

LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELL'INTERMEDIARIO ASSICURATIVO

Ricerca sullo stato delle collaborazioni tra intermediari. Focus su investimenti tecnologici nel settore

relatore: Fabio Orsi, *InnovationTeam*



1 marzo 2016 - Milano



Agenti, libertà professionali e nuove tecnologie

Opportunità, esigenze e investimenti



Ricerca sullo stato delle collaborazioni tra intermediari. Focus su investimenti tecnologici nel settore

Milano, 1 marzo 2016

Fabio Orsi

INNOVATIONTEAM

Un passo indietro...dove eravamo nel 2013



11 dicembre 2013

LE COLLABORAZIONI A UN ANNO DALLA LEGGE

- Rivendicazione delle libertà professionali
- Elevata diffusione in pochi mesi
- Utilizzo prevalentemente occasionale e limitato ad auto e RC professionale
- Giro d'affari limitato
- Notevoli difficoltà nello sviluppo di network strutturati
- Criticità legate soprattutto all'informatica

LE CONDIZIONI AFFINCHÉ LE COLLABORAZIONI POSSANO FAVORIRE LO SVILUPPO DEL MERCATO

- Maggior diffusione di network di intermediari e broker grossisti che favoriscano l'incontro tra intermediari retail e fabbriche prodotti promuovendo l'innovazione dell'offerta
- Entrata nel mercato di nuovi competitor
- Sviluppo di soluzioni informatiche e servizi dedicati che riducano il costo di accesso all'intermediazione indipendente
- Maggior qualificazione professionale degli intermediari

NON BASTANO LE NUOVE NORME PER TRASFORMARE IL CONTESTO DISTRIBUTIVO

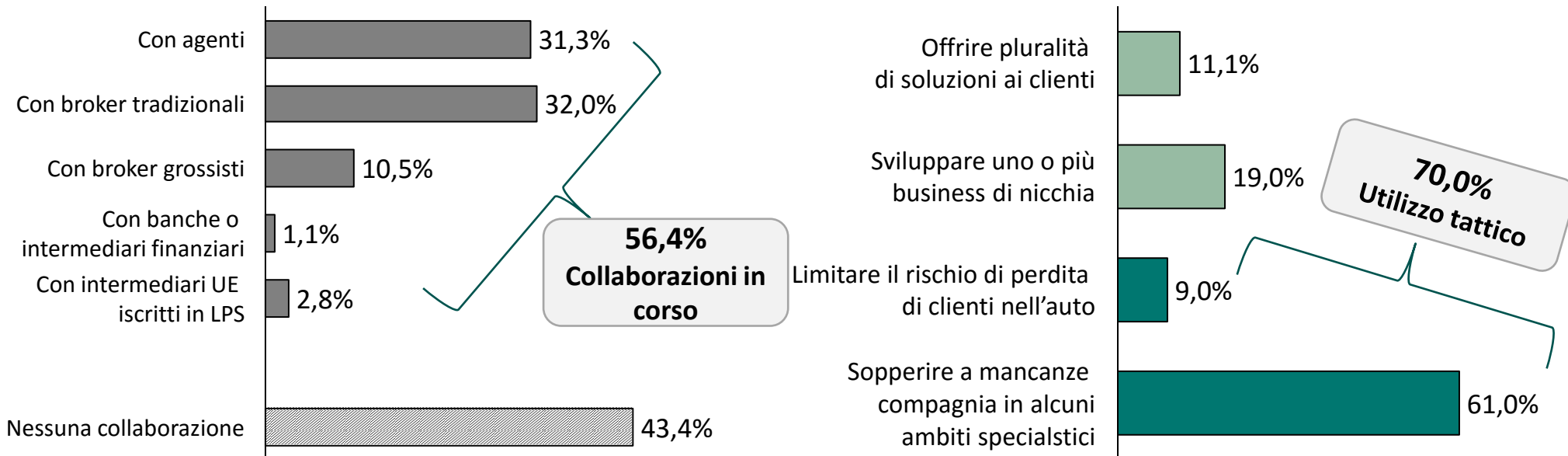
La fotografia delle collaborazioni a tre anni dalla legge



La diffusione è notevole

L'utilizzo è prevalentemente tattico

Attualmente ha in corso collaborazioni con altri intermediari? Qual è la finalità principale della collaborazioni in corso?



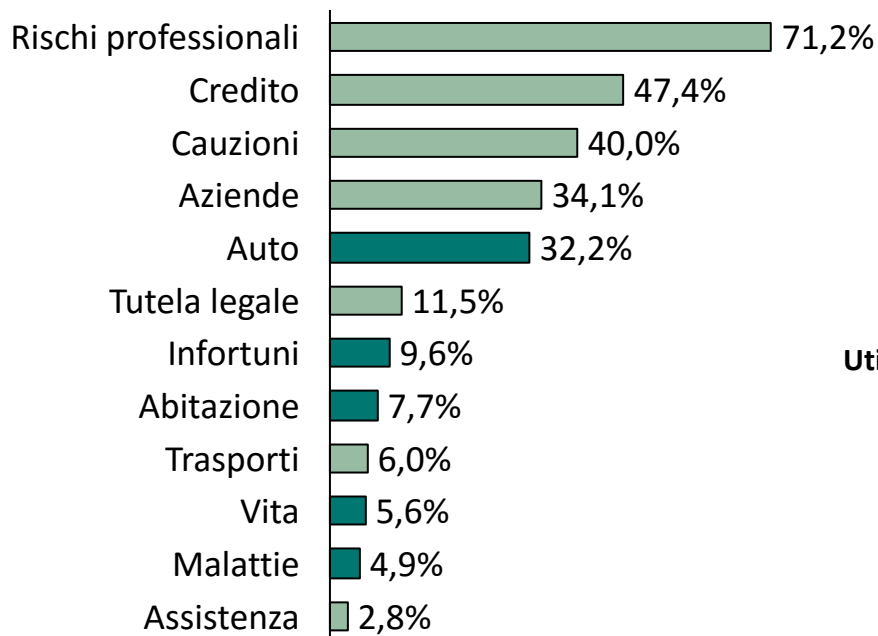
Fonte: Il cambiamento dell'intermediazione e il punto di vista degli agenti, Innovation Team 2015

Le collaborazioni si sono affermate come un supporto agli intermediari nella conservazione del portafoglio e nella risoluzione delle emergenze ma faticano ad emergere come strumento per lo sviluppo di nuovi business

L'utilizzo è focalizzato sui business specialistici ma non solo

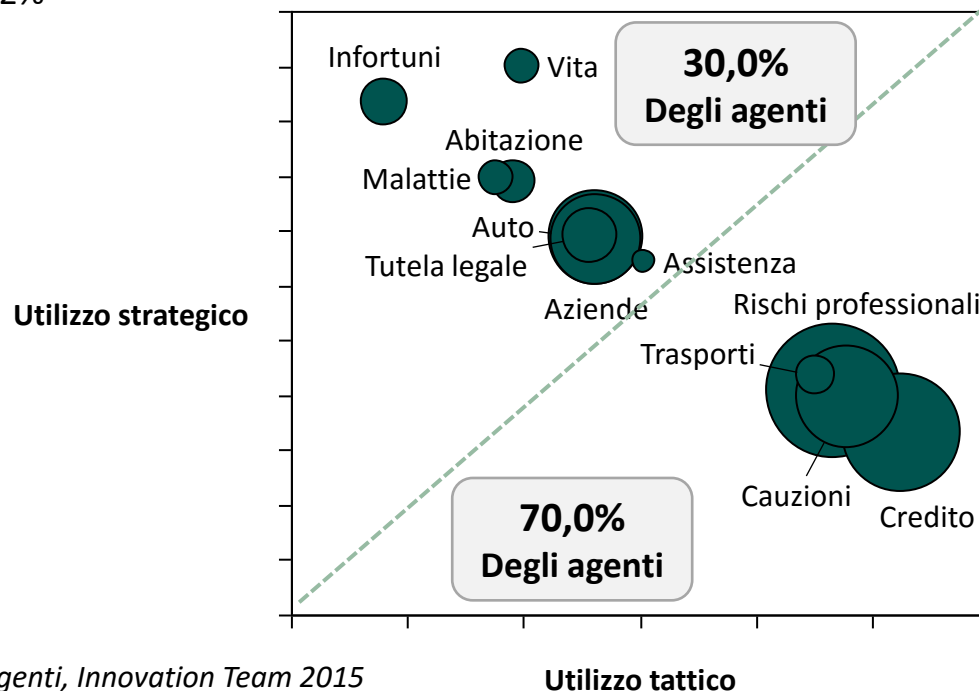


Per quali linee di business utilizza maggiormente le collaborazioni?



Mappa dell'utilizzo delle collaborazioni per aree di business

(Numero indice 100=Totale agenti che collaborano)



Fonte: Il cambiamento dell'intermediazione e il punto di vista degli agenti, Innovation Team 2015

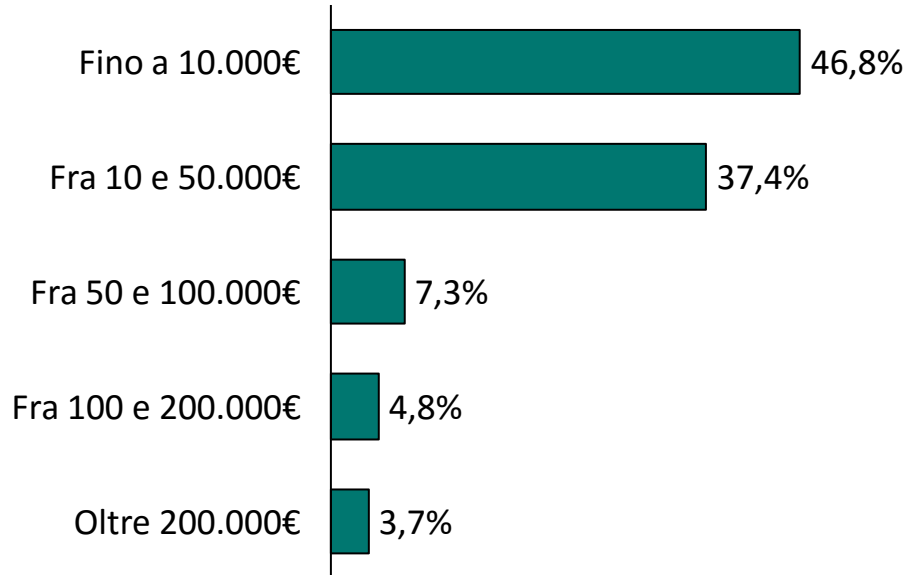
Emerge una nicchia significativa di agenti che sfruttano le collaborazioni anche per sviluppare mercati poco presidiati e fornire comparazione fra diverse offerte retail

L'impatto delle collaborazioni sui portafogli rimane limitato

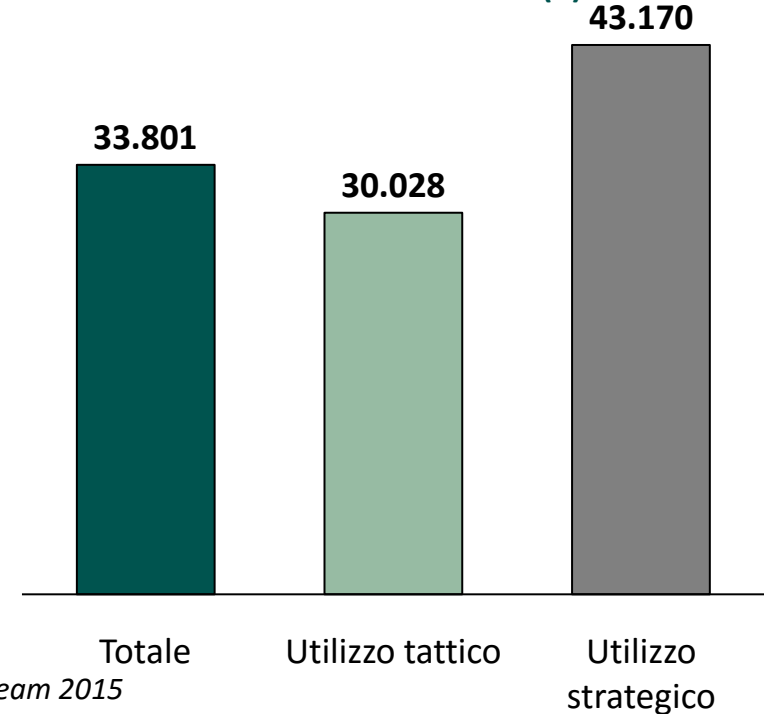


Qual è il giro di affari determinato dalle polizze proposte ad altri intermediari per i suoi clienti?

Distribuzione per fasce di giro d'affari



Giro d'affari medio (€)



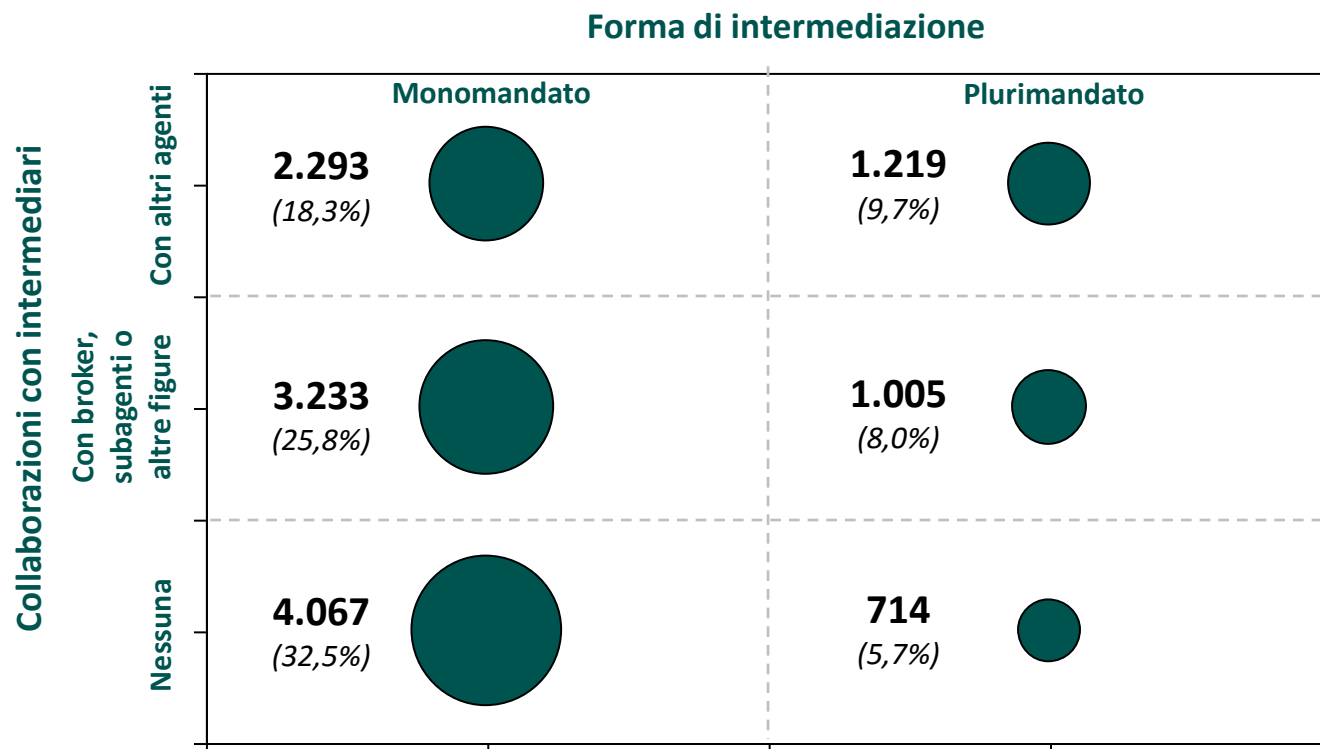
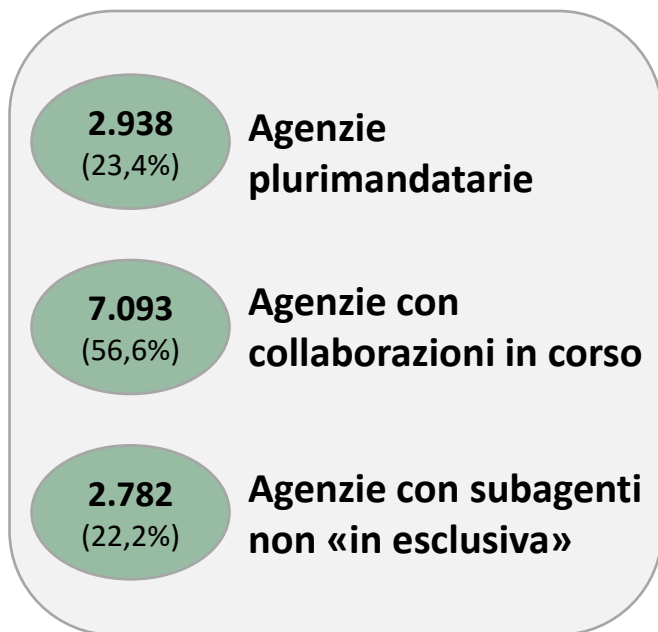
Fonte: Il cambiamento dell'intermediazione e il punto di vista degli agenti, Innovation Team 2015

La natura prevalentemente occasionale delle collaborazioni è confermata da fatto che per più dell'80% degli agenti che collaborano il giro di affari in qualità di proponente non supera i 50.000€ annui.

Solo un terzo delle agenzie intermedia un solo marchio generalista



La mappa dell'intermediazione assicurativa – Agenti e agenzie



Fonte: Il cambiamento dell'intermediazione e il punto di vista degli agenti, Innovation Team 2015

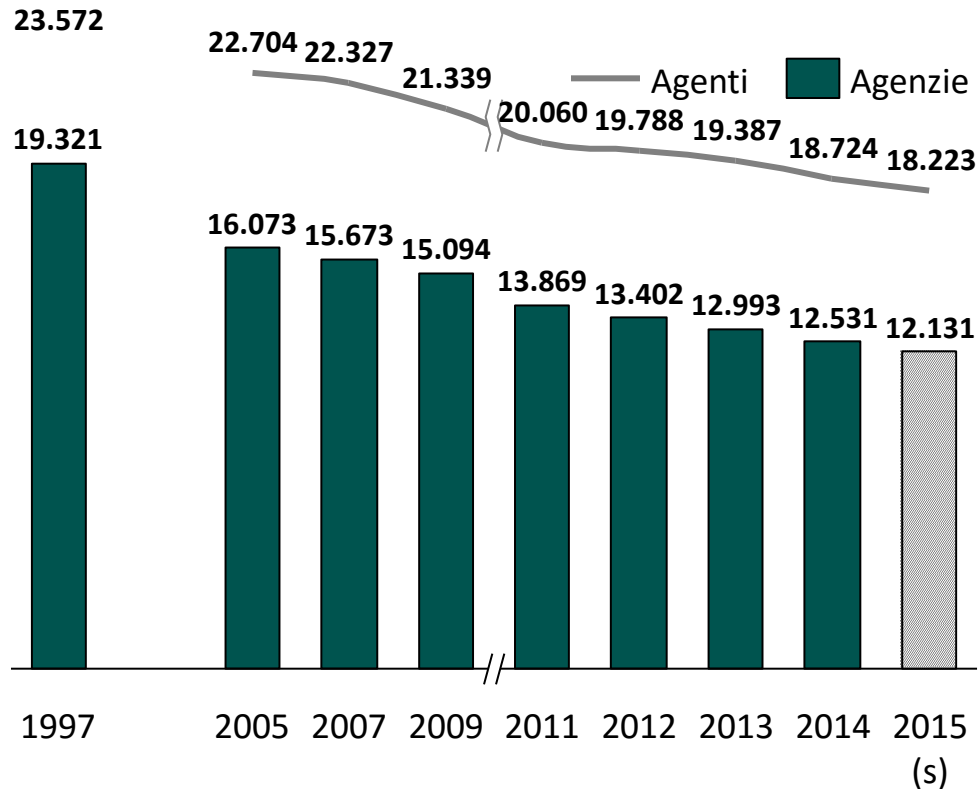
Dieci anni di cambiamenti normativi hanno generato un contesto distributivo fluido e in forte evoluzione in cui i due terzi delle agenzie potenzialmente intermediano polizze di più compagnie

Il contesto distributivo affronta una lunga fase di selezione competitiva



Prosegue la riduzione numerica

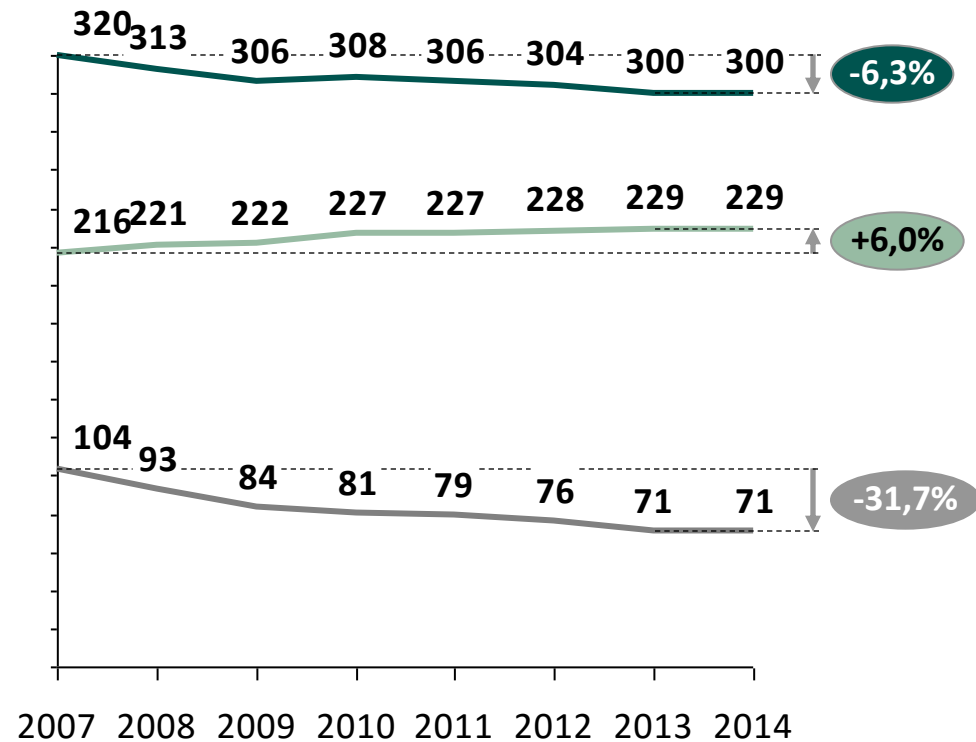
Serie storica numero agenti e agenzie



Fonte: Il cambiamento dell'intermediazione e il punto di vista degli agenti, Innovation Team 2015

La redditività rimane un problema

Evoluzione 2007-2014 andamento economico di agenzie (media, '000)



Nonostante negli ultimi anni il crollo di redditività si sia arrestato la tenuta del sistema agenziale è a rischio

La centralità delle nuove tecnologie nel cambiamento



CRISI DI SOSTENIBILITA' DELLE AGENZIE

- Inefficienza economica del modello di business
- Difficoltà di sviluppo dei business
- Difficoltà a raggiungere il cliente

LENTO SVILUPPO DELL'INTERMEDIAZIONE INDIPENDENTE

- Alto costo di accesso all'intermediazione indipendente: informatica, formazione, gestione della pluralità di marchi e delle collaborazioni
- Difficoltà di accesso ad offerte specifiche

DIFFICOLTA' DEI MERCATI

- Motor: calo del premio medio e aumento del tempo di trattativa
- Non auto: incapacità di sviluppo dell'offerta

EVOLUZIONE DEI COMPORTAMENTI DEI CLIENTI

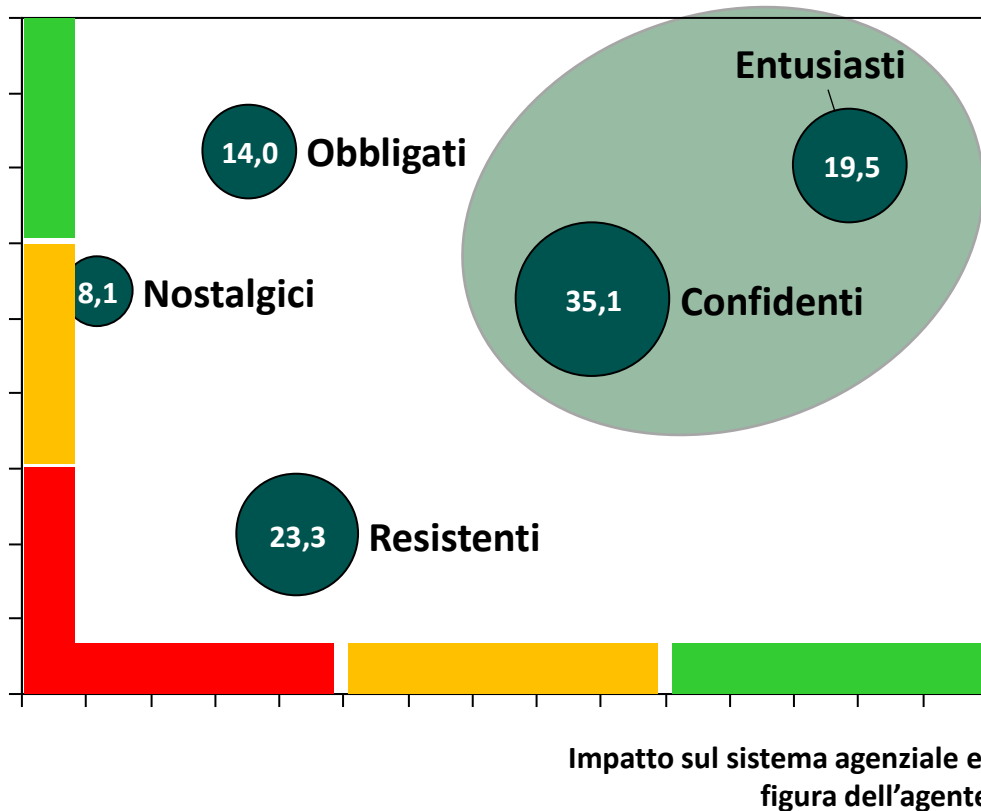
- Proattività e approccio multicanale
- Esigenza di risparmio di tempo
- Domanda di servizi high touch e nuove esperienze di acquisto
- Nuovi bisogni

- **Secondo un recente studio della Bank of England, quella di intermediario assicurativo è la professione con la più alta probabilità di essere «rottamata» dall'evoluzione tecnologica**
- **Osservando i diversi fattori di crisi dell'attuale contesto distributivo, l'evoluzione tecnologica sembra tuttavia rappresentare non solo la principale minaccia ma anche la principale opportunità per ciascuno di essi**

Come gli agenti affrontano le nuove tecnologie



Impatto sull'organizzazione dell'agenzia



- ENTUSIASTI** Le nuove tecnologie sono imprescindibili per costruire un nuovo modello di agenzia
- CONFIDENTI** Con le nuove tecnologie l'agenzia può recuperare efficienza e l'agente rimanere figura di riferimento per il cliente
- OBBLIGATI** Ormai le tecnologie non si possono rifiutare, ma la figura dell'agente rischia di perdere autorevolezza
- RESISTENTI** Le nuove tecnologie possono essere sfruttate solo per avere relazioni più frequenti con i clienti
- NOSTALGICI** Le nuove tecnologie potranno rendere le agenzie più efficienti, ma l'effetto sarà la disintermediazione

Fonte: Agenti e tecnologie. Opportunità, esigenze e investimenti. Innovation Team 2016

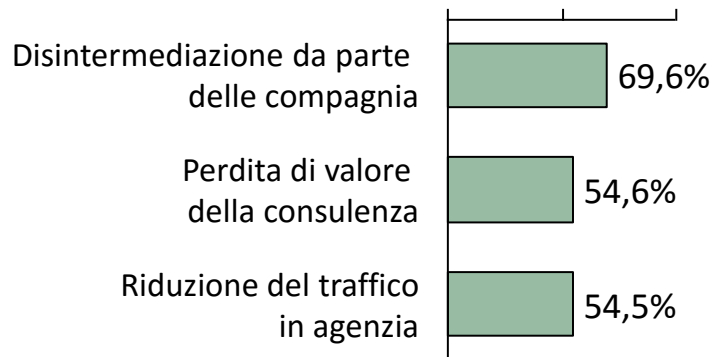
Più della metà degli agenti ha un approccio positivo verso le nuove tecnologie

Un cambiamento necessario, ma che preoccupa

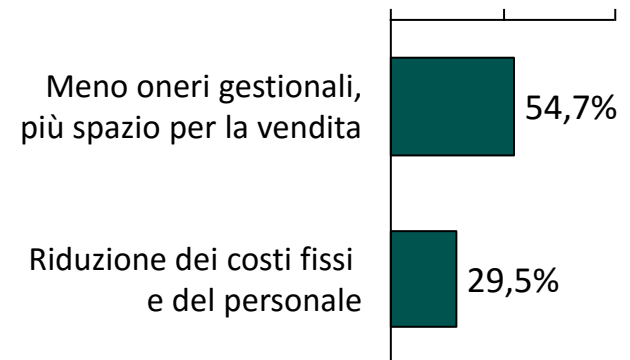


Impatto delle nuove tecnologie su... (% abbastanza-molto d'accordo)

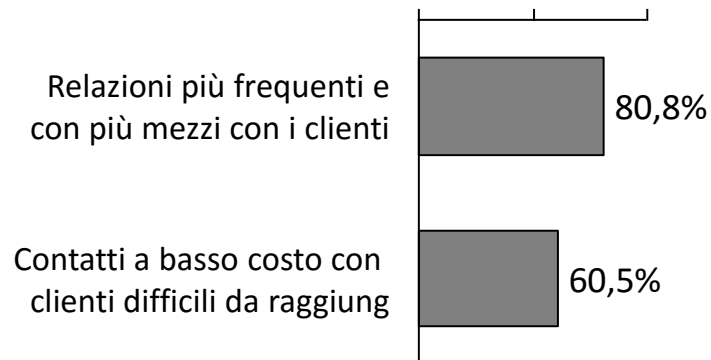
SISTEMA AGENZIALE E FIGURA DELL'AGENTE



ORGANIZZAZIONE DELL'AGENZIA



RELAZIONE E SERVIZIO VERSO I CLIENTI



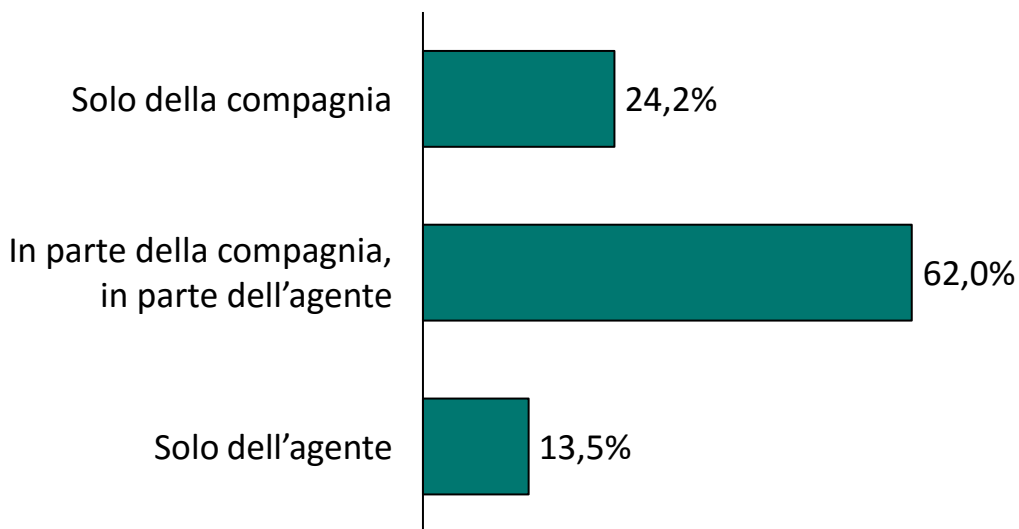
L'impatto delle nuove tecnologie è vissuto contemporaneamente come minaccia di disintermediazione e perdita di autorevolezza e come opportunità per il recupero di efficienza e l'aumento della frequenza di contatto con i clienti

Fonte: Agenti e tecnologie. Opportunità, esigenze e investimenti. Innovation Team 2016

L'evoluzione tecnologica non può essere solo compito delle compagnie



Gli investimenti tecnologici dovrebbero essere a carico...



| | Mono | Pluri |
|--|------|-------|
| Solo della compagnia | 27.3 | 10.7 |
| In parte della compagnia, in parte dell'agente | 61.4 | 64.3 |
| Solo dell'agente | 11.0 | 24.6 |

| Collabora | | |
|----------------------|----------------|---------------|
| Collabora con agenti | non con agenti | Non collabora |
| 16.1 | 28.8 | 30.4 |
| 66.3 | 61.0 | 57.6 |
| 17.6 | 9.0 | 12.1 |

Fonte: *Agenti e tecnologie. Opportunità, esigenze e investimenti. Innovation Team 2016*

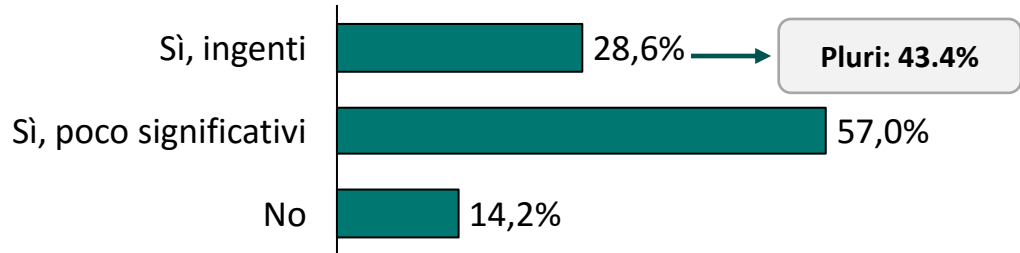
È opinione condivisa che gli investimenti tecnologici debbano riguardare simultaneamente agenti e compagnie.

Fra plurimandatari e agenti che collaborano con altri iscritti alla sezione A è più sentita l'esigenza di operare autonomamente.

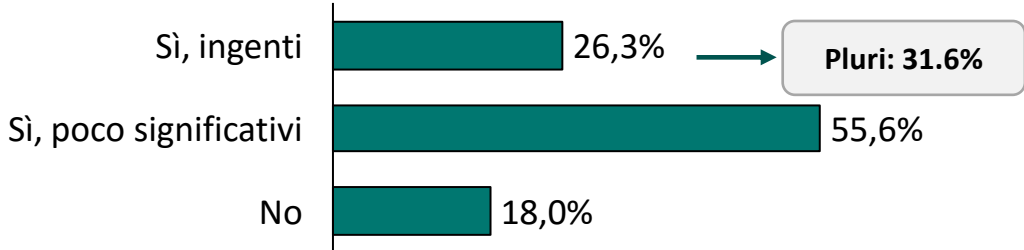
Gli agenti iniziano ad investire per cambiare il modello agenziale



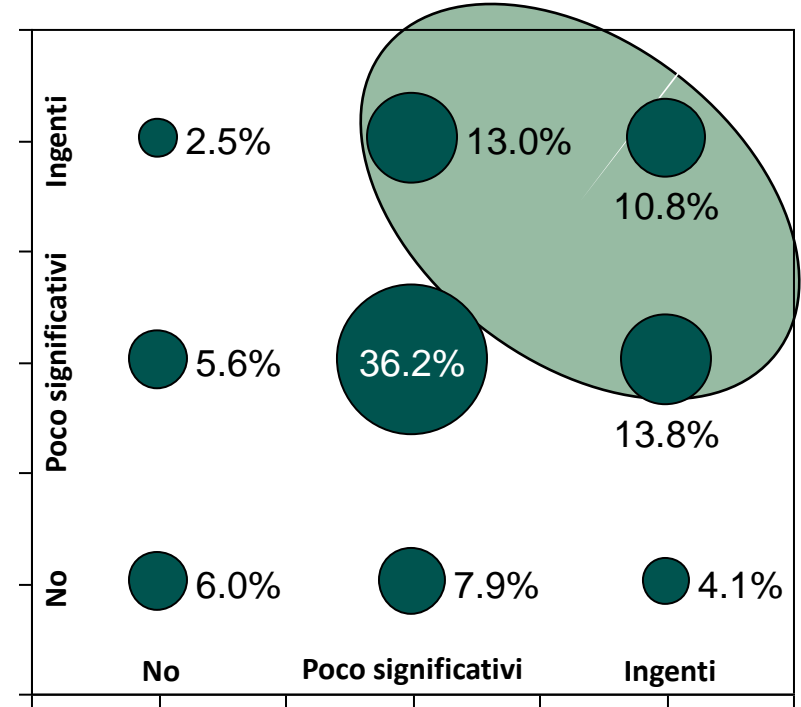
Negli ultimi 3 anni ha effettuato investimenti per le nuove tecnologie?



Nel prossimo anno prevede di effettuare investimenti per le nuove tecnologie?



Investimenti previsti nel prossimo anno



Fonte: Agenti e tecnologie. Opportunità, esigenze e investimenti. Innovation Team 2016

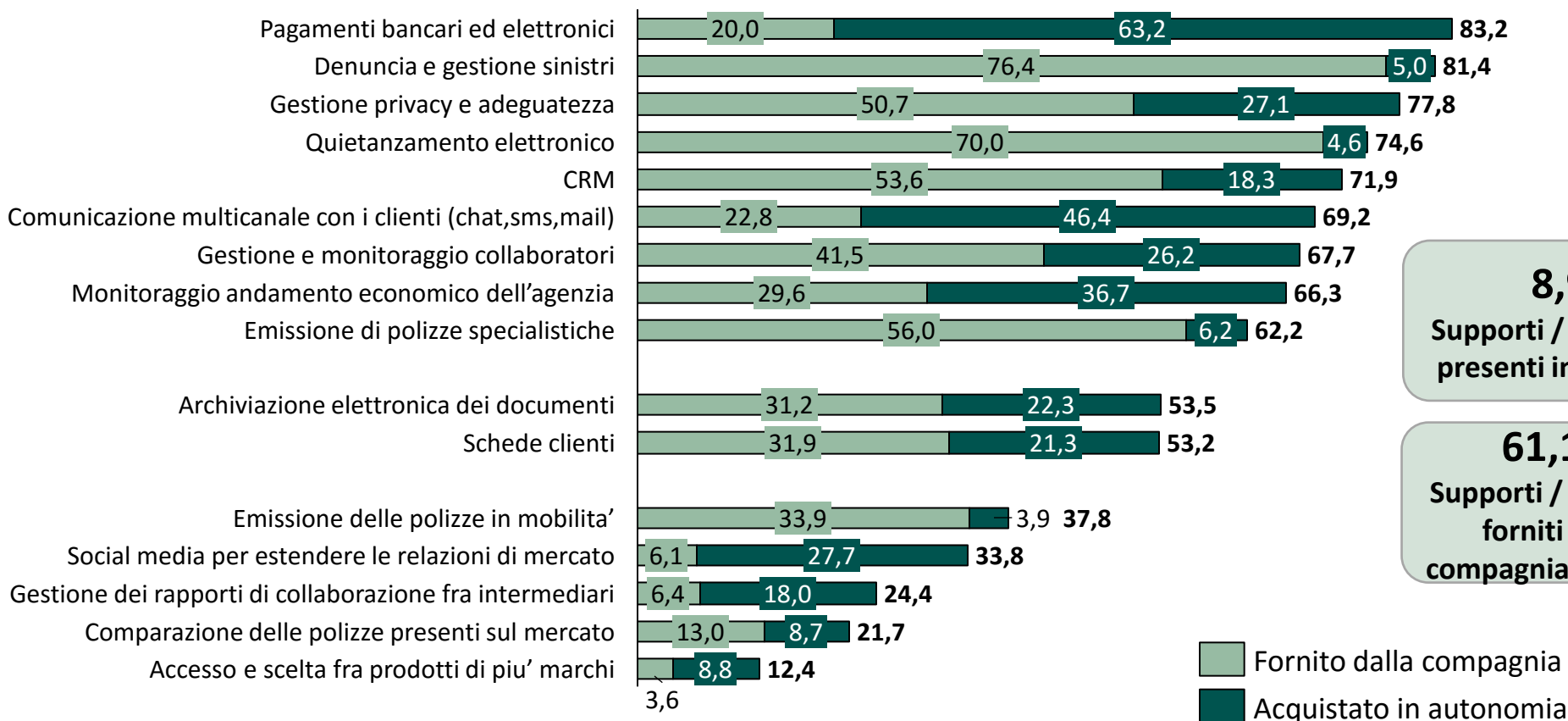
Investimenti negli ultimi 3 anni

Un terzo degli agenti sta rispondendo con investimenti significativi all'esigenza di accedere alle nuove tecnologie.

La diffusione attuale delle nuove tecnologie in agenzia



Di quali dei seguenti supporti tecnologici/software dispone attualmente?



8,9
Supporti / software presenti in agenzia

61,1%
Supporti / software forniti dalla compagnia su totale

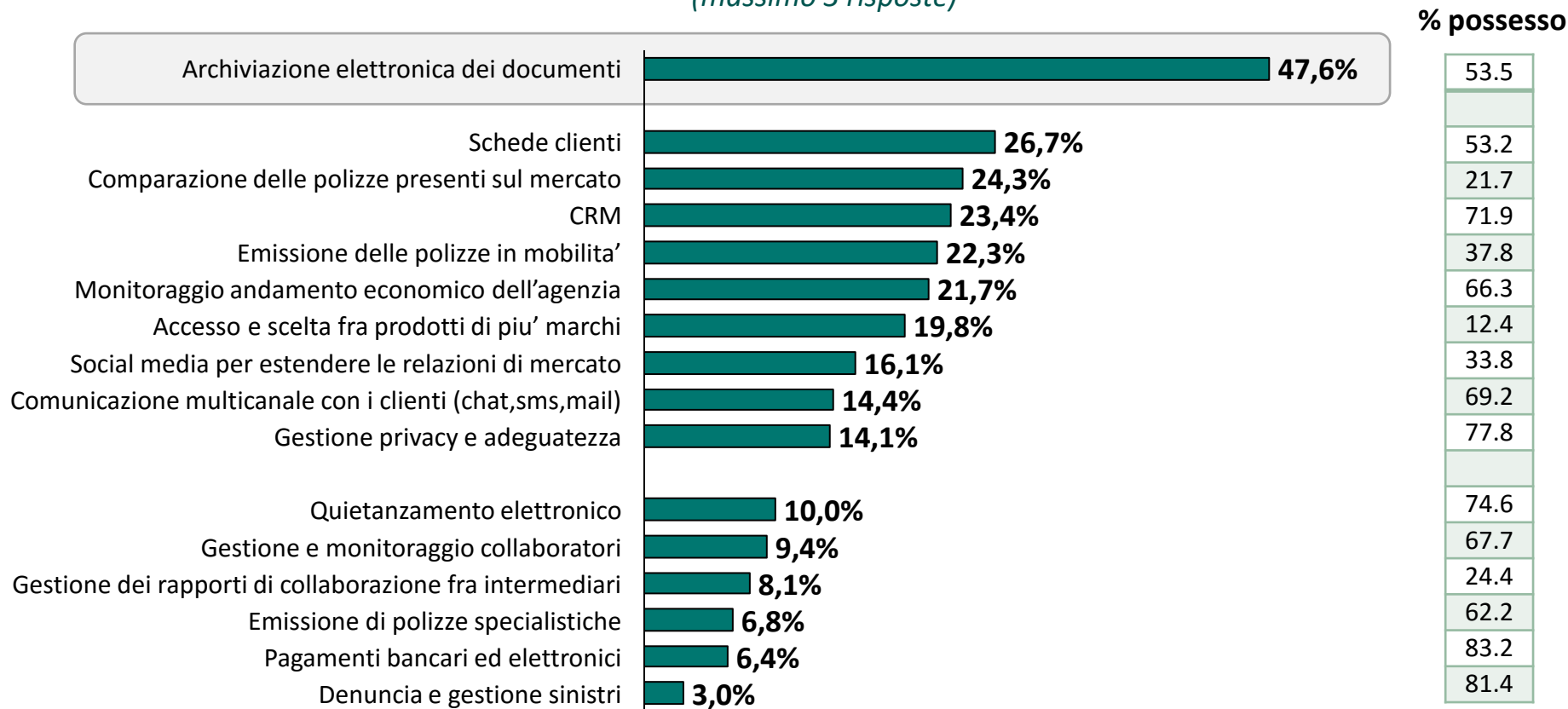
Fonte: Agenti e tecnologie. Opportunità, esigenze e investimenti. Innovation Team 2016

A fronte di una notevole presenza di supporti tecnologici in agenzia permangono aree significativamente scoperte come l'archiviazione elettronica, la vendita in mobilità e la comparazione dell'offerta

La semplificazione dei processi gestionali e amministrativi è la prima esigenza degli agenti



Se dovesse investire risorse proprie per supporti tecnologici / software, quali acquisterebbe?
(massimo 3 risposte)

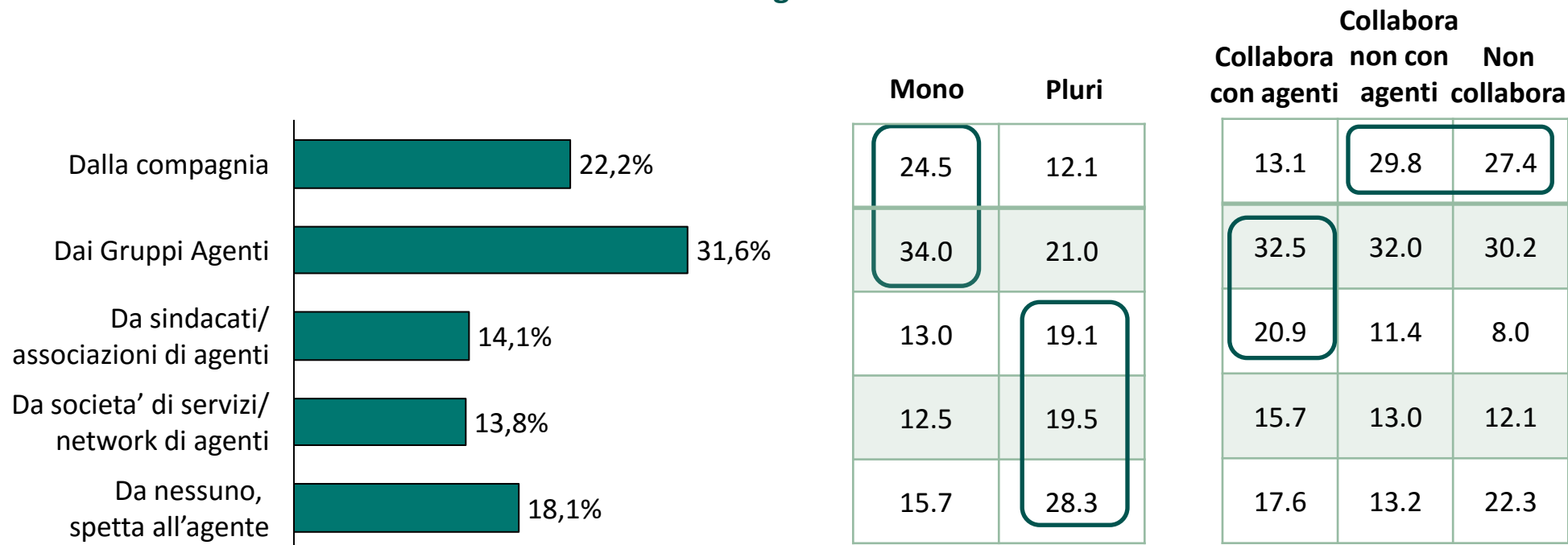


Fonte: Agenti e tecnologie. Opportunità, esigenze e investimenti. Innovation Team 2016

Quasi la metà degli agenti investirebbe risorse proprie per l'archiviazione elettronica dei documenti. Molto interesse anche per schede clienti e CRM oltre che per strumenti di comparazione delle polizze presenti sul mercato

Non solo compagnie: il ruolo di gruppi agenti e associazioni nella diffusione delle tecnologie è fondamentale

Ritiene che le nuove tecnologie dovrebbero essere veicolate...



Fonte: Agenti e tecnologie. Opportunità, esigenze e investimenti. Innovation Team 2016

Visioni contrapposte fra mono e plurimandatari: per i monomandatari la diffusione delle nuove tecnologie deve dipendere soprattutto da compagnia e gruppi agenti, per i plurimandatari l'onere spetta soprattutto all'agente e secondariamente a network di agenti e associazioni di categoria.

Agenti e social media: la strada è ancora lunga

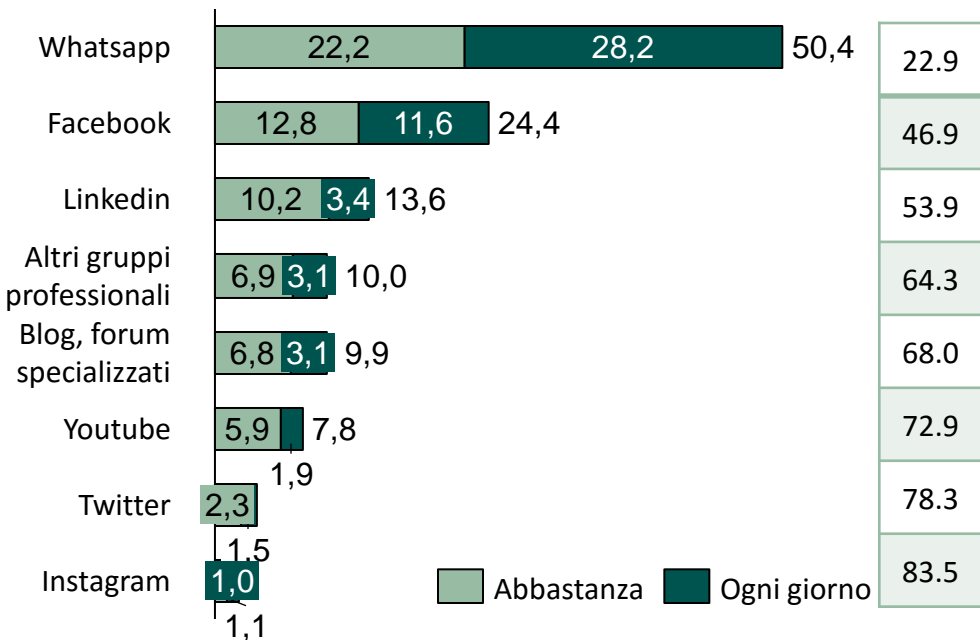


L'utilizzo è occasionale

Quanto spesso utilizza i social media per attività professionali?

(% abbastanza e ogni giorno)

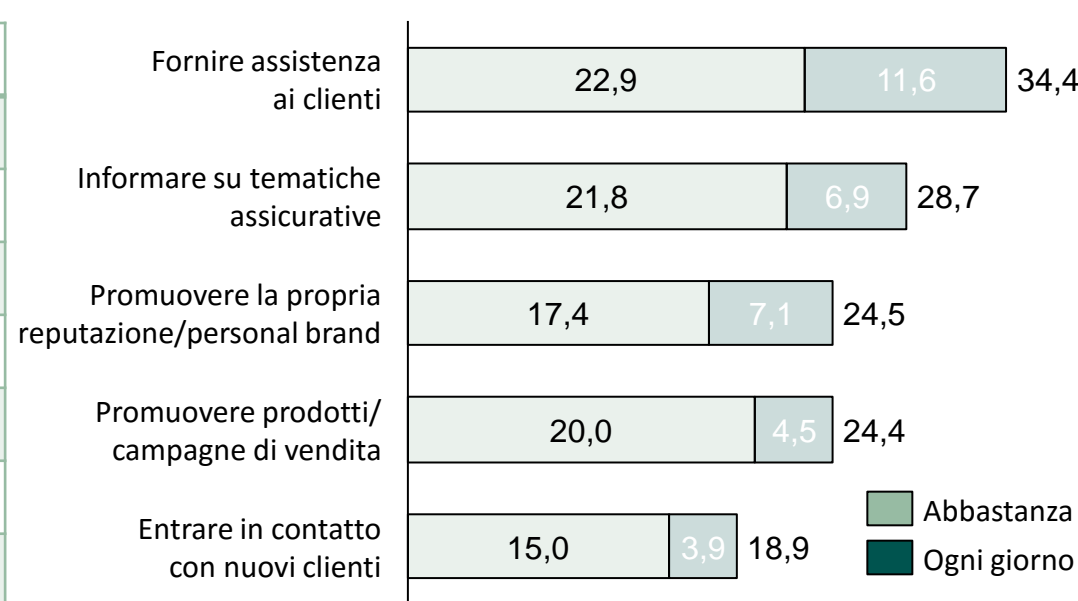
% non iscritto



Le finalità poco ambiziose

Nell'ambito delle sue attività professionali, quanto spesso utilizza i social media per...

(% abbastanza e ogni giorno)



Base: iscritti ad almeno un social media

Fonte: Agenti e tecnologie. Opportunità, esigenze e investimenti. Innovation Team 2016

I social media sono ancora poco utilizzati dai singoli agenti per finalità professionali, e chi lo fa più spesso si limita a fornire assistenza ai propri clienti.

Le nuove tecnologie da sole non bastano



**Crisi di sostenibilità dei modelli di agenzia:
recuperare l'efficienza**

**Evoluzione dei comportamenti dei clienti:
rimodellare i paradigmi di servizio e relazione
integrando canali virtuali e fisici**

**Consolidamento dell'intermediazione indipendente:
favorire l'accesso a nuove offerte e tecnologie**

**Cambiamento del contesto di mercato, delle
normative e delle esigenze degli agenti:
proseguire l'evoluzione del ruolo di associazioni e
gruppi agenti**

Le sfide che affrontano gli intermediari professionali non si possono risolvere solo con le nuove tecnologie, che pure rappresentano una straordinaria opportunità.

Solamente un approccio win-win fra compagnie, agenti e associazioni e la valorizzazione delle capacità imprenditoriali dei singoli agenti possono consentire di riaffermare il ruolo degli intermediari professionali nei nuovi contesti competitivi.

*Per qualsiasi approfondimento:
Fabio Orsi – f.orsi@innovationteam.eu*