

L'IMPORTANZA DELLA SPECIALIZZAZIONE

PRENDERE LE MISURE AL CLIENTE UTILIZZANDO COMPETENZA E DIGITAL. DA QUI PARTE, SECONDO DAS, L'EVOLUZIONE DELLA DISTRIBUZIONE E LA POSSIBILITÀ DI APPROCCIARE UN CONSUMATORE SEMPRE PIÙ IBRIDO



Alberto Bambi, responsible for agents and local brokers channels di Das

Un settore dalle grandi potenzialità, quello della tutela legale, ma ancora limitato: in Italia, solo il 20% della popolazione conosce questo tipo di copertura.

“Il 65% delle Pmi – dichiara **Alberto Bambi**, responsabile for agents and local brokers channels di **Das** – ignora le soluzioni di tutela legale e questo la dice lunga sul fatto che, nel nostro Paese, queste polizze ancora non sono proposte”.

A conferma di ciò, un altro dato significativo: se, in Europa, il premio pro capite di tutela legale è di 50 euro, in Italia è di cinque, nonostante la sola provincia di Roma abbia lo stesso numero di avvocati di tutta la Francia. “Qualcosa, però, sta cambiando: in un mercato danni che cresce poco (-2% in quattro anni), il nostro ramo ha registrato un incremento del 4%”. Questo dipende non solo dall’aumento delle controversie e dalla consapevolezza degli eventi potenzialmente dannosi che ne possono scaturire, ma soprattutto da un mutamento di rotta di compagnie e intermediari. “Stiamo iniziando – conferma Bambi – a proporle ai nostri clienti che oggi sono più evoluti e informati. Ma per farlo serve specializzazione, lavoro sartoriale e strumenti informatici”.

STRUMENTI E FORMAZIONE A SUPPORTO DEGLI INTERMEDIARI

Specializzazione significa prodotti specifici e completi, un network di avvocati qualificati e l’efficacia garantita dalla gestione dei sinistri *in house*. Per quanto riguarda il lavoro sartoriale, il ruolo chiave è quello degli intermediari che, da un lato, devono adeguarsi al contesto che muta e, dall’altro, vanno sostenuti con supporto marketing, commerciale, tecnico, e con formazione dedicata e strumenti informatici all’avanguardia. “Nel 2009 – racconta Bambi – abbiamo iniziato il processo di digitalizzazione che ci ha portato, oggi, a una gestione documentale *paperless*; inoltre, abbiamo un portale sinistri che aiuta gli intermediari a seguire l’intero iter, un sistema di quotazione veloce, un sistema di emissione integrato, un portale operativo unico e, nel 2015, siamo partiti con la firma grafometrica che ci porterà all’*home insurance 2.0* e a evitare l’impatto sul conto economico delle imprese”. **L.S.** ①

I CLIENTI: PIÙ ESIGENTI E MENO FEDELI

Una recente ricerca realizzata da Das sulle preferenze degli assicurati italiani conferma che il cliente si fa sempre più mobile: al diminuire dei consumatori tradizionali, che acquistano solo tramite agenti, corrisponde l’aumento sia dei clienti diretti puri, che fanno ricorso ai canali remoti per tutte le necessità, sia di quelli ibridi, i quali danno valore all’interazione personale con l’intermediario, ma anche alla possibilità di accedere, in modo semplice e comodo, da remoto.