

Innovazione e consolidamento

di A.R.

Le compagnie assicurative sono pronte a sfidarsi sul terreno della tecnologia. Sul ramo danni l'obiettivo è...

Grandi sfide attendono gli agenti di assicurazione nel corso del 2011. E ne sono consapevoli anche le compagnie di assicurazione che stanno difatti adottando dei piani di sviluppo che andranno a potenziare determinate aree, piuttosto che a riorganizzare alcune delle agenzie già operative. "La creazione e il supporto di strutture commerciali specializzate e competenti all'interno delle agenzie è una condizione essenziale per la loro crescita e il loro rafforzamento" racconta **Domenico Martiello**, direttore distribuzione della direzione canali di distribuzione di **Axa Assicurazioni**. Infatti la società assicurativa di matrice francese nel 2010 si è concentrata sulla qualità dei nuovi ingressi e sul consolidamento delle competenze professionali della rete esistente. E nel corso del 2011 proseguirà "il consolidamento delle

come è stato fatto nel corso del 2010. "Nel 2010 Reale Mutua Assicurazioni non ha registrato piani di crescita particolarmente aggressivi in termini di nuove aperture sul territorio, essendo una compagnia 'tradizionale', che intende crescere per il tramite delle sue 350 agenzie. Tra queste, nel 2010, 19 sono state riorganizzate e 6 aperte. Sono stati inseriti 37 nuovi agenti e oltre 200 collaboratori/subagenti, distinti tra 140 neofiti e 60 già con esperienza" spiega **Luca Colombano** responsabile vendite della compagnia. Secondo l'esperto la sfida più importante, che non riguarda soltanto gli intermediari, ma anche le compagnie, è la capacità di rendere il business profittevole. "Per questo motivo è fondamentale avviare una strategia win-win con gli agenti, che sappia tenere conto della redditività per la compagnia, della redditività per l'agente e della competitività che il binomio compagnia-agente riesce a tradurre in quote di mercato" continua Colombano. "Compagnie e intermediari dovrebbero comprendere che è fondamentale la loro capacità di ascolto delle esigenze dei clienti, perché devono tradurle in contratti assicurativi, sapendole mediare con le caratteristiche dei prodotti che distribuiscono. Inoltre l'intermediario dovrebbe dimostrare una certa abilità nel cogliere i cambiamenti delle abitudini dei clienti, adeguandosi ad essi. Solo a titolo di esempio, potremmo utilizzare di più la tecnologia a nostra disposizione, come i messaggi di posta elettronica o il cellulare per ricordare le scadenze delle polizze tramite sms" prosegue Colombano. "Il futuro delle assicurazioni danni si giocherà proprio sulla capacità di ogni com-

paglia nel saper rispondere alle emergenti esigenze di innovazione nella protezione delle persone nelle sue componenti di accidentalità e gravi malattie" precisa **Andrea Fugatti**, responsabile commerciale **TUA Assicurazioni**. Per l'esperto di TUA Assicurazione sarà basilare anticipare le dinamiche del mercato percependo tutti i segnali che lo stesso propone. "Stiamo mettendo a punto la squadra proprio per poter rispondere a queste future esigenze. È chiaro che con una rete di quasi 500 professionisti che è in continuo contatto con la direzione attraverso la community informativa gestionale TUA, la strategia di sviluppo non può che essere di pieno consolidamento. Per l'anno appena iniziato, infatti, contiamo di inserire nuove professionalità in particolari aree territoriali andando altresì a sostituire il fisiologico turnover che non si può evitare data l'evoluzione del progetto nel tempo" sottolinea Fugatti. Lo scorso anno la compagnia guidata da **Andrea Sabia** ha inserito oltre 70 nuove figure di consulenti con orientamento alla gestione del segmento retail e POE (piccoli operatori economici). "Non posso che concludere ribadendo che la sfida nel mercato danni è aperta e aspra. Saranno vincenti quelle società che sapranno puntare sulla relazione con il cliente da conquistare al di fuori del mercato della RCA, troppo turbolento e poco remunerativo per compagnie e intermediari. Piani di orientamento verso un nuovo modo di pensare la relazione con il cliente si realizzano con uomini motivati e che vedono il cambiamento come forte opportunità" conclude il direttore commerciale di TUA.



Luca Colombano
Reale Mutua Assicurazioni



Domenico Martiello
Axa Assicurazioni



Andrea Fugatti
TUA Assicurazioni

rete esistente, tramite formazione e coaching, e in parallelo rafforzeremo ulteriormente la forza vendita con numeri almeno pari a quelli del 2010" continua Martiello. E anche per **Reale Mutua Assicurazioni** la politica di sviluppo è quella di proseguire la crescita selettiva e di aprire un numero contenuto di nuove agenzie, privilegiando la riorganizzazione di quelle già esistenti,