

LA PROFESSIONALITÀ

VALE LA PENA SOFFERMARSI SULLA DIFFUSIONE DELL'OFFERTA ON-LINE DI POLIZZE ASSICURATIVE E ANALIZZARE LE MOTIVAZIONI DEL SUO PROGRESSIVO AFFERMARSI

di Franca Cerbai

Nel mondo assicurativo è in atto un processo di profonda trasformazione che sta investendo il settore su vari fronti: riassetti strategici, fusioni e incorporazioni, rapporti sempre più stretti tra compagnie e banche, in aggiunta alla nascita di nuovi e agguerriti canali distributivi. Le compagnie assicurative si trovano, dunque, di fronte ad uno scenario particolarmente complesso proprio in conseguenza dell'intervento di questi fattori.

Per quanto riguarda lo svilupparsi di nuovi canali di vendita, vale la pena soffermarsi sulla diffusione dell'offerta on-line di polizze assicurative e analizzare le motivazioni del suo progressivo affermarsi. Il settore on-line diventa un concorrente importante, pronto e agguerrito, grazie alla sua potente presenza capillare sul territorio, alla rapidità di trasmissione dati e alla convenienza economica. Queste prerogative, nella maggioranza dei casi, si dimostrano caratteristiche competitive rispetto alle proposte dalle compagnie tradizionali, ma esiste una notevole differenza di prestazione con quelle date dalle compagnie assicurative che operano attraverso la rete agenziale tradizionale.

Il canale on-line presenta innanzitutto

- un'offerta limitata di prodotti assicurativi, prioritariamente concentrata nel settore auto, in cui i pacchetti forniti hanno garanzie standard, che non tengono conto delle caratteristiche personali dell'individuo;
- l'utente è solo nella difficile interpretazione dei contratti da acquistare, parafrasando sarebbe come se un turista visitasse una città sconosciuta senza l'aiuto di una valida guida. Un aspetto importante della rete agenziale si ha proprio nella presenza di esperti professionisti in grado di spiegare i contenuti dei singoli prodotti assicurativi, che storicamente appartengono al portafoglio dell'agente;
- la necessità di protezione a livello globale, presente al di là dell'acquisto di una semplice copertura, non trova risposta poiché manca l'aspetto di scambio e colloquio con la persona.

Il canale Agenti si caratterizza anche per un'altra modalità di approccio al mercato:

- l'offerta è basata sulla conoscenza personale del cliente, in grado di fornire gli elementi utili alla realizzazione di un'assicurazione personalizzata in funzione delle effettive esigenze e alla volontà di mettere a disposizione dell'assicurato non un'intera "fabbrica di prodotti", ma bensì la soluzione che esso si aspetta.
- la competenza e della conoscenza sia della clientela che dei suoi bisogni sono gli elementi determinanti, i quali emergono soprattutto nell'offerta di prodotti del settore vita, in cui alla tradizionale copertura assicurativa sono abbinate soluzioni finanziarie ad hoc.

Da non dimenticare poi che nel settore assicurativo le figure professionali classiche hanno un'importanza rilevante, sia per quanto riguarda l'assunzione dei rischi sia per quanto attiene la liquidazione dei sinistri: in quest'ultimo caso infatti il livello di servizio prestato è qualitativamente superiore, poiché abbina alla capacità di ascolto anche la competenza del professionista per la gestione del sinistro stesso.

Gli agenti assicurativi sono coloro che, in prima linea, interpretano e realizzano il ri-

posizionamento competitivo nell'offerta dei prodotti in funzione delle esigenze rilevate presso i consumatori.

I nuovi profili emergenti degli agenti dunque riflettono persone con una profonda competenza di settore in grado di agire a 360° per individuare la risposta esauriente alle esigenze del singolo.

Occorre ricordare inoltre che i cambiamenti del mercato hanno fatto sì che anche il canale agenziale tradizionale utilizzasse le nuove tecnologie, sempre in un'ottica di ottimizzazione del servizio offerto alla clientela e nella garanzia di prestazioni di miglior qualità. Un esempio potrebbe essere quello dell'applicazione delle tecnologie web per la gestione delle pratiche interne (legate ai sinistri) con la conseguente velocizzazione delle procedure, ed il beneficio di una risposta ancora più immediata alla clientela.

Entrambi gli attori (assicurazioni tradizionali e compagnie on-line) hanno fatto notevoli passi avanti verso un modello commerciale che copra sempre più i bisogni dei risparmiatori, ma la capacità di prestare una consulenza strategica resta una prerogativa dell'Agente che è in grado di fornire alla clientela - sia essa la singola persona o l'azienda - la soluzione ottimale per fronteggiare ogni necessità.

51

