

SINISTRI RCA E TECNOLOGIA: LE COMPAGNIE SI RACCONTANO

di FABRIZIO AURILIA

LA GESTIONE DEI DANNI È UNO DEI TERRENI SU CUI LE IMPRESE SONO PIÙ IMPEGNATE PER RIUSCIRE AD AUMENTARE EFFICIENZA E MARGINALITÀ. LA DIGITALIZZAZIONE DEI PROCESSI POTRÀ ESSERE DI GRANDE AIUTO, MA LA MISSIONE DEGLI OPERATORI È SEMPRE LA STESSA: NON LASCIARE DA SOLO IL CLIENTE

Due concetti, trasformazione digitale e servizio, possono essere usati come chiave per interpretare la gestione sinistri nel ramo Rc auto. Ma dentro queste definizioni c'è un mondo intero e ogni compagnia, sulla scorta delle esperienze collettive e sullo sfondo di un mercato che si muove spedito, attua le proprie strategie.

Nell'ultima tavola rotonda del convegno sull'Rc auto, si è discusso proprio di questo tema, grazie alla presenza dell'**Ania** e di alcune tra le principali compagnie del mercato.

Per tutti i relatori, il servizio in fase liquidativa vuol dire accompagnare l'assicurato lungo tutto il percorso: non c'è nessuno che sceglie di lasciare il cliente in totale autonomia a gestire il sinistro, come invece accade in altre fasi in cui la digitalizzazione sta prendendo il sopravvento. Ma è proprio la digital transformation che deve essere considerata "un'opportunità che consolidi il ruolo delle compagnie come partner degli assicurati", ha spiegato nel suo intervento introduttivo **Federica Luci**, responsabile *Card* dell'**Ania**.

MIGLIORARE LA CUSTOMER EXPERIENCE

L'associazione delle imprese concentra molte delle sue attività sui sinistri auto, e anche la sua Fondazione è impegnata da sempre in quel campo. Sono tante le iniziative, a partire da *Ania Cares*, che dal 2015 offre un sostegno psicologico alle vittime di incidenti stradali e ai familiari, cercando anche di ridurre la conflittualità tra assicurato e impresa di assicurazioni, in un mo-

mento molto difficile. E poi, più recentemente, l'impegno della Fondazione Ania ha riguardato il finanziamento per lo sviluppo degli esoscheletri, che aiutano chi ha avuto lesioni al midollo a recuperare parte della propria autonomia.

"Il primo passo – ha sottolineato Luci – è comunque la prevenzione, poi viene l'intervento attivo e in terza battuta il risarcimento del danno: in tutti e tre questi ambiti, le tecnologie sono essenziali e accelerano due momenti fondamentali della gestione del sinistro: l'apertura e la fase del servizio". Il rilevamento dei dati real time, ha argomentato l'**Ania**, permette di avere informazioni ancor prima di entrare in contatto con il cliente, incanalandolo verso la forma di risarcimento più adeguata e aiutando così il liquidatore a inquadrare correttamente la fattispecie di sinistro. Si tratta, in definitiva, di migliorare la customer experience nel momento in cui il rapporto cliente/compagnia può diventare più conflittuale.

I VANTAGGI DEI SINISTRI TELEMATICI

Al centro del dibattito tra le compagnie c'è quindi la tecnologia e come questa ha aiutato lo sviluppo e la messa in pratica delle iniziative delle singole imprese. Ed è proprio sulla qualità del dato che ha puntato tutto **Groupama Assicurazioni**. Secondo l'idea dell'impresa, che ha investito molto nella sua società telematica, **G-Evolution**, il liquidatore ha bisogno di poche informazioni ma puntuali e chiare. "Abbiamo fatto un grande lavoro sul dato delle black box – ha rivelato **Gianluca Soffietti**, responsabile della rete liquidativa sinistri



Da sinistra: **Roberto Trementozi**, responsabile sinistri di Crédit Agricole Assicurazioni; **Giovanni Storici**, responsabile liquidazione sinistri di Genertel; **Gianluca Soffietti**, responsabile della rete liquidativa sinistri di Groupama Assicurazioni; **Federica Luci**, responsabile Card dell'Ania; **Maria Rosa Alaggio**, direttore di Insurance Review; **Barbara Buralli**, direttrice sinistri di Intesa Sanpaolo Assicura; e **Andrea Radini**, business architect, insurance analytics e business architecture di Cattolica Assicurazioni

TRA ASSISTENZA E AUTONOMIA

Quanto è importante la relazione tra cliente e liquidatore? Per Crédit Agricole Assicurazioni questa relazione è essenziale, peculiare e diretta. Per questo, mutuando il modello della compagnia francese del gruppo, **Pacifica**, anche la parte italiana mette in contatto direttamente assicurato e liquidatore al momento del sinistro: “non ci sono soggetti che si frappongono, nemmeno un call center”, ha argomentato il responsabile sinistri, Roberto Trementozi. Tra chi ha il bisogno di una risposta e chi questa risposta ce l'ha, non c'è alcun filtro, quindi: “è un modello vincente che ci differenzia dal mercato italiano, e che ha differenziato Pacifica in Francia più di vent'anni fa”. Ma oltre all'assistenza, Crédit Agricole punta anche sull'autonomia del cliente. Grazie a una tecnologia introdotta per la prima volta da **Google** nel 2016, il cliente assicurativo potrà avere accesso al proprio fascicolo attraverso tutti i diversi touch point digitali: “li c'è tutta la documentazione che lo riguarda”, ha precisato Trementozi.

della compagnia –, con il risultato che la percentuale dell'affidabilità del dato è arrivata al 75-80%. Questo consente alla nostra area liquidativa di aggredire subito il sinistro, senza aspettare la perizia. I sinistri telematici vantano *kpi* più interessanti e un costo medio inferiore di circa il 4% rispetto agli altri: cioè svariati milioni di euro di risparmi”.

Il dato telematico, se ben trattato, riesce a servire meglio il cliente che viene contattato solo se necessario. La più grande sfida del mercato, secondo Soffietti, è sintetizzare tutte le informazioni in un unico *score* da girare al liquidatore: “una sorta di semaforo verde, giallo o rosso”.

LA “NUOVA” SCATOLA NERA

Anche per **Cattolica Assicurazioni**, al centro del progetto d'innovazione c'è la scatola nera. Ma è una black box diversa, come ha spiegato **Andrea Radini**, business architect, insurance analytics e business architecture della compagnia: “nello sviluppo di nuovi prodotti, lo smartphone è la nuova scatola. È il canale di contatto più immediato con i nostri clienti: abbiamo lanciato polizze auto e casa facili da installare che, insieme all'utilizzo dello smartphone, veicolano servizi

NUOVI MODELLI DI RISARCIMENTO

L'Ania sta lavorando da tempo a nuovi modelli di risarcimento, sia del danno alla persona, sia di quello a cose. “Per quanto riguarda il primo – ha ricordato Federica Luci, responsabile Card dell’associazione delle imprese –, il risarcimento in forma di rendita, come previsto già in altri Paesi europei, è il percorso da intraprendere, affiancato da nuovi percorsi di recupero, riabilitazione e sostegno psicologico”.

Le nuove frontiere avvicinano il momento del sinistro a quello della liquidazione per i danni a cose: al cliente, però, si deve lasciare la libertà di scegliere in che modo essere risarcito. L'Ania sta sponsorizzando la sottoscrizione delle linee guida sulla riparazione a regola d'arte con le associazioni dei consumatori e delle imprese più rappresentative del mondo dell'autoriparazione. “Bisogna essere vicini all'assicurato – ha chiosato Luci – sia in modo tradizionale sia in modo virtuale, secondo una logica che dev'essere quella di accompagnarlo verso nuove forme di servizio”.

in modo più snello. Il nostro piano industriale – ha precisato – prevede lo sviluppo di ulteriori nuovi prodotti connessi, per diventare una *data driven company*”.

Da una box con la chiamata d'emergenza è partita invece l'avventura di **Intesa Sanpaolo Assicura** nel ramo Rca. La compagnia del gruppo bancario, negli anni, ha arricchito la propria offerta con altre polizze più tradizionali ma, ha spiegato la direttrice sinistri, **Barbara Buralli**, grazie alla box la banca è entrata con profitto in aree difficili. “La tecnologia – ha aggiunto – è strategica perché ci permette di ripensare prodotto e servizio. Essere tempestivi e gestire bene il sinistro ci ripaga in efficienza e qualità. Ora stiamo provando a utilizzare l'intelligenza artificiale per la stima automatica del danno: si utilizzano sia le foto del cliente sia il report crash, e questo permette al liquidatore di proporre subito una quantificazione del danno. Si tratta di un vantaggio per il cliente e per noi, dal punto di vista operativo”.

IN DIRETTA CON IL “CONSULENTE SINISTRI”

Quando si parla di tecnologia, le compagnie dirette possono dire ancora la loro, anche se quel vantaggio evolutivo iniziale rispetto alle imprese tradizionali sembra essersi un po' ridotto. Come valorizzare, in questa fase, la capacità nativa di essere online?

“Alla fine del 2016 – ha ricordato **Giovanni Storici**, responsabile liquidazione sinistri di **Genertel** – abbiamo attivato un servizio di chat con un consulente con cui, in occasione del sinistro, è possibile entrare in contatto”.

Il primo anno, stando ai dati della compagnia diretta, sono stati gestiti in questo modo 24 mila sinistri, il secondo anno 30 mila e il terzo anno l'incremento è stato di un ulteriore 30%. “È un metodo – ha precisato Storici – che ha ovviamente un costo, ma i vantaggi sono tanti: l'alto livello di soddisfazione del clienti, il *Net promoter score*, la canalizzazione alle carrozzerie convenzionate e l'abbattimento totale dell'incidenza di interventi legali nativi”.

UN CLIENTE BANCARIO/ASSICURATIVO

Sulla stessa linea, anche se con specificità diverse, ha operato in questi anni anche **Crédit Agricole Assicurazioni**. La relazione con i clienti, bilanciata tra contatti fisici e digitali, è al centro della strategia di *customer care* del gruppo. “Per noi – ha spiegato il responsabile sinistri, **Roberto Trementozzi** – l'assicurato è prima di tutto un cliente bancario, per cui se non lo trattiamo bene rischiamo di compromettere il rapporto con la banca: è un aspetto da non sottovalutare”.

Anche se il modello di gestione sinistri è esclusivo dalla compagnia, è il consulente bancario che, collocando il prodotto, ha un rapporto diretto con il cliente: “anche se non ingaggiato in prima persona nella gestione del sinistro – ha sottolineato Trementozzi – è inevitabile che il gestore sia una sorta di cassa di risonanza”. Per questo, la compagnia francese ha creato canali di comunicazione separati per favorire il circolo virtuoso ed evitare gli attriti.