



INTERMEDIARI, COME REINVENTARE I MODELLI COMMERCIALI

L'EVOLUZIONE DELLA DISTRIBUZIONE ASSICURATIVA È STATA AL CENTRO DEL TRADIZIONALE APPUNTAMENTO DI INSURANCE CONNECT, CHE SI È SVOLTO A OTTOBRE PRESSO L'HOTEL MELIÁ DI MILANO. UN'OCCASIONE UNICA DI CONFRONTO E APPROFONDIMENTO SUI TEMI PIÙ CALDI DEL MOMENTO PER IL SETTORE DELL'INTERMEDIAZIONE PROFESSIONALE



Sono tanti i fattori che stanno spingendo il mercato verso un sostanziale rinnovamento dei modelli commerciali adottati da compagnie e intermediari nella distribuzione assicurativa: l'innovazione tecnologica, la produzione normativa, ma anche l'evoluzione delle abitudini e dei bisogni della clientela. Il mercato punta sull'omnicanalità, sulle nuove tecnologie, sullo snellimento dei processi e l'analisi dei bisogni, come emerso nel corso del convegno di **Insurance Connect** sulla distribuzione assicurativa.

Di fronte a una platea di circa 200 persone, in una giornata interamente moderata dal direttore di questa testata, **Maria Rosa Alaggio**, professionisti del settore e addetti ai lavori hanno avuto la possibilità di analizzare, approfondire e confrontarsi su argomenti come l'evoluzione del mercato, l'obbligo assicurativo contro le catastrofi naturali e lo sviluppo di nuove fonti di rischio. Come emerso dall'ultima edizione dell'osservatorio curato da **Scs Consulting**, i clienti hanno bisogno di una guida che li accompagni nell'analisi dei bisogni e nella definizione delle strategie più adeguate di risparmio e protezione. Per fare questo, è emerso nelle successive tavole rotonde, l'evoluzione non riguarda solo l'ambito tecnologico-digitale, ma anche la capacità di relazione che un agente e le sue strutture riescono ad avere con la clientela.

Il confronto tra compagnie e intermediari è apparso oggi meno politico e più di natura commerciale, votato al business: la definizione dell'accordo di primo livello sembra passato decisamente in secondo piano rispetto alle dinamiche tra singole compagnie e rispettivi gruppo agenti.

Dal dibattito è emerso come l'integrazione di una componente di servizio sia ormai un trend caratteristico del mercato assicurativo: tutto ciò richiede lo sviluppo e l'integrazione di nuove competenze e capacità nei professionisti della distribuzione assicurativa. Dal punto di vista degli intermediari, molto si gioca sul terreno della formazione. Proprio l'incontro tra domanda e offerta può far evolvere la cultura assicurativa, anche nella gestione sinistri, come emerso nell'ultima tavola rotonda. La necessità di lavorare in collaborazione tra compagnie e agenti nella messa a disposizione di strumenti adeguati ad affrontare le sfide di un mercato in trasformazione, coinvolge gli aspetti tecnologici e digitali, dove sta emergendo in maniera sempre più evidente l'utilizzo dell'intelligenza artificiale anche nelle agenzie.

I video di tutti gli interventi e le tavole rotonde del convegno sulla distribuzione assicurativa sono disponibili su Insurance Connect TV, la web-tv di Insurance Connect.