

# EUROP ASSISTANCE CRESCE INSIEME AGLI INTERMEDIARI

di FABRIZIO AURILIA

**MATTEO MORELLI, CHIEF RETAIL & DIRECT CHANNELS OFFICER DELLA COMPAGNIA, È IL RESPONSABILE DELLA NUOVA ORGANIZZAZIONE CHE SI FOCALIZZA SULLO SVILUPPO DEL SINGOLO CANALE, APPLICANDO STRATEGIE DIVERSE A CANALI DIVERSI. FONDAMENTALE RESTA LA CONVINZIONE DELLA CENTRALITÀ DELLA COMPONENTE DI ASSISTENZA NEL FUTURO DEL SETTORE ASSICURATIVO**

**Europ Assistance Italia** punta sul retail, rinnovando la propria struttura organizzativa, con l'obiettivo di essere sempre più vicina agli intermediari e generare più opportunità di business per loro. L'intera unità è stata affidata a **Matteo Morelli** nel suo nuovo ruolo di chief retail & direct channels officer.

Negli ultimi anni, Europ Assistance Italia ha aumentato il numero di collaborazioni, diventando la quarta compagnia in assoluto per mandati agenziali: “possiamo contare su più di 2.000 collaborazioni attive”, racconta Morelli a *Insurance Review*, sottolineando che “l'assistenza è una componente sempre più importante nel mercato assicurativo perché i clienti vogliono, ancor prima del risarcimento, che il proprio problema sia risolto efficientemente”.

Europ Assistance vuole “crescere insieme agli intermediari”, dice Morelli, e per farlo è essenziale, in prima battuta, “lavorare maggiormente con i partner con cui già collaboriamo, farlo in modo più efficiente, sviluppare più business attraverso di loro, con più formazione, creando profili più rotondi e andando oltre la linea viaggi e quella della mobilità”, spiega il manager. Ma questo non esclude la creazione di nuove collaborazioni: “abbiamo un piano di *recruiting* mirato – argomenta Morelli – e vogliamo che chi sposa

il nostro progetto lo faccia a medio e lungo termine con obiettivi commerciali condivisi e con un supporto, da parte nostra, di qualità”. Per vendere bene l'assistenza occorre essere sempre reattivi e a disposizione degli intermediari: “bisogna essere sempre più vicini a loro”, insiste.

## STRATEGIE MIRATE PER CANALI DIVERSI

Per capire i vantaggi della nuova organizzazione, occorre fare un passo indietro e comprendere cos'è cambiato concretamente. Prima l'organizzazione era basata sulla copertura territoriale, per coprire sia le collaborazioni con il *retail insurance* sia quelle con le agenzie di viaggi. “Durante la pandemia – spiega Morelli – le agenzie assicurative, le uniche rimaste aperte giacché le agenzie di viaggio erano state chiuse per decreto, si sono trovate con una maggiore potenza di fuoco e contemporaneamente noi avevamo a disposi-

zione molte risorse già formate, cosa che ci ha consentito di ripartire rapidamente, rilasciando anche un prodotto di *employee benefit* per tutte le aziende che non avevano chiuso durante i lockdown”.

Con la nuova organizzazione, Europ Assistance si focalizza “sullo sviluppo del singolo canale”, applicando strategie diverse a canali diversi. “Abbiamo anche ampliato la squadra – sottolinea – per dare più supporto commerciale agli intermediari assicurativi, perché pensiamo che l’assistenza sarà centrale nel futuro del settore assicurativo”.

## PRIMA ARRIVA IL BRAND

Se l’assistenza sarà uno dei punti di forza del mercato, quali sono quelli specifici di Europ Assistance? Morelli non ha dubbi: prima arriva il brand. “Europ Assistance – dice – ha oltre il 77% di brand awareness sollecitata, un risultato rilevante per una nicchia di mercato come l’assistenza. Nella relazione con i nostri clienti, siamo attenti all’indice Nps, facciamo rilevazioni su TrustPilot, io stesso – rivela – faccio parte del program-

## FORMAZIONE: BENVENUTI AGLI INTERMEDIARI

La pandemia ha rivoluzionato il modo di fare formazione. Lo conferma anche Matteo Morelli, chief retail & direct channels officer, raccontando l’esperienza di Europ Assistance in Italia. “Prima del 2020 tutto veniva fatto in presenza – spiega il manager – con questionari cartacei. Poi abbiamo fatto importanti investimenti in un portale di formazione online, che continuiamo ad aggiornare. Abbiamo erogato migliaia di ore di formazione, in crescita anno su anno, ma nell’ultimo periodo abbiamo anche ripreso la formazione in presenza, creando insieme agli intermediari occasioni di incontro sul territorio”.

Dopo le riaperture, Europ Assistance ha lanciato un programma di accoglienza degli intermediari nella sede di Assago, chiamato *Benvenuti in Eura*, con l’obiettivo di mostrare loro come opera la compagnia e il dietro le quinte dell’assistenza. “Spesso rimangono stupiti quando vedono che dobbiamo gestire circa 11mila chiamate al giorno e che abbiamo medici in sede”, rivela Morelli.



**Matteo Morelli**, chief retail & direct channels officer di Europ Assistance Italia

ma in cui i vertici aziendali chiamano personalmente i singoli clienti che non sono rimasti soddisfatti dell’intervento di assistenza ricevuto per capire le criticità riscontrate”.

Insomma l’obiettivo è migliorarsi ogni giorno e soprattutto andare a caccia dei “buchi nei processi”, anche facendo innovazione digitale: “l’idea è sempre di agevolare il lavoro dei nostri specialisti”, precisa Morelli.

## LE TRE STRADE DELL’INNOVAZIONE

Parlando di innovazione, il chief retail & direct channels officer distingue tre ambiti. In primis, ci sono i prodotti e le piattaforme digitali, “come *MyClinic*, il portale della salute” di Europ Assistance. Insieme avanza l’innovazione di processo, utile, per esempio, a gestire meglio i picchi di richieste. “Il secondo aspetto dell’innovazione – continua Morelli – sono i continui assessment, la continua cura che mettiamo nella relazione con i nostri intermediari”; mentre il terzo filone dell’innovazione riguarda i programmi commerciali: “negli ultimi anni – spiega – abbiamo lanciato un progetto hub con gli imprenditori che puntano su Europ Assistance e sono loro stessi a spingere il brand sul territorio. Investiamo tanto – aggiunge Morelli – nella formazione, continuiamo a creare nuovi corsi, condividiamo le strategie con i nostri partner”.

La ricetta di Europ Assistance, infine, non guarda solo alla crescita del fatturato: “per noi al centro c’è la squadra”, ribadisce Morelli. In azienda ci sono posizioni aperte per “chi ci aiuterà a creare e rendere possibile i nostri progetti”, conclude.