



EDITORIALE

Un incontro per unire la categoria degli agenti

Sna, Unapass e presidenti dei Gruppi aziendali insieme per confrontarsi, dialogare e definire, nel rispetto delle singole identità sindacali e associative, una posizione condivisa verso le decisioni prese dal Governo Monti in materia di liberalizzazioni, con particolare attenzione al tanto discusso art. 34. Ieri, presso l'Air Hotel Linate a Milano, si è tenuto un incontro, tanto atteso quanto necessario, che ha unito - finalmente- l'intera categoria nel non facile tentativo di presentare all'Isvap una proposta tecnica e operativa, capace di andare al là delle posizioni politiche o dei personalismi e di concentrarsi sulle necessità di tenuta del sistema agenziale, senza perdere di vista il ruolo del consumatore. L'incontro ha visto uniti tutti i partecipanti sull'opportunità di proseguire nella direzione di una maggiore compattezza della categoria, che dovrà presentarsi al tavolo di confronto con l'Isvap per insistere sull'inutilità e l'inefficacia dell'art. 34. Ma anche per chiarire ciò che davvero serve ai fini di una reale concorrenza. Una nuova fase costruttiva, ci auguriamo, sembra essersi aperta. Con la promessa di giungere, in tempi brevi, a una sintesi che tenga conto delle diverse realtà aziendali. E che, soprattutto, risulti convincente ed efficace.

Maria Rosa Alaggio,
direttore Insurance Magazine
e Insurance Trade
alaggio@insuranceconnect.it

COMPAGNIE & AGENTI

Al via il progetto Zurich "Agents on the web"

Ognuna delle seicento agenzie del gruppo ha il suo sito internet dedicato: un innovativo approccio multicanale per il cliente e un importante strumento di marketing per l'intermediario

L'intera rete agenziale di Zurich da oggi è on line. La compagnia ha portato a termine il progetto "Agents on the web", un'operazione del tutto nuova nel panorama assicurativo che consiste nella realizzazione di un sito internet dedicato per ciascuna delle seicento agenzie Zurich presenti sul territorio italiano.

L'obiettivo di "Agents on the web" è duplice, da un lato sviluppare un approccio di multicanalità centrato sul cliente, dall'altro fornire agli intermediari Zurich un innovativo strumento di **web marketing** personalizzato per ottimizzare l'acquisizione di nuovi clienti. Grazie a questo progetto saranno online e accessibili in pochi click: le foto e i profili dello staff di ogni agenzia, le specializzazioni e le offerte sempre aggiornate, oltre ad informazioni di contatto e indicazioni dettagliate per raggiungere il consulente Zurich più vicino.



Andrea Rapetti, direttore marketing Zurich Italia

"Agents on the web interpreta in modo nuovo il concetto di multicanalità, rompendo il digital divide che separava il canale tradizionale da internet" - ha spiegato **Andrea Rapetti**, direttore marketing di Zurich in Italia. Rapetti ha poi illustrato i punti di forza di questo progetto che come detto riguardano sia l'utente web che "può entrare in contatto con la professionalità e la consulenza specialistica che solo l'agente assicurativo può offrire", sia l'intermediario per il quale si tratta "di una nuova modalità di presentazione e dell'apertura di opportunità commerciali che fino ad oggi non potevano essere colte".

Il processo si integra a valle con la piattaforma Zurich di Crm (Customer relationship management), denominata **Zurich Agency Dashboard (Zad)**, che dà la possibilità al personale di ciascuna agenzia di avere una visibilità completa sulla situazione del cliente e la gestione delle campagne. *(continua a p. 2)*

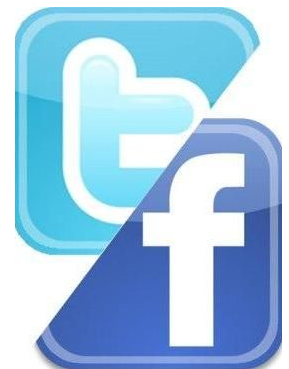
NEWS DA WWW.INSURANCETRADE.IT

Il 56% degli italiani litiga per il parcheggio in doppia fila

Un'indagine del centro studi e documentazione **Direct Line** mette a nudo le idiosincrasie degli italiani nei confronti dei parcheggiatori più indisciplinati. Il **57%** sostiene di litigare per il parcheggio: il motivo principale, segnalato dal **56%**, è l'attesa di un automobilista che ha lasciato per più di mezz'ora la propria auto in doppia fila bloccando ogni uscita.

A seguire, nella classifica delle cose più fastidiose troviamo chi occupa due posti disponibili (40%), e chi ruba il parcheggio infilandosi all'ultimo momento (39%). Ancora, il 68% degli intervistati si indigna per chi parcheggia nelle aree riservate ai portatori di handicap, il 57% per chi sosta sui marciapiedi e non consente il libero passaggio dei pedoni.

La ricerca evidenzia anche la **necessità di pene più severe per disincentivare comportamenti scorretti**: il 34% degli intervistati vorrebbe inasprire le multe, il 12% toglierebbe punti dalla patente, mentre il 31% vorrebbe l'intervento del carroattrezzi. Addirittura, l'11% propone il sequestro conservativo dell'auto per due settimane e il 10% la condanna a scontare una settimana di servizio civile come ausiliario del traffico.



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insuranceconnect



Due agenti Zurich posano per il loro sito web

LE FASI DI SVILUPPO: I SITI DI AGENZIA *(continua da p. 1)*

Il progetto "Agents on the web" è stato avviato all'inizio del 2011, e ha seguito due fasi di sviluppo: la prima ha riguardato la realizzazione di tutti i siti di agenzia, successivamente si è passati al lancio degli strumenti di web marketing a supporto della loro efficacia commerciale.

Attraverso il "Roadshow fotografico", un tour itinerante in ventidue tappe su tutto il territorio nazionale, gli agenti Zurich sono stati intervistati e fotografati. Questo materiale è stato poi rielaborato e immesso nella piattaforma informatica che gestisce in modo personalizzato tutti i siti. Non si tratta di pagine statiche di presentazione delle diverse agenzie, ma di veri e propri spazi web completamente navigabili dove trovare informazioni dettagliate sullo staff e le offerte, sui prodotti e i servizi disponibili con la possibilità di prenotare direttamente on line un preventivo o fissare un appuntamento.

GLI STRUMENTI DI WEB MARKETING

La seconda fase del progetto ha visto la pianificazione e il lancio commerciale dei differenti siti di agenzia e ha permesso di coinvolgere il cliente direttamente nel corso della sua internet experience: dai motori di ricerca, ai social media e agli strumenti mobile, in particolare attraverso l'utilizzo di google e facebook. Il canale assicurativo tradizionale e le funzionalità innovative e mirate del web sono state perfettamente integrate in modo da costituire un'unica interfaccia, completa, versatile e di immediata fruizione per l'utente.

Le campagne online, che proseguiranno per tutto il 2012, sono state realizzate a livello di singola agenzia, per consentire ad ognuna di raggiungere in modo dedicato una porzione specifica di pubblico, su un preciso territorio, quello in cui si colloca la sua azione commerciale.

IL RESTYLING DEL PORTALE DELLA COMPAGNIA

Infine, il progetto complessivo di ridefinizione dell'immagine web della compagnia ha riguardato anche il portale principale: dal 13 marzo è online il nuovo sito www.zurich.it, rinnovato sia da un punto di vista grafico che editoriale.

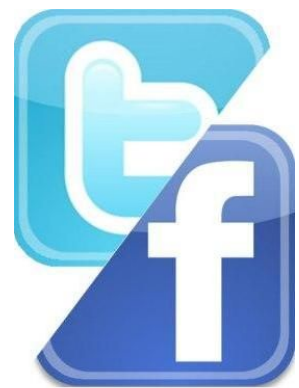
Finalità precipua del progetto di restyling è stata quella di riorganizzare i contenuti partendo dal punto di vista del cliente, analizzando le sue esigenze e rendendogli accessibili le risposte in massimo tre click.

L'home page è stata concepita per orientare immediatamente la navigazione dell'utente verso una ricerca per target (individui e famiglie, aziende e professionisti, stampa e media) o per bisogni (casa e famiglia, previdenza complementare, piccole e medie imprese).



Inoltre, per facilitare il cliente nell'individuazione delle informazioni, e rendere evidente l'integrazione tra il portale Zurich e i siti degli agenti, è stato creato un apposito form che permette in pochi click di accedere al sito dell'agenzia più vicina. In alto a destra nella home page della compagnia si trova lo spazio "Contatta il tuo agente Zurich" in cui basta inserire il comune di appartenenza per trovare l'elenco delle agenzie della zona, i relativi riferimenti di contatto e il link diretto al sito dedicato. Sempre in questo spazio è possibile trovare anche le carrozzerie convenzionate e i centri di liquidazione danni dell'area prescelta.

Diana Pastarini



Seguici anche su Facebook alla pagina di Insurance Connect e su Twitter @insurancetrade

PER RICEVERE OGNI GIORNO "INSURANCE DAILY", IL PRIMO QUOTIDIANO DEL SETTORE ASSICURATIVO, ISCRIVITI GRATUITAMENTE AL SITO WWW.INSURANCETRADE.IT



TECNOLOGIE

Nuova applicazione per i fornitori di soccorso stradale

Con una telefonata, Axa Assistance attiva il processo di selezione dell'operatore più vicino e qualificato per il tipo di intervento

Poniamo di essere rimasti in panne e di essere un cliente di **Axa Assistance**. In questo caso basta una telefonata di segnalazione del problema per ricevere un sms con i riferimenti del fornitore di assistenza automobilistica più vicino al luogo dell'incidente e più idoneo per il tipo di intervento e di veicolo coinvolto. L'assistenza in tempo reale fornita da Axa Assistance è permessa da una nuova applicazione denominata "missionamento automatico" di cui sono stati dotati i fornitori di assistenza della compagnia. L'applicativo è disponibile su smartphone e android, ma anche su sistemi più tradizionali in modo da essere fruibile dal 90% dei telefoni attualmente in commercio. Mediante una comunicazione basata su servizi web consente l'integrazione dei sistemi di geolocalizzazione con quelli di comunicazione mobile attraverso protocolli della massima sicurezza, sfruttando la tecnologia Java già presente sul cellulare.

Grazie a questo servizio Axa Assistance è in grado di gestire tutta la rete convenzionata degli operatori, con una mappatura su scala nazionale per tipologia di servizio (market finder), consentendo una notevole diminuzione dei tempi di attesa e un sensibile miglioramento dell'assistenza ai clienti in "panne". "Nell'sms che mandiamo al nostro assicurato - spiega **Elia Circuri**, manager responsabile del progetto - sono indicati i riferimenti del carrista che verrà a prendere l'auto e anche il tempo di arrivo previsto; ugualmente al fornitore diamo tutti i riferimenti del veicolo e dell'utente coinvolto e le tempistiche con cui effettuare l'intervento. Questo ci consente di monitorare tutto il processo e anche di istituire una positiva competizione tra i diversi operatori della zona".

Attraverso una semplice triangolazione la centrale operativa h24 di Axa Assistance è in grado di stabilire la distanza ed il tempo di soccorso così come la possibilità di riparare la vettura portandola presso l'officina più vicina al luogo del guasto. Tutto questo mantenendo inalterati i costi per il cliente e migliorando la fidelizzazione con i fornitori di soccorso stradale.

"Il fatto di essere seguiti in modo tempestivo e dedicato e di poter accedere solo con una telefonata all'intera rete di fornitori Axa - ha sottolineato Circuri - costituisce per il cliente che si trova in una situazione di disagio un motivo di grande rassicurazione. Abbiamo già visto che investire in questo servizio ci consente di aumentare la soddisfazione degli utenti e di ottimizzare il rapporto con la nostra rete per questo abbiamo intenzione di svilupparne ulteriormente le potenzialità nel prossimo futuro".

EVENTI

Tutte le novità sulla gestione sinistri nel convegno Iir

A Milano il 23 e 24 maggio si affronteranno cambiamenti normativi e strategie di business

Le recenti disposizioni normative previste dal decreto Liberalizzazioni e in particolare le novità riguardanti la gestione dei sinistri saranno al centro della discussione organizzata dall'**Istituto internazionale di ricerca** per la **XV edizione** del convegno "**Sinistri 2012**". L'evento di riferimento per il settore assicurativo italiano si terrà a **Milano il 23 e 24 maggio** presso l'**Ata Hotel Executive**.

Nel corso della prima giornata saranno affrontate le tematiche di urgente attualità e le criticità più sentite dalle compagnie assicurative attraverso una panoramica generale del settore con focus sui recenti mutamenti normativi e gestionali. La seconda giornata invece si svilupperà in due sessioni parallele: una dedicata all'intermediazione assicurativa e l'altra alle tecniche per migliorare la soddisfazione del cliente e all'innovazione di prodotto e di servizio.

L'efficiamento delle procedure di gestione e liquidazione dei sinistri, in conformità con le leggi vigenti, accanto all'aumento della redditività, costituiscono gli obiettivi prioritari delle compagnie. Il convegno Iir si propone di discutere come raggiungere questo obiettivo, attraverso l'esposizione di progetti sviluppati e in via di definizione, l'approfondimento degli aspetti più critici del decreto, e l'analisi delle implicazioni strategiche, tecnologiche e operative connesse alla gestione dei sinistri.

Relatori del convegno saranno: Studio legale Taurini e Hazan; Consap; Aviva Italia; Sara assicurazioni; Università Unire-Statale Milano; Quattroruote professional; Federperiti; Groupama assicurazioni; Dca consulting; Zurich Italia; Sicurezza e Ambiente; Allianz; Csc; Carige assicurazioni; Studio medico legale Cannavò; Università della Toscana; Mansutti; Gruppo agenti di assicurazione Toro; Unapass; Cariparma; Credit Agricole assicurazioni; Rsa Italy; Comdata; Axa Assicurazioni; Progetto Lavoro; Reale Mutua; Genertel; Filo Diretto; Vittoria assicurazioni.

Infine, sono previste due iniziative collaterali: nel corso della prima giornata, verranno assegnati i "**Sinistri Awards**", mentre il **25 maggio** si svolgerà un **workshop post evento** dedicato all'**Rc auto** sempre alla luce delle principali novità introdotte dal decreto Liberalizzazioni.

Negli stessi giorni, l'Iir organizza un'analoga iniziativa dedicata al settore vita, giunta alla dodicesima edizione. Per ulteriori informazioni è possibile consultare il sito **www.iir-italy.it** o rivolgersi a Laura Galleani, marketing manager dell'Iir: tel 02.83847.284; fax 02.8395.118; email laura.galleani@iir-italy.it.



PSICOLOGIA

La fiducia è una cosa seria

La fiducia che nutrite è cieca e incondizionata? Non ha bisogno di prove, non è lambita dai dubbi? Per saperlo basta affidarsi a due giochi formativi dove è necessaria una fiducia incondizionata verso gli altri. Se non siete disposti ad affidarvi al vostro prossimo in maniera totale non potete prendere parte al gioco.

Sto parlando dei ciechi guidati dai loro accompagnatori e del buttarsi fra le braccia del vostro fiduciario. Il primo gioco si fa dividendo i partecipanti in coppie dove uno è il cieco (viene bendato in modo che realmente non veda più nulla) e l'altro componente della coppia è l'accompagnatore. I ciechi vagano nella stanza e gli accompagnatori con le sole istruzioni vocali devono evitare che il loro affidato si scontri con altri ciechi o verso ostacoli presenti nella stanza. E' un gioco dove veramente si prova cosa vuol dire affidarsi "ciecamente" al proprio prossimo. Il secondo è altrettanto impegnativo. Si fa sempre a coppie. Un partecipante si mette di fronte all'altro componente della coppia dandogli le spalle, quindi si lascia cadere nel vuoto all'indietro e il suo fiduciario lo accoglie fra le braccia. La responsabilità dell'affidamento incondizionato nei nostri confronti nonché la fatica fisica sono estremamente impegnative.

Si fanno spesso questi giochi per dimostrare cosa vuol dire dare fiducia agli altri, quali sono le forze psicologiche che entrano in gioco e soprattutto quanto possa essere rischiosa questa forma di abbandono totale nelle braccia del nostro prossimo.

Il dizionario italiano dà una definizione della fiducia che a mio avviso è piuttosto interessante: "Sensazione di sicurezza basata sulla speranza o sulla stima riposta in qualcuno o qualcosa". Si parla di sicurezza basata sulla speranza, cioè di un credere nel prossimo "sperando" che la nostra stima sia stata riposta bene. Esisteva una pubblicità di un famoso formaggio che diceva: "la fiducia è una cosa seria,... vuol dire fiducia". Concordo sul fatto che si tratti di una cosa seria e che bisogna fare molta attenzione su chi riponiamo la nostra stima, o meglio fiducia.

*Leonardo Alberti, trainer scuola di Palo Alto,
consulente di direzione strategica in ambito assicurativo,
docente vendite e management*

APPUNTAMENTI

Sna, il Comitato Centrale a Roma il 20 aprile

**Al centro la nuova campagna immagine e il
progetto formativo**

Il 20 aprile a Roma si terrà il 75° Comitato Centrale del Sindacato Nazionale Agenti, presso l'Hotel Cancelli Rossi Roma Airport. La giornata si inaugurerà con la nomina dell'ufficio di presidenza e la relazione del presidente dello Sna **Claudio Demozzi**, che farà un bilancio dei primi mesi di attività dei nuovi vertici, dopo il congresso di metà gennaio.

Seguirà la presentazione della nuova campagna immagine a cura di **Paolo Soravia**, mentre il rinnovato progetto formativo sarà affidato a **Roberto Oddo**. La mattinata si chiuderà con l'approvazione del bilancio 2011 e il preventivo per quelle del 2012. Nel pomeriggio **Giancarlo Guidolin** interverrà sul tema del rinnovo del Ccnl dei dipendenti di agenzia.

Al termine delle relazioni si aprirà il dibattito, mentre la chiusura dei lavori è prevista per le 19.



Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl, Via Ripamonti 44, 20141 Milano redazione@insuranceconnect.it

Pubblicità: Paola Della Torre dellatorre@insuranceconnect.it

Supplemento al 12 aprile di www.insurancetrade.it

Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012