

IL SINISTRO, DA PROBLEMA A OPPORTUNITÀ

L'ICT CONSENTE AL CLIENTE DI RICEVERE UN SERVIZIO PIÙ EFFICIENTE E ALLA COMPAGNIA DI FIDELIZZARE L'ASSICURATO. SECONDO SOLERA SONO VANTAGGI CHE IL MERCATO ITALIANO PUÒ COGLIERE, CON UN NUOVO APPROCCIO AL VALORE DELL'INNOVAZIONE

“Le assicurazioni vogliono sperimentare un modo nuovo di fare business utilizzando la tecnologia”. Ad affermarlo è **Cinzia Carbone**, business development, sales and marketing national manager di **Solera Holdings Italia**, azienda impegnata, anche nel nostro Paese, nella fornitura di piattaforme assicurative per la gestione dei fiduciari.

“Lo stile e i metodi di comunicazione – spiega Carbone – si stanno rapidamente evolvendo: le ricerche su Google, in Italia, sono raddoppiate tra il 2014 e il 2015”. Anche il mondo assicurativo non resta indifferente. “La principale richiesta che ci arriva dalle direzioni sinistri è proprio quella di connettersi con questo universo, in *real time*, per poter trasformare l'incidente in un'opportunità di fidelizzazione del cliente cui proporre polizze di altri rami. In questo senso, l'esigenza del comparto è quella di creare una cultura assicurativa diversa e condividere le attività con il network”.

Il sinistro rappresenta l'occasione per raccogliere dati di qualità: “le compagnie ci chiedono di supportarli



Cinzia Carbone, business development, sales and marketing national manager di Solera Holdings Italia

COME PUÒ CAMBIARE LA GESTIONE DEL SINISTRO

My Angel è una app integrata alla piattaforma fiduciari, fornita da Solera a **Groupama**, che consente al cliente di avere, in 30 minuti dall'incidente, l'assistenza di un esperto o di un carro attrezzi e localizzare la più vicina carrozzeria convenzionata. In questo modo, la compagnia incrementa la *felicità* dell'assicurato, raccoglie subito i dati del sinistro e canalizza le riparazioni verso le proprie carrozzerie. Altro esempio, la app, *Gotime driver*, in produzione in Usa, Canada e Australia e in fase pilota in Europa, permette al cliente di aprire il sinistro, raccogliere i dati sul danno, ricevere una proposta di indennizzo, prendere appuntamento con la carrozzeria e controllare lo stato della riparazione. Anche qui, la risposta della compagnia è immediata, così come la raccolta dei dati e si agevola il ricorso alle carrozzerie convenzionate.

nella lettura precisa delle informazioni, da utilizzare a fini statistici”, rivela Carbone.

TRE LIMITI DA SUPERARE

Cambia, dunque, l'approccio delle assicurazioni, anche se non manca ancora qualche criticità. “Sono tre gli ostacoli che incontriamo nel mercato italiano: il primo scoglio è la dotazione di risorse It e l'integrazione con i sistemi di compagnia; vi è poi un problema di *know how* di comunicazione digitale, laddove le compagnie non sono ancora abituate a lavorare sui *social*; infine, serve un sistema di *governance* unico, ai fini di una condivisione delle strategie con il proprio network”.

L.S.