

COSA SERVE A INTERMEDIARI E CLIENTI

FABIO ORSI, PARTNER DI INNOVATION TEAM, HA PRESENTATO I RISULTATI DI UNA RICERCA CHE HA ANALIZZATO L'UTILIZZO, DA PARTE DI AGENTI E BROKER, DELLE PIATTAFORME TECNOLOGICHE, CHE RICOPRONO UN CRESCENTE RUOLO DI FACILITATORE SOTTO IL PROFILO OPERATIVO E DI DIALOGO CON IL CLIENTE

Giunti al culmine di una lunga fase di efficientamento, per gli intermediari è arrivato il momento della crescita. Analizzando lo scenario attuale, ci sono vaste opportunità da sfruttare. A provare a metterle in fila è **Fabio Orsi**, partner di **Innovation Team**, che ha presentato i risultati di una ricerca che ha indagato che tipo di utilizzo delle piattaforme tecnologiche viene fatto da parte degli intermediari assicurativi.

In particolare, la ricerca di Innovation Team ha individuato quattro opportunità principali: la tecnologia (sfruttare piattaforme e nuove tecnologie per incrementare l'efficienza operativa, la gestione dei clienti e l'efficacia commerciale); i nuovi bisogni emergenti (sollecitare i bisogni emergenti delle famiglie in una lunga fase di incertezza); gli ecosistemi di servizi (valorizzare l'offerta di servizi integrativi delle soluzioni assicurative tradizionali per incrementare i ricavi); e i big data (per migliorare l'efficacia commerciale e la capacità di comprensione dei bisogni).

“Il cambiamento in corso – ha detto Orsi – appare irreversibile”. Il Covid è stato uno spartiacque, e gli in-

termediari coinvolti nell'indagine affermano che negli ultimi due anni il modo di lavorare è cambiato “molto” o “abbastanza” (80,3%). Secondo il 45,7% dei rispondenti, si tratta di cambiamenti strutturali che non porteranno a un ritorno al passato. Ad ogni modo, ha osservato Orsi, “il cambiamento inizia a generare impatti positivi, soprattutto in termini di attività amministrative e gestionali dell'impresa” (dove è positivo il giudizio del 68,2% degli intervistati) e della qualità del servizio e dell'assistenza al cliente (53,1% di note positive).

L'USO DELLA TECNOLOGIA

In questo contesto, “la tecnologia in agenzia al momento è soprattutto a supporto dell'efficienza operativa”. Gli investimenti in tecnologia sono in crescita: il 54,9% del panel dichiara di averne fatti, anche se “poco significativi”, mentre il 24,2% del campione dice di averne fatti di ingenti. “Gli intermediari riconoscono la necessità di allocare risorse su questo fronte, anche se resta imprescindibile il supporto delle compagnie”, ha detto Orsi, segnalando che il 56,2% degli intervistati sostiene che gli investimenti devono essere “in parte della compagnia e in parte dell'agente”, il 29,1% “completamente della compagnia” e il 14,7% “completamente dell'agente”. Quanto alle aree di investimento, le priorità indicate dagli intermediari sono il front end integrato di agenzia e i tool di comparazione dell'offerta.

“Lo sviluppo di nuove offerte di servizi può essere il valore aggiunto per i clienti. È aumentata la percezione dei rischi, e aumentano così le opportunità di diffusione dell'offerta assicurativa. Non è però scontato che l'incertezza percepita si tramuti automaticamente in più polizze sottoscritte. Ma l'assicurazione ad ogni modo deve essere pronta per cogliere queste esigenze crescenti”, ha concluso Orsi. **B.M.**



Fabio Orsi, partner di *Innovation Team*