

INTERMEDIARI E COMPAGNIE, INSIEME NEL RECIPROCO INTERESSE

IDD: TRASFORMARE UN COMPITO IN UN SERVIZIO

Sergio Sorgi, vice presidente di Progetica



**Insurance
Connect**



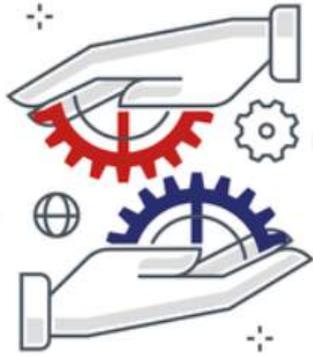
insurance TRADE
WWW.INSURANCETRADE.IT




Convegno

5 OTTOBRE 2017 | MILANO | 9.00 - 17.30
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

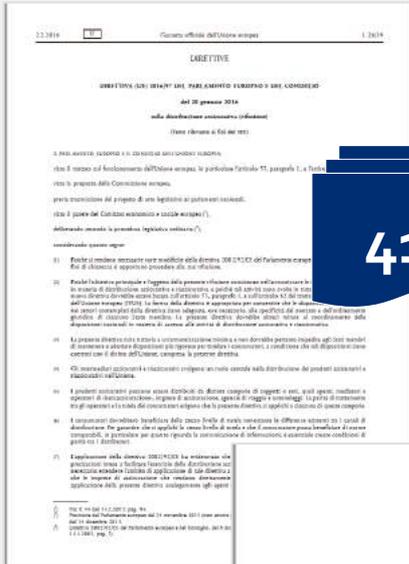
**INTERMEDIARI E
COMPAGNIE, INSIEME NEL
RECIPROCO INTERESSE**



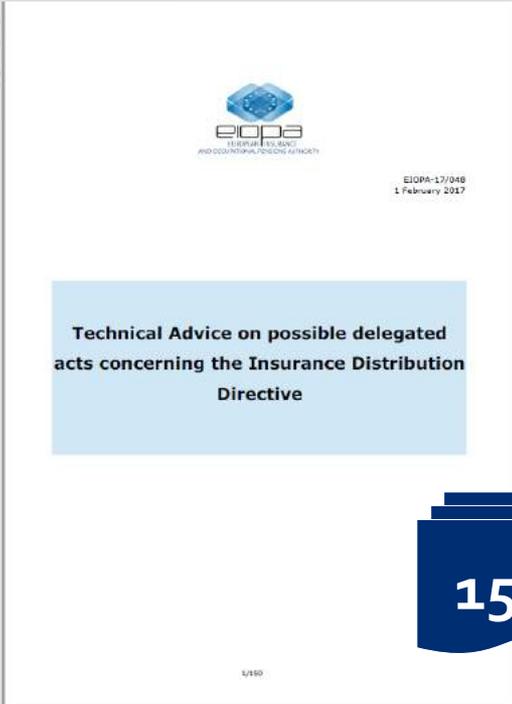
I.D.D: TRASFORMARE UN COMPITO IN UN SERVIZIO

Sergio Sorgi,
vicepresidente di

Le fonti del diritto



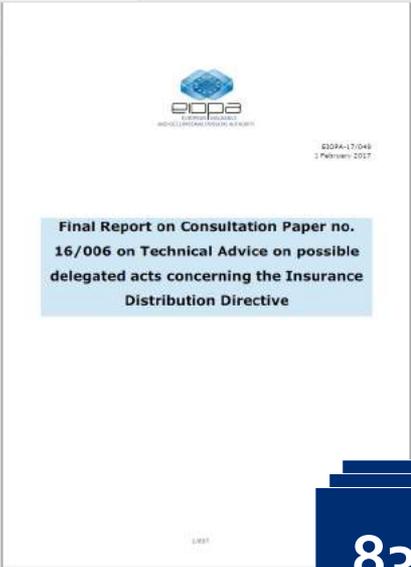
41



150



40



837

IDD in pillole.

Si richiede che:

- si realizzino **prodotti utili** per utenze identificate
- si comunichi ai distributori, scelti in maniera appropriata **a chi servono** i prodotti realizzati e a chi non servono
- i distributori vendano solo se un cliente lo richiede e ne ha bisogno (**demands & needs**)
- i distributori si **astengano** dal distribuire nei casi in cui il prodotto non offre alcun valore al consumatore ma solo elevate commissioni al distributore.
- i **compensi** siano resi complessivi e trasparenti



**«Dilemma»:
burocrazia o
opportunità**

Demands & Needs? Consulenza o Vendita? tradurre, please!



BD BusinessDictionary

demand

Related Terms: market saturati..., claims, market outlook, cycle inventory, collateral

Definitions (3):

1. Commerce: A claim for a sum of money as due, necessary, or required.
2. Economics: (1) Desire for certain good or service supported by the capacity to purchase it. (2) The aggregate quantity of a product or service estimated to be bought at a particular price. (3) The total amount of funds which individuals or organizations want to commit for spending on goods or services over a specific period. See also law of supply and demand.
3. Law: An assertion of a legal right, such as to seek a compensation or relief.

Dictionary Term of Day Articles

BD BusinessDictionary

need

Related Terms: non-interest ex..., consumerism, relationship ba..., gift economy, customer concep..., qualitative mar

Definitions (2):

1. General: A motivating force that compels action for its satisfaction. Needs range from basic survival needs (common to all human beings) satisfied by necessities, to cultural, intellectual, and social needs (varying from place to place and age group to age group) satisfied by necessities. Needs are finite but, in contrast, wants (which spring from desires or wishes) are boundless. See also Maslow's hierarchy of needs.
2. Marketing: A driver of human action which marketers try to identify, emphasize, and satisfy, and around which promotional efforts are organized.

La normazione: un «rispettabile» aumento di oneri ed incombenze



Le direttrici fondamentali del «cambiar poco»

Per le Compagnie:

1. Produrre soluzioni standardizzate
2. Consegnarle a collocatori o a vendita diretta
3. Realizzare nuovi questionari cartacei e procedure di indirizzo adeguate



Le direttrici fondamentali del «cambiar poco»: punti di attenzione per le Compagnie



ATLANTE 2005
DELLE
300
ASSICURAZIONI
LEADER

LE CLASSIFICHE

- Le compagnie più efficienti e quelle più solide
- Ramo per ramo chi ha guadagnato di più
- I compensi dei manager al vertice

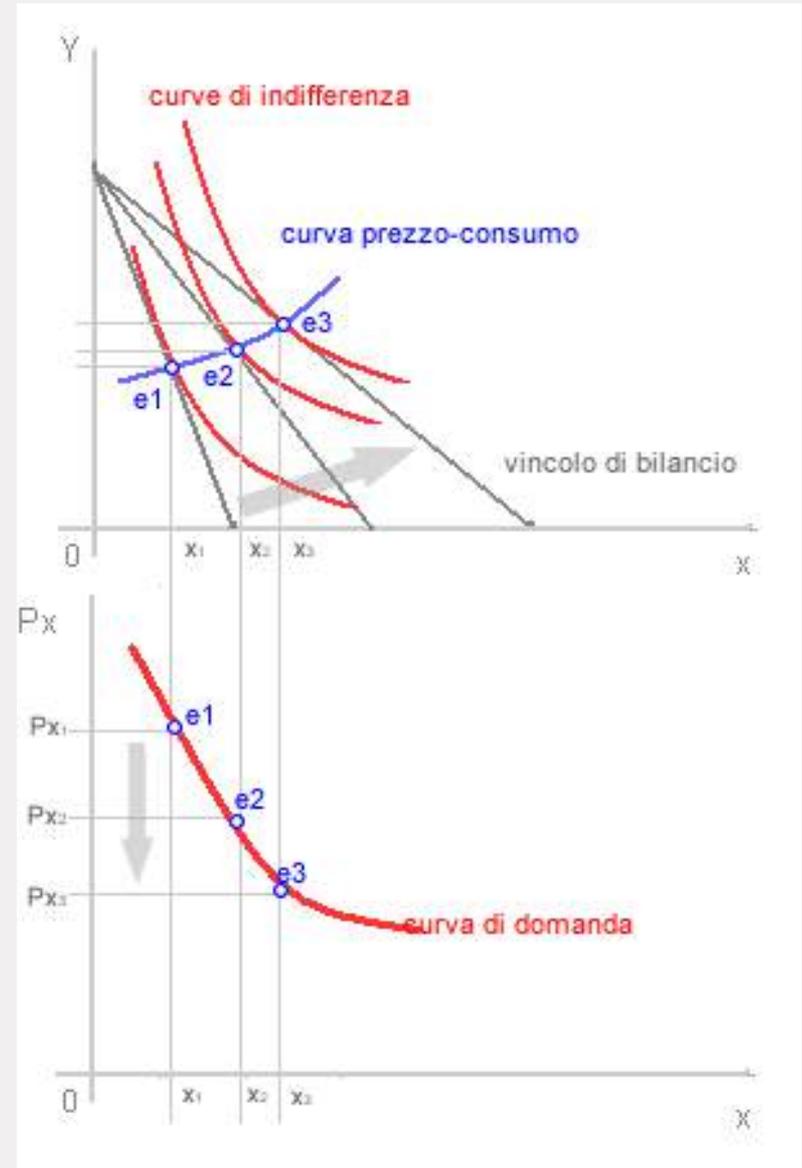
510.11
 9 7758467705

MF
Innovazione
AWARD 2005

Seconda edizione del premio alle
POLIZZE PIÙ INNOVATIVE

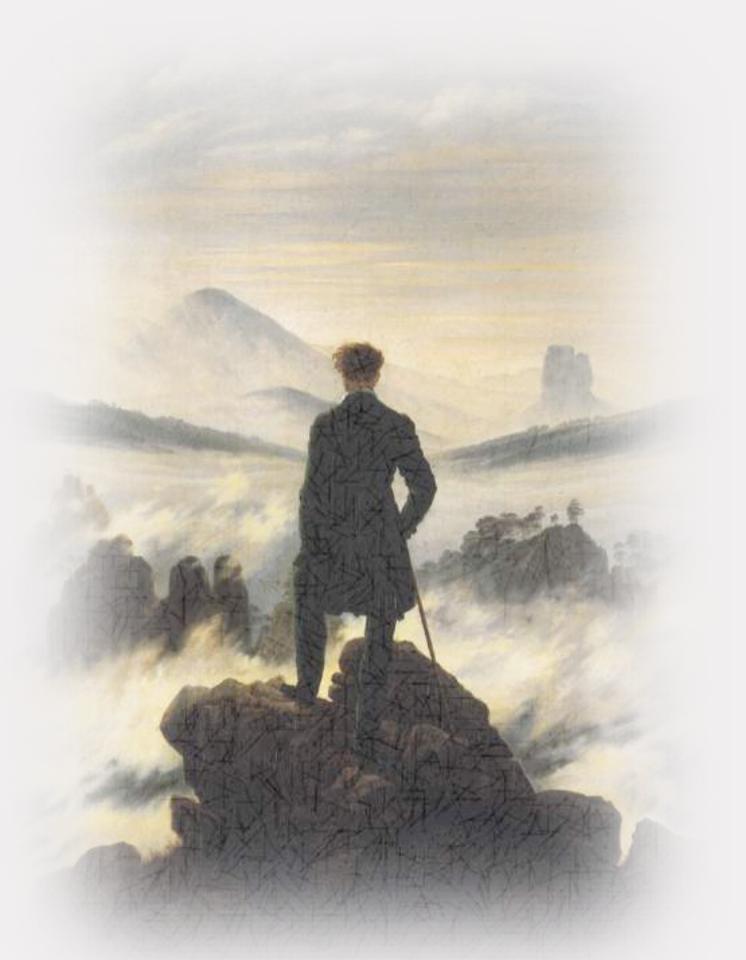
Riflessione n°1

Si ha riduzione di domanda ogni qualvolta il prezzo diventa elemento evidente al fruitore.

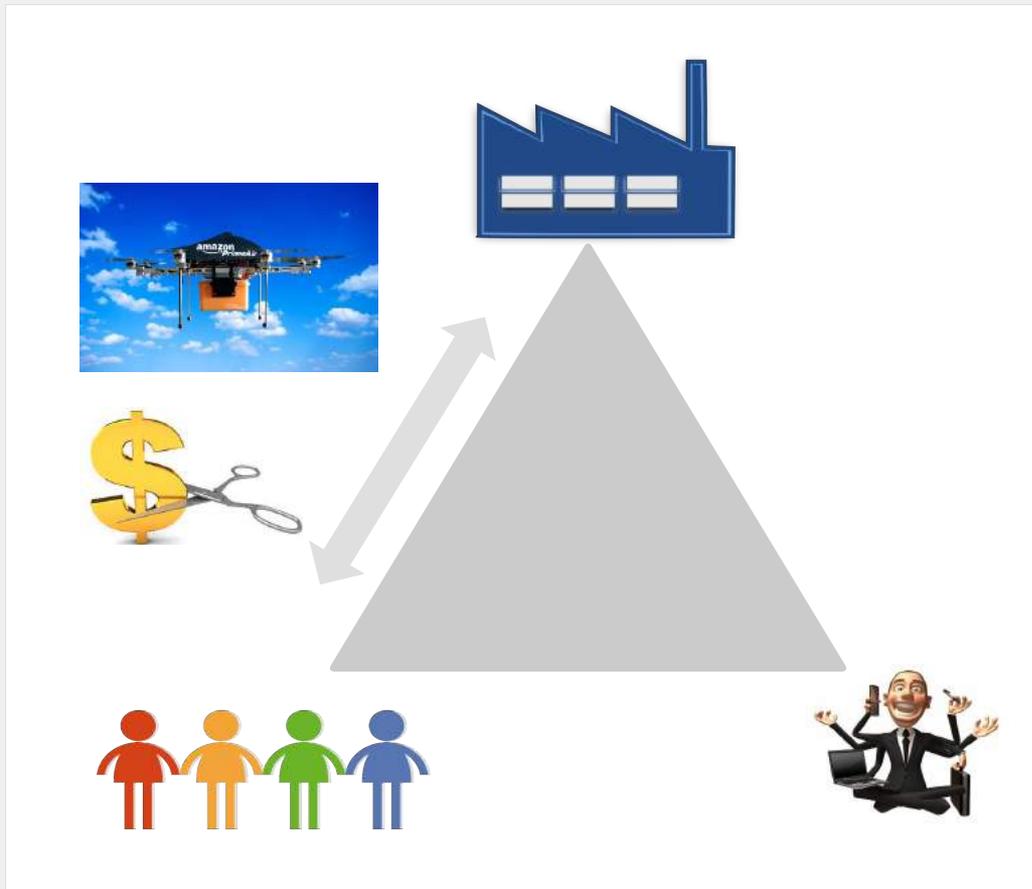


Le direttrici fondamentali per chi vuole cambiare poco. Per gli intermediari.

1. Sperare che i canali di vendita diretta non prosperino (tanto i clienti non cercano le polizze in rete...)
2. Spingere su collocamento spinto (premi, sconti, narrazione)
3. Diversificazione di business (abbinamento altri servizi o prodotti di largo consumo)
4. Contare sul romanticismo (l'umano vorrà sempre avere a che fare con un umano)



Le direttrici fondamentali per chi vuole cambiare poco. Per gli intermediari: punti di attenzione



Riflessione n°2

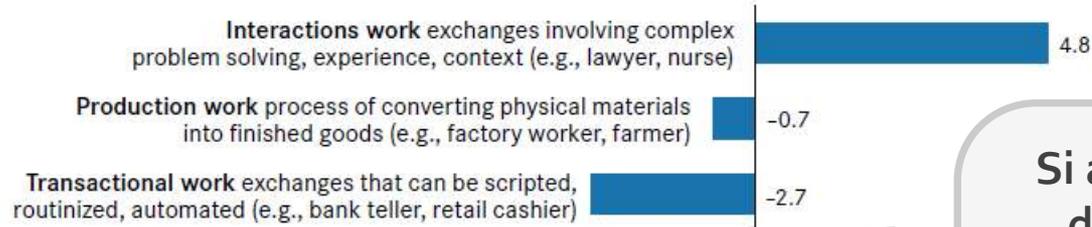
Automazione e percorsi di vendita diretta coinvolgono transazioni e produzioni standard ma non lavori ad elevata complessità e trasversalità.

Chart 5

Job growth across types of work

Job growth in the United States involves complex interactions, not routine production or standardized transactions.

New jobs created in the United States: 2001-2009 (millions of jobs)



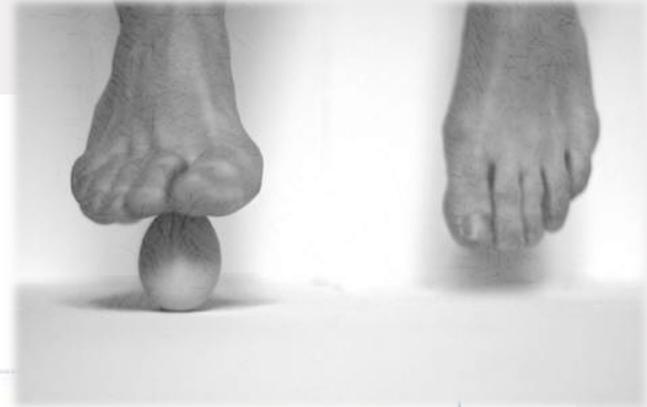
Sources: U.S. Bureau of Labor Statistics; McKinsey Global Institute analysis

Si assiste allo svuotamento dei lavori intermedi, che risulta in una bipolarizzazione tra buoni lavori da una parte e lavori commodity, a valore scarsissimo, dall'altra.
(David Autor, MIT, Boston)

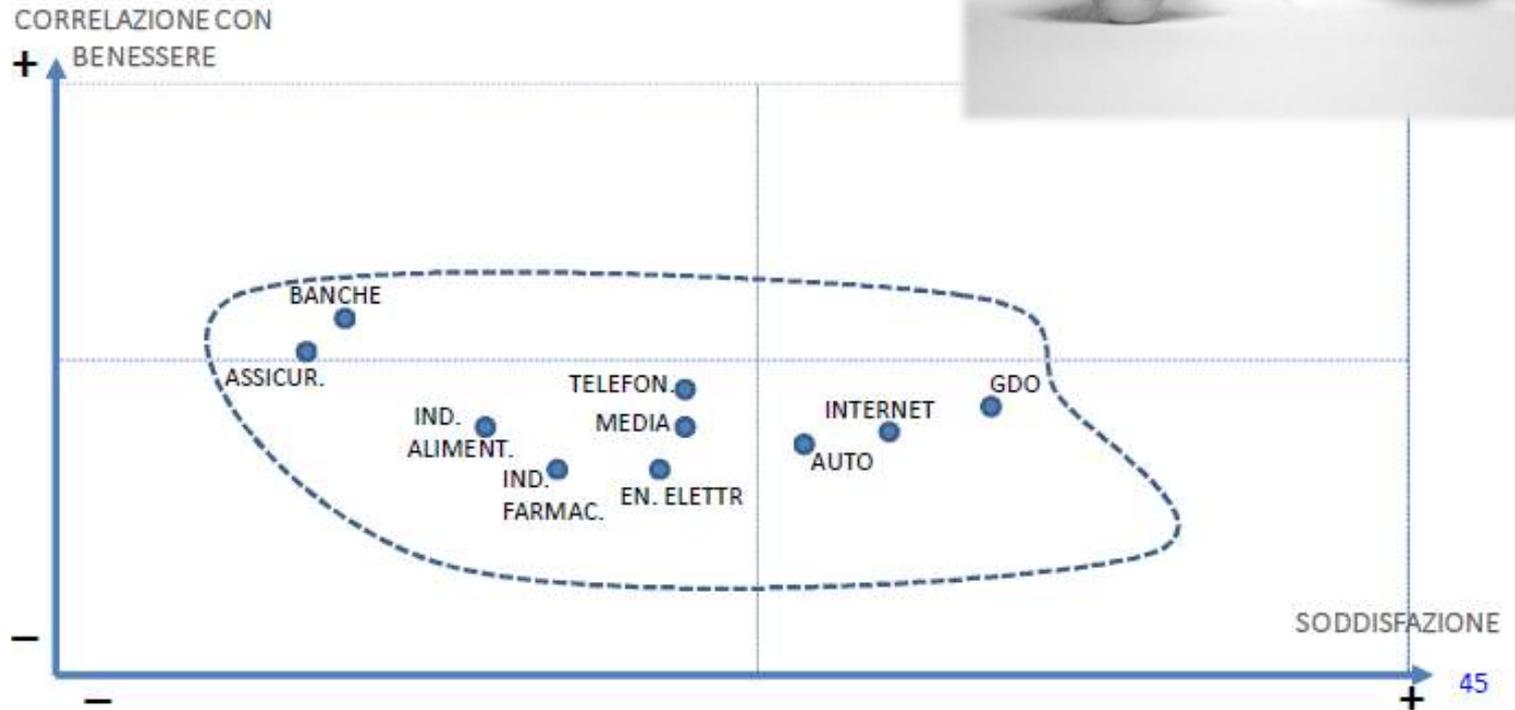
La normazione: un elemento da cogliere per prosperare



Importanti e inadeguati?



MAPPA DELLE VARIABILI: correlate con benessere/soddisfacenti



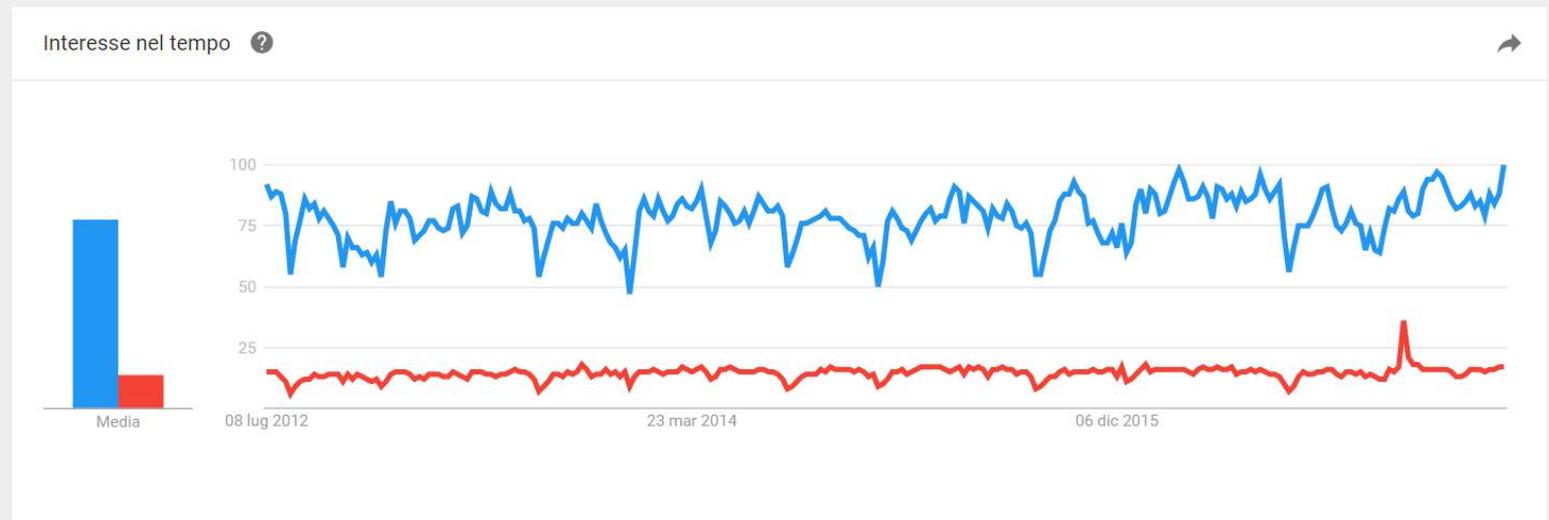
Le persone parlano...



Google Trends Confronta

<p>● assicurazione Termine di ricerca</p>	<p>● polizza Termine di ricerca</p>	<p>+ Aggiungi confronto</p>
--	---	-----------------------------

Italia ▼ Ultimi 5 anni ▼ Tutte le categorie ▼ Ricerca Google ▼



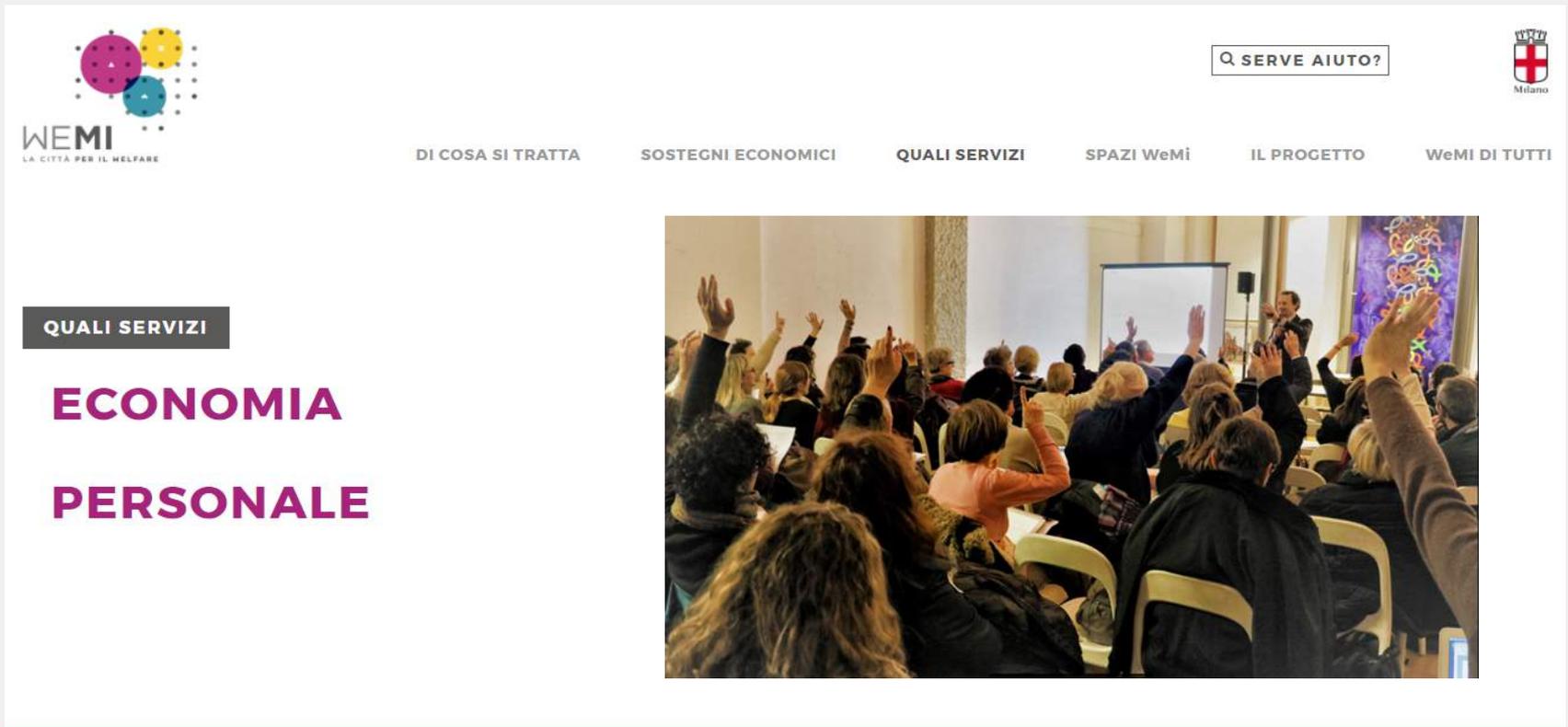
... e bisogna capire cosa desiderano



Che fare? 1. Comprendere che la nuova sfida è il benessere (SDGs)



2. portare gli utenti a interessarsi della propria vita



The screenshot shows the WEMI website interface. At the top left is the WEMI logo with the tagline 'LA CITTÀ PER IL BENEFICIO'. To the right is a search bar containing the text 'Q SERVE AIUTO?'. Further right is the Milan city logo. Below these are navigation links: 'DI COSA SI TRATTA', 'SOSTEGNI ECONOMICI', 'QUALI SERVIZI', 'SPAZI WeMi', 'IL PROGETTO', and 'WeMI DI TUTTI'. On the left side, there is a dark grey button labeled 'QUALI SERVIZI' and two large purple text elements: 'ECONOMIA' and 'PERSONALE'. On the right side, there is a photograph of a community meeting where a man is standing at the front and many audience members have their hands raised.

IL SERVIZIO DI ECONOMIA PERSONALE DI QUALITÀ È NATO GRAZIE A UN'AZIONE PROMOSSA DALL'ASSESSORATO ALLE POLITICHE SOCIALI, DIRITTI E SALUTE DEL COMUNE DI MILANO, IN PARTNERSHIP CON PROGETICA S.R.L., UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE - LABORATORIO DI STATISTICA APPLICATA ALLE DECISIONI ECONOMICO-AZIENDALI E CON UNI - ENTE NAZIONALE ITALIANO DI UNIFICAZIONE.

3. Intraprendere la strada della qualità

NORMA ITALIANA	Pianificazione finanziaria, economica e patrimoniale personale (personal financial planning) Requisiti per i pianificatori finanziario-economico-patrimoniali personali (personal financial planner)	UNI ISO 22222 MAGGIO 2008
SPECIFICA TECNICA	Pianificazione finanziaria, economica e patrimoniale personale Guida all'applicazione della UNI ISO 22222:2008 Terminologia, classificazione e requisiti del servizio	UNI/TS 11348 GENNAIO 2010
NORMA ITALIANA	Educazione finanziaria del cittadino Requisiti del servizio	UNI 11402 FEBBRAIO 2011 Financial education of citizens Service requirements
RAPPORTO TECNICO	Linee guida per la scelta del pianificatore finanziario-economico-patrimoniale personale previsto dalla UNI ISO 22222:2008	UNI/TR 11403 Guidelines for selection of a personal financial planner foreseen by UNI ISO 22222:2008

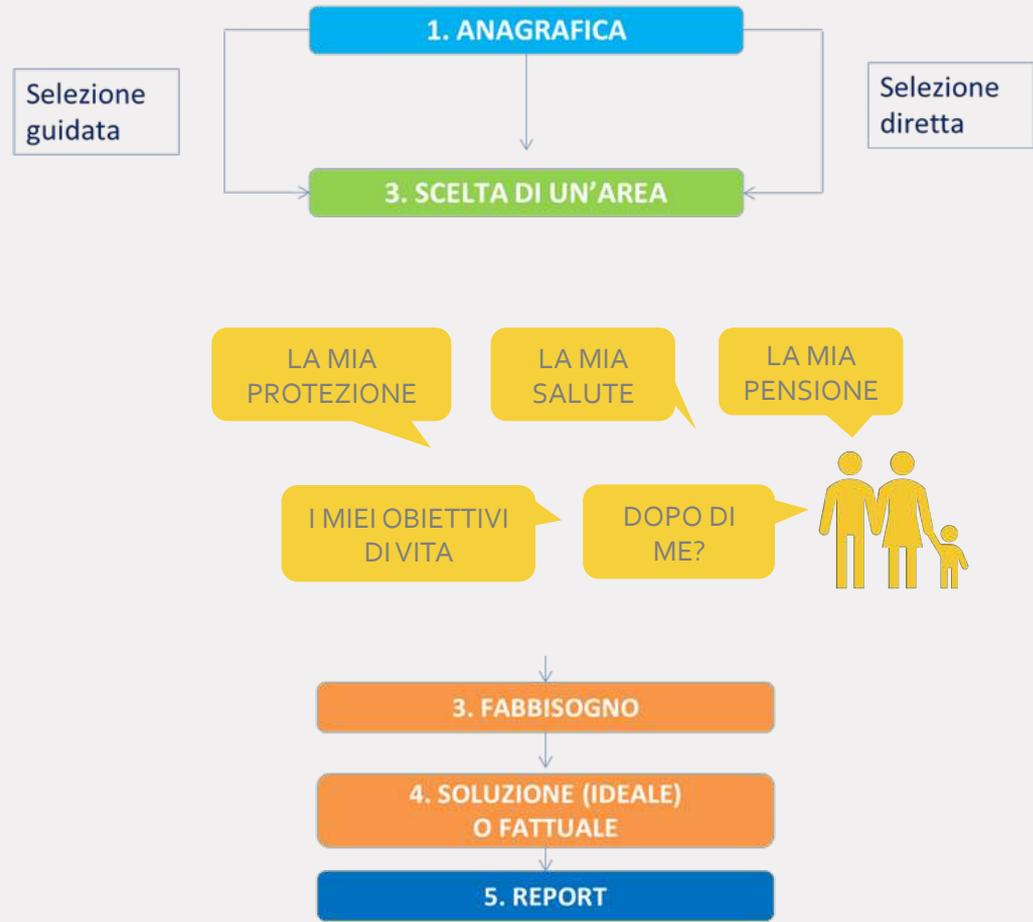
prospetto T **Requisiti specifici per la competenza del pianificatore finanziario-economico-patrimoniale personale**
(Continua)

Fase	Processo		
D	<p>I pianificatori finanziario-economico-patrimoniali personali devono essere capaci di analizzare e valutare i fattori economici, finanziari e sociali relativi alla situazione del cliente.</p> <table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>a) Conoscenza/comprendione - Devono possedere un'ampia conoscenza generale degli eventi finanziari, economici e sociali relativi alla pianificazione finanziaria economica e patrimoniale personale.</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>b) Capacità - Devono essere capaci di analizzare e valutare l'impatto di eventi esterni sulla situazione finanziaria del cliente. - Devono essere capaci di sviluppare opportuni piani che concordino con le ipotesi.</p> </td> </tr> </table>	<p>a) Conoscenza/comprendione - Devono possedere un'ampia conoscenza generale degli eventi finanziari, economici e sociali relativi alla pianificazione finanziaria economica e patrimoniale personale.</p>	<p>b) Capacità - Devono essere capaci di analizzare e valutare l'impatto di eventi esterni sulla situazione finanziaria del cliente. - Devono essere capaci di sviluppare opportuni piani che concordino con le ipotesi.</p>
<p>a) Conoscenza/comprendione - Devono possedere un'ampia conoscenza generale degli eventi finanziari, economici e sociali relativi alla pianificazione finanziaria economica e patrimoniale personale.</p>	<p>b) Capacità - Devono essere capaci di analizzare e valutare l'impatto di eventi esterni sulla situazione finanziaria del cliente. - Devono essere capaci di sviluppare opportuni piani che concordino con le ipotesi.</p>		
E	<p>I pianificatori finanziario-economico-patrimoniali personali devono essere capaci di analizzare e valutare la gestione del rischio e la situazione assicurativa del cliente.</p> <table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>a) Conoscenza/comprendione - Devono possedere un'ampia conoscenza generale della gestione del rischio e della assicurazione applicata alla pianificazione finanziaria economica e patrimoniale personale.</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>b) Capacità - Devono essere capaci di analizzare e valutare i bisogni di gestione del rischio e assicurativi del cliente. - Devono essere capaci di analizzare e valutare la gestione del rischio e l'attuale copertura assicurativa di un cliente e determinare se queste soddisfino i suoi bisogni e i suoi obiettivi.</p> </td> </tr> </table>	<p>a) Conoscenza/comprendione - Devono possedere un'ampia conoscenza generale della gestione del rischio e della assicurazione applicata alla pianificazione finanziaria economica e patrimoniale personale.</p>	<p>b) Capacità - Devono essere capaci di analizzare e valutare i bisogni di gestione del rischio e assicurativi del cliente. - Devono essere capaci di analizzare e valutare la gestione del rischio e l'attuale copertura assicurativa di un cliente e determinare se queste soddisfino i suoi bisogni e i suoi obiettivi.</p>
<p>a) Conoscenza/comprendione - Devono possedere un'ampia conoscenza generale della gestione del rischio e della assicurazione applicata alla pianificazione finanziaria economica e patrimoniale personale.</p>	<p>b) Capacità - Devono essere capaci di analizzare e valutare i bisogni di gestione del rischio e assicurativi del cliente. - Devono essere capaci di analizzare e valutare la gestione del rischio e l'attuale copertura assicurativa di un cliente e determinare se queste soddisfino i suoi bisogni e i suoi obiettivi.</p>		
F	<p>I pianificatori finanziario-economico-patrimoniali personali devono essere in grado di analizzare e valutare la situazione pensionistica del cliente.</p> <table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>a) Conoscenza/comprendione - Devono possedere un'ampia conoscenza generale dei piani di pensionamento privati, delle imprese e statali e di come questi si rapportano alla pianificazione finanziaria economica e patrimoniale personale.</p> </td> <td style="vertical-align: top;"> <p>b) Capacità - Devono essere capaci di analizzare e valutare i bisogni e gli obiettivi pensionistici del cliente. - Devono essere capaci di analizzare e valutare gli attuali piani pensionistici ed attività previdenziali del cliente e stabilire se sono sufficienti a soddisfarne gli obiettivi.</p> </td> </tr> </table>	<p>a) Conoscenza/comprendione - Devono possedere un'ampia conoscenza generale dei piani di pensionamento privati, delle imprese e statali e di come questi si rapportano alla pianificazione finanziaria economica e patrimoniale personale.</p>	<p>b) Capacità - Devono essere capaci di analizzare e valutare i bisogni e gli obiettivi pensionistici del cliente. - Devono essere capaci di analizzare e valutare gli attuali piani pensionistici ed attività previdenziali del cliente e stabilire se sono sufficienti a soddisfarne gli obiettivi.</p>
<p>a) Conoscenza/comprendione - Devono possedere un'ampia conoscenza generale dei piani di pensionamento privati, delle imprese e statali e di come questi si rapportano alla pianificazione finanziaria economica e patrimoniale personale.</p>	<p>b) Capacità - Devono essere capaci di analizzare e valutare i bisogni e gli obiettivi pensionistici del cliente. - Devono essere capaci di analizzare e valutare gli attuali piani pensionistici ed attività previdenziali del cliente e stabilire se sono sufficienti a soddisfarne gli obiettivi.</p>		
G	I pianificatori finanziario-economico-patrimoniali personali devono essere in grado di analizzare e valutare la situazione		



4. Governare il processo commerciale

Tools capaci di seguire percorsi autogrill o percorsi diretti e che incorporano le regole della consulenza e della vendita adeguate



Riflessione n°3

*Se il mondo corre
veloce, chi sta
fermo aumenta
la distanza tra sé
ed il futuro,
istante dopo
istante.*





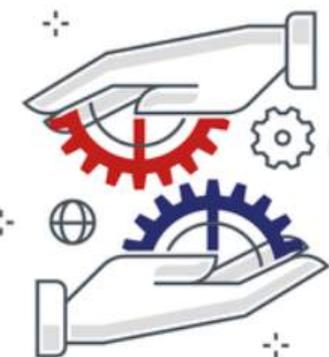
Insurance Connect

insurance TRADE WWW.INSURANCETRADE.IT  Insurance Daily

Convegno

5 OTTOBRE 2017 | MILANO | 9.00 - 17.30
Palazzo delle Stelline, Corso Magenta, 61

**INTERMEDIARI E
COMPAGNIE, INSIEME NEL
RECIPROCO INTERESSE**



GRAZIE

Sergio Sorgi, vicepresidente di

