

7 MARZO 2018

MILANO

L'INNOVAZIONE PER L'ASSICURAZIONE AGILE

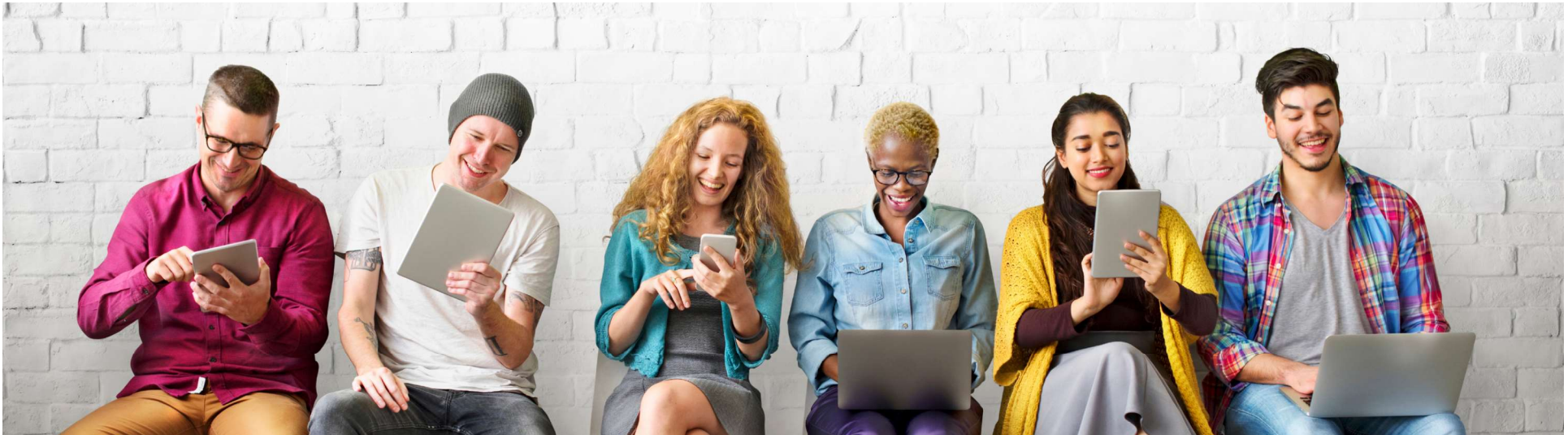
Le sfide della digital transformation assicurativa

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



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.*

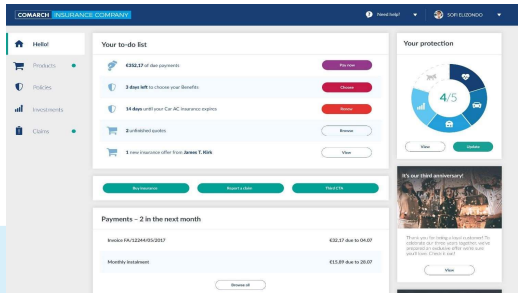
*Ciò che ancora manca sono i
modelli di applicazione.*

*Come approcciare la
digitalizzazione?*

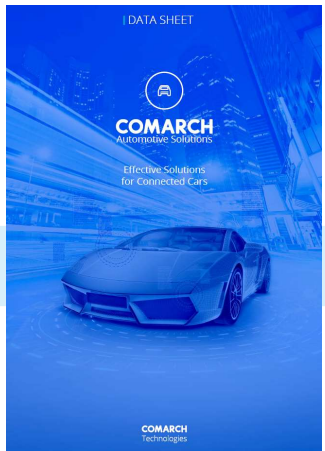
COMARCH

Recenti trend del mercato italiano

Distribuzione diretta e aggregatori



IoT and Telematics



AI and 'Robo'

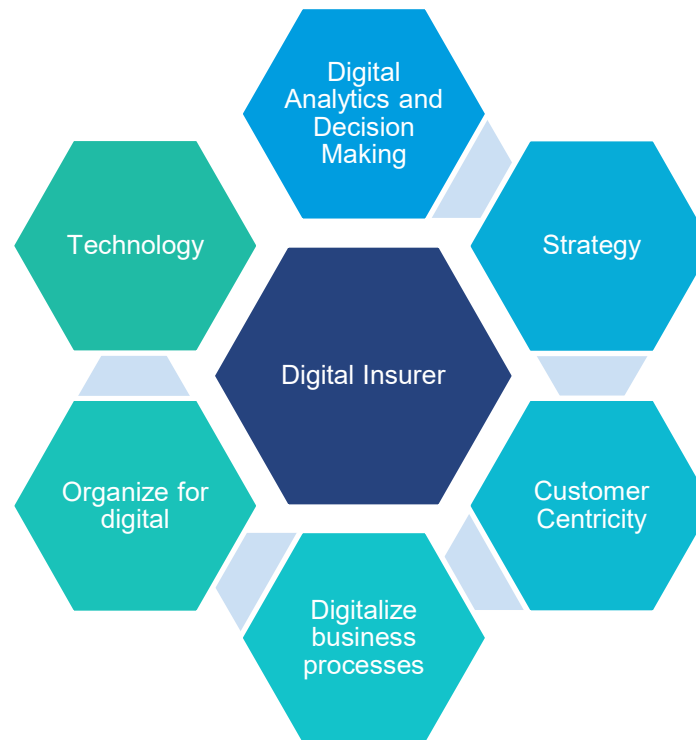


Blockchain technology



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

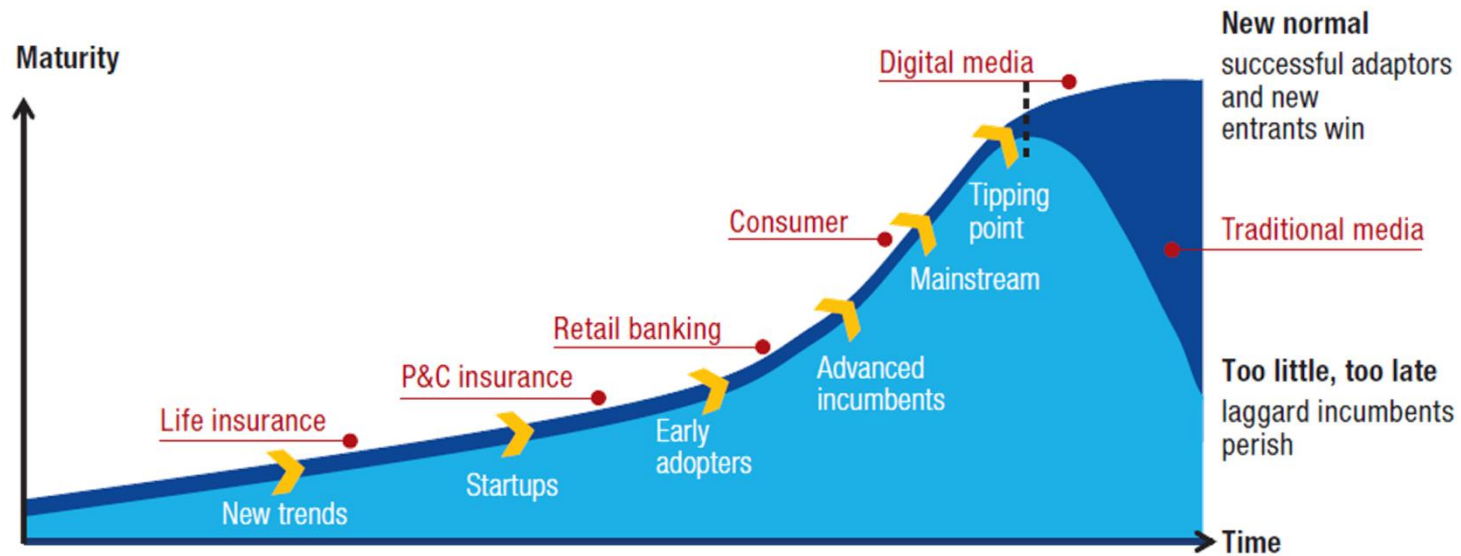
COMARCH

4 piccoli pezzi facili..



Un approccio pratico – Il caso Vita: McKinsey

Harnessing the power of Digital in Life Insurance



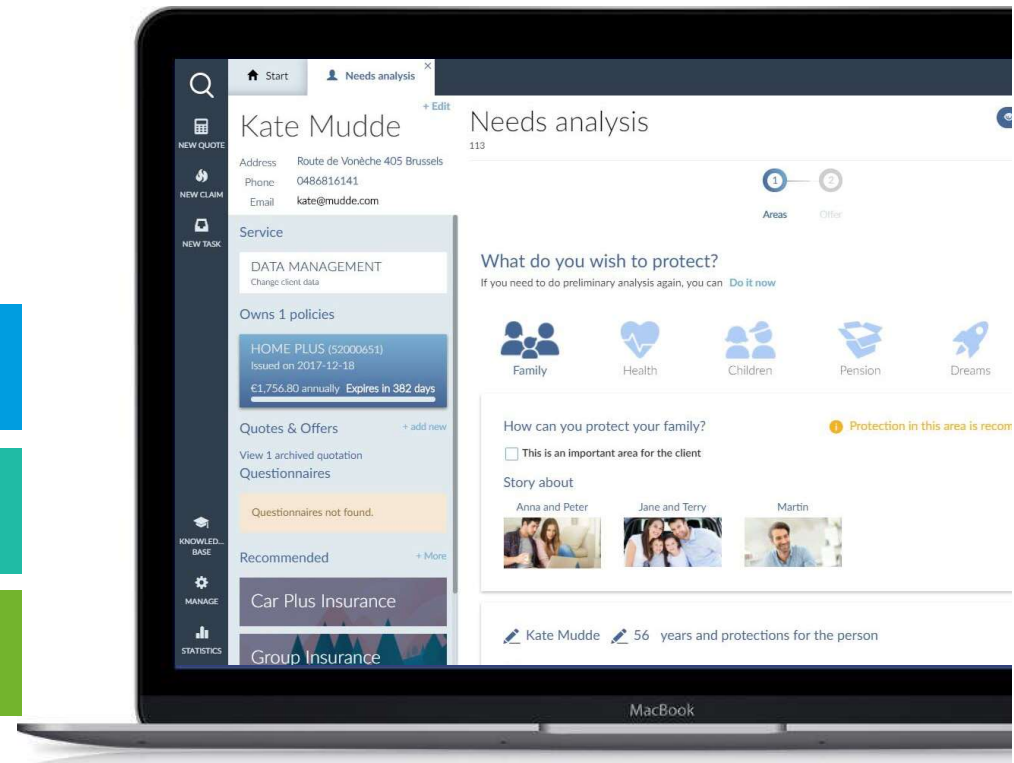
*McKinsey 2015

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

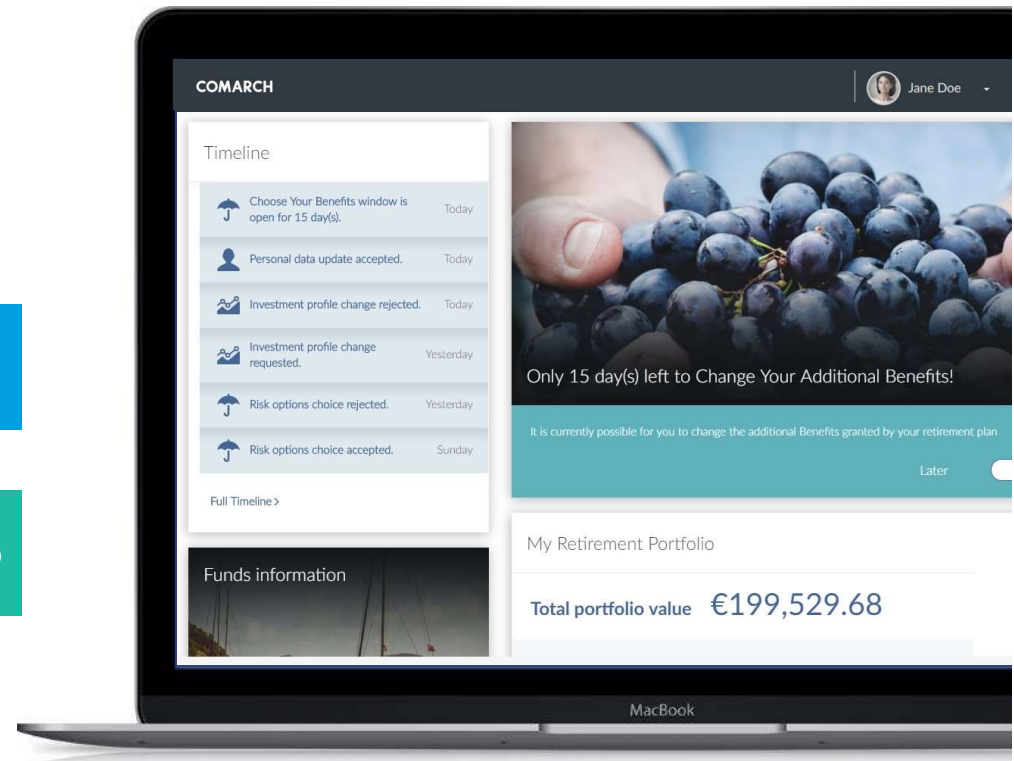
Costruire un digital front-office integrato: i tre orizzonti

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

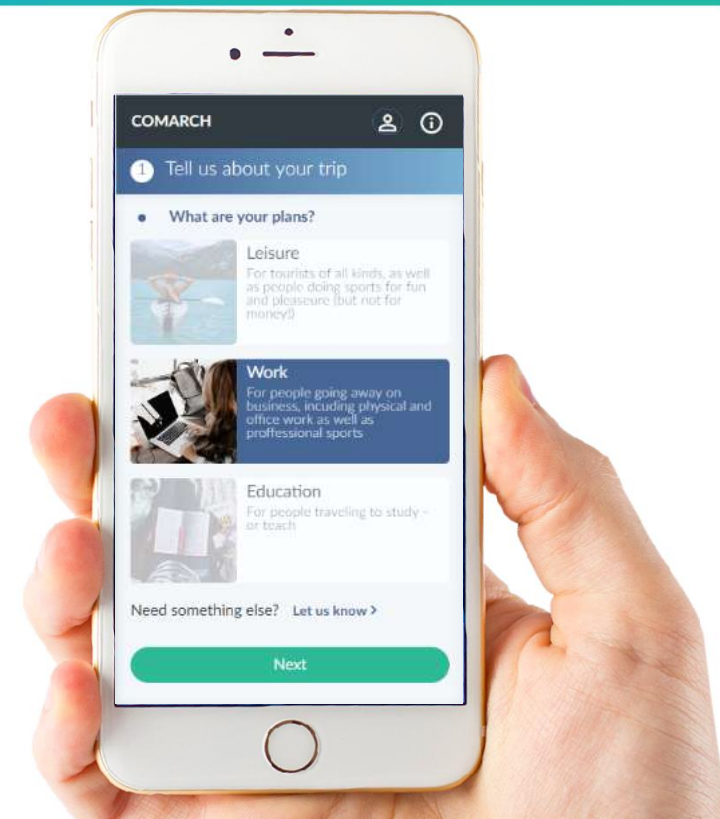


COMARCH

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.





GRAZIE

Emanuel Sitzia

Comarch Italia – Via Luigi Galvani, 24 - Milano

emanuel.sitzia@comarch.it +39 320 37 42 970

COMARCH