

CARO ASSICURATORE, TI CHIAMO

di ALESSANDRO GIUSEPPE PORCARI

RICHIESTA DI INFORMAZIONI, ASSISTENZA, SOCCORSO STRADALE. IL BUSINESS ASSICURATIVO PASSA ATTRAVERSO IL TELEFONO. UN'EVIDENZA CHE LO SVILUPPO DI INTERNET NON HA ANCORA COMPROMESSO, ANZI. PER QUESTO, NELL'ERA DIGITALE, I CENTRALINI DI ULTIMA GENERAZIONE POSSONO ESSERE UN FATTORE COMPETITIVO RILEVANTE PER GLI INTERMEDIARI



Andrea Scarabelli, *ceo di First Point*

“Come sarebbe stata diversa la storia di Romeo e Giulietta se avessero avuto un telefono!” La frase di Isabel Allende sembra adattarsi perfettamente agli intermediari assicurativi. Il telefono cambia le relazioni, anche professionali. E se il rapporto tra intermediario e cliente non è esattamente quello tra due innamorati, questo poco importa: una mancata risposta, un minuto di troppo di attesa, potrebbero bastare per incrinare i rapporti e compromettere gli affari. Impossibile immaginare un'agente senza un telefono. Per questo la corretta gestione delle linee telefoniche in agenzia è un aspetto che non può essere trascurato, e che può rendere più agile il business.

RICONOSCERE IL CLIENTE E LE SUE ESIGENZE

Tutto parte dall'analisi del traffico esistente. **Andrea Scarabelli**, ceo di **First Point**, ha mostrato il modo in cui il telefono può cambiare la gestione delle relazioni con i clienti, come già fatto da oltre 500 agenzie nel territorio nazionale. “Il centralino – ha detto – è il

primo contatto con i clienti, che odiano stare in attesa e non amano trovare la linea occupata. Vogliono un buon messaggio di benvenuto e soprattutto vogliono parlare il prima possibile con il giusto interlocutore, senza dover spiegare la stessa cosa a più persone”. Detto altrimenti, gli assicurati chiedono immediatezza e attenzione ogni volta che sentono il bisogno di contattare l'intermediario. La tecnologia risponde a tutte le esigenze. Un centralino può offrire messaggi registrati che sono personalizzabili. Infatti, i moderni sistemi telefonici consentono di riconoscere il cliente già dal numero di telefono. La segreteria può dare il benvenuto al cliente chiamandolo per nome. “Faccio sentire che è riconosciuto e posso indirizzare messaggi promozionali che sono in linea con le possibili esigenze di quello specifico cliente, proponendo polizze che non ha”, ha detto Scarabelli. Allo stesso modo, chi chiama di notte, verosimilmente cercherà un soccorso stradale. Il servizio notturno del centralino può ricordare immediatamente il numero di emergenza o il numero per denunciare il sinistro, anticipando le richieste dell'assicurato.

L'IMPORTANZA DELLE STATISTICHE

I vantaggi di un centralino di ultima generazione toccano direttamente anche i dipendenti di agenzia. Il riconoscimento del cliente consente al sistema di aprire la sua anagrafica, in modo che l'operatore possa sapere subito i dati dell'assicurato e soprattutto possa riconoscere chi è il collaboratore che gestisce i rapporti direttamente con quel cliente. Infine, non mancano vantaggi derivanti dal monitoraggio delle chiamate: ricevute oppure perse, suddivise per orari in cui sono state effettuate. È così possibile organizzare meglio il lavoro, in funzione della domanda dei clienti.