

7 MARZO 2018

MILANO

L'INNOVAZIONE PER L'ASSICURAZIONE AGILE

# Le sfide della digital transformation assicurativa

*Emanuel Sitzia, head of insurance di Comarch Italia*

insurance Trade®  
WWW.INSURANCETRADE.IT

INSURANCE  
REVIEW

INSURANCE  
Daily



# LE SFIDE DELLA DIGITAL TRANSFORMATION ASSICURATIVA

La prospettiva del Provider di servizi IT

**Emanuel Sitzia**

Head of Insurance – Comarch Italia

**COMARCH**



# Digital Transformation

Rimozione delle  
barriere  
tecnologiche



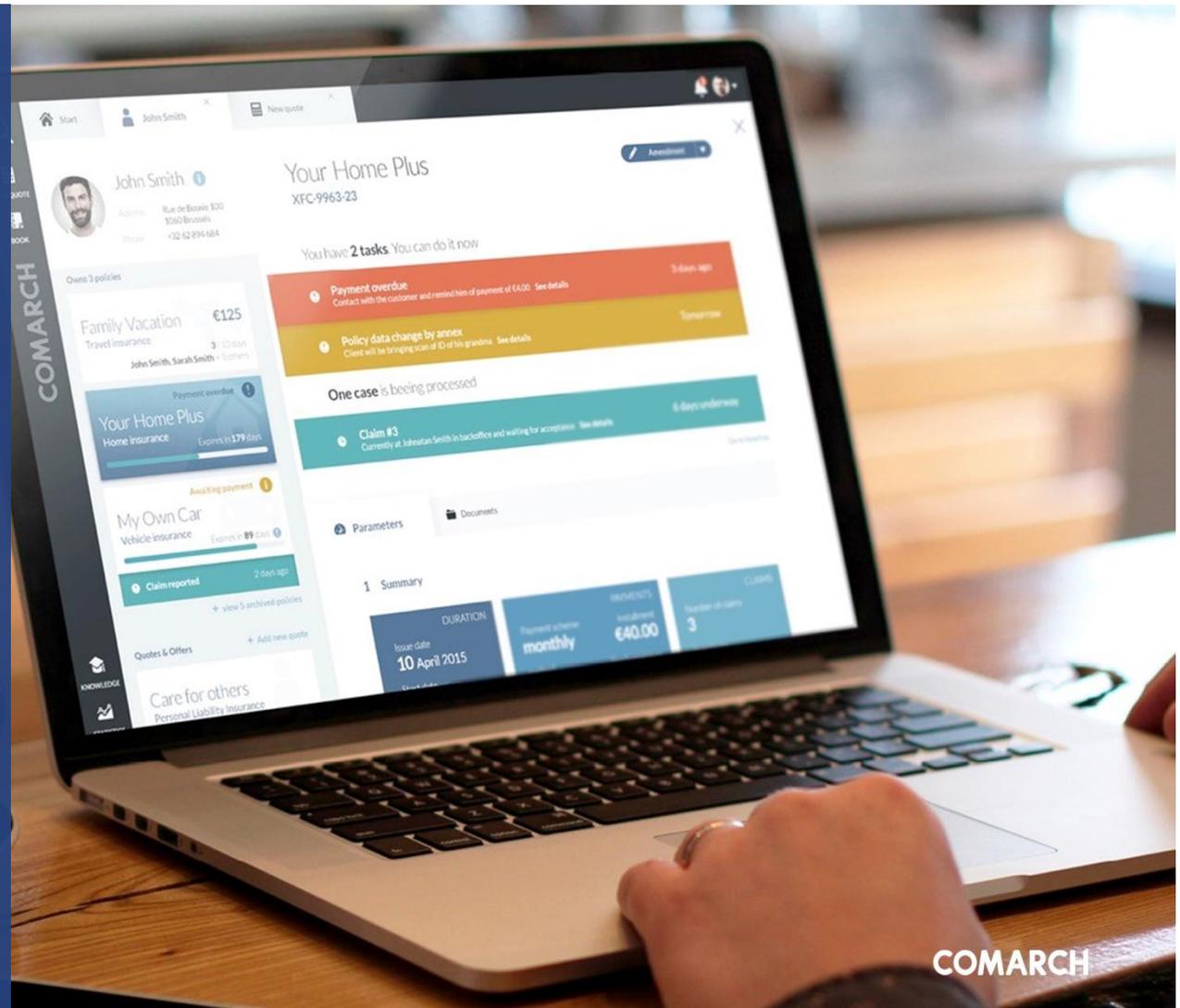
Trasformazione di comportamenti, mezzi e  
interlocutori

Utilizzare l'innovazione tecnologia per  
rivedere **modelli di business**,  
acquisire clienti su **nuovi canali** che  
rendono fondamentale una **user  
experience** essenziale



COMARCH

La digitalizzazione non può essere un progetto, ma un processo in continua evoluzione e miglioramento



COMARCH

# Propulsione al cambiamento



# Le viscosità del mercato assicurativo



## Grande freno ancora presente

Mancanza di business case  
sostenibili

*La tecnologia esiste ed è stabile,  
non è rocket science e non  
richiede grossi investimenti.*

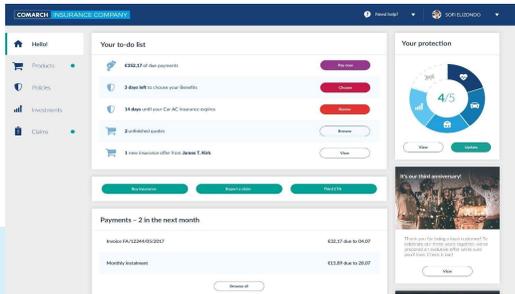
*Ciò che ancora manca sono i  
modelli di applicazione.*

*Come approcciare la  
digitalizzazione?*

COMARCH

# Recenti trend del mercato italiano

## Distribuzione diretta e aggregatori



## IoT and Telematics



## AI and 'Robo'



## Blockchain technology



# Stimare correttamente il livello di maturità digitale

«L'approccio alla digitalizzazione non è univoco»



\*McKinsey 2015

# Stimare correttamente il livello di maturità digitale

Le grandi virtù.. non vanno in pensione



Underwriting discipline

Claims Execution

Investment management savvy

\*McKinsey 2015

## DIGITAL TRANSFORMATION MATURITY LEVELS

Mobile applications  
Customer portals  
Agent portals  
Paperless processing  
Integrated systems

INITIAL

Big data  
Predictive analytics  
IoT  
Pay-as-you-go model  
Drones

MATURE

Artificial intelligence  
Machine learning  
Product development  
and pricing from social media  
Voice & eye vein biometrics

OPTIMISED

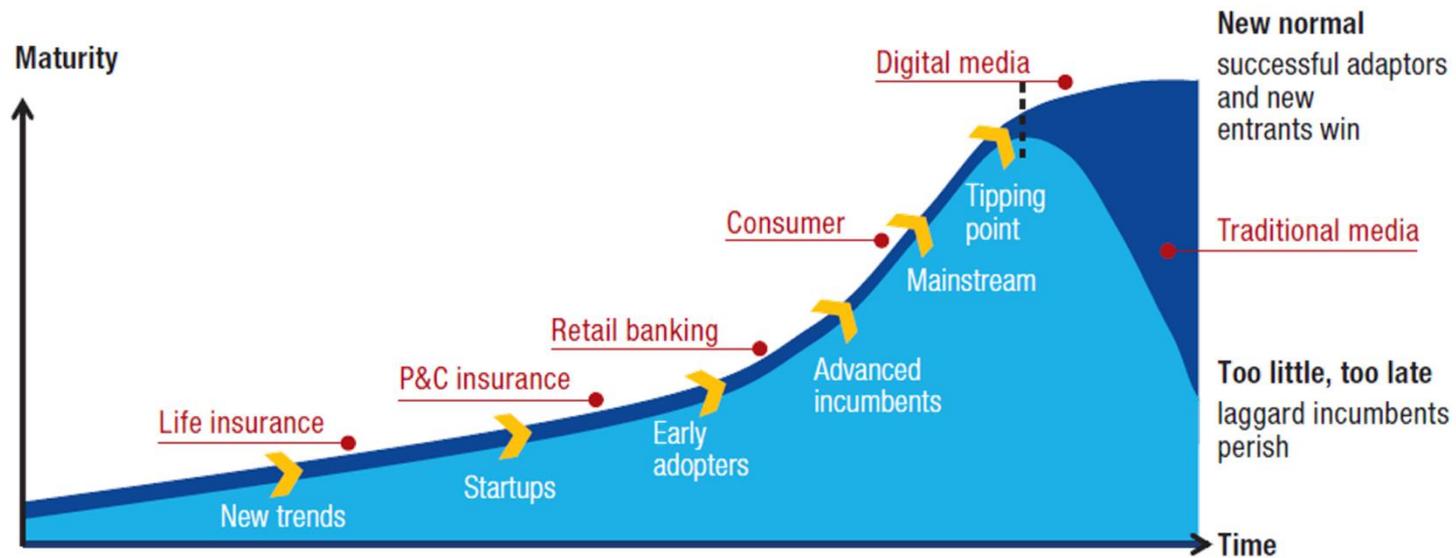
## 4 piccoli pezzi facili..

---



# Un approccio pratico – Il caso Vita: McKinsey

## *Harnessing the power of Digital in Life Insurance*



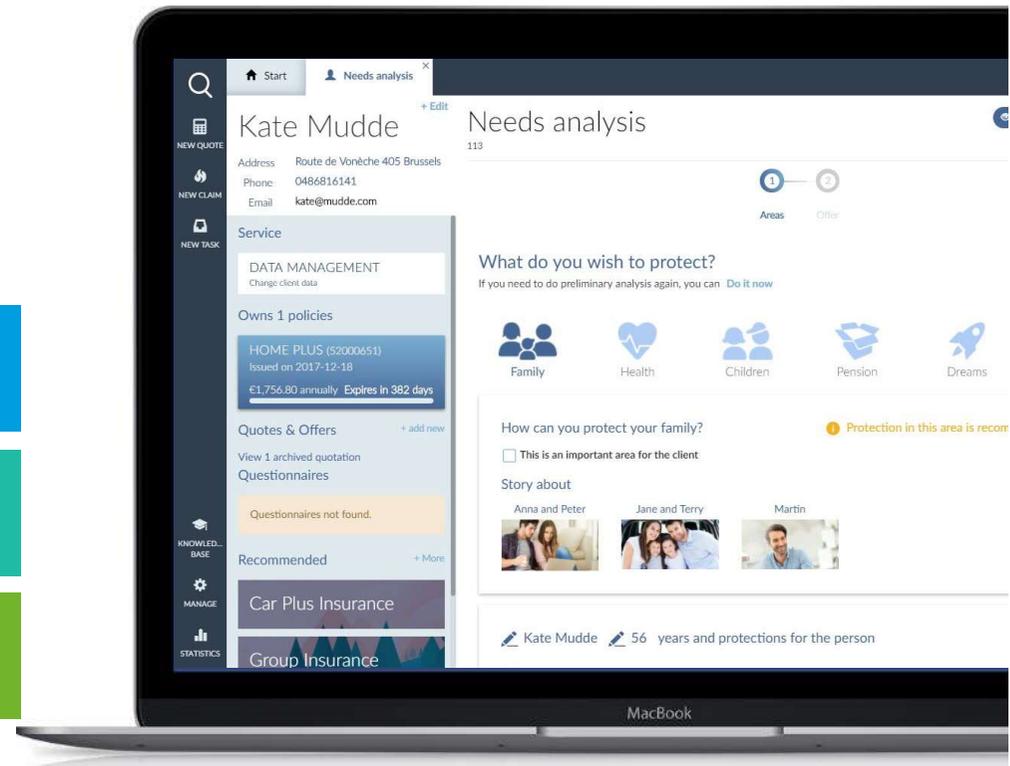
\*McKinsey 2015

# Costruire un digital front-office integrato: i tre orizzonti

## Orizzonte 1

*Sviluppare e implementare strumenti e processi commerciali per passare da servizi cartacei e telefonici a servizi elettronici e digitali*

- ✓ Incremento dell'efficienza commerciale
- ✓ Miglioramento della Customer Experience
- ✓ Miglioramento della Chiarezza e Comprensione dell'informazione



COMARCH

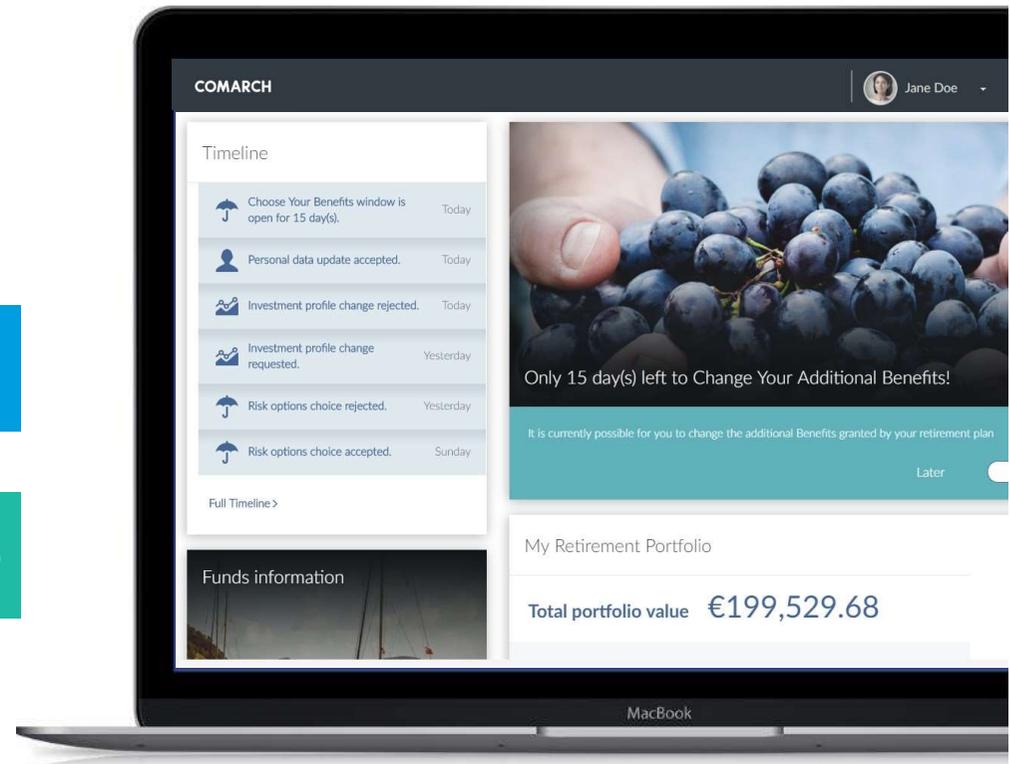
# Costruire un digital front-office integrato: i tre orizzonti

## Orizzonte 2

*Creare modelli di robo/remote advisory, gestione integrata e self-service per il cliente.*

✓ Autonomia nella gestione delle aree self-service

✓ Livello di servizio di alta qualità ad ogni punto di contatto

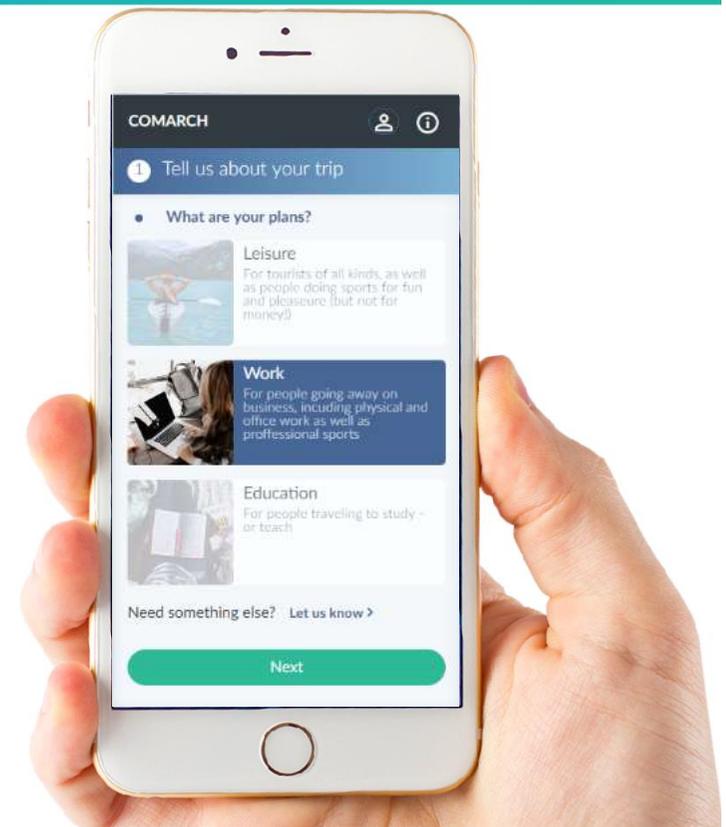


COMARCH

# Costruire un digital front-office integrato: i tre orizzonti

## Orizzonte 3

*Sviluppare nuovi modelli di customer engagement per il trasferimento di informazioni a scopo divulgativo e didattico. Soluzioni ibride guidate da analisi predittive e big data possono permettere la personalizzazione di massa dei prodotti.*



COMARCH



**GRAZIE**

**Emanuel Sitzia**

Comarch Italia – Via Luigi Galvani, 24 - Milano

[emanuel.sitzia@comarch.it](mailto:emanuel.sitzia@comarch.it) +39 320 37 42 970

**COMARCH**