

Colmare il protection gap delle Pmi con l'AI

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE PUÒ TRASFORMARE IL MERCATO ASSICURATIVO CHE SI RIVOLGE ALLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE, CON SOLUZIONI CHE AIUTANO A INDIVIDUARE LE LACUNE NELLA PROTEZIONE DANNI E AFFIANCANO I CONSULENTI NELLA REALIZZAZIONE DI PROPOSTE PERSONALIZZATE

In un contesto di rischi crescenti che minacciano la continuità finanziaria e operativa, le piccole e medie imprese (Pmi) italiane mostrano un significativo protection gap. Un recente studio, condotto su un campione di 70 mila aziende, rivela che il 51% del fabbisogno assicurativo resta scoperto. Si tratta di un dato ampiamente superiore alla media europea da cui emerge un quadro di maggiore vulnerabilità operativa e finanziaria. Le cause principali sono: una scarsa cultura assicurativa tra gli imprenditori, che vedono le polizze come un costo, e un'offerta che fatica a evolvere per via di competenze non uniformi nelle reti distributive.

ABA: L'AI PER UNA PROTEZIONE PERSONALIZZATA

Per colmare il protection gap servono interventi coordinati che, sfruttando le opportunità delle AI, promuovano un cambio di mentalità tra gli imprenditori. Su queste premesse, CRIF ha sviluppato ABA (Analisi dei bisogni as-

sicurativi Pmi), un servizio data-driven, basato su dati e AI. Basta solamente inserire la partita Iva affinché il servizio sia in grado di generare un'analisi personalizzata dei bisogni assicurativi delle Pmi, ordinati per priorità e tradotti in linguaggio naturale grazie alla Gen AI. In questo modo, ABA (disponibile tramite web portal, integrazione Api o *data enrichment* massivo) facilita i consulenti assicurativi favorendo un dialogo trasparente con l'imprenditore.

La soluzione di CRIF genera benefici organizzativi e può essere utilizzata per diverse finalità:

- *preparare incontri efficaci:* l'analisi preliminare automatica permette al consulente assicurativo di preparare al meglio gli incontri commerciali;
- *migliorare la consulenza:* durante il confronto con clienti o prospect, ABA aiuta a stimare il protection gap e a condividere in modo trasparente le coperture necessarie, migliorando la customer experience e il tasso di conversione;
- *generare opportunità commerciali:*



© Charnchai - iStock

il servizio integrato consente alle Pmi di effettuare un'autovalutazione che genera contatti qualificati per la rete commerciale;

- *lanciare campagne marketing mirate:* l'analisi dei bisogni su portafogli di clienti o prospect permette una segmentazione avanzata del target, utile per campagne di marketing mirate e per stimare la potenziale spesa assicurativa.

In un contesto di rischio sempre più complesso, ABA si conferma come uno strumento strategico per una protezione assicurativa mirata che promuove consapevolezza, incoraggia un approccio proattivo e genera valore condiviso lungo tutta la filiera.