innowacji w ubezpieczeniach



Jan Kastory
astorya.vc

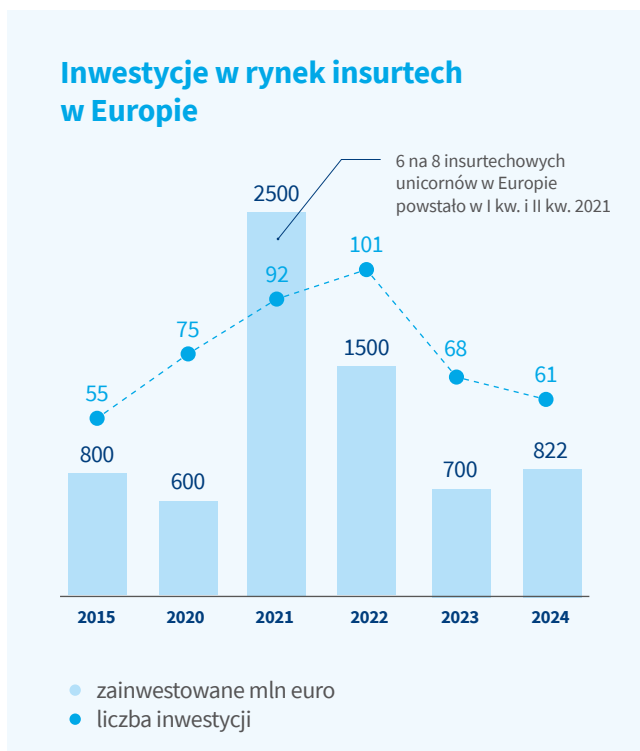


Boom inwestycyjny w 2021 r.

W szczytowym momencie 2021 r. europejskie insurtechy przyciągnęły 2,5 mld euro inwestycji – równowartość kwoty, za którą PZU przejęło bank Pekao SA. Gdyby te środki ulokowano we wszystkie insurtechach w 2021 r., PZU mogłoby dziś kontrolować 20 proc. udziałów w 92 firmach, w tym w 6 ubezpieczeniowych jednorożcach.

Początki insurtechów

Rok 2015 uznajemy w astorya.vc za symboliczną datę narodzin branży insurtech – wówczas hashtag #InsurTech zaczął zdobywać popularność w mediach społecznościowych. Pierwsza fala start-upów koncentrowała się na dystrybucji ubezpieczeń P&C online. Szybko okazało się jednak, że ten model jest kosztowny i nie wnosi znaczącej wartości dla klientów.



Największe insurtechy w Europie zebrały ponad 50 proc. całkowitego kapitału inwestycji (w mln euro; 2020-2024)



3 start-upy = 33 proc. całego kapitału zainwestowanego w insurtechy w Europie

Źródło: research.astorya.io.

Zmiana dynamiki rynku

Lata 2021-2023 przyniosły spadek wycen i powrót do bardziej realistycznych mnożników (6-8 × przychody wobec 20 × przychody w 2021 r.). Inwestorzy coraz bardziej doceniają stabilny wzrost i rentowność, a wśród liderów branży wyróżniają się m.in. Alan, Marshmallow, Descartes i Clark. Alan, pomimo korekty rynku, zwiększył wycenę z 2,9 mld dolarów w 2022 r. do 4 mld dolarów w 2024 r.

Ta korekta wywołała istotne zmiany w strategiach firm takich jak niemiecki Wefox. Start-up, który zebrał od inwestorów ponad 1 mld euro przy wycenie 4,5 mld euro, został zmuszony do sprzedaży części swoich aktywów i portfeli oraz do wycofania się z kluczowych, choć nierentownych rynków. Tylko dzięki temu inwestorzy zgodzili się na dalsze finansowanie, choć przy wycenie aż 10-krotnie niższej od historycznego maksimum.



Enterprise software i dążenie do rentowności

Druga fala insurtechu koncentruje się na spółkach technologicznych, które obsługują duże korporacje. Kluczowymi celami są tu optymalizacja procesów ubezpieczeniowych, wykrywanie oszustw i wsparcie kanałów sprzedaży. Przykładami liderów w tej dziedzinie są firmy takie jak Shift Technology (fraudy), Akur8 (pricing) i Tractable (FNOL – *first notice of loss*, czyli pierwsze zgłoszenie szkody), które wyznaczają nowe standardy w branży.

Insurtech 3.0: walka z nowymi ryzykami

W ostatnich miesiącach obserwujemy intensyfikację działań w kluczowym obszarze branży ubezpieczeniowej – zarządzaniu ryzykiem. Szczególną uwagę przyciągają nowe rodzaje ryzyk, które generują rosnące straty dla ubezpieczycieli, zarówno na świecie, jak i w Polsce. Wśród najbardziej innowacyjnych graczy wyróżniają się Descartes, oferujący ubezpieczenia od katastrof naturalnych, oraz Envelop Risk, wspierający zakłady ubezpieczeń w tworzeniu zaawansowanych produktów *cyber insurance*.



Źródło: research.astorya.io.



Najwięksi gracze i kluczowe rynki

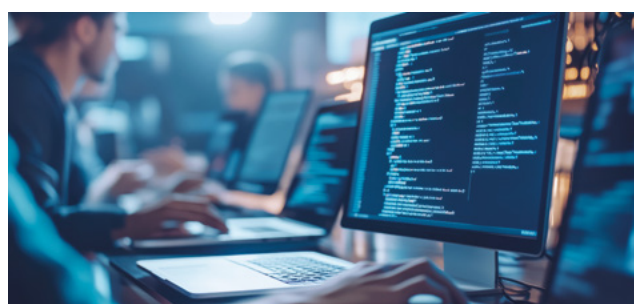
Rynki Wielkiej Brytanii, Francji i Niemiec dominują w branży insurtech – z 50 największych transakcji w ostatnich latach 42 miały miejsce właśnie w tych krajach. Niemiecki ekosystem jest jednak coraz większym wyzwaniem dla dynamicznie rozwijającej się Hiszpanii, która wyróżnia się otwartością na nowe technologie.

astorya.vc w akcji

W astorya.vc wspieramy lokalnych championów o globalnych ambicjach. Nasze portfolio obejmuje m.in. francuskie Zelros (AI dla agentów) i MedSmart (płatności zdrowotne), hiszpańskie Weecover (*embedded insurance*) i Wenalyze (API danych SME) oraz niemieckie Embea (ubezpieczenia na życie w modelu *unbundled*).

Co dalej?

Każdy problem można rozwiązać dzięki start-upom. Oferują one nie tylko zaawansowane produkty technologiczne, ale przede wszystkim pracują w nich zespoły utalentowanych ludzi. Warto korzystać z ich wiedzy i umiejętności!





Obecnie ponad **40** proc.
unicornów bazuje na AI.

Liczba nowych unicornów:

2021 – 540

vs **2024 – 72**

to dowód na to, że rynek przeszedł z fazy entuzjazmu do fazy konserwatywnej/ostrożnej. Mniej unicornów w ciągu ostatnich 10 lat było tylko w 2016 r.

Trendy

Generatywna sztuczna inteligencja (GenAI)

Coraz częściej wspiera ubezpieczycieli w automatyzacji procesów, analizie danych i tworzeniu spersonalizowanych ofert. Umożliwia dynamiczne generowanie dokumentów, automatyzację obsługi klienta oraz optymalizację oceny ryzyka. Dzięki tej technologii firmy mogą szybciej reagować na potrzeby klientów i dostosowywać swoje produkty do zmieniających się warunków rynkowych.

Wizja komputerowa

Rozpoznawanie obrazów i analiza wideo pozwalają na automatyzację oceny szkód w ubezpieczeniach komunikacyjnych i majątkowych. Wizja komputerowa wspiera także identyfikację ryzyka w czasie rzeczywistym i umożliwia inspekcję w trudno dostępnych miejscach dzięki dronom i kamerom.

Technologie kosmiczne i podwójnego zastosowania (*dual-use technologies*)

Dane satelitarne znajdują coraz szersze zastosowanie w ocenie ryzyka katastrof naturalnych, monitorowaniu upraw i analizie zmian klimatycznych. Ubezpieczyciele wykorzystują je do dokładniejszej wyceny polis oraz przyspieszenia reakcji na szkody.

Chmura obliczeniowa

Technologie chmurowe umożliwiają przetwarzanie i przechowywanie ogromnych ilości danych w sposób skalowalny, bezpieczny i efektywny kosztowo. Usprawniają współpracę między zespołami, wdrażanie nowych produktów i automatyzację obsługi klientów.



Internet rzeczy (IoT)

Urządzenia IoT dostarczają dane w czasie rzeczywistym, umożliwiając dynamiczne zarządzanie ryzykiem. Monitorowanie zdrowia, stylu jazdy czy stanu nieruchomości pozwala na tworzenie bardziej elastycznych i spersonalizowanych polis. Ubezpieczyciele mogą również wykorzystywać IoT do prewencyjnego ograniczania ryzyka.

Hiperpersonalizacja

Wykorzystanie sztucznej inteligencji i analityki danych pozwala dostosowywać produkty ubezpieczeniowe do indywidualnych potrzeb klientów. Algorytmy analizują ich zachowania, preferencje i dane o stylu życia. Umożliwia to oferowanie polis skrojonych na miarę klientów, a co za tym idzie, zwiększa ich satysfakcję.

Ubezpieczenia wbudowane (*embedded insurance*)

Integracja ubezpieczeń w produkty i usługi, takie jak zakup samochodu, rezerwacja lotu czy wynajem nieruchomości, staje się coraz popularniejsza. Upraszcza to proces zakupu i sprawia, że ubezpieczenia stają się bardziej dostępne i wygodne.

Cyfrowy bliźniak (*digital twin*)

Tworzenie cyfrowych bliźniaków pozwala na symulację stanu obiektów, infrastruktury i zachowań ludzi w różnych scenariuszach ryzyka. Ubezpieczyciele mogą dokładniej przewidywać potencjalne szkody, optymalizować warunki polis i zwiększać precyzję modeli aktuarialnych.

Well-being i prewencja

Ubezpieczyciele coraz częściej inwestują w programy promujące zdrowy tryb życia, oferując aplikacje, zniżki i nagrody za aktywność fizyczną czy zdrowe nawyki. Takie podejście pomaga zmniejszać ryzyko, co wpływa na obniżenie kosztów polis i poprawę relacji z klientami.

Autonomiczni agenci AI

To systemy sztucznej inteligencji, które mogą realizować określone cele bez konieczności ingerencji człowieka. Po otrzymaniu zadania same tworzą listę działań, wykonują je i dynamicznie zmieniają priorytety w zależności od okoliczności, aż do osiągnięcia zamierzonego rezultatu.

Świat insurtechów



Matt Ferguson

Managing Partner,
Sørn

Umarł insurtech, niech żyje insurtech! – spróbuję krótko wyjaśnić i obronić to sprzeczne stwierdzenie. Insurtech to rynek, na którym były widoczne niesamowite wzloty, z zainwestowanymi ponad 50 mld dolarów (globalnie), w tym z gwałtownie rosnącymi wycenami w 2021 r., kolosalnymi IPO i SPAC i wchodzącymi na giełdę markami, które były w centrum uwagi.

Ale od tego czasu pojawiły się również nowe wyzwania. Obszar ten zmagał się z zawirowaniami gospodarczymi i geopolitycznymi, konfliktami oraz poważnymi problemami PR i handlowymi. Dotyczyły one tych insurtechów, które były przedmiotem publicznego obrotu. Kapitał inwestorski prawie wysechł, a łączne globalne inwestycje spadły o prawie 50 proc. rok do roku w latach 2021-2023 – w dużej mierze z powodu braku dużych inwestycji (o wysokości ponad 100 mln USD) oraz zaniknięcia IPO i SPAC. Ci, którzy nie mieli jasnej ścieżki do rentowności i nie zadbali o płynność finansową, byli (masowo) narażeni i widzieliśmy szereg zamknięć i wyprzedaży aktywów.

Sceptycy twierdzili, że insurtech był porażką, optymiści mieli nadzieję na jego bardziej zrównoważone odrodzenie. Gdzie więc jesteśmy teraz? Cóż, moim zdaniem pod pewnymi względami insurtech, który znaleźliśmy, jest martwy. Czasy napędzanego przez VC podejścia *growth-at-all-cost* z pewnością minęły. I słusznie – ubezpieczenia to trudny biznes i przetrwają tylko najsilniejsi. Choć wydaje się to oczywiste, kluczowe jest połączenie technologii i wiedzy branżowej z jasną ścieżką do uzyskania rentowności. Inwestorzy mają kapitał, lecz są ostrożni (rozsądni?) co do tego, na co postawić swoje zakłady.

Sam termin „insurtech” również zmienił definicję. Widzieliśmy ewolucję insurtechów od 1.0 do 2.0, ale ubezpieczyciele coraz częściej postrzegają je tak jak każdego innego dostawcę technologii. Chcą zrozumieć, kim są dostawcy najlepsi w swojej klasie, niezależnie od tego, czy należą do insurtechów, czy nie. Słyszeliśmy, że przejawia się to też w doświadczeniach founderów – szczególnie w sposobie, w jaki angażują się w procesy zakupowe.

To oznacza, że technologia ubezpieczeniowa nie upada i dowodzi tego szereg wskaźników. Na początek przyjrzyjmy się krajobrazowi inwestycyjnemu. Wygląda na to, że w 2024 r. globalne inwestycje odnotują (umiarkowany) wzrost rok do roku. Ekscytacja jest jednak tonowana przez ostrożność inwestorów w alokowaniu kapitału, co prawdopodobnie spowoduje znaczny spadek liczby transakcji rok do roku. Niemniej jednak w pewnym momencie będą musieli zainwestować środki... Następnie mamy inwestycje na wczesnym etapie (seria A lub wcześniejsze), które pozostały stosunkowo stabilne w latach 2022-2024 (w przeciwieństwie do dużych inwestycji, które zostały mocno ograniczone). Również jest to stały punkt zainteresowania ubezpieczycieli – tylko w pierwszej połowie 2024 r. ok. 60 proc. wszystkich czynionych przez nich inwestycji trafiło do tych ostatnich przedsięwzięć. Pamiętajmy, że to właśnie te firmy – jeśli przetrwają – będą kształtować przyszłość naszej branży, więc są ważnym wskaźnikiem dla jej przyszłej kondycji.

Ale nie chodzi tylko o liczby. Przed ubezpieczycielami stoją fundamentalne wyzwania. Muszą oni dbać o bardziej efektywne operacje, wykorzystywać możliwości rozwoju i zaspokajać potrzeby klientów, a jednocześnie radzić sobie z nowymi i ewoluującymi zagrożeniami. Prawdopodobnie wszyscy możemy się z nimi utożsamiać – ze względu na bezpośrednie doświadczenia związane z eksploracją wartości AI lub obserwacje bezpośredniego wpływu zmian klimatycznych.

Technologia odgrywa kluczową rolę w umożliwianiu organizacjom poruszania się w tak złożonym i szybko zmieniającym się kontekście. Te same organizacje coraz częściej wymagają też krótkoterminowych zwrotów (H1) z wszelkich działań innowacyjnych. W rzeczywistości próba budowania wszystkiego wewnątrz oraz rekrutacja, rozwijanie i utrzymywanie (nie wspominając o kosztach) niezbędnych talentów to herkulesowy wysiłek.

To właśnie tutaj zyskało na popularności *open innovation* – praktyka pozyskiwania pomysłów ze źródeł zewnętrznych (a także wewnętrznych) w celu sprostania temu zapotrzebowaniu i zyskania *know-how*. Umożliwia to szybkie identyfikowanie, ocenianie i dostarczanie wymaganych zdolności, które pomogą im sobie radzić i rozwijać się. Moim zdaniem, dopóki ubezpieczyciele będą potrzebować kluczowych zdolności do zwiększenia odporności, usprawnienia operacji i napędzania wzrostu, dopóty rynek insurtech będzie istniał. Bez wątpienia będzie on ewoluował, lecz założę się, że te podstawowe potrzeby w najbliższym czasie nie znikną.



Silvia Milián

Insurance Senior Advisor,
Qorus

Przewiduje się, że po kilku gorączkowych latach globalne finansowanie insurtechów przez VC ustabilizuje się i będzie prawie takie samo jak w ubiegłym roku, przy czym europejski rynek insurtech nadal wykazuje wzrost. Jest on rozdrobniony, a nowe start-upy pojawiają się głównie w Wielkiej Brytanii, Niemczech i we Francji.

Ekosystem branży ubezpieczeniowej w Europie bazuje na relacjach między insurtechami a tradycyjnymi ubezpieczycielami. Niektóre start-upy sprzedają swoje produkty ubezpieczeniowe, lecz większość tych, które powstały w ciągu ostatniej dekady, koncentrowała się na dystrybucji. Zaczynały od dystrybucji online bezpośrednio do klientów, następnie wprowadzały rozwiązania dla istniejących kanałów dystrybucji, takich jak agenci i brokerzy, a teraz same się stają dystrybutorami i umożliwiają wbudowane ubezpieczenia, w wielu przypadkach za pośrednictwem modeli SaaS.

Na rynku jest obecna nowa fala start-upów, które wyniosły cenne lekcje z poprzednich doświadczeń i zajmują się wydajnością operacyjną w całym łańcuchu wartości, a także zaspokajają zwiększone zapotrzebowanie klientów na innowacyjne rozwiązania.

Tradycyjni ubezpieczyciele pokrywali ryzyka na podstawie danych historycznych. Insurtechy wykorzystują technologie i dane, aby wprowadzać nowe rozwiązania. Skupiają się na aktualnych zagrożeniach, takich jak szkody spowodowane zmianami klimatu, pojazdy elektryczne, zasoby cyfrowe i zagrożenia cybernetyczne. Duże firmy insurtech pojawiają się również w sektorze opieki zdrowotnej, ponieważ przyszłość branży zdrowotnej leży w profilaktyce.

Głównymi wyzwaniem dla insurtechów pozostają regulacje prawne i talenty. Istnieje zwiększone zapotrzebowanie na talenty w zakresie nowych technologii (np. dane i analityka, sztuczna inteligencja, IoT), ze strony zarówno insurtechów, jak i programów transformacji cyfrowej u tradycyjnych ubezpieczycieli. Dostrzegamy nie tylko zastosowanie sztucznej inteligencji w całym łańcuchu wartości, lecz także wzrost liczby przypadków użycia generatywnej AI w branży ubezpieczeniowej, które wymagają nowych specjalistycznych umiejętności.

Oczekuje się, że europejski rynek insurtech będzie doświadczał znacznego wzrostu i transformacji w nadchodzących latach.

”

Głównymi wyzwaniami dla insurtechów pozostają regulacje prawne i talenty.





Ida Krzemińska-Albrycht

redaktor prowadząca
cashless.pl

Polski rynek insurtech to wciąż środowisko młode i dopiero nabierające kształtów. Nawet przy dość szerokiej definicji start-upu ubezpieczeniowego nie naliczymy takich podmiotów więcej niż kilkadziesiąt, podczas gdy w USA, czy nawet w bliższych nam Wielkiej Brytanii i Francji, jest ich po kilkaset. Trudno się jednak spodziewać takich samych plonów, skoro uprawę rozpoczęto później, a znacznie mocniej przykręcony kranik ze wsparciem finansowym nie pozwala na tak samo obfite podlewanie.

Czym się zajmują polskie insurtechy i w jakiej formule działają? Z raportu cashless.pl „InsurTechy w Polsce” wynika, że najwięcej jest tych, które za cel postawiły sobie usprawnienie dystrybucji ubezpieczeń (zwykle poprzez oferowanie narzędzi dla pośredników). Mniejszą reprezentację mają podmioty, których działalność skupia się wokół tworzenia produktów, underwritingu czy likwidacji szkód. Aż 3/4 start-upów ubezpieczeniowych działających na polskim rynku wybrało dla siebie rolę dostawcy oprogramowania lub technologii dla ubezpieczycieli czy pośredników, a zaledwie kilka podmiotów formułę MGA. Preferowanym przez nie modelem biznesowym

jest relacja B2B, ewentualnie B2B2C. Mało który podmiot chce się zwracać bezpośrednio do klienta detalicznego. Gdyby więc chcieć umieścić polskie insurtechy w skali rozciągającej się od zaciekłych konkurentów ubezpieczycieli, chcących wygrzyżć skostniałe organizacje, do technologicznych partnerów, którzy pragną wesprzeć działania ubezpieczyciela na wybranym odcinku ubezpieczeniowego łańcucha wartości, lokalne podmioty plasowałyby się zdecydowanie bliżej tego drugiego końca skali.

Odnosząc to do trendów światowych, można by stwierdzić, że rodzime start-upy nie wpisały się w pierwszą falę insurtechu, której ambicją było wyrzucić stolik ubezpieczeniowcom. Ambicją skądinąd niezrealizowaną, bo do tej pory nie pojawiła się żadna marka, która mogłaby nosić miano ubezpieczeniowego disruptora. Start-upy mogą jednak wykorzystać szansę w drugiej fali, która – jak się wydaje – może się bardziej skupiać na wspieraniu ubezpieczycieli i kooperacji z nimi. Potwierdzeniem formowania się tego trendu zdaje się być m.in. decyzja najwyższej wycenianego europejskiego insurtechu – Wefoxa, który postanowił przestać bawić się w ubezpieczyciela, sprzedał swoje towarzystwo i skupił się na roli dostawcy technologii.

Czy doczekamy się polskich jednorożców? Dobre pomysły i rozsądni start-upowcy na naszym rynku są. Potrzeba jeszcze więcej mądrej współpracy z zakładami ubezpieczeń, większej otwartości na świeże inicjatywy i z pewnością większych inwestycji finansowych. Trzeba siać, podlewać i pielęgnować.





Aleksandra E. Wysocka

redaktorka naczelna
„Gazety Ubezpieczeniowej”

Polski rynek insurtech przeszedł ewolucję – start-upy, które miały zrewolucjonizować branżę, ustąpiły miejsca średnim i dużym firmom, lepiej odpowiadającym na oczekiwania korporacji ubezpieczeniowych i gotowym wpisać się w ich sposoby działania. Te podmioty, wywodzące się z sektorów bankowego, IT, publicznego czy nieruchomości, wnoszą skalowalne i zgodne z regulacjami rozwiązania. Rynek dojrzewa, a kluczowe technologie takie jak analityka danych, IoT, MedTech czy RegTech kształtują jego przyszłość.

Wykorzystanie zewnętrznych baz danych otwiera nowe możliwości w prcingu, ofertowaniu i likwidacji szkód. Połączenie danych pogodowych z historią roszczeń pozwala precyzyjniej modelować ryzyko, redukować koszty i skracać czas obsługi. Likwidacja szkód, dzięki narzędziom bazującym na AI, staje się szybsza i dokładniejsza – automatyczna analiza zdjęć i dynamiczne modele wyceny umożliwiają rozstrzygnięcie spraw w ciągu godzin, a nie dni.

IoT przesuwą akcent na prewencję. Czujniki monitorujące ryzyka, takie jak pożary czy zalania, w czasie rzeczywistym zapobiegają szkodom, zmieniając rolę ubezpieczyciela z reagującego na przewidującego. MedTech wprowadza nowe możliwości w ubezpieczeniach zdrowotnych – zarządzanie wizytami, optymalizacja zasobów czy zaawansowana diagnostyka wspierają efektywność i personalizację usług.

RegTech odpowiada na rosnące wymogi regulacyjne. Automatyzacja raportowania, analiza danych w czasie rzeczywistym i systemy wykrywające nieprawidłowości

wspierają zarówno ubezpieczycieli, jak i regulatorów, takich jak KNF, który potrzebuje bardziej efektywnych metod nadzoru. W obliczu zmian klimatycznych kluczowe znaczenie mają technologie zarządzania ryzykami katastroficznymi – modele powodziowe i dane satelitarne pozwalają lepiej przewidywać i ograniczać skutki ekstremalnych zjawisk pogodowych.

Mimo dynamicznego rozwoju branża zмага się z wyzwaniami. Przeszarżałe systemy IT ubezpieczycieli utrudniają integrację nowych technologii, a brak standardów w obszarze danych ogranicza współdzielenie informacji.

Największym zagrożeniem jest jednak brak konsekwencji i rozproszenie działań. W wielu organizacjach brakuje osoby na szczycie zarządu – innovation ownera, który dbałby o ciągłość i spójność ekosystemu innowacji. Bez jasnej wizji i centralnej odpowiedzialności za transformację ryzyko utraty potencjału insurtech'a jest realne.

Dla mniejszych podmiotów kluczowym wyzwaniem staje się skuteczna współpraca z korporacjami. Samodzielny sukces rynkowy niewielkiego gracza z obszaru insurtech to dziś raczej wyjątek niż reguła. Tylko umiejętność budowania długofalowych partnerstw pozwoli im przetrwać i rozwijać się w konkurencyjnym środowisku. Aby insurtech w Polsce uwolnił swój potencjał, są potrzebne spójne strategie, zaangażowanie liderów oraz zdolność do współdziałania dużych i małych podmiotów.

Warto zauważyć, że przełomowe innowacje często rodzą się w *back office* – w obszarach takich jak automatyzacja procesów, optymalizacja operacji czy zarządzanie danymi. To właśnie tam technologia przynosi największe korzyści w postaci efektywności kosztowej, szybkości działania i poprawy jakości obsługi. Budowanie solidnych fundamentów operacyjnych jest kluczowe dla sukcesu zarówno insurtechów, jak i ich partnerów korporacyjnych.



Samodzielny sukces rynkowy niewielkiego gracza z obszaru insurtech to dziś raczej wyjątek niż reguła. Tylko umiejętność budowania długofalowych partnerstw pozwoli im przetrwać i rozwijać się w konkurencyjnym środowisku.

Morderstwo, katastrofy i jednorożce



Jan Kastory

astorya.vc

W minionym roku miały miejsce trzy wydarzenia, które skłoniły mnie do refleksji nad rolą zakładów ubezpieczeń.

Start-upowcom powtarza się jedno: „Twórzcie wartość dla klientów albo gińcie”. Dla United HealthCare to hasło zyskało dramatyczny wymiar. Gdy prezes tej amerykańskiej firmy został zamordowany, świat przypomniał sobie o ciemnej stronie firmy i branży – 32 proc. odrzucanych roszczeń medycznych, pozwy za wyłudzenia i oszustwa. Nieodpowiedzialność ubezpieczyciela przestała być abstrakcją. Kosztowała życie. Dostownie.

Najlepsze start-upy odnoszą sukcesy, bo mają diametralnie inną mentalność. Ich misją jest budowanie wartości poprzez rozwiązywanie problemów. Prosta polisa i szybka wypłata to podstawy. Przewagą najlepszych jest wartość dodana. Często jest ona dla klienta bardziej namacalna niż polisa. Francuski Alan zbudował platformę do administrowania polisami i zdobył serca zespołów HR. Szwedzki Evident Life buduje prewencję zdrowotną już na etapie underwritingu. Czeski Direct pomaga firmom zarządzać finansami. Czy klient, odnawiając usługę, wybierze tańszą opcję? Czy tę, która pomaga mu rozwiązywać codzienne problemy?

Woda zniszczyła wszystko...

...domy i majątki tysięcy ludzi. Powódź na Dolnym Śląsku dowiodła, że katastrofy naturalne stają się codziennością. Ich koszt? W 2023 r. wyniosły 130 mld dolarów. Prognozy są bardzo niepokojące, bo straty podwajają się co dekadę. W Kalifornii, Teksasie czy na Florydzie luki ubezpieczeniowe nie wynikają z niskiej skłonności zakupowej klientów, lecz z niechęci firm do podejmowania ryzyk, których nie potrafią skutecznie oszacować, oraz z opuszczania klientów w potrzebie.

Branża ubezpieczeniowa powstała po wielkim pożarze Londynu w 1666 r. Czy potrafi stawić czoła dzisiejszym „pożarom”: katastrofom naturalnym, cyberprzestępczości, niebezpieczeństwom związanym z AI, chorobom cywilizacyjnym?

Wielkim wyzwaniem jest wyjście z roli likwidatora i wejście w rolę strażnika. Rosnące straty wołają o zmianę podejścia. Duże firmy adaptują się powoli. Na horyzoncie widać szybszych w reakcji przedsiębiorców, tworzących nowe modele

ubezpieczeń. Francuski Descartes Insurance ubezpiecza ryzyka katastrof naturalnych w sposób ograniczający ryzyko i wypłacający szybkie szkody. Wcześniej założyciel Descartes stworzył AXA Climate. Holenderski Eye Security i brytyjski Envelope Risk celują w cyberprzestępczość. Ubezpieczenia cyber sprzedają jedynie w towarzystwie przeznaczonego dla nich oprogramowania. Obniżają ryzyko – klienta i własne. Tradycyjna polisa ubezpieczeniowa ustępuje miejsca prewencji. Czy tradycyjni ubezpieczyciele również tak zrobią?

Jednorożce w Europie występują rzadko

Od 50 lat w Unii Europejskiej nie powstała żadna firma o wartości 100 mld euro. Natomiast w USA... jest sześć gigantów wycenianych na ponad 1000 mld! „Europa przestaje nadążać” – ostrzega Mario Draghi w swoim raporcie. „To wyzwanie egzystencjalne” – dodaje.

Politycy szukają źródeł finansowania innowacji. Zaczynają orientować się, jak wielkimi aktywami zarządzają ubezpieczyciele i jak bardzo są w tym finansowaniu bierni. Ich inwestycje w *venture capital* – sektor kluczowy dla innowacji – wynosi zaledwie 0,1 proc. aktywów.

Gdy się zorientują, zaczną zarządzających motywować kijem. Powstanie więcej centralnych projektów jak francuska inicjatywa prof. Tibi i niemiecka WIN, które skupiają ubezpieczycieli w inwestowaniu w branżę *venture capital* – zresztą bardzo rentowną.

Warto zacząć inwestować w *venture capital*, żeby uniknąć kija. Ale celem powinna być marchewka. Powiększenie rynku życiowego i emerytalnego oznacza wzrost pieniądza, który zasila *venture capital*. „Panie Ministrze, przecież my chcemy inwestować w *venture capital*. Pomóż nam sprzedawać więcej IKE, IKZE, PPK, polis na życie, a będzie więcej kapitału na innowacje” – powinien brzmieć głos branży. Niewielu inwestorów może wykorzystać swoje aktywa do wpływania na ważne kwestie gospodarcze i w starania o realizację własnych celów.

Rola branży ubezpieczeniowej jest znacznie ważniejsza niż to, jak postrzegamy ją w codziennej pracy. Pytanie, czy chcemy podjąć się tej roli i kształtować przyszłość naszych społeczeństw?

Innowacje i AI w PZU



Marcin Kurczab

dyrektor ds. innowacji i AI, PZU

Przyszłość, którą nie tak dawno postrzegano jako odległą, dziś staje się elementem teraźniejszości. Postęp technologiczny i rozwój ekosystemu insurtechów wymusza na Grupie PZU konieczność podejmowania działań w celu utrzymania jej konkurencyjności. Robimy to z wielką przyjemnością i zaciekawieniem. W tym kontekście Zespół Innowacji i AI pełni ważną rolę polegającą na generowaniu pomysłów na nowe rozwiązania oraz na sprawnym testowaniu i wdrażaniu najlepszych z nich. Skupiamy się na transformacji *core* biznesu PZU przy wykorzystaniu siły i elastyczności ekosystemu start-upów w Polsce i za granicą.

Opracowaliśmy elastyczne zasady testowania innowacyjnych rozwiązań, pozwalające na korzystanie z najlepszych praktyk z całego świata. Kluczem do sukcesu naszych projektów jest dobre zrozumienie specyfiki biznesu ubezpieczeniowego PZU i możliwości nowych technologii. Utrzymujemy bliskie relacje ze wszystkimi jednostkami biznesowymi w Grupie PZU, co umożliwia nam identyfikację obszarów, w których innowacyjne rozwiązania mogą być szczególnie potrzebne. Jednocześnie koncentrujemy się na zagadnieniach biznesowych, które mają największy priorytet dla PZU. Regularnie skanujemy też szeroko pojęty ekosystem start-upów i nowych technologii, starannie selekcjonujemy obiecujące rozwiązania na rynku i zapraszamy do współpracy najlepsze start-upy.

Zespół Innowacji i AI Grupy PZU kładzie nacisk na działanie, a nie słowa. Najlepsze innowacje rzadko kiedy powstają na papierze, a dużo częściej są rezultatem działań w duchu *learning by doing* oraz świadomego rozwoju na podstawie uzyskiwanych rezultatów. Dlatego staramy się jak najszybciej testować rozwiązania, w które wierzymy. Jesteśmy świadomi, że nasze projekty niosą ze sobą pewne ryzyko, ale elastyczne podejście umożliwia nam odważne eksperymentowanie i ponoszenie porażek, co jest nieodłączną częścią procesu tworzenia innowacji. Około 40 proc. realizowanych projektów nie jest przekazywanych do wdrożenia i kończy swój żywot po pilotażu. Na szczęście jest też pozostałe 60 proc., które przechodzi „na produkcję”. Łączna liczba wdrożonych tematów w ciągu 7 lat działania programu PZU Ready for Startups to już blisko 50 projektów. Przynoszą one korzyści dla PZU liczone w dziesiątkach milionów złotych rocznie. Innowacje i nowe technologie mają moc.

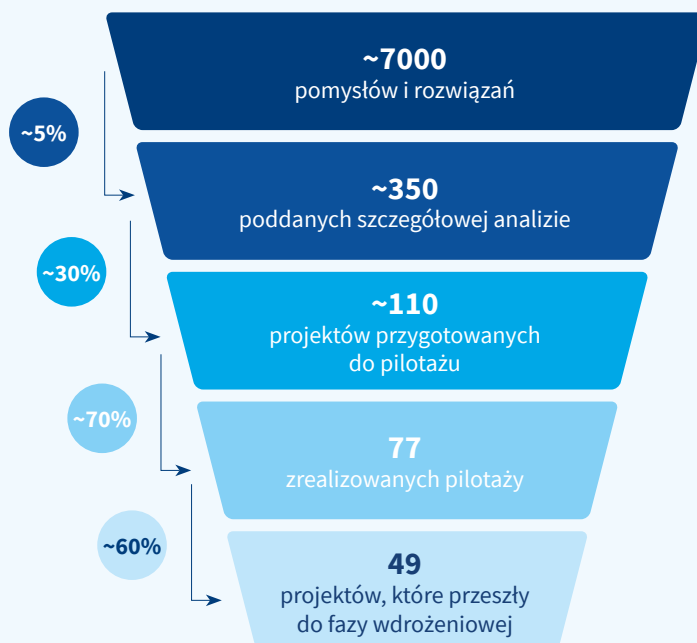
Nie byłoby to możliwe, gdyby nie fantastyczni partnerzy w postaci start-upów, z którymi możemy współpracować na co dzień. Wierzymy w to, że współpraca dużej organizacji

z młodą firmą technologiczną może odbywać się na zasadzie *win-win*. Rozumiemy specyfikę start-upów oraz ich bolączki i jesteśmy w stanie skutecznie przeprowadzać je przez nasze procesy korporacyjne. Start-upy traktujemy jak naszych partnerów, a nie jak vendorów. Chcemy, żeby mogły skupiać się na tym, w czym są najlepsze, czyli na rozwiązywaniu ważnych i specjalistycznych problemów biznesowych przy wykorzystaniu najnowszych technologii. PZU jest *ready for startups* i dziękuje start-upom, że ze swoimi pomysłami i technologiami są *ready for PZU*.

Proces wdrażania innowacji w PZU

- 1 **Generowanie pomysłów** – zbieramy potrzeby biznesowe i wyszukujemy innowacyjne pomysły, które mogą przyczynić się do poprawy działania organizacji.
- 2 **Szczegółowa analiza** – pomysły i potrzeby biznesowe są dokładnie sprawdzane pod względem wykonalności, korzyści, ryzyka i zgodności z celami strategicznymi PZU.
- 3 **Przygotowanie do pilotażu** – wypracowujemy jego zakres i plan oraz uzyskujemy zgodę na jego realizację.
- 4 **Pilotaż** – następują *kick-off* i testowanie narzędzia/rozwiązania w celu weryfikacji wcześniej postawionych hipotez. Testujemy w duchu *learning by doing* i w trakcie prac niejednokrotnie modyfikujemy podejście (tzw. *pivot*) w celu uzyskania jak najlepszych wyników.
- 5 **Wdrożenie** – po zakończeniu pilotażu i uzyskaniu pozytywnych wyników innowacja jest wprowadzana na większą skalę w organizacji. Czynione są zmiany w procesach, infrastrukturze i systemach IT, aby umożliwić pełne wdrożenie technologii.

Lejek projektowy po 7 latach działania Zespołu Innowacji i AI (2018-2024)



W ciągu 7 lat działalności Zespołu Innowacji i AI przeanalizowaliśmy ponad 7 tys. pomysłów na nowe rozwiązania w Grupie PZU. Około 5 proc. z tej liczby zostało poddanych szczegółowej weryfikacji, obejmującej walidację biznesową, zarys business case'u, wykonalność prawną i technologiczną itd.

Blisko 110 tematów przygotowaliśmy do pilotażu, z czego pilotaż został przeprowadzony dla 77 rozwiązań, a 49 z nich przekazano do wdrożenia. To daje nam wskaźnik sukcesu na poziomie ok. 60 proc. w kontekście projektów przeznaczonych do wdrożenia po pilotażu.

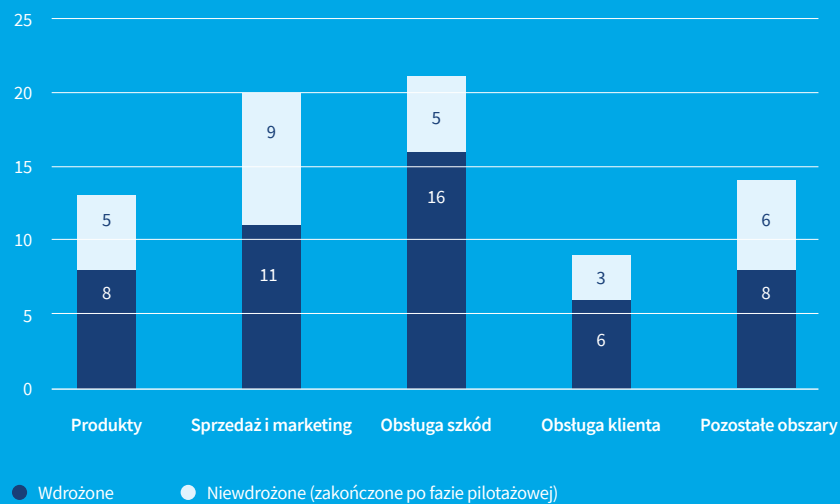
Warto zaznaczyć, że niektóre z wdrożonych rozwiązań już nie funkcjonują w PZU ze względu na np. określone czasowo ramy działania lub brak potrzeby biznesowej (wyczerpanie się formuły). Takich projektów jest 10.

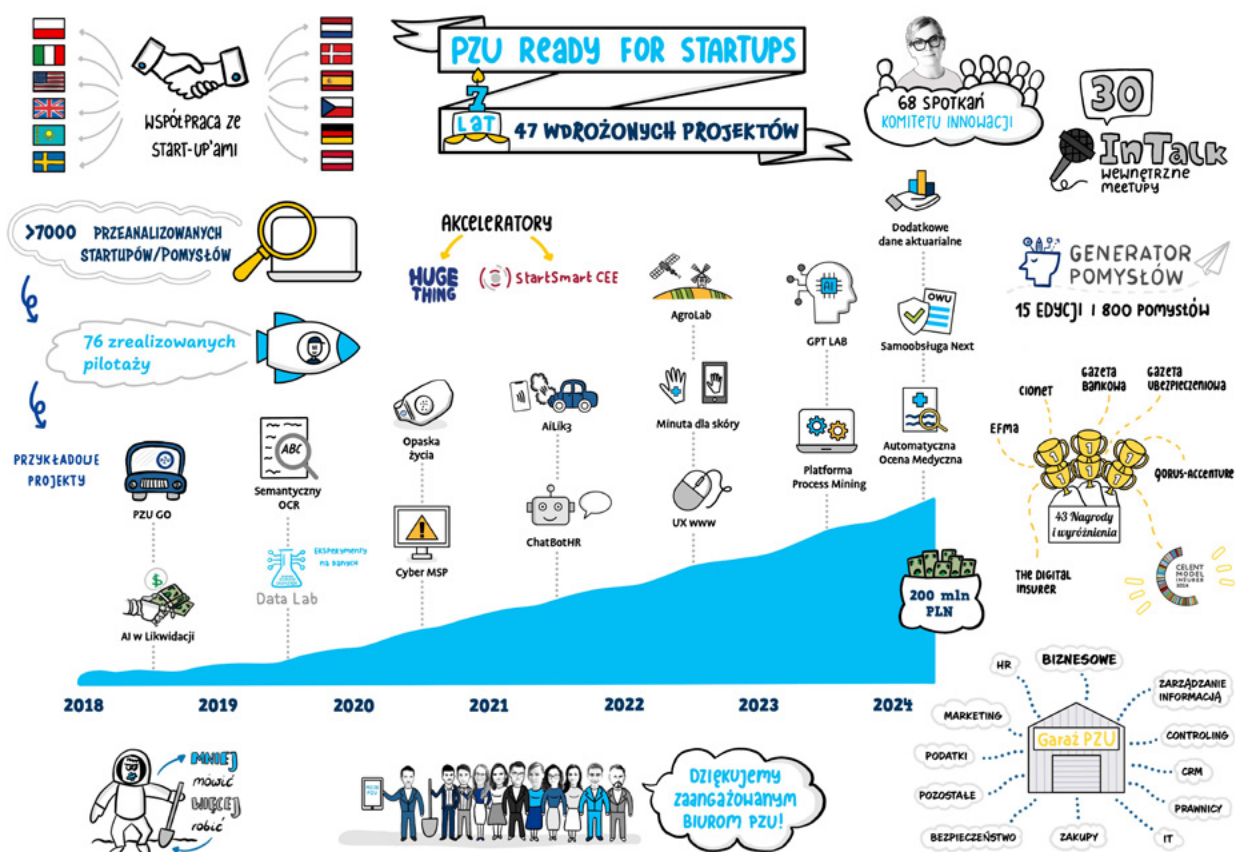


Zrealizowane korzyści netto
z wdrożonych do tej pory projektów to

ponad **200** mln zł.

Portfel zakończonych projektów





Cechy dobrego start-upu

Każdego roku analizujemy około tysiąc pomysłów na innowacyjne projekty, które moglibyśmy realizować wspólnie ze start-upami. Jakie aspekty bierzemy pod uwagę?

- 1 Rozwiązanie istotnego problemu biznesowego**
 Najważniejszym aspektem jest to, czy produkt pozwala na bezpośrednie rozwiązanie kluczowego wyzwania i generuje realną wartość dla ubezpieczyciela i/lub jego klientów.
- 2 Wyraźne korzyści biznesowe**
 Mierzalne efekty, jak oszczędność zasobów czy zwiększenie zysków, to kluczowe elementy, decydujące o naszym zainteresowaniu projektem i jego sukcesie.
- 3 Nowatorstwo i zweryfikowany pomysł do zastosowania w branży ubezpieczeniowej**
 Pomysł powinien być nie tylko innowacyjny, lecz także możliwy do wdrożenia. Dodatkowym atutem jest jego walidacja poprzez opinie klientów, wyniki wstępnych testów czy też udokumentowaną współpracę twórców z innymi firmami z sektora finansowego.
- 4 Bezpieczeństwo projektu i ochronę własności intelektualnej**
 Cyberbezpieczeństwo oraz prawna ochrona pomysłu, np. patenty, budują zaufanie i podkreślają unikalność rozwiązania.

- 5 Doświadczenie zespołu w pracy z sektorem finansowym lub ubezpieczeniowym**
 Zwiększa wiarygodność i zmniejsza ryzyko problemów we współpracy.



Aleksandra Brodowska
 analityk innowacji w Zespole Innowacji i AI, PZU

Nie każdy projekt musi być startem gigantów. Atrakcyjnymi partnerami dla firm o skali PZU mogą być zarówno większe, jak i mniejsze start-upy. To zespoły specjalistów, nierzadko niszowych, są w stanie zaoferować nam gotowe, dobrze działające rozwiązania. Dzięki nim wdrażamy je produkcyjnie znacznie szybciej.



Marek Wilczewski

dyrektor zarządzający ds. zarządzania
informacją, danymi i analityką, PZU

”

Współpraca ze start-upami daje PZU dostęp do najnowszych technologii i kreatywnych pomysłów, bez konieczności czynienia dużych inwestycji. W obszarze danych i AI taka kooperacja usprawnia procesy decyzyjne i zwiększa efektywność. Elastyczność start-upów pozwala na szybkie testowanie i wdrażanie nowych technologii przy minimalnym ryzyku. Wspierając młode firmy, PZU wzmacnia swój wizerunek innowacyjnego partnera, co daje nam przewagę konkurencyjną.

Obszary poszukiwania innowacji przez PZU



Monika Uzunkaya

lider ds. innowacji startupowych, PZU

Jako jeden z liderów na rynku ubezpieczeń aktywnie poszukujemy start-upów, które mogą przynieść innowacyjne rozwiązania we wszystkich obszarach naszej działalności. Skupiamy się przy tym szczególnie na wysoko wolumetrycznych procesach, które mają kluczowe znaczenie dla efektywności i konkurencyjności naszej organizacji.

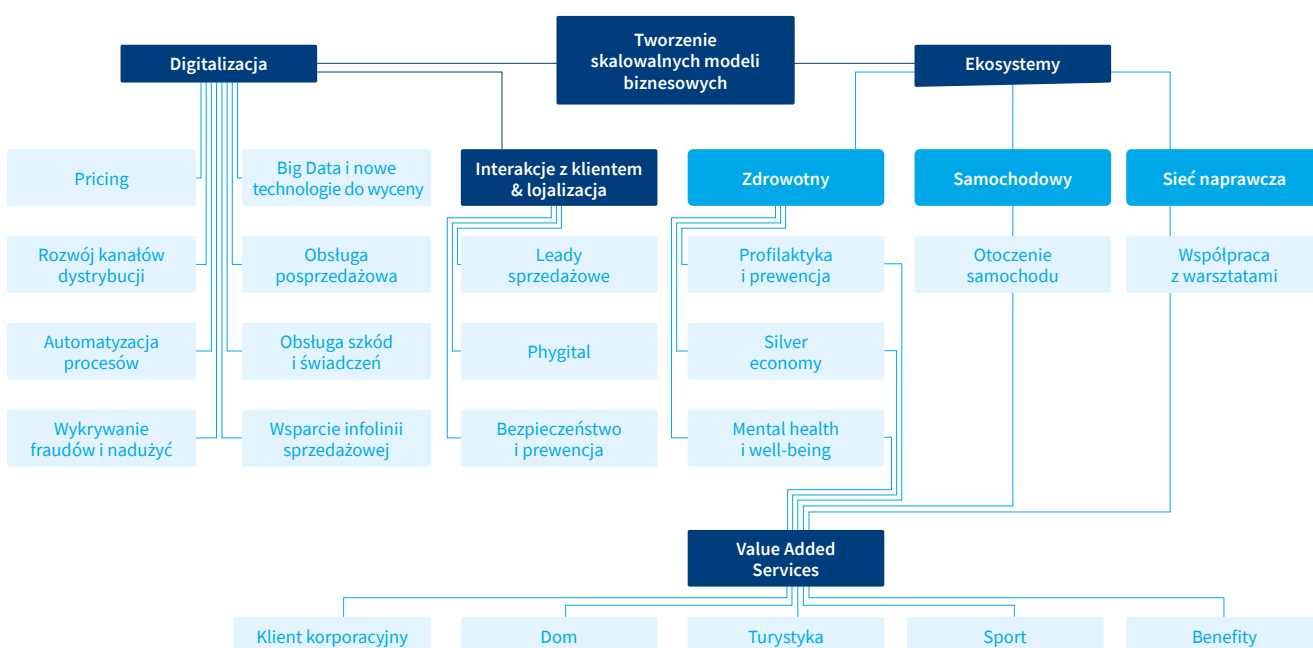
Wyróżniamy cztery główne obszary, w których szukamy innowacji. Pierwszy to wykorzystanie sztucznej inteligencji i zaawansowanej analizy danych do lepszego zarządzania biznesem. Jesteśmy zainteresowani rozwiązaniami, które mogą pomóc nam w efektywnym wycenianiu ryzyka, doskonaleniu procesów cenowych oraz w lepszym zarządzaniu ryzykiem.

Drugi obszar dotyczy digitalizacji i automatyzacji procesów, zwłaszcza tych związanych z obsługą szkód i świadczeń, wsparciem sprzedawców i wykrywaniem nadużyć (fraudów). Poszukujemy rozwiązań, które pozwolą nam usprawnić te procesy, zwiększyć efektywność operacyjną i zapewnić lepszą obsługę klientów.

Trzeci obszar skupia się na nowych formach interakcji z klientem. Szukamy rozwiązań, które wspomogą naszych klientów indywidualnych i korporacyjnych w prewencji ubezpieczeniowej oraz pozwolą budować unikalne i wartościowe relacje z klientem.

Ostatni obszar to ekosystemy, w których działamy. Poszukujemy start-upów, które mają innowacyjne pomysły do zastosowania w obszarach: zdrowotnym, dla kierowców, sieci naprawczych oraz usług wartości dodanej (VAS). Chcemy współpracować z firmami, które mogą wzmocnić naszą ofertę i pomogą dostarczyć klientom dodatkową wartość.

Zaawansowana analityka & AI





Współpracujemy

ze start-upami z Europy
i świata

📍 Polska

📍 Włochy

📍 USA

📍 Wielka Brytania

📍 Kazachstan

📍 Szwecja

📍 Niderlandy

📍 Dania

📍 Hiszpania

📍 Czechy

📍 Niemcy

📍 Austria

Chcemy, aby ta mapa się
zappełniała. Czekamy na Ciebie!



Dekalog dla start-upów współpracujących z PZU

- 1 **Określ cel i upewnij się, że obie strony go rozumieją.**
- 2 **Komunikuj się jasno i otwarcie zarówno na etapie sprzedaży, jak i w fazie PoC.** Nie rzucaj słów na wiatr, bo doświadczeni partnerzy biznesowi szybko to zauważą.
- 3 **Opracuj szczegółowy plan działania i uzgodnij go z partnerem.** Trzymaj się go, ale bądź elastyczny. Jako start-up masz możliwość skorygowania swojego kursu.
- 4 **Na pierwszym miejscu miej bezpieczeństwo.** Partnerzy korporacyjni, zwłaszcza z branży finansowej, są bardzo ostrożni w kwestiach compliance, prawnych, cyberbezpieczeństwa itp. Ważne, aby to zrozumieć i dostosować się do tych wymagań. To pokaże twój profesjonalizm.
- 5 **Przyjmij, że porażki są naturalne.** Czasem PoC się nie udaje i to nic złego. Upewnij się, że ty i odbiorca rozwiązania jesteście na to przygotowani i wiecie, co robić dalej. Czy zakończycie współpracę? Czy będziecie razem pracować nad ulepszeniem technologii? W każdym przypadku to, czego się nauczysz, będzie miało ogromną wartość. Proś o feedback!
- 6 **Zarządzaj projektem z zaangażowaniem.** Bądź proaktywny. Być może będziesz musiał wesprzeć menedżera projektu ze strony korporacji, jeśli współpraca ze start-upem będzie dla niego czymś nowym.
- 7 **Angażuj odbiorcę rozwiązania.** Spotykajcie się regularnie, informujcie się nawzajem i zbierajcie feedback. Budujcie relacje. Nie zapominaj o sponsorach, właścicielach biznesowych i użytkownikach narzędzia.
- 8 **Bierz udział w formalnych spotkaniach i raportuj.** To może mieć duże znaczenie. Sprawdź, jak działa partner i dostosuj się do jego sposobu pracy.
- 9 **Bądź cierpliwy, ale pewny siebie.** W dużych firmach niektóre procesy mogą trwać dłużej. W czasie, gdy ty trzy razy zmienisz kierunek, menedżer projektu w korporacji może zdobyć tylko trzy z pięciu niezbędnych zgód. Ale nie pozwól, aby o tobie zapomnieli. Sygnalizuj gotowość do pomocy.
- 10 **Pytaj, w jaki sposób rozwiązanie może być wdrożone po PoC i co możesz zrobić, aby to ułatwić.** Czy w ogóle jest możliwe wprowadzenie go do produkcji? Bądź przygotowany na to, że wdrożenie może potrwać.



Monika Uzunkaya

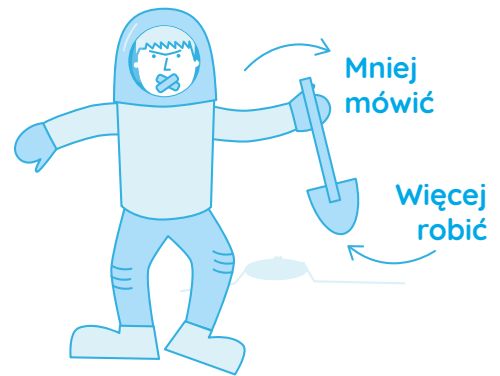
lider ds. innowacji startupowych, PZU

Współpraca start-upu z korporacją to niezwykle wartościowe doświadczenie dla obu stron. Każdy start-up to inne podejście do realizacji zadań, historia, motywacja. Poznaliśmy takie, które świetnie odnalazły się w relacji z dużym ubezpieczycielem, lecz również takie, które niestety tego nie udźwignęły. Podsumowaniem tych doświadczeń jest nasz Dekalog dla start-upów. Mamy nadzieję, że pomoże on zwiększyć odsetek udanych projektów realizowanych na linii korporacja – start-up. Dzięki jasno określonym celom i otwartej komunikacji obie strony mogą osiągnąć niesamowite rezultaty. Pamiętajmy, że porażki czasami się zdarzają, lecz to właśnie z nich czerpiemy najwięcej nauki i rozwijamy się.

Zespół Innowacji i AI



Marcin Kurczab
dyrektor ds.innowacji i AI, PZU



Kluczowymi czynnikami sukcesu w testowaniu i wdrażaniu innowacji w tak dużej organizacji jak PZU są selektywność i egzekucja. Rocznie analizujemy ponad 1000 pomysłów na nowe rozwiązania i innowacje. Na tym etapie najważniejszy jest wybór najlepszych 10-12 projektów, w które wierzymy i które chcemy przetestować.

Następnie bardzo ważna jest umiejętność efektywnego prowadzenia projektów pilotażowych, które często bywają dynamiczne i nieprzewidywalne, bo mamy do czynienia z nowymi rozwiązaniami i modelami biznesowymi. Odpowiednie podejście i *mindset* są w naszej codziennej pracy niezwykle ważne.

Zasada 5 × F

<p> Friends</p> <p>Friends with Business</p> <p>Działamy blisko jednostek biznesowych PZU. Dobrze znamy i rozumiemy ich potrzeby. Realizujemy projekty, które są zgodne z realnymi i ważnymi potrzebami PZU i wyzwaniami stojącymi przed Grupą.</p>	<p> Focus</p> <p>Focus on Specific Areas</p> <p>Poszukujemy szeroko w myśl zasady „nigdy nie mówimy nigdy żadnemu pomysłowi”, ale relatywnie szybko zawężamy nasze działania i koncentrujemy się na kluczowych obszarach. Interesują nas przede wszystkim rozwiązania znajdujące się w strefie innowacji.</p>	<p> Fast</p> <p>Fast Testing</p> <p>Szybko weryfikujemy stawiane hipotezy i zazwyczaj nie angażujemy się w projekty, których testowanie trwa dłużej niż 12 miesięcy. Wykorzystujemy gotowe rozwiązania start-upów, aby skrócić czas wprowadzenia produktu czy usługi na rynek.</p>	<p> Failure</p> <p>Failure Acceptance</p> <p>Akceptujemy to, że 2/3 naszych projektów może zakończyć się niepowodzeniem, ponieważ jest to nieodłącznym elementem naszego modelu działania. W przypadku porażki wyciągamy wnioski.</p>	<p> Fun</p> <p>Having Fun</p> <p>Tworzymy nieformalny ekosystem ambasadorów innowacji i czerpiemy z naszej pracy radość. Dla nas nowość = zabawa. Dbamy o kulturę innowacyjności, a w przypadku wystąpienia trudności wspieramy się nawzajem.</p>
---	---	--	---	---



Z nimi będziesz współpracować



Marcin Kurczab

dyrektor ds. innowacji i AI

Odpowiedzialny za obszar innowacji i AI oraz całościową koordynację programu PZU Ready for Startups. Stoi na straży tego, aby innowacje przynosiły wartość biznesową PZU i zmieniały nasz biznes na lepszy.



Sylwia Stefaniak

analityk ds. AI i technologii chmurowych

Ma wieloletnie doświadczenie w projektach dotyczących technologii AI, bezpieczeństwa, prywatności i analityki danych. Zdobyła doktorat wdrożeniowy z zakresu sztucznej inteligencji, w którym analizowała wprowadzenie AI w sektorze MŚP. Jest wykładowczynią i autorką publikacji o sztucznej inteligencji, prywatności i bezpieczeństwie danych w systemach IT.



Bartłomiej Gołębiowski

lider ds. innowacji chmurowych i AI

Menedżer projektu z wieloletnim doświadczeniem, odpowiedzialny za budowę, testowanie i wdrażanie w PZU rozwiązań bazujących na generatywnej AI w ramach specjalnego, multidyscyplinarnego zespołu GPT Lab. Specjalizuje się w godzeniu biznesowych oczekiwań dotyczących wykorzystania AI z jej faktycznymi, technologicznymi możliwościami.



Monika Uzunkaya

lider ds. innowacji startupowych

Łączy doświadczenie konsultingowe z praktyką pracy w biznesie, analizie finansowej, M&A, zarządzaniu projektami i przy wdrażaniu innowacji. W PZU pracuje od 2015 r.



Ewa Wieczorek

ekspert ds. innowacji chmurowych i AI

Ma doświadczenie w zarządzaniu projektami z zakresu kreowania nowych produktów i usług łączących najnowsze technologie z potrzebami użytkowników końcowych. W Zespole Innowacji i AI odpowiada za projekty z obszaru sztucznej inteligencji w ramach GPT Lab.



Ewa Ruka

menedżer innowacji

Ma 10-letnie doświadczenie w realizacji projektów biznesowych, konsultingowych i technologicznych w branżach m.in. zdrowotnej i ubezpieczeniowej. Łączy umiejętności doradztwa strategicznego z praktyką pracy w biznesie i wdrażaniem innowacji, zarówno z perspektywy odbiorcy, jak i dostawcy technologii.

**Sylwia Besz-Miazga**

ekspert ds. innowacji

Ekspertka w dziedzinach zarządzania projektami, innowacji i transformacji cyfrowej. Specjalizuje się w analizie biznesowej oraz w usprawnianiu procesów i wdrażaniu rozwiązań z wykorzystaniem nowoczesnych technologii, w tym szeroko pojętej AI. Ma doświadczenie w prowadzeniu projektów IT związanych z digitalizacją oraz w tworzeniu i rozwijaniu produktów cyfrowych B2C.

**Marcin Żak**

ekspert ds. innowacji

Ma bogate doświadczenie w zarządzaniu projektami i promowaniu innowacji. Potrafi analizować rynek, negocjować, implementować rozwiązania AI oraz budować kulturę innowacji. Wcześniej pełnił kluczowe role w spółkach energetycznych, gdzie skupiał się na strategiach rozwoju i wdrażaniu nowych technologii. Przez wiele lat był także związany z działami sprzedaży w sektorze finansowym.

**Agata Żelazna**

ekspert ds. innowacji

Doświadczenie zdobywała w consultingu, gdzie zajmowała się głównie projektami dla branż regulowanych (ubezpieczenia, ochrona zdrowia, bankowość), nowymi technologiami i strategią dla rozwoju kanałów cyfrowych. W prowadzonych projektach duży nacisk kładzie na aspekt *change management*. Jest związana z branżami ochrony zdrowia i fintechów.

**Aleksandra Brodowska**

analityk innowacji

W Zespole Innowacji i AI odpowiada za research i scouting start-upów oraz relacje z ekosystemem innowacji. Współorganizuje też firmowe działania wokół szerzenia kultury innowacyjności oraz koordynuje obecność PZU w programach akcelerycyjnych.

**Mikołaj Szmak**

analityk innowacji

Zajmuje się analizą trendów technologicznych, scoutingiem start-upów oraz oceną potencjału nowych rozwiązań w sektorze insurtech. Monitoruje rynek i dostarcza najnowsze informacje o trendach i nowościach. Ma doświadczenie w *venture buildingu*, rozwoju start-upów oraz w analizie ścieżek użytkownika i procesów bankowych.



Irmina Nowak

dyrektor zarządzająca ds. obsługi
szkód i świadczeń, PZU

”

Innowacje powstają w partnerstwie. Współpraca PZU ze start-upami przyspiesza wdrażanie nowoczesnych technologii, kształtuje przyszłość branży ubezpieczeniowej i wyznacza nowe standardy. Łączymy nasze doświadczenie i skalę ze zwinnością start-upów, co pozwala szybciej cyfryzować procesy, optymalizować je i dostarczać klientom. To pragmatyczna współpraca, która niesie ze sobą większą elastyczność, precyzyjniejsze decyzje i przewagę konkurencyjną.



Tomasz Żelski

dyrektor zarządzający ds. IT
i digitalizacji, PZU

”

Współpraca ze start-upami przynosi obustronne korzyści. Dla PZU oznacza szybką weryfikację wielu nowych hipotez biznesowych. Daje nam też szersze i niestandardowe spojrzenie na otoczenie rynkowe.

Co start-upy mówią o PZU?



Paulina Walkowiak
CEO i Co-Founder, CUX

Możliwość wniesienia naszych innowacyjnych rozwiązań w obszarze analityki doświadczeń użytkowników do organizacji takiej jak PZU było dla nas zarówno ogromną szansą, jak i wyzwaniem. Takie partnerstwo to więcej niż tylko wymiana technologii – to proces uczenia się i adaptacji.

Duże korporacje mają złożone struktury, ustalone procesy i często rygorystyczne standardy, co wymaga od start-upu elastyczności i umiejętności dostosowywania rozwiązań do skali i specyficznych potrzeb partnera. Z kolei dla PZU współpraca z nami była w naszym odczuciu otwarciem się na nowe tempo działania oraz na świeże, nieszablonowe spojrzenie, nie zawsze typowe dla korporacyjnych struktur.

Poprawienie cyfrowych doświadczeń klientów lidera branży ubezpieczeniowej stało się też naszym celem. Dzięki stworzonej przez nas platformie specjaliści PZU nie tylko efektywnie analizują dane, lecz przede wszystkim lepiej rozumieją odbiorców swoich usług. To z kolei przekłada się na projektowanie rozwiązań cyfrowych, które odpowiadają na potrzeby klientów i zwiększają ich satysfakcję, oraz na wskaźniki szeroko pojętego kanału *digital*.

Wypracowaliśmy model, w którym słuchamy siebie nawzajem, wymieniamy się doświadczeniami i wspólnie dążymy do zrozumienia perspektywy użytkownika. Nasza współpraca jest dowodem na to, że połączenie dynamiki start-upu z doświadczeniem dużej organizacji nie tylko przynosi wymierne efekty, lecz także tworzy przestrzeń do budowania innowacji, które realnie wpływają na przyszłość biznesu.



Monika Zielińska
Customer Success Manager,
Tractable

Współpraca z PZU to dowód na to, że partnerstwo dużych organizacji ze start-upami jest sposobem na efektywne wdrażanie innowacji. Wieloletnie partnerstwo tej organizacji z Tractable pokazuje, jak można skutecznie łączyć tradycję z nowoczesnością. Dzięki otwartości PZU tworzymy rozwiązania, które nie tylko wspierają ich wewnętrzne procesy, lecz także mają realny wpływ na doświadczenia klientów i rozwój całego rynku.

PZU wyróżnia także zdolność przekuwania wizji w konkretne działania. Wspólnie podejmowane inicjatywy pozwalają nam budować narzędzia, które odpowiadają na dynamicznie zmieniające się potrzeby, i wyznaczają nowe standardy. W trakcie realizacji projektów ogromne znaczenie ma pełne zaangażowanie zespołów. Tu na każdym jej etapie – od testowania, przez skalowanie, aż po integrację – są one profesjonalne i wspierają się. Dzięki temu nie tylko lepiej dostosowujemy nasze produkty do potrzeb biznesowych, lecz także zdobywamy cenne doświadczenia w pracy z liderem w branży.

Jesteśmy dumni, że razem z PZU możemy wdrażać nowatorskie pomysły, które kształtują przyszłość sektora ubezpieczeniowego. Liczymy, że to dopiero początek naszej współpracy i już teraz z niecierpliwością myślimy o kolejnych przedsięwzięciach!



Romuald Paprzycki

CEO & Founder,
Minte.ai

Współpraca z partnerem tak doświadczonym i świadomym jak PZU jest bardzo istotna dla start-upów rozwijających nowe technologie. I nie chodzi tylko o możliwości wdrożenia projektu czy pozyskania referencji, lecz również o zdobywane przez insurtechy doświadczenia, zarówno technologicznego, jak i biznesowego.

Ręczna ocena szkód osobowych, w szczególności uszczerbku na zdrowiu, zawsze była wyzwaniem: ze względu na wymagane doświadczenie kadry orzeczników, konieczność szczegółowej analizy dokumentacji medycznej (często obszernej) i obiektywizacji oceny. Automatyzacja tego procesu przy pomocy AI jest trudna, ponieważ modelowe rozwiązanie powinno najpierw być w stanie zrozumieć dokumentację medyczną, a dopiero później umieć porównać ją z warunkami umowy ubezpieczeniowej. Takie narzędzie musi łatwo adaptować się do zmian produktu ubezpieczeniowego, nie może powielać błędów orzeczników i powinno być odporne na pojawiające się regulacje (np. AI Act).

Entuzjazm PZU do wdrażania innowacji pozwala insurtechom takim jak Minte.ai się rozwijać. Przejście od MVP do wersji produkcyjnej (na szczęście mamy to już za sobą) wymaga cierpliwości i zrozumienia ze strony partnera biznesowego. Szczególnie jeśli innowacja AI dotyczy krytycznej ścieżki w kluczowym procesie – likwidacji szkód ubezpieczeniowych z wykorzystaniem dokumentacji medycznej – bardzo istotna staje się dyskusja na marginesie aspektów biznesowych: sposobu integracji narzędzia, jego architektury i powdrożeniowego utrzymania systemu.

Tworzenie PoC z PZU dało nam oczywiście szansę na przekonanie największego towarzystwa ubezpieczeniowego do naszego rozwiązania, lecz pozwoliło nam również zdobyć doświadczenie i dało szersze spojrzenie na implikację wdrożenia. Narzędzie poza oczywistymi oszczędnościami procesowymi wniosło dodatkową jakość dzięki pozyskiwanym danym medycznym oraz poprawę UX osoby ubezpieczonej.



Aleksandra Duszewicz

Customer Success
Manager, Zowie

Nasza współpraca z PZU przy wdrożeniu sztucznej inteligencji w obsłudze klienta była wzorcowa. Od samego początku działania były podzielone na klarowne etapy, a na każdym z nich mieliśmy precyzyjnie określone zadania do wykonania. Relacja była partnerska, daleka od typowej pomiędzy klientem a usługodawcą.

Obserwowaliśmy, jak PZU rozumie rzeczywiste potrzeby swojego biznesu oraz – co za tym idzie – swoich klientów. Kluczowym elementem naszego współdziałania było precyzyjne zdefiniowanie KPIs oraz metod ich weryfikacji, co zapewniło skuteczne zarządzanie projektem. Zaangażowanie pracowników PZU było widoczne na każdym etapie – wszyscy członkowie zespołu mieli jasno określone role i wyznaczone zadania. Co więcej, ich doświadczenie we współpracy ze start-upami sprawiło, że doskonale rozumieli specyfikę działania naszej firmy, w tym jej naturalne ograniczenia związane z procesem tworzenia innowacji.



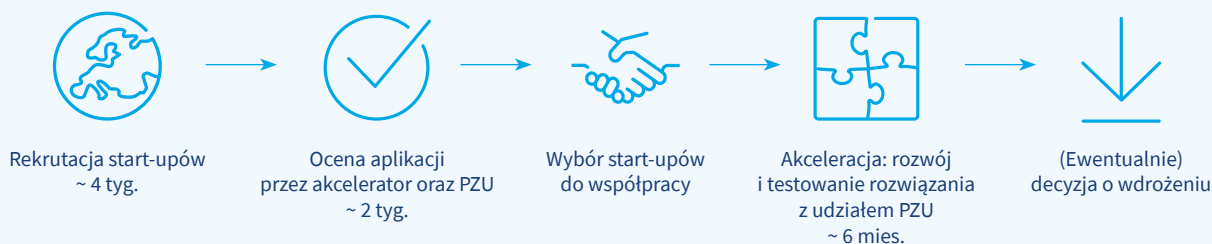
Joanna Kościuch-Malinowska

Country Manager,
Comadso

Współpracę z Zespołem Innowacji i AI PZU mogę nazwać sprawną i rzetelną. Realizacja projektu przebiegała płynnie, zgodnie z harmonogramem, a wszystkie etapy były dopracowane. Pracownicy PZU kierowali się zasadami *fair play* i jednocześnie sprawnie rozwiewali wszelkie wątpliwości. Co ważne, zawsze wiedziałam, do kogo się zwrócić z danym tematem, a to znacznie ułatwiało komunikację i przyspieszało realizację zadań. Zaangażowanie zespołu PZU było widoczne na każdym etapie projektu, dzięki czemu nasza współpraca była nie tylko efektywna, lecz również bardzo satysfakcjonująca.

Programy akceleracyjne

Schemat przebiegu programu akceleracyjnego



Schemat powtarza się co rundę. Programy z reguły składają się z kilku rund.

Rozumiemy, z czym wiąże się przecieranie szlaków dla innowacyjnych rozwiązań. Dlatego chcemy wspierać tych, którzy są na początku swojej drogi lub dopiero nabierają rozpędu.

Programy akceleracyjne łączą potencjał młodych kreatywnych przedsiębiorców z infrastrukturą i doświadczeniem dużych firm. Ich celem jest przyspieszenie rozwoju start-upów, m.in. poprzez umożliwienie testowania ich rozwiązań w dużych spółkach, wsparcie finansowe i zwiększanie skali działalności.

PZU uczestniczy jako odbiorca technologii w dwóch programach akceleracyjnych, które są dodatkowym źródłem innowacyjnych pomysłów i wehikułem do współpracy ze start-upami *early stage*. Ramię w ramię z Zespołem Innowacji i AI angażują się w nie pracownicy różnych obszarów biznesowych PZU.



Startup Booster by Huge Thing

Huge Thing jest strategicznym partnerem PZU w akceleracji start-upów.

Startup Booster by Huge Thing to unikalny, sześciomiesięczny program akceleracyjny o charakterze *equity-free*. Zakłada trzy ścieżki rozwoju, a współpracę z PZU można nawiązać w ramach ścieżki *industry test* i zrealizować *proof-of-concept*.

Dlaczego warto?

- ✓ Grant w wysokości do 350 tys. zł na sfinansowanie testów i rozwój technologii.
- ✓ Rozwój produktu dzięki grantom i warsztatom dostosowanym do indywidualnych potrzeb.
- ✓ Współpraca z partnerem korporacyjnym, mająca szansę trwać również po zakończeniu programu.
- ✓ Tutoring & Mentoring dostarczające silnego wsparcia branżowego.
- ✓ Networking – Huge Thing ułatwia twórcom innowacji kontakt z innymi founderami oraz funduszami VC.
- ✓ Warsztaty szyte na miarę i bazujące na wieloletnim doświadczeniu Huge Thing we wsparciu start-upów.



Monika Synoradzka

CEO Huge Thing, partnerka zarządzająca SpeedUp Group

Większość firm wskazuje innowacje jako jeden ze swoich trzech priorytetów, jednak tylko ich niewielki procent osiąga rzeczywiste i mierzalne efekty w tym obszarze. Kluczowe jest nie tylko odpowiednie finansowanie, lecz również tworzenie struktur – procesów, kompetencji i podejścia – które skutecznie wspierają rozwój firmy oparty na innowacjach. Programy akceleracyjne, takie jak Startup Booster by Huge Thing, w ramach którego współpracujemy m.in. z PZU, to jeden z naszych programów skoncentrowanych na testowaniu rozwiązań bezpośrednio z odbiorcami technologii. Stanowi doskonałą okazję dla twórców innowacji do zrozumienia, jak działają duże organizacje, nauczenia się współpracy z nimi i przetestowania swoich rozwiązań w rzeczywistym lub zbliżonym do rzeczywistego środowisku. Z kolei dla przedstawicieli dużych firm, biorących udział w takich programach jako np. członkowie zespołów projektowych, jest to szansa nie tylko na zdobycie inspiracji i poznanie specyfiki działania start-upów, ale również na rozwijanie kompetencji w zakresie skutecznej pracy z innowacjami.



SmartUp Booster by StartSmart CEE

To program akceleracyjny *equity-free*, powiązany ze światowej sławy Massachusetts Institute of Technology.

Z PZU możesz współpracować w ramach ścieżki #PilotReady i zrealizować projekt typu *proof-of-concept*.

Dlaczego warto?

- ✓ Grant w wysokości do 400 tys. zł na sfinansowanie testów i rozwój technologii.
- ✓ 220+ osób w różnorodnym zespole mentorów i ekspertów StartSmart CEE.
- ✓ Demo Day, podczas którego zaprezentujesz swoje rozwiązanie szerokiemu gronu potencjalnych inwestorów i klientów.
- ✓ Networking – w jego trakcie poznasz potencjalnych partnerów biznesowych i inwestorów.
- ✓ Konkurs CVC Young Innovator Award, w którym możesz wygrać 25 tys. euro za oddziaływanie społeczne start-upu.
- ✓ Klub Alumnów, oferujący wsparcie, kontakty oraz ekskluzywne oferty i zaproszenia na wydarzenia.



Magdalena Jabłońska

prezes zarządu, Fundacja
Przedsiębiorczości
Technologicznej

W ramach StartSmart CEE (wcześniej MIT Enterprise Forum CEE) kontynuujemy współpracę z PZU, które angażuje się w proces akceleracji poprzez ścieżkę PilotReady Booster, współfinansowaną ze środków Unii Europejskiej. Celem tej współpracy jest walidacja innowacyjnych rozwiązań start-upów w modelu biznesowym ustalonym z PZU. W minionym roku PZU zaproponowało start-upom współpracę w odpowiedzi na wyzwania związane m.in. z zarządzaniem danymi, automatyzacją procesów, weryfikacją tożsamości, wykrywaniem oszustw oraz rozwojem usług wspierających bezpieczeństwo, dobrostan pracowników, samodzielną opiekę zdrowotną i prewencję ubezpieczeniową.

Dzięki doświadczeniu Zespołu Innowacji i AI PZU ta organizacja, oprócz realizacji pilotażowych wdrożeń, dzieli się ze start-upami uczestniczącymi w programie wiedzą i dobrymi praktykami w pracy z partnerami korporacyjnymi.

Zakres wsparcia w StartSmart CEE obejmuje kilka ścieżek: edukacyjną, realizowaną w metodologii MIT, pilotażową, umożliwiającą walidację rynkową we współpracy z partnerami korporacyjnymi, takimi jak PZU, oraz wsparcie w ekspansji na rynki międzynarodowe, w tym Niemcy i USA, dzięki specjalnej ścieżce akceleracyjnej. Program StartSmart CEE stanowi solidną platformę, która pomaga start-upom technologicznym, wspierając ich rozwój na każdym etapie.

Gdzie aplikować do akceleratora?

Start-upy mogą aplikować do programów akceleracyjnych przez strony internetowe akceleratorów:

- ✓ <https://hugething.vc/booster>,
- ✓ <https://startsmartcee.org/smartup-booster>.



AI

ChatGPT

10 mld zł –
taka jest wartość
szkód obsłużonych
w PZU przy wsparciu AI.

Case studies

GPT Lab

Już w 2023 r., niedługo po głośnej premierze ChatGPT, w celu bezpiecznego testowania rozwiązań z zakresu generatywnej sztucznej inteligencji w Grupie PZU utworzyliśmy GPT Lab. Działa on jako macierzowy i multidyscyplinarny zespół, składający się z osób z całej organizacji, mających niezbędne kompetencje i zainteresowanych rozwiązaniami z zakresu generatywnej AI. Prace GPT Lab koordynuje Zespół Innowacji i AI, doświadczony w testowaniu innowacyjnych technologii i we współpracy ze start-upami.

Istotną rolę w realizacji projektu odgrywa środowisko technologiczne i regulacyjne, które umożliwia odpowiedzialne eksperymentowanie z rozwiązaniami generatywnej sztucznej inteligencji. Całościowy proces jest tworzony ze specjalistami ds. bezpieczeństwa IT, specjalistami ds. bezpieczeństwa regulacyjnego i zarządzania danymi, a architekci i eksperci od infrastruktury chmurowej zapewniają niezbędne zasoby technologiczne i kompetencje.

W ciągu ostatniego roku przeanalizowaliśmy ponad 150 różnych pomysłów na wykorzystanie generatywnej AI i wstępnie je zwerifikowaliśmy. Następnie około 40 z nich zostało szczegółowo przeanalizowanych, a ponad 10 wybrano do poddania PoC (*proof of concept*).



Zadowolenie klientów odgrywa kluczową rolę w naszej działalności, dlatego jedną z inicjatyw, które podjęliśmy, są eksperymenty w obszarze roszczeń i reklamacji. Uzyskane informacje dają nam szerszy wgląd w funkcjonowanie naszego biznesu i pozwolą podjąć działania na rzecz zmniejszenia negatywnych doświadczeń naszych klientów w kontaktach z marką. Dzięki wdrażanemu właśnie rozwiązaniu Samoobsługa Next wesprzemy naszych pracowników w analizie szkód i nawet czterokrotnie przyspieszymy obsługę wybranych z nich.

Ponadto, zainspirowani możliwościami wynikającymi z rozwoju generatywnej sztucznej inteligencji, postanowiliśmy stworzyć własną wersję bezpiecznego, bazującego na czacie rozwiązania generatywnej sztucznej inteligencji – Asystenta AI. Wirtualny asystent był testowany przez tysiąc pracowników PZU w ich codziennej pracy. Pozwolił im m.in. podsumowywać treści, analizować dane i odpowiadać na pytania. Wszystko to jest oparte na bezpiecznym środowisku chmurowym zarządzanym przez PZU. Wyniki pilotażu są bardzo obiecujące – 2/3 testerów aktywnie korzysta z narzędzia, a ponad 80 proc. z nich ocenia je pozytywnie.



Bartłomiej Gołębiowski

lider ds. innowacji
chmurowych i AI, PZU

Wierzymy, że GPT Lab to projekt długoterminowy, który w nadchodzących latach znacząco wpłynie na wewnętrzne i zewnętrzne procesy w organizacji oraz wesprze dążenie do realizacji transformacji cyfrowej w całej Grupie PZU.



Piotr Rutkowski

dyrektor zarządzający ds. klientów
i usług cyfrowych, PZU

”

Jednym z kluczowych celów start-upów jest poszukiwanie nowych rozwiązań, wychodzących poza rynkowe schematy. To otwiera takim firmom jak PZU zupełnie nowe możliwości. Dzięki swojej skali i środkom, jakimi dysponują, mogą one przełożyć nowatorskie pomysły na rynkowe standardy.



Wioletta Łada-Szewczenko

dyrektor ds. digital marketingu
i badań, PZU

”

PZU jest liderem ubezpieczeń w Polsce. Wyznacza nowe kierunki konkurentom i tworzy prawdziwe wartości dla klientów. Współpraca ze start-upami pozwala nie tylko rozwinąć cyfryzację marki, lecz także zwiększyć efektywność codziennej pracy firmy i umocnić jej pozycję rynkową.

Sztuczna Inteligencja w obsłudze szkód komunikacyjnych

Wśród ubezpieczycieli w Polsce PZU jest liderem, który od kilku lat skutecznie wdraża rozwiązania bazujące na sztucznej inteligencji w zakresie procesów obsługi szkód.

Jeden z pierwszych projektów z tego zakresu polegał na wykrywaniu nieprawidłowości w przesyłanych przez warsztaty samochodowe kosztorysach dotyczących napraw pojazdów. Wdrożona platforma bazowała na algorytmach sztucznej inteligencji i wskazywała kosztorysy i operacje niezgodne z regułami biznesowymi PZU. Narzędzie to wykorzystujemy w procesie obsługi szkód komunikacyjnych – co roku jest ich kilkaset tysięcy, a ich wartość wynosi kilka miliardów złotych. Oszczędności z tytułu stosowania narzędzia i wyłapywania nadużyć sięgają dziesiątek milionów złotych rocznie. Technologia pozwoliła nam na istotne usprawnienie wybranych części procesu weryfikacji dokumentacji technicznej oraz ograniczenie czasu realizacji zgłoszenia.

Kolejnym rozwiązaniem stosowanym w PZU jest narzędzie AI używane w obsłudze szkód aut osobowych, służące przyspieszeniu sporządzenia kosztorysów przez ekspertów PZU.

Wśród jego głównych korzyści możemy wyróżnić:

- poprawę stosowania globalnych reguł biznesowych dla likwidowanych szkód aut osobowych,
- optymalizację średniej szkody o kilka punktów procentowych,
- istotne skrócenie czasu potrzebnego na przygotowanie kosztorysu.

Wspólnie ze start-upem rozwijamy powyższy system o nowe możliwości technologiczne. Pracujemy nad przeniesieniem procesu z wersji desktopowej do mobilnej, co pozwoli jeszcze bardziej skrócić czas obsługi szkody i wykonania kosztorysu. Wdrożyliśmy również rozwiązanie wykorzystujące AI, umożliwiające samodzielny obsługę szkody przez klientów przy wykorzystaniu narzędzia online, które usprawnia proces i przyspiesza wypłatę odszkodowania.

Aplikacja umożliwia klientom łatwe, zdalne przesyłanie zdjęć uszkodzonego pojazdu, bez konieczności przeprowadzania kontroli likwidatora na miejscu, przy jednoczesnym zapewnieniu wysokiej jakości dokumentacji fotograficznej. Zdjęcia przesyłane za pośrednictwem aplikacji są najpierw weryfikowane i analizowane przez algorytmy, które w kilka minut generują kosztorys zgodny z zasadami biznesowymi PZU i przesyłają do naszego eksperta.

Innowacja przekłada się też na doświadczenia klienta – ocena aplikacji i procesu do przesyłania zdjęć przez klienta wynosi 4,5/5.



Bartosz Gontarz

menedżer obszaru technicznego, PZU

To rozwiązanie pomaga naszym klientom wtedy, kiedy najbardziej tego potrzebują, czyli w momencie wystąpienia szkody. Wdrożenie narzędzia jest kolejnym krokiem w cyfryzacji procesu obsługi szkód komunikacyjnych. Dzięki wykorzystaniu sztucznej inteligencji możemy spełniać oczekiwania naszych klientów na najwyższym poziomie. Cyfrowe procesy zapewniają szybką i precyzyjną wycenę oraz błyskawiczną wypłatę odszkodowania.

Wszystkie powyższe rozwiązania wdrożyliśmy z wykorzystaniem technologii dostarczonej przez wybrane start-upy. Zespół Innowacji i AI wspierał jednostki biznesowe w szybkim przeprowadzeniu pilotaży, dzięki którym mieliśmy możliwość przetestowania narzędzi przed ich pełnoskalowym wdrożeniem.



AgroLab

Satelity i AI w obsłudze szkód rolniczych

Postępujące zmiany klimatu zwiększają nieprzewidywalność pogody i mają coraz poważniejszy wpływ na procesy rolnicze. Katastroficzne zjawiska naturalne powodujące masowe szkody zawsze są dla ubezpieczycieli wyzwaniem.

PZU ubezpiecza około 2 mln ha upraw rolnych w Polsce. Jako lider tego segmentu rynku aktywnie poszukujemy rozwiązań wspomagających bieżące operacje w zakresie zarówno sprzedaży, jak i sprawnej obsługi szkód.

Współczesna technologia odgrywa kluczową rolę w optymalizacji działań pracowników terenowych, szczególnie w obszarach wymagających szybkiej i precyzyjnej analizy danych. W odpowiedzi na te potrzeby opracowaliśmy nowoczesne narzędzie AgroLab, które wykorzystuje sztuczną inteligencję i technologię kosmiczną do precyzyjnej i szybkiej obsługi szkód w uprawach. To innowacyjne rozwiązanie poprawia efektywność procesów decyzyjnych, dostarczając dokładne i rzetelne informacje, które wspierają identyfikację zaistniałego ryzyka i ocenę rozmiaru szkód.

Zastosowano w nim zaawansowane algorytmy przetwarzania obrazów, aby na podstawie satelitarnych zdjęć zidentyfikować zmiany w pokrywie roślinnej. System umożliwia też pomiary zniszczonych powierzchni, co ma kluczowe znaczenie przy ocenie rozmiaru szkód i obliczaniu odszkodowań. Wykorzystanie AI gwarantuje wysoką dokładność pomiarów, eliminując ryzyko błędów wynikających z manualnych analiz.



Dodatkowo narzędzie analizuje dane pogodowe z różnych źródeł, takich jak prognozy, raporty historyczne czy ostrzeżenia meteorologiczne. A to w połączeniu z danymi satelitarnymi pozwala precyzyjnie określić przyczynę uszkodzeń.

PZU jako jeden z pierwszych ubezpieczycieli na świecie opracował technologię, która jest w stanie sprawnie analizować szkody spowodowane skutkami huraganów, deszczu i złego przezimowania z wykorzystaniem zdjęć satelitarnych. Pracownik korzysta z aplikacji z poziomu zarówno laptopa, jak i telefonu, dzięki czemu może szybko potwierdzić roszczenie na polu klienta.

Wdrożenie technologii AgroLab w Grupie PZU stanowi przełom w pracy pracowników terenowych. Te funkcjonalności pozwalają zmniejszyć czasochłonność analizy szkód w terenie nawet do 50 proc., a także podejmować lepiej uzasadnione decyzje. Dzięki nowoczesnej technologii przyszłość pracy terenowej kreśli się jako bardziej efektywna i precyzyjna.



Krystyna Łabuz

kierownik projektu,
Biuro Obsługi Szkód
i Świadczeń, PZU

Największym wyzwaniem podczas wdrożenia narzędzia było zapewnienie efektywnego działania algorytmów do analizy zdjęć satelitarnych przy zróżnicowanej jakości obrazów. Wymagało to ścisłej współpracy dostawcy technologii z zespołem PZU. Mobilni eksperci przeprowadzili serię testów w rzeczywistych warunkach, weryfikując poprawność i przydatność modeli. Kluczowym było zrozumienie specyfiki pracy w terenie – od ograniczonego dostępu do stabilnego Internetu, po konieczność szybkiego uzyskania wyników w sytuacjach kryzysowych. Na tej podstawie dostosowaliśmy funkcjonalności narzędzia, aby w pełni odpowiadało na potrzeby naszych pracowników. Rozwiązanie pozwala nie tylko oszczędzić czas i zasoby, lecz także skutecznie zarządzać ryzykiem i odpowiedzialnością. Dziś narzędzie jest kluczowym elementem naszej codziennej pracy, a jego wdrożenie stanowi przykład efektywnej integracji nowoczesnych technologii z praktycznymi potrzebami biznesu.



Porównywarka OWU

Obiektywne porównywanie ofert ubezpieczenia konkurencji w aktualnych realiach rynkowych jest szczególnym wyzwaniem, zarówno dla klienta, jak i sprzedawcy. To potrzeba trudna do zaspokojenia, ze względu na dynamikę rynku i często mało przystępny charakter dokumentów OWU (Ogólne Warunki Ubezpieczenia).

Opracowana przez duński insurtech platforma dostarcza PZU szczegółowe analizy porównawcze dostępnych na rynku produktów ubezpieczeniowych oraz umożliwia jeszcze lepsze monitorowanie zmian zachodzących w ofercie innych ubezpieczycieli. Z inteligentnego systemu korzystają przede wszystkim sprzedawcy i zespoły wsparcia sprzedaży, odpowiedzialne za rozwój wiedzy produktowej agentów oraz konsultantów infolinii. Co istotne, w przeciwieństwie do większości porównywarek, wdrożone rozwiązanie nie porównuje cen produktów, lecz skupia się na ich zakresie. Dzięki funkcji filtrowania można łatwo zidentyfikować przewagi oraz obszary do usprawnień w naszej ofercie, wraz z linkowaniem do fragmentów OWU.

Główną funkcją platformy jest porównywanie kryteriów w poszczególnych produktach ubezpieczeniowych, z uwzględnieniem zaznaczenia różnic między nimi. Dzięki temu użytkownicy narzędzia każdego dnia mają dostęp do aktualnej bazy produktów, ich zakresu, a także gotowych analiz wraz z porównaniem.

Rozwiązanie uwzględnia m.in.:

- „odpytywanie” stron internetowych ubezpieczycieli – weryfikację aktualności OWU (3 × dziennie),
- graficzną i przejrzystą prezentację przewag TU, mimo skomplikowania produktów,
- linkowanie do bezpośrednich fragmentów OWU,
- szybkie wyszukiwanie i porównywanie.

Porównywarka obejmuje 21 towarzystw ubezpieczeniowych, 9 grup produktowych i ponad 400 kryteriów porównawczych.



Piotr Dumala

kierownik Zespołu Obszaru Sprzedaży Direct, PZU

Największym wyzwaniem w badaniu konkurencji jest jego aktualność. Bardzo często działamy interwencyjnie, reagując na zmiany rynkowe, zamiast metodycznie i na bieżąco monitorować zmieniające się trendy wśród towarzystw ubezpieczeniowych. Jednocześnie każde badanie przeprowadzane przez człowieka jest obciążone pewną dozą subiektywizmu oraz określoną pracowitością, co powoduje, że od momentu porównywania do zaprezentowania efektów jego wynik może się po prostu zdezaktualizować. Należy podkreślić również konieczność edukacji i rozwoju agentów, którzy w zmieniającym się otoczeniu rynkowym muszą rozwijać w sobie postawę konkurowania zakresem, a nie ceną. Współpraca z Comadso bardzo precyzyjnie odpowiada na te potrzeby poprzez innowacyjność, która ma służyć przede wszystkim klientowi. Nie byłoby to możliwe bez doskonałego zrozumienia i wyczerpania naszych intencji jako lidera rynku – pewności co do jakości proponowanych rozwiązań, chęci dostarczenia najlepszych produktów dopasowanych do stylu życia klientów oraz zwiększania świadomości ryzyk, z którymi mogą oni się spotkać w życiu codziennym. Mając to wszystko na uwadze, liczymy, że PZU pozostanie ich pierwszym wyborem zakupowym i zaufanym partnerem na lata.



Małgorzata Skibińska

dyrektor Grupy PZU

”

Współpraca ze start-upami umożliwia PZU testowanie innowacyjnych rozwiązań na wielu płaszczyznach biznesowych. Ich założyciele wnoszą do naszej firmy ciekawe pomysły, które mogą przynosić korzyści finansowe. Ostatnio w obszarze produktu i taryfikacji pozyskaliśmy nowe źródła danych do modeli taryfikacyjnych. Z ciekawością obserwujemy rynek i wyłapujemy potencjalne perełki do testów. Dzięki współpracy z Zespołem Innowacji i AI oraz efektywnym procedurom wdrażania coraz śmielej sięgamy po nowe rozwiązania.



Jakub Sajkowski

dyrektor zarządzający ds. klienta korporacyjnego, PZU

”

Skala PZU sprawia, że możemy wdrażać rozwiązania, których implementacja nie opłacałaby się mniejszym graczom. Jednocześnie ze względu na rozmiary naszej firmy wprowadzanie zmian jest wyzwaniem. Warto więc współpracować z bardziej zwinnymi organizacjami, takimi jak start-upy, które wnoszą do biznesu świeże spojrzenie.



Minuta dla skóry

Prewencja nowotworów skóry z wykorzystaniem sztucznej inteligencji

W ciągu ostatnich 20 lat liczba zachorowań na czerniaka, który jest najgroźniejszym typem raka skóry, wzrosła w Polsce trzykrotnie. Umieralność na ten typ nowotworu jest w Polsce o 20 proc. wyższa niż w innych krajach Unii Europejskiej. Jego wczesne wykrycie pozytywnie wpływa na proces leczenia i rokowania.

Z myślą o życiu i zdrowiu Polaków PZU zrealizowało program prewencyjny „Minuta dla skóry”, w ramach którego zaoferowało certyfikowaną medycznie aplikację mobilną na smartfony, pozwalającą ocenić ryzyko wystąpienia nowotworu skóry podczas samobadania. Przeprowadziliśmy pilotaż rozwiązania, aby przetestować jego skuteczność i łatwość obsługi. Chętni do wypróbowania aplikacji otrzymali kod uprawniający

do wykonania pełnego skanu wszystkich znamion skórnych i korzystania z aplikacji przez sześć miesięcy, co umożliwiło monitoring ewentualnych niepokojących zmian. Pilotaż potwierdził skuteczność narzędzia. Jego efektem było pięć potwierdzonych przez użytkowników aplikacji przypadków wykrycia nowotworu skóry, które zostały potwierdzone przez lekarza.

Po udanym pilotażu PZU udostępniło aplikację klientom ubezpieczeń grupowych na większą skalę. Szanse na skorzystanie z niej mieli pracownicy firm mających ubezpieczenie grupowe w PZU Życie SA.

Samobadanie w domowym zaciszu z wykorzystaniem aplikacji zajmowało kilkadziesiąt sekund. Wystarczyło, że użytkownik za pomocą aplikacji wykonał zdjęcie znamienia. Wtedy sztuczna inteligencja oceniała ryzyko występowania nowotworu skóry.

Ponadto przypadki z wysoką oceną ryzyka były weryfikowane przez doświadczonych lekarzy dermatologów. Aplikacja przypominała też o regularnym powtarzaniu badania. Zastosowany algorytm był w stanie wykryć raka skóry u ponad 90 proc. chorych. Klienci i pracownicy PZU wykonali łącznie ponad 10 tys. skanów, a w ramach aplikacji użytkownicy potwierdzili 9 przypadków wykrycia nowotworu skóry. Analizy wskazują, że mogliśmy pomóc wykryć nawet 50 nowotworów skóry, jednak część użytkowników nie podzieliła się z nami informacją zwrotną dotyczącą dalszej diagnostyki.



Tomasz Łakomy

dyrektor ds. zarządzania efektywnością sieci sprzedaży i portfelem, PZU

Korzystanie z aplikacji było niezwykle proste i wygodne. Wystarczyło wykonać zdjęcie znamienia, które chcieliśmy zbadać, a następnie poczekać kilka chwil na wynik. Dzięki wykorzystaniu sztucznej inteligencji aplikacja w krótkim czasie analizowała zdjęcia, oceniała ryzyko wystąpienia nowotworu i dawała zalecenia co do dalszych kroków. Jeśli wynik wskazywał na wysokie ryzyko nowotworu, zarekomendowała wizytę u dermatologa. Jeżeli natomiast to ryzyko było niskie, sugerowała kolejne skanowanie znamion po określonym czasie. Dużym atutem aplikacji okazały się regularne przypomnienia o kontroli znamion.

W latach 2018-2024
 innowacyjne projekty
 PZU otrzymały
35 nagród.



<p>2024 </p>	<p>2018 </p> <p></p>	<p>2019 </p> <p> </p> <p></p> <p> </p> <p> </p>
<p>2023 </p> <p></p> <p> </p>		<p>2020 </p>
<p>2022 </p> <p> </p> <p> </p> <p> </p> <p></p> <p></p>		<p>2021 </p> <p> </p>



PZU Ready for Startups

Zgłoś swój start-up
pzu.pl/innowacje

