

PREPARATI ALL'EMERGENZA

di BENIAMINO MUSTO

METLIFE ITALIA È TRA LE POCHE COMPAGNIE AD AVER PREVISTO GIÀ PRIMA DELL'AVVENTO DEL COVID-19 UNA COPERTURA PANDEMICA ALL'INTERNO DELLE PROPRIE POLIZZE. MAURIZIO TAGLIETTI, GENERAL MANAGER DELLA COMPAGNIA, HA PARLATO DELLA CAPACITÀ DI REAZIONE ALLA PANDEMIA E DELLE SOLUZIONI PER COGLIERE LE OPPORTUNITÀ CHE I NUOVI BISOGNI FARANNO EMERGERE

Per un player come **MetLife**, specializzato nella protection, arrivare preparati al momento della verità è fondamentale. L'esplosione della pandemia ha colto molti in contropiede, ma non questa compagnia con radici americane e da oltre 25 anni presente nel nostro Paese. "Il fatto di essere una multinazionale americana – ha spiegato il general manager per l'Italia, **Maurizio Taglietti**, intervistato da **Maria Rosa Alaggio** – ci ha avvantaggiato. Da anni abbiamo dei protocolli internazionali molto precisi da attivare in caso di emergenze, in termini di business continuity plan. In poche settimane il 100% dei nostri dipendenti è andato in smart working, senza alcun impatto sui nostri servizi". Il secondo, fondamentale, vantaggio è consistito nel fatto che le polizze della compagnia prevedessero già di default il rischio pandemia. "Abbiamo avuto la lungimiranza di prevedere questa eventualità", ha proseguito Taglietti, ripercorrendo le primissime fasi dell'emergenza. "Il nostro primo approccio – ha detto – è stato quello di mettere in sicurezza i nostri dipendenti, e di assicurare i nostri

clienti. Il fatto di aver già disegnato per tempo dei prodotti in cui era incluso il rischio pandemia ci ha permesso di dedicarci della cura psicologica dei nostri assicurati in un momento complicato, entrando in contatto con loro attraverso tutti i nostri canali, in primis attraverso i nostri intermediari"

LA SPINTA ALLA DIGITALIZZAZIONE

Il modello distributivo di MetLife in Italia si basa su tre pilastri: la bancassurance, la vendita a distanza e gli intermediari tradizionali, che attualmente contano circa 1.500 rapporti attivi. Per facilitare il lavoro di questi ultimi, ha raccontato Taglietti, "abbiamo cercato di proseguire nel processo di dematerializzazione già in atto, spingendo ulteriormente verso questa direzione. Siamo andati più velocemente rispetto ai programmi che già prevedevano questo percorso, comprimendo i tempi". Risultato: oggi per l'80% delle Tcm di punta viaggia senza documentazione.

COGLIERE I BISOGNI EMERGENTI

Taglietti ha voluto elogiare il lavoro degli intermediari MetLife durante la fase acuta dell'emergenza, "sia come punto di contatto tra la compagnia e i clienti, sia in termini di assistenza". Nel prossimo futuro, secondo il general manager, MetLife Italia continuerà a investire nelle piattaforme tecnologiche a supporto degli intermediari, "che semplificano la loro vita e la nostra, e affiancandole a programmi per sviluppare segmenti di mercato che potrebbero svilupparsi: ad esempio quello delle Pmi, che in seguito al Covid sono più sensibili. Siamo al fianco dei nostri intermediari in termini di formazione ed education per fornire loro gli strumenti per cogliere appieno questi bisogni emergenti".



Maurizio Taglietti, general manager di MetLife Italia