

FARE I CONTI CON L'INNOVAZIONE

LE TECNOLOGIE ACCOMPAGNANO IL CAMBIAMENTO NORMATIVO E REGOLATORIO DEL SETTORE. RELAZIONARSI CON IL CLIENTE E VENDERE SOLUZIONI ASSICURATIVE, IN CONTINUA EVOLUZIONE, IMPLICA L'ADOZIONE DI STRUMENTI DI AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE E LA CAPACITÀ DI ACQUISIRE COMPETENZE UTILI ANCHE PER LA GESTIONE DELLA PROPRIA IMPRESA

Nell'attuale contesto di evoluzione normativa, ma anche di rapidi cambiamenti sociali, l'obiettivo del settore assicurativo deve essere quello di trasformare gli obblighi in opportunità e di creare valore aggiunto, prima di tutto nella relazione di fiducia con il cliente. È il pensiero di **Viviana Dabusti**, general manager di **Simulware**, che coglie un momento in cui "l'intermediario opera in uno scenario in continuo mutamento, che è sempre meno legato al *passaparola* o a tecniche di vendita che funzionavano fino a qualche tempo fa". In questo scenario si inseriscono le nuove tecnologie e i nuovi canali di comunicazione a disposizione degli assicuratori nel nuovo ruolo di consulenti. "Il consulente – osserva – è chiamato a comprendere le esigenze reali del cliente e a rispondere con una proposta mirata e adeguata. Per farlo ha a disposizione infinite possibilità, basti pensare alla sempre più immediata reperibilità delle informazioni e agli strumenti di confronto tra preventivi".

TEMI NUOVI, STRUMENTI NUOVI

Le nuove tecnologie sono quindi opportunità da sfruttare a vantaggio del rapporto consulente-cliente, sia che si tratti di strumenti di lavoro sia di prodotti e servizi da mettere a disposizione degli assicurati. In ogni caso si tratta di uno dei temi che per Dabusti fanno parte del core business delle compagnie, e sui quali esse richiedono strumenti a supporto dello sviluppo delle competenze dei propri collaboratori. "Si parla delle tecniche innovative di vendita, strettamente legate alle capacità

consulenziali e che fanno riferimento sia agli strumenti a disposizione degli intermediari, sia alla capacità di analisi dei bisogni del cliente, e della conoscenza dei servizi offerti dalle compagnie in relazione a ciascuna esigenza di copertura". A queste si aggiunge il tema *caldo* del cyber risk e quindi della cyber security, in un momento in cui l'attenzione verso la sicurezza delle informazioni e la loro protezione è altissima, non solo perché richiesta dagli adempimenti normativi, ma perché, avverte Dabusti, "riguarda rischi e opportunità per gli operatori del settore".

TEMPO DI LAVORO E TEMPO DI FORMAZIONE

Per stare in linea con l'evoluzione del settore assicurativo, secondo Dabusti è necessaria una formazione continua dell'intermediario, che va oltre quella obbligatoria e di aggiornamento, e guarda alle competenze trasversali implicite nella stessa Idd. Anche su questo aspetto, nuove tecnologie e mirate metodologie didattiche vanno incontro alle esigenze degli operatori del settore. La general manager di Simulware invita a "pensare alla possibilità di fruire di contenuti formativi, legati anche ad aspetti normativi o alla formazione obbligatoria, in moduli o *pillole* sempre disponibili. In questo modo il tempo dedicato alla formazione può essere distribuito in maniera più autonoma ed efficace nell'arco della giornata di lavoro, incidendo meno sull'operatività del quotidiano". **M.M.**