

L'INNOVAZIONE AGILE E DAL VOLTO UMANO

ALL'EVENTO ANNUALE DI INSURANCE CONNECT SUL TEMA, SI È PARLATO DELLA CAPACITÀ DI CREARE ECOSISTEMI DI PARTNERSHIP, DI ESEGUIRE VELOCEMENTE LE DECISIONI E DI OFFRIRE UNA PRESENZA COSTANTE NELLA RELAZIONE CON LA CLIENTELA: BUONE PRATICHE PER UN'ASSICURAZIONE APERTA





In un'epoca contraddistinta dalla velocità del cambiamento, l'assicurazione deve diventare *agile*. È questa la nuova sfida dell'innovazione. Da tali premesse ha preso spunto il convegno di **Insurance Connect**, *L'innovazione per l'assicurazione agile*, svoltosi presso il Palazzo delle Stelline di Milano. Un evento molto partecipato che ha registrato la presenza di circa 350 persone, tra protagonisti del settore assicurativo e dei servizi dedicati alle imprese. Chairman della giornata, il direttore di *Insurance Review*, **Maria Rosa Alaggio**.

Orientarsi in un contesto multiforme non è semplice. Una prima chiave interpretativa l'ha fornita **Raffaele Guerra**, executive vice president insurance sector leader di **Capgemini Italia**, parlando di ecosistemi assicurativi come nuovo valore dell'esperienza del cliente. Tesi che ha trovato il consenso di **Francesco Minelli**, direttore servizi di **Ania**, che ha anche invitato gli assicuratori a essere empatici, in sintonia con i clienti.

L'assicuratore, secondo **Andrea Sabia**, ad di **Bene Assicurazioni**, continuerà a operare in un mercato di offerta, ecco perché sarà sempre più importante comprendere i trend evolutivi.

Per questo l'assicurazione deve essere sintonizzata con il mercato, concetto alla base dell'*open innovation*, tema che ha caratterizzato la prima tavola rotonda, in cui sono intervenuti **Francesco Piobbici**, research analyst di **Ce-tif** e le compagnie **Axa Italia**, **Groupama Assicurazioni**, **Sara Assicurazioni** e **Itas Mutua**.

L'assicurazione non deve quindi rincorrere i cambiamenti dei modelli di consumo ma saperli intercettare, come ha mostrato **Sara Galli**, account manager financial services di **Gfk Eurisko**, presentando i dati di una ricerca dove è emerso quanto l'emotività sia diventata, anche per le polizze, un fattore di successo importante.

Per interpretare l'emozione di un istante è nata proprio l'*instant insurance*, tema di cui si è discusso con **Pietro Menghi**, ceo di **Neosurance**, e **Simone Ranucci Brandimarte**, co-fondatore e presidente di **Yolo**: due visioni parallele ma diverse caratterizzate dall'uso della tecnologia e dell'analisi comportamentale.

Tutti i temi della giornata sono stati poi ripresi nella tavola rotonda finale: un confronto sui nuovi modi di concepire e vendere l'offerta assicurativa, a partire dalle diverse iniziative in campo. **Paolo Ceresi**, partner di **Mbs Consulting**, ha introdotto il dibattito tra le compagnie presenti, ovvero **Generali Italia**, **UnipolSai**, **Reale Mutua**, **Groupama Assicurazioni**, **Amissima**, **Cf Assicurazioni** e **Das**.

Sul sito, www.insurancetrade.it, tutti i video del convegno e le presentazioni dei relatori.