

# UN KIT PER L'AGENTE DIGITALE

KDA È IL PROGETTO IDEATO DA SNA PER OFFRIRE AGLI ASSOCIATI TUTTO L'OCCORRENTE PER IMPLEMENTARE IN FORMA COERENTE LA STRATEGIA TECNOLOGICA DELLA PROPRIA AGENZIA. ANGELA OCCHIPINTI SPIEGA COME È NATA E IN COSA CONSISTE L'INIZIATIVA

Non sempre la buona volontà dell'intermediario è sufficiente per avere una efficace strategia di digitalizzazione. Serve un percorso coerente tra iniziative spesso attuate in ordine sparso. È con questo intento che il **Sindacato nazionale agenti (Sna)**, circa un anno e mezzo fa, ha creato il progetto *Kda* (kit digital agency). Una *cassetta per gli attrezzi* per offrire agli agenti uno strumento concreto per la propria strategia digital. **Angela Occhipinti**, componente dell'esecutivo nazionale di Sna, e responsabile del progetto *Kda*, racconta a *Insurance Review* come è nata questa iniziativa.

## DALLA SURVEY AL PROGETTO

“Lo stimolo iniziale – spiega – è arrivato da una lettera al mercato inviata dall'**Ivass** a fine 2017, secondo cui gli agenti italiani non avevano ancora sviluppato una sufficiente cultura per la sicurezza dei dati”. In seguito a quella missiva, lo Sna ha avviato una survey tra gli associati per capire quale fosse la loro propensione alla digitalizzazione. “Tra le domande che abbiamo sottoposto, chiedevamo agli agenti se utilizzassero, oltre a quello della compagnia, anche un proprio



**Angela Occhipinti**, componente dell'esecutivo nazionale Sna, e responsabile del progetto *Kda*

gestionale con cui gestire i dati, effettuare preventivi, quietanzare”. Dalla ricerca è emerso che un processo di digitalizzazione era avviato, ma l'impressione era che si procedesse in ordine sparso: ad esempio c'era chi aveva un proprio sito, o una app, ma non un proprio gestionale. Così è nato un gruppo di lavoro che in prima battuta ha cercato di fare un'analisi delle modalità operative e delle esigenze delle agenzie. “Abbiamo quindi pensato – ricorda Occhipinti – a una serie di strumenti da offrire all'agente per dare più efficienza ai propri servizi attraverso la digitalizzazione dei processi agenziali”.

## UN CAMBIAMENTO CULTURALE

Nel concreto, il kit di base fornisce all'agente un proprio logo da utilizzare in tutta la sua comunicazione (analogica e digitale); un biglietto da visita digitale memorizzabile nello smartphone dei clienti (o potenziali tali), realizzato attraverso un QR-code; un dominio di secondo livello riconducibile alla ragione sociale dell'agenzia; cinque caselle email del tipo *cognome@nomeagenzia.it*; un sito realizzato in modalità one-page ottimizzato per rendere l'agenzia facilmente rintracciabile su Google, e consentirle di pubblicare online tutta la documentazione e i moduli previsti dalla legge; un applicativo software con cui creare e gestire la banca dati clienti e polizze, con i relativi dati che rimangono in agenzia e vengono salvati sul cloud in maniera criptata, e la relativa compliance privacy. “Abbiamo previsto anche dei moduli aggiuntivi, tra cui quello per la *cyber security agency*, un pacchetto di strumenti per ampliare la protezione dei dati dell'agenzia”. Secondo Occhipinti, il *Kda* “più che un'iniziativa di cambiamento strumentale è un progetto culturale. Si cerca in primis di stimolare una consapevolezza, tanto è che il roadshow per presentare il progetto è diventato un vero e proprio corso di formazione”. **B.M.**