

EFFICIENZA E TRASPARENZA NELLA GESTIONE DEI SINISTRI

di BENIAMINO MUSTO

COME DA CONSUETUDINE, IL CONVEGNO AUTO DI INSURANCE CONNECT SI È CONCLUSO CON UN CONFRONTO DI ESPERIENZE RELATIVE AL CLAIMS MANAGEMENT: LA MIGLIORE CONOSCENZA DEL CLIENTE PASSA DAI DATI E DALL'ENGAGEMENT, CHE NON DEVE LIMITARSI AL MOMENTO DEL SINISTRO O DEL RINNOVO DELLA POLIZZA

La direzione sinistri è un'area attorno a cui, all'interno delle compagnie, convogliano molte aspettative, soprattutto in termini di efficienza. Le iniziative per l'ottimizzazione delle attività hanno già sperimentato, in modo più o meno capillare, l'introduzione di tecnologie sempre più avanzate, applicate in maniera eterogenea a seconda della visione delle diverse compagnie. Con questo scenario sullo sfondo si è sviluppata la discussione che ha animato la tavola rotonda conclusiva del convegno auto di Insurance Connect, dedicata a un confronto di esperienze relative alla gestione sinistri, che ha approfondito in particolare come efficienza e trasparenza possano risultare elementi chiave per apportare miglioramenti a tutto il processo.

ELIMINARE LE ATTIVITÀ A SCARSO VALORE AGGIUNTO

Quando si ragiona di efficienza e riduzione dei costi sul fronte sinistri si evocano talvolta scenari fantascientifici. Qualcuno, ad esempio, parla già di "approccio



Maurizio Rainò, direttore claims & customer operations di Axa Italia



Massimo Toselli, direttore sinistri di Groupama Assicurazioni

bionico" alla liquidazione. Questo perché, ha spiegato **Maurizio Rainò**, direttore claims & customer operations di **Axa Italia**, "spesso si ritiene che i margini di recupero in questo ambito siano infiniti. E in parte è vero". Per questo Rainò ha voluto riflettere sul significato etimologico della parola *efficienza*, "che significa utilizzare meglio le risorse, quindi senza sprecarle in attività a scarso valore aggiunto. Nell'esperienza di Axa - ha raccontato - abbiamo ridefinito le fasi della catena di gestione del sinistro, dalla denuncia all'assessment alla liquidazione, intervenendo sui processi ma anche sui sistemi. Alcuni esempi: la denuncia, con l'introduzione della possibilità di aprire il sinistro in mobilità sull'App MyAxa, e anche attraverso la Cai online facendo partire subito il processo, ma anche la videoperizia, il crash report 3D e il pagamento istantaneo accorciando i tempi di liquidazione".

Un lavoro di profonda revisione di tutta la gestione della catena del sinistro è quello che sta portando avanti **Massimo Toselli**, direttore sinistri di **Groupama Assi-**

AIUTARE LE COMPAGNIE A CONOSCERE IL CLIENTE

La tecnologia, nel più ampio senso del termine, può essere utile in prospettiva, a partire dal ruolo che i dati possono dare sia nella fase assuntiva, sia come aiuto nella gestione dei sinistri, ma anche nella fase di conoscenza del cliente (analizzando il suo comportamento alla guida), così come pure in un'ottica antifrode. Tutti aspetti fondamentali per l'area sinistri. Secondo **Sergio Tusa**, sales director di **Cambridge Mobile Telematics**, nella facilitazione del rapporto con il cliente risulta molto utile avere un report della dinamica del sinistro che dimostri come è effettivamente avvenuto, e che possa coincidere con quello che il cliente dichiara. "Come piattaforma che analizza i dati prima di consegnarli alla compagnia assicurativa, facciamo di questa attività il nostro punto di forza". Il tipo di approccio osservato da Tusa è quello di identificare, sulla base dei comportamenti di guida dei clienti, i cosiddetti *driving behaviour*. "Su questa base - ha detto - abbiamo indirizzato la nostra offerta, cioè quella di contribuire ad aiutare le compagnie a conoscere il cliente, ad attribuirgli la sua rischiosità, e attorno ad essa fare delle scelte che non sono soltanto di pricing, ma eventualmente anche di servizio".

Cambridge Mobile Telematics è un elemento "di questa grande orchestra che è diretta dalla compagnia assicurativa. Non prendiamo decisioni - ha precisato Tusa - ma supportiamo quelle della compagnia assicurativa, nell'ottica di offrire un contributo alla diminuzione dell'incidentalità, in virtù del fatto che noi produciamo informazioni anche verso l'utente, per aiutarlo a guidare con maggiore sicurezza. In questa direzione ci spingiamo verso la compagnia di assicurativa nell'offrire conoscenza del cliente e capacità di creare engagement per mantenere un contatto non solo al momento del sinistro o del rinnovo. In questo senso - ha concluso Tusa - la tecnologia potrà aiutare nel rapporto tra compagnia e cliente assicurativo".



Sergio Tusa, sales director di Cambridge Mobile Telematics



Luigi Barone, direttore sinistri di Reale Mutua

curazioni. "Stiamo lavorando - ha detto - su un nuovo modello sfruttando le possibilità che ci vengono offerte da **G-Evolution** (società tecnologica di Groupama, ndr) per migliorare i processi". Il nuovo modello, che debutterà a gennaio, utilizzerà un applicativo che gestisce circa 140 parametri che provengono dal portafoglio della compagnia: incrociandolo con i dati provenienti dalla telematica, "saremo in grado di distinguere da subito i sinistri che possono essere liquidati in modo rapido grazie all'automatizzazione, da quelli che invece necessitano di un'istruttoria più approfondita".

DAL LABORATORIO ALLA MESSA IN PRATICA

Se l'innovazione è ormai un'attitudine diffusa, avere delle buone idee non basta: occorre capire come metterle a terra. **Gianluca Lorenzi**, head of **Reale Lab 1828** e **Luigi Barone**, direttore sinistri di **Reale Mutua** hanno parlato dell'attività messa in campo all'interno del gruppo torinese per dare concretezza a ciò che viene pensato in termini teorici. Entrambi hanno posto l'accento sulla necessità di adottare un approccio nuovo alla gestione dei sinistri, da un lato automatizzando talune attività ricorrenti, dall'altro puntando sulla specializzazione per quanto riguarda i sinistri complessi e l'antifrode. "Il Lab - ha affermato Lorenzi - è una struttura con competenze verticali dedicate ad ambiti specifici, tra cui i claim, per individuare i problemi e trovare soluzioni in riferimento a ciò di cui il mercato ha bisogno, in ottica customer centricity". Questo necessita di una continua interlocuzione con l'area sinistri di cui è a capo Barone. "La nostra attività è di continua ricerca di efficientamento delle strutture, sia sul fronte del processo, sia nel rapporto con la clientela. Lo stimolo importante della nostra collaborazione con il Lab, che negli anni ci ha portato varie soluzioni di miglioramento, è la velocità che ci offre per la messa a terra dell'innovazione tecnologica". Questa collabora-

zione ha permesso di ridisegnare la direzione sinistri “laddove per i nostri circa 150mila sinistri di frequenza abbiamo centralizzato le attività amministrative, facendo emergere una migliore attività di gestione e automatizzazione del processo. Ad esempio – ha spiegato – stiamo rivedendo la parte legata alle richieste danni, dove siamo già riusciti a ridurre a poche ore il tempo necessario all’intervento gestionale, che prima necessitava di tre o quattro giorni”.

IL CLIENTE NEL SETTORE BANCARIO

Diverso è l’approccio per il cliente del settore bancario. **Ferdinando Scoa**, direttore sinistri di **Assimoco**, ha sottolineato ciò che caratterizza questa diversità. Nel caso di Assimoco l’accento è fortemente spostato sul servizio. “Abbiamo cercato – ha detto – una specializzazione per partner, per servire clienti che non sono tutti uguali tra loro. Dobbiamo avere la sensibilità di dare al cliente tutte le innovazioni possibili, sarà lui poi a decidere qual è la strada che vorrà scegliere”. Questo ha creato all’interno delle strutture della compagnia dei team che hanno una forte sensibilità rispetto alla tipologia di cliente che si va a gestire. “Non possiamo permettere – ha sottolineato Scoa – che il cliente bancario perda tempo dietro a un call center che non gli risolve il problema. Dobbiamo riuscire a offrire il massimo della possibilità per i nostri clienti di averci a disposizione quando serve, e di decidere velocemente”.

LA CUSTOMER EXPERIENCE, FATTORE STRATEGICO

L’evoluzione dell’Rca in banca è molto delicata. “È una materia – ha detto Scoa – attorno a cui c’è una forte attenzione, e che potenzialmente può portare a una



Ferdinando Scoa, direttore sinistri di Assimoco



Gianluca Lorenzi, head of Reale Lab 1828

grossa litigiosità”. Quindi la priorità per Assimoco è quello di offrire al partner bancario “la tranquillità di dare una struttura dedicata alle sue esigenze, offrendo la tranquillità e la consapevolezza di avere alle spalle una team che conosce bene quel mondo”.

Più in generale, è cambiata l’attesa da parte dei clienti: “si è accentuata – ha detto Maurizio Rainò – l’aspettativa di avere tutto subito, in tempo reale e in modo comprensibile”, sulla scia delle customer experience che i clienti sperimentano in altri settori. “Questo – ha aggiunto – ci deve spingere a ridisegnare la customer journey per offrire più trasparenza, e anche per avere una maggiore attenzione ai feedback del cliente (pubblicati sul nostro sito), attraverso la valutazione attenta delle risposte alle survey di soddisfazione e ai reclami ricevuti, dandoci così la possibilità di ridisegnare i processi sulla base di quello che non ha funzionato”.

Anche in Reale Mutua questa attività viene svolta attraverso delle survey che vengono sottoposte ai clienti. “Ci mettiamo all’ascolto dei clienti attraverso dei recall con cui chiediamo di valutare la loro esperienza”, ha spiegato Luigi Barone. La compagnia, inoltre sta dando la possibilità agli agenti di vedere tutto il processo di attività della gestione del sinistri, in un’ottica di maggiore trasparenza.

Infine, in Groupama si sta lavorando sulla customer experience attraverso la revisione di tutta la gestione sinistri, anche con l’utilizzo della app per offrire maggiori possibilità al cliente, ha detto Massimo Toselli, “puntando sia sul fattore tecnologico, sia su quello umano: è la persona la figura che continua a essere al centro del processo”.