

# L'EQUILIBRIO TRA BUDGET E BUSINESS

TRA I SERVIZI DI OUTSOURCING, SPICCA IL BPO (BUSINESS PROCESS OUTSOURCING), CHE CONSENTE DI RIDURRE I COSTI E RAGGIUNGERE UN MINORE TIME-TO-MARKET PER IL LANCIO DI NUOVI PRODOTTI ASSICURATIVI. COME CI SPIEGA DAVIDE DI SARNO DI RGI GROUP

Efficientamento dei costi, nuovi modelli di business e strategie *multichannel* e *customer-oriented*: queste le nuove esigenze per le compagnie al passo con il mercato. “Ridurre i costi operativi – conferma **Davide Di Sarno**, platform IT outsourcing manager di **Rgi Group** – aiuta le compagnie a massimizzare i risultati economici e a essere più competitive; contemporaneamente, però, anche l’approccio *customer-oriented* è un fattore chiave e ha un impatto considerevole sull’operatività quotidiana e sugli investimenti necessari per le compagnie”.

In questo senso, l’*outsourcing* rappresenta il giusto equi-

librio tra agilità tecnologica e budget dedicati limitati, con ritorni economici visibili a breve termine. “Le compagnie, oggi, spesso adottano un *mix di esternalizzazione e internalizzazione* dei propri sistemi. Tra i servizi di outsourcing, il *Bpo* (Business process outsourcing) ha una valenza particolare per rispondere sia a problematiche generali di riduzione dei costi, sia per raggiungere obiettivi strategici quale un minore *time-to-market* per il lancio di nuovi prodotti assicurativi. Questo è possibile utilizzando i servizi di *Bpo* sia per attività *non competitive*, quali il supporto all’analisi attuariale, sia per attività più strategiche, quali l’esternalizzazione di attività di supporto per l’innovazione di prodotto”.

I benefici della scelta dell’outsourcing sono concreti e immediati: “sulle prestazioni e integrità delle elaborazioni, sulla semplificazione e reattività dei processi operativi, sulla flessibilità del presidio in funzione dei volumi di business, sull’espansione dei canali di distribuzione, sull’evoluzione tecnologica delle piattaforme e sull’aumento della produttività, grazie alla focalizzazione della compagnia sulle attività legate al *core business* assicurativo.

In ogni caso – conclude Di Sarno –, serve un approccio *bi-modale* che, se da un lato è fortemente orientato all’efficientamento dei costi, dall’altro rappresenta l’apertura delle compagnie alla sperimentazione di nuovi modelli di business, di prodotti innovativi e di strategie *multichannel* e *customer-oriented*”. **L.S.**

## COME SCEGLIERE L’OUTSOURCER

Uno dei fattori più importanti nella scelta del partner è la *compliance* alle *best practice* di mercato e agli *standard Iso*, che garantiscono una totale trasparenza del servizio, una modalità di comunicazione condivisa e servizi costantemente misurabili, permettendo alle compagnie di affidarsi all’*outsourcer* in tutta tranquillità.