

FORMAZIONE E INNOVAZIONE, L'IMPEGNO DELLE COMPAGNIE

LE IMPRESE ASSICURATIVE SONO AL LAVORO PER SOSTENERE LE COMPETENZE DELLA RETE DISTRIBUTIVA E SVILUPPARE NUOVI MODELLI DIGITALI E TECNOLOGICI: FOCUS SULLA SPERIMENTAZIONE DI NUOVE SOLUZIONI, SULLA COLTIVAZIONE DEI GIOVANI TALENTI E SU STRUMENTI DI FORMAZIONE CONTINUA

di Giacomo Corvi



Gli esami non finiscono mai. La formazione continua è ormai un'esigenza per chiunque. Anche per chi lavora nel grande business della distribuzione assicurativa. E sono spesso le compagnie, in aggiunta a quello che già fanno associazioni di categoria e i gruppi agenti, a farsi carico dei nuovi bisogni di formazione degli intermediari. Lo scorso 6 marzo, tanto per citare un caso recente, **Sara Assicurazioni** ha alzato il sipario su *Sara Business School*, un nuovo brand che si propone di offrire agli agenti della compagnia tutti gli strumenti necessari per affrontare le sfide di un mercato assicurativo in rapida evoluzione. L'iniziativa, lanciata con il claim *La formazione per competere* e realizzata anche con la collaborazione di istituzioni accademiche del calibro di **Sda Bocconi**, **Mib Trieste** e **Politecnico di Milano**, affronta aree tematiche come le competenze tecnico-commerciali, la gestione dei clienti, la leadership e lo sviluppo personale, senza dimenticare anche trend più recenti come l'attenzione alla sostenibilità ambientale e l'inclusione sociale.

Particolare attenzione sarà poi dedicata all'inserimento di nuovi agenti, grazie a un programma di onboarding che punta a facilitare l'ingresso in Sara Assicurazioni, con sessioni

specifiche sulla conoscenza dell'offerta e dei processi aziendali, così come a valorizzare le sinergie con le subagenzie per creare una rete di intermediari altamente qualificati su tutto il territorio nazionale.

GLI INVESTIMENTI DI MERCATO

Il nuovo percorso di formazione di Sara Assicurazioni, come detto, è soltanto l'ultimo esempio di una più ampia tendenza di mercato che ha visto negli ultimi anni le compagnie assicurative sempre più impegnate nella valorizzazione e nella promozione delle competenze dei propri intermediari. Ormai non esiste strategia o piano industriale che non faccia riferimento alla formazione di agenti e broker. Le imprese del mercato ci stanno puntando molto. E tutto ciò si somma all'attenzione che le compagnie riservano ormai da anni allo sviluppo di nuove tecnologie. Il risultato è che formazione e innovazione sono rapidamente diventate due delle principali voci di investimento del mercato assicurativo in Italia.

Anche nel caso della tecnologia gli esempi si sprecano. Lo scorso anno, altro caso recente, **UnipolSai** ha reso noto il lan-



cio di un nuovo accordo di collaborazione con **Ibm** per accelerare la trasformazione digitale e migliorare così la customer experience degli assicurati: via libera dunque a una profonda modernizzazione della struttura IT e a un approccio di progettazione funzionale all'ambiente cloud ibrido della compagnia. La società punta così a migliorare la sicurezza, l'operatività e l'efficienza per rafforzare i servizi e i processi dei clienti attraverso un'infrastruttura flessibile e ottimale dal punto di vista dei costi. L'accordo prevede anche l'adozione di tecnologie di nuova generazione, tra cui le versioni più recenti di mainframe e storage, così come la piattaforma multi-cloud ibrida **Red Hat OpenShift**.

FOCUS SULLA SPERIMENTAZIONE

Innovazione fa rima con sperimentazione. Proprio quella che si propone di offrire l'ambiente controllato della sandbox lanciata nel 2021 dal ministero dell'Economia e delle Finanze in collaborazione con **Banca d'Italia, Consob e Ivass**. Sono tanti i progetti che, nel giro di poco più di quattro anni, sono passati dallo spazio messo a disposizione da autorità e istituzioni. Il primo in assoluto è stato un programma di Sara Assicurazioni volto a sviluppare un registro digitale sulla proprietà dei velocipedi, quindi biciclette, e-bike e monopattini elettrici, basato su tecnologia blockchain. Il progetto, ammesso alla sperimentazione nella sandbox nel 2022, mira a sviluppare un database che, indicando in maniera affidabile e puntuale i possessori dei vari mezzi di trasporto, possa limitare i casi di furti, truffe e acquisti incauti, agevolando in questo modo la possibilità di sviluppare una copertura assicurativa per il settore della micromobilità.

Il modello della sandbox è stato replicato molto negli ultimi anni. Nel 2022, per esempio, il **Cetif** ha lanciato insieme a **Hort@, Wesmarti e Reply** quella che è stata definita "un'agrifood sandbox" per l'analisi e lo studio di polizze assicurative *index based* agevolate dalla contribuzione pubblica. Nel dettaglio, si tratta di coperture parametriche, basate anche in questo caso sulla tecnologia blockchain, che potrebbero consentire di offrire al mercato agricolo strumenti innovativi per la gestione dell'intero percorso assicurativo, dalla sottoscrizione alla liquidazione in caso di sinistro. L'iniziativa ha visto la partecipazione anche di compagnie assicurative come **Reale Mutua**, società da sempre impegnata nella ricerca di nuove tecnologie attraverso, tanto per citare un caso, le attività dell'hub di innovazione **Reale Lab 1848**.





UN PERCORSO CONDIVISO

Formazione e innovazione vanno spesso di pari passo. Le due cose si combinano, in un percorso condiviso che si propone innanzitutto di fornire agli intermediari nuove soluzioni tecnologiche per la vendita e la relazione con il cliente e, allo stesso tempo, sviluppare moderne competenze digitali presso la platea di agenti e broker. È il caso dell'iniziativa *L'Ora Digitale* di **Zurich Italia**, appuntamento ricorrente che ogni due settimane, con qualche edizione speciale, presenta le nuove funzionalità della piattaforma *Zurich Universe*, il portale digitale per la gestione dei prodotti danni, e dell'app *Zurich One*, oltre a suggerimenti pratici per l'ottimizzazione dei sistemi digitali. L'iniziativa si inserisce in un più ampio piano di valorizzazione delle capacità manageriali della rete distributiva di Zurich Italia, in cui trovano spazio progetti come il percorso avanzato di gestione d'azienda *Executive Path Zurich Agents* che è stato sviluppato insieme a Sda Bocconi.

Sempre nel filone che unisce formazione e tecnologie c'è poi l'iniziativa *Agent Gpt* di **Axa Italia**. Nel dettaglio, si tratta di un assistente virtuale che si pone al servizio di agenti e clienti per facilitare il *knowledge management* e l'accesso rapido

a informazioni critiche contenute in documenti articolati: lo strumento, basato su strumenti di intelligenza artificiale generativa, permette di interrogare le condizioni generali di assicurazioni dei prodotti della compagnia attraverso un'interfaccia conversazionale intuitiva, consentendo in questo modo di semplificare operazioni che in passato avrebbero richiesto la consultazione di numerose pagine di testi complessi.

GLI INTERMEDIARI DI DOMANI

Axa Italia punta forte sulla tecnologia. Recentemente, per esempio, ha lanciato un modello di pagamenti istantanei che, proprio grazie a nuovi strumenti digitali, consente di ridurre drasticamente i tempi di liquidazione del danno in caso di sinistri molto semplici. E punta soprattutto su chi si troverà poi a dover maneggiare questi strumenti, ossia gli intermediari di domani. È in quest'ottica che va dunque inquadrato il progetto *Axa – Agenti del Futuro*, iniziativa promossa insieme al Cetif per coltivare i giovani talenti di agenzia in un contesto di evoluzione e innovazione continua e, in questo modo, trasferire le competenze necessarie a chi domani si occuperà di intermediazione assicurativa. La seconda edizione del pro-



© gorodenkoff - iStock

gramma si concluderà il prossimo 16 maggio, con la cerimonia di conferimento degli attestati ai partecipanti: il percorso affronterà temi relativi ai macro trend di mercato, al contesto normativo di riferimento, alle strategie delle agenzie, ma poi anche la trasformazione digitale e l'imprenditorialità come chiave dell'innovazione assicurativa.

Focus sulle future generazioni di intermediari anche in casa Reale Mutua con il *Master Giovani Agenti 1828*. L'iniziativa è strutturata in tre fasi distinte: prima l'acquisizione delle competenze manageriali necessarie a diventare un agente di successo, poi l'approccio con la realtà operativa della compagnia e, infine, l'esperienza sul campo con un periodo di condivisione e conoscenza in tre agenzie selezionate. Il piano formativo per il 2025 ha voluto dedicare un focus al tema della comunicazione, elemento ormai sempre più imprescindibile per costruire una relazione di fiducia con il cliente.

FORMAZIONE CONTINUA PER TUTTI

Molto, come già accennato in apertura, si fa poi nel settore della formazione continua. Anche in questo caso, i possibili esempi sono tanti. **Unipol** ha puntato forte sulla sua **Academy**

Unipol, spazio di apprendimento ma anche di incontro e condivisione per sviluppare insieme le competenze necessarie ad affrontare le sfide del mercato. L'academy, che ha il suo cuore pulsante presso la *Villa Boncompagni alla Cicogna* a San Lazzaro di Savena, offre opportunità di crescita e sviluppo a chiunque graviti attorno al mondo del gruppo assicurativo: innanzitutto i dipendenti, ma poi anche agenti e i collaboratori delle reti distributive. Previsto anche un percorso specifico di 60 ore per chi si avvia alla professione di intermediario assicurativo e deve sostenere l'esame per l'iscrizione al Rui. Oltre 900 i corsi messi a disposizione dei partecipanti: tecnologia, sostenibilità finanziaria, privacy e conoscenza dei prodotti assicurativi, il tutto attraverso un approccio formativo che lezioni in aula e online. Sulla stessa linea anche il lancio nel 2023 della nuova piattaforma *UniAxa* di Axa Italia, che consente alla rete distributiva di restare aggiornata sulla propria situazione formativa e di ricevere strumenti utili per semplificare la gestione delle sessioni di apprendimento destinate agli agenti. Sono circa 10mila gli intermediari che si collegano ogni giorno per accedere ai suoi programmi formativi. Nel 2024 sono state erogate più di 600 sessioni formative.

NUOVI MODELLI DI APPRENDIMENTO

Non solo formazione e innovazione, ma anche innovazione posta al servizio della formazione per lo sviluppo di nuovi modelli di apprendimento. Reale Mutua, per esempio, ha sviluppato negli anni una vera e propria palestra di *digital role playing* basata sull'intelligenza artificiale: il risultato è un ambiente completamente personalizzato e pensato per allenare gli aspetti della proposizione e della vendita, ma poi anche quelli di prodotto calati nella realtà assicurativa della compagnia. L'obiettivo della mutua assicuratrice è favorire la crescita professionale della rete distributiva e, allo stesso tempo, migliorare la qualità del servizio offerto agli assicurati grazie a un network di intermediari qualificato e preparato a rispondere alle diverse esigenze del mercato.

Innovazione al servizio della formazione anche nell'iniziativa *Fantatraining* lanciata cinque anni fa da Zurich Italia insieme a **Brain Refresh Lab**. Si tratta di un percorso di *edutainment* che prevede pillole formative come video e documenti focalizzati, almeno nel 2025, su risparmio e investimenti, adozione del digitale nella vendita, gestione delle emozioni in trattativa, superamento delle obiezioni. Il modello si è quindi evoluto ed è culminato nello sviluppo di quello che stato battezzato *Zurich Game*, un'iniziativa formativa che è stata poi introdotta anche ai clienti della compagnia.