

LA FORZA DELLA DELEGA

di MARIA MORO

I TEMPI SONO MATURI PER UN SALTO DI QUALITÀ NELL'UTILIZZO DELLE TECNOLOGIE NELLA RELAZIONE CON IL CLIENTE. LA CRITICITÀ È RAPPRESENTATA DALLA VELOCITÀ CON CUI È NECESSARIO FARE I CONTI NELL'ADOZIONE DI SOLUZIONI DIGITALI. SU QUESTO ASPETTO POSSONO GIOCARE UN RUOLO FONDAMENTALE I SISTEMI "AS-A-SERVICE"

La questione della gestione dei dati è una delle tematiche di lungo corso nel settore assicurativo. Negli ultimi anni è cambiato l'approccio al problema, che da tema puramente legato all'ottimizzazione delle informazioni a uso interno ha assunto una valenza di mercato, avendo colto il valore dei dati come potenziale fonte di profitto e di vantaggio competitivo.

Nel corso dei lavori dell'Innovation Summit 2021, **Marco Burattino**, direttore commerciale Italia e Polonia di **Guidewire**, nell'intervista condotta da **Maria Rosa Alaggio**, direttore delle testate di **Insurance Connect**, ha introdotto una riflessione sul disallineamento che ancora permane tra l'offerta che arriva dalle società che propongono servizi innovativi basati su intelligenza artificiale e *machine learning* e le aspirazioni delle compagnie, interessate a un uso approfondito dei dati ma sostanzialmente ancorate a visioni tradizionali o bloccate da una complessità che richiede competenze specialistiche.

Una risposta che risulta efficace per colmare il gap sono le soluzioni *as-a-service* (Aas), che permettono di accedere a tecnologie avanzate senza incidere in modo invasivo sulla struttura interna, *delegando*

a esperti esterni le soluzioni tecnologiche e potendo però coglierne i frutti. Per Burattino, "oggi l'accesso a soluzioni *as-a-service* è basilare per l'implementazione di soluzioni digitali orientate a mercato. Fruire di un servizio offerto esternamente comporta il vantaggio di affidarsi a professionisti competenti gravando meno nella struttura interna". Un punto di forza è la modularità di simili servizi, che fanno riferimento in genere a tre modelli: *Infrastructure Aas*, *Platform Aas* e *Software Aas*.

UN MERCATO CHE RICHIEDE VELOCITÀ E CAPACITÀ PREDITTIVE

Le tecnologie di questo tipo offrono il vantaggio della competenza e dell'attualità delle soluzioni, ma un altro punto a favore è rappresentato dall'aggiornamento costante. I sistemi informativi sono una scelta di lungo termine, la cui sostituzione richiede impegno. Per questo è auspicabile che siano in grado di evolvere nel tempo, essere concepiti per durare ed essere sempre aggiornati. Relativamente alle potenzialità delle soluzioni Aas, Burattino ha presentato il caso di **Guidewire Cloud**, che "prevede l'evoluzione continua delle funzionalità del sistema, con una versione pubblicata ogni sei mesi e la minimizzazione degli interventi di aggiornamento, un modello che è partito a maggio 2020 e che vede oggi il quarto momento del percorso".

Nella visione di Burattino, il mercato assicurativo è a un vero punto di svolta che riguarda il ripensamento del rapporto con cliente. "Da operatore tecnologico - ha spiegato - ritengo che sia necessario indirizzare le compagnie verso la capacità di scegliere il cliente su cui investire, verso il quale si può intervenire anche con modelli predittivi. Grazie ai sistemi di *machine learning*, ad esempio, è possibile cogliere nel corso di un'intervista la propensione al rischio della persona e la sua esposizione ai danni, così da ipotizzare quali saranno i probabili punti di forza o di debolezza dello specifico cliente".



Da sinistra: **Maria Rosa Alaggio**, direttore di *Insurance Review* e **Marco Burattino**, direttore commerciale Italia e Polonia di *Guidewire*