

Bocconi

INTERMEDIAZIONE E COMUNICAZIONE NEL PERIODO PANDEMICO: IL RUOLO DEI SOCIAL MEDIA

Patrizia Contaldo
Barone Giacomo
Mattia Capelli
Debora Leoni



**Università
Bocconi**

BAFFI CAREFIN
Centre for Applied Research
on International Markets, Banking,
Finance and Regulation

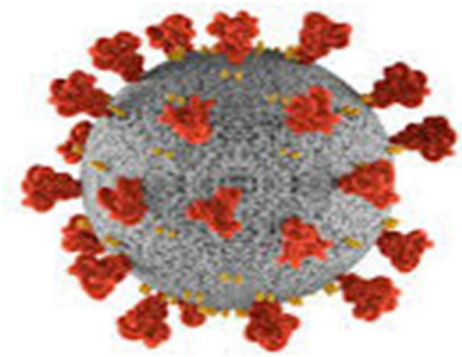
22 Ottobre 2020

PREMESSA

Attività in remoto e smart working il significato per gli intermediari?

Pandemia Covid intermediazione in remoto e relazione con il cliente ?

Orientare e supportare il cliente:
Facebook può aiutare?



Università
Bocconi

BAFFI CAREFIN
Centre for Applied Research
on International Markets, Banking,
Finance and Regulation

ATTIVITA' IN REMOTO E SMART WORKING

Una nuova filosofia manageriale fondata sulla restituzione alle persone di flessibilità e autonomia contro maggiore responsabilizzazione sui risultati:

- cambiamento dell'approccio imprenditoriale che presume il change management ancor prima dell'HR Transformation, il nuovo modello organizzativo interviene nel rapporto tra individuo e azienda, tra cliente e intermediario
- ripensamento "intelligente" delle modalità con cui si svolgono le attività lavorative secondo principi di personalizzazione, flessibilità e virtualità.



IBRIDAZIONE DI PROCESSO E CANALE

Per le attività con forte valenza della relazione

L'ibridazione del canale di vendita si estende alla modalità di lavoro si può definire uno smart working integrato che media i profili economici e relazionali così da trovare l'adeguato mix tra remoto e fisico

Riorganizzazione dei processi di vendita e operativi Rivedere i modelli e i sistemi di CRM delle compagnie e degli intermediari per favorire la relazione a distanza, digitale e omnicanale.

Ripensare alle modalità operative in ottica di rendere efficienti ed efficaci i momenti di contatto, ascolto e confronto con il team e con il cliente, per una maggiore attività di consulenza e assistenza.

Tutto questo richiede nuovi skills e un cambiamento di prospettiva

CAMPIONE – PERIODO DI OSSERVAZIONE



2019

Gennaio							Febbraio							Marzo						
Dom.	Lun.	Mar.	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sab.	Dom.	Lun.	Mar.	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sab.	Dom.	Lun.	Mar.	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sab.
	1	2	3	4	5					1	2						1	2		
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9	3	4	5	6	7	8	9
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16	10	11	12	13	14	15	16
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23	17	18	19	20	21	22	23
27	28	29	30	31			24	25	26	27	28			24	25	26	27	28	29	30
														31						

Aprile							Maggio							Giugno						
Dom.	Lun.	Mar.	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sab.	Dom.	Lun.	Mar.	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sab.	Dom.	Lun.	Mar.	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sab.
	1	2	3	4	5	6				1	2	3	4							1
7	8	9	10	11	12	13	5	6	7	8	9	10	11	2	3	4	5	6	7	8
14	15	16	17	18	19	20	12	13	14	15	16	17	18	9	10	11	12	13	14	15
21	22	23	24	25	26	27	19	20	21	22	23	24	25	16	17	18	19	20	21	22
28	29	30					26	27	28	29	30	31		23	24	25	26	27	28	29
														30						

Il campione è stato costruito con una ricerca delle pagine facebook degli intermediari che avessero:

- 4.950 post di intermediari nel periodo Febbraio Maggio 2019
- un centinaio di fan ai fini della possibilità di valutare le reazioni (like, condivisioni, commenti)
- che hanno come mandanti rispettivamente 12 compagnie, queste ultime rappresentano oltre il 60% del mercato per raccolta premi

Metodologia e Strumenti

Analisi qualitativa

- Valutazione dei contenuti ai fini del campionamento
- Analisi delle reazioni ai post in riferimento al tema pandemico
- Confronto con alcuni Presidenti di gruppi agenti

Analisi quantitative

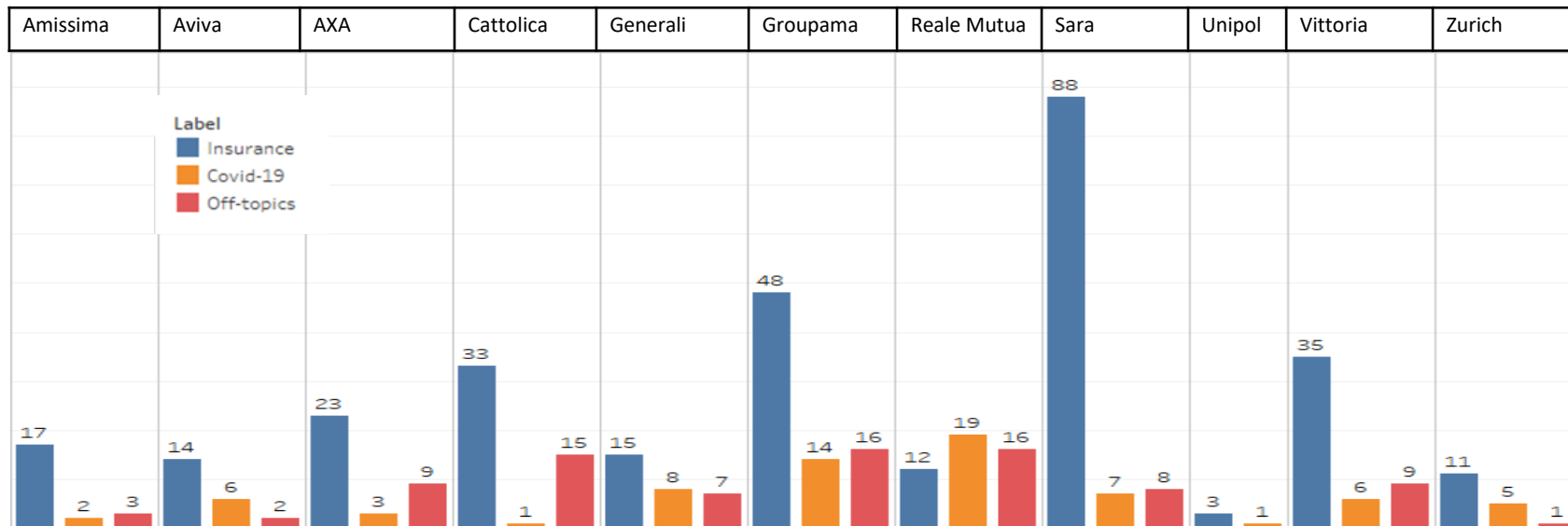
- Utilizzo del linguaggio di programmazione Python e della sua libreria «Pandas» e con il software "Tableau".
- Analisi del linguaggio e della coerenza con il piano editoriale, il target di riferimento e gli argomenti trattati

Il racconto delle compagnie...

La comunicazione social delle compagnie è variegata per intensità e contenuti e racconta di:

- business come tema prevalente
- Covid 19 che si collega all'offerta commerciale
- lesaure e vicinanza al cliente più raramente

Nel grafico sono riportati i risultati delle analisi delle pagine facebook delle compagnie di assicurazione indicate



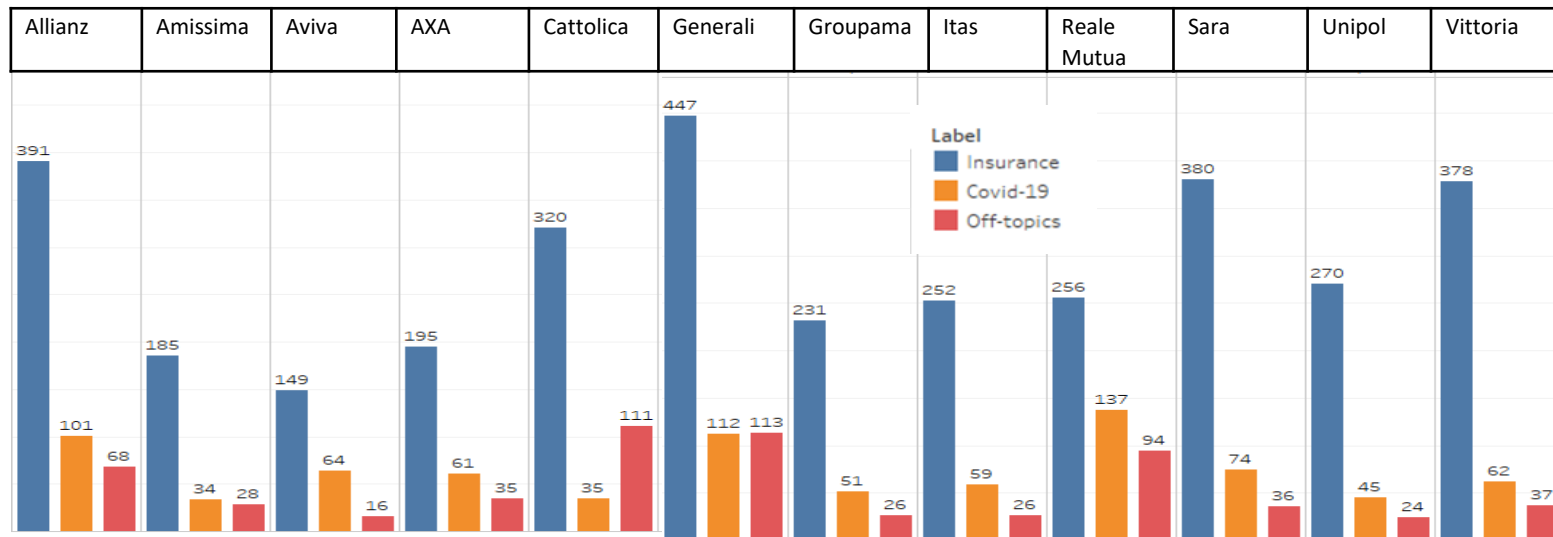
Count of Sheet1 for each Label broken down by Company. Colour shows details about Label.

Gli intermediari raccontano...

La comunicazione social degli intermediari è più variegata per intensità e contenuti e racconta di

- business: focus sulle modalità di fruizione dei servizi per il cliente nelle differenti fasi pandemiche
- Covid 19: entra nei piani editoriali con enfasi
- leisure/prossimità: ampie differenze di focalizzazione

Nel grafico sono indicati i risultati delle analisi delle pagine facebook degli intermediari accorpate per mandante

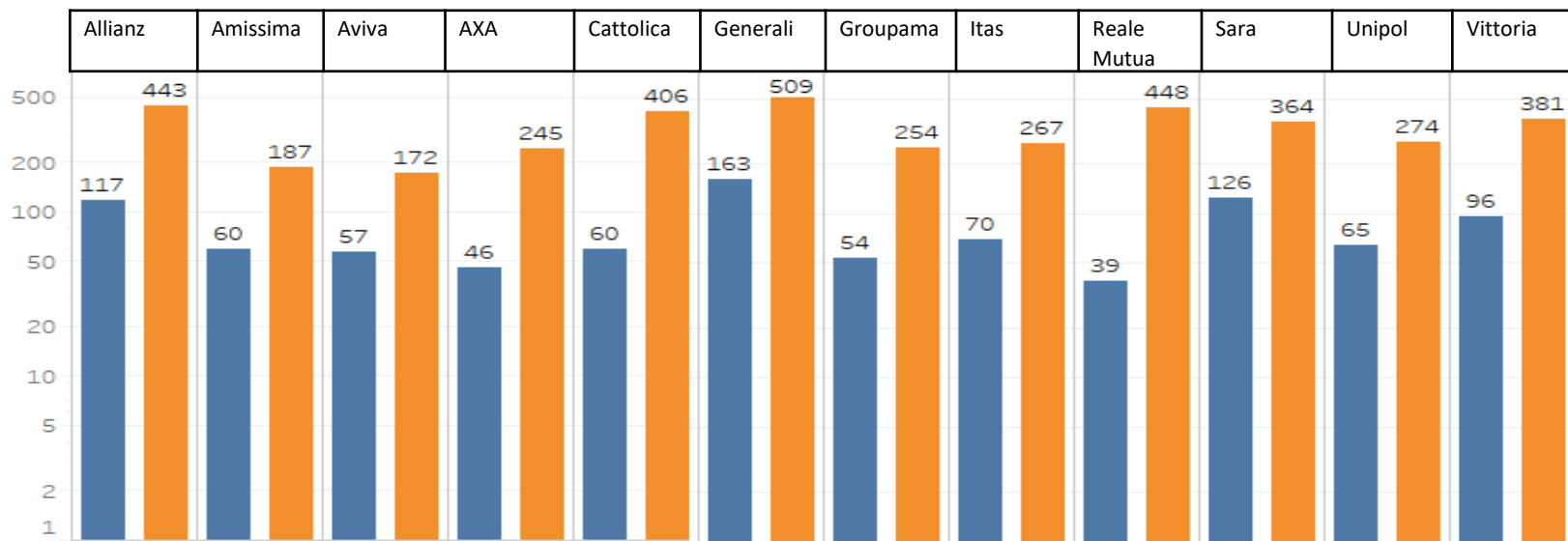


Tenendo sempre aperto il canale...

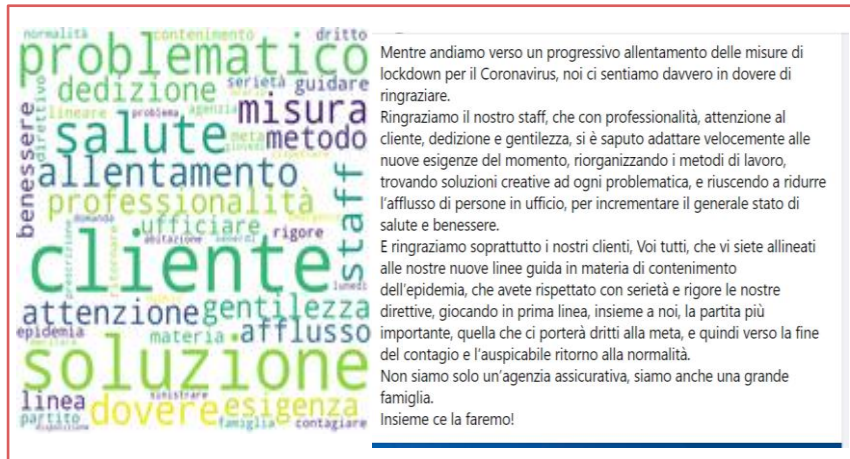
Chi ha scelto di comunicare lo fa correttamente mantenendo un filo rosso con i clienti che non si interrompe neanche nel week end

Day
■ Week-end
■ Work-days

Nel grafico sono indicati i risultati delle analisi della pagine facebook degli intermediari accorpate per mandante



Secondo un proprio stile...



Stile con toni pacati ed amichevoli e temi basati sulla suggestione per un racconto dove al centro c'è il cliente

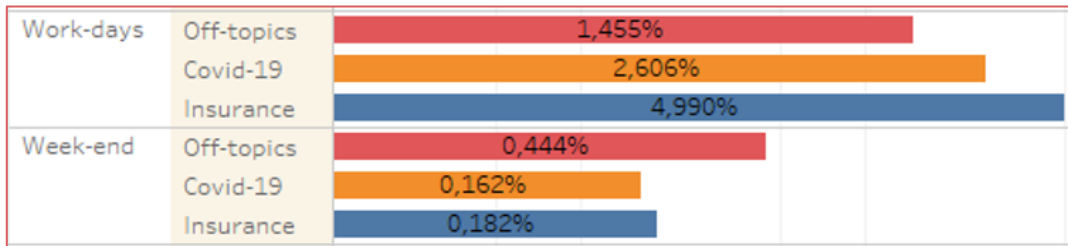


Stile con toni professionali e temi che enfatizzano la presenza e l'efficienza per un racconto dove al centro c'è l'agenzia per il cliente

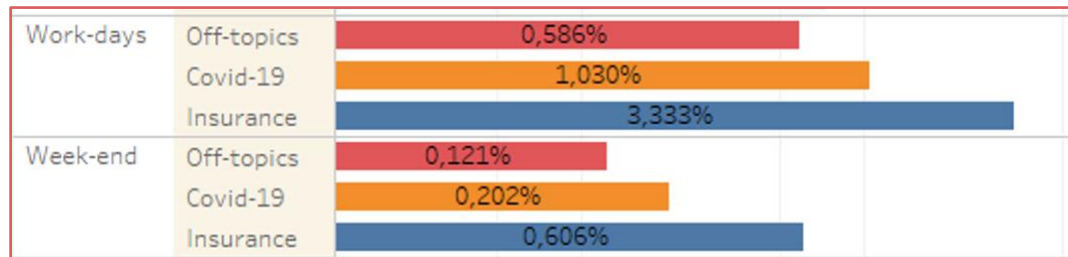
Ed una propria programmazione...

In questo racconto social che non si interrompe chi sceglie di focalizzarsi su:

- Business, Covid 19 in settimana
- Leisure nel week end



- Tutti gli items in modo indifferenziato e contenere i post sul leisure nel weekend



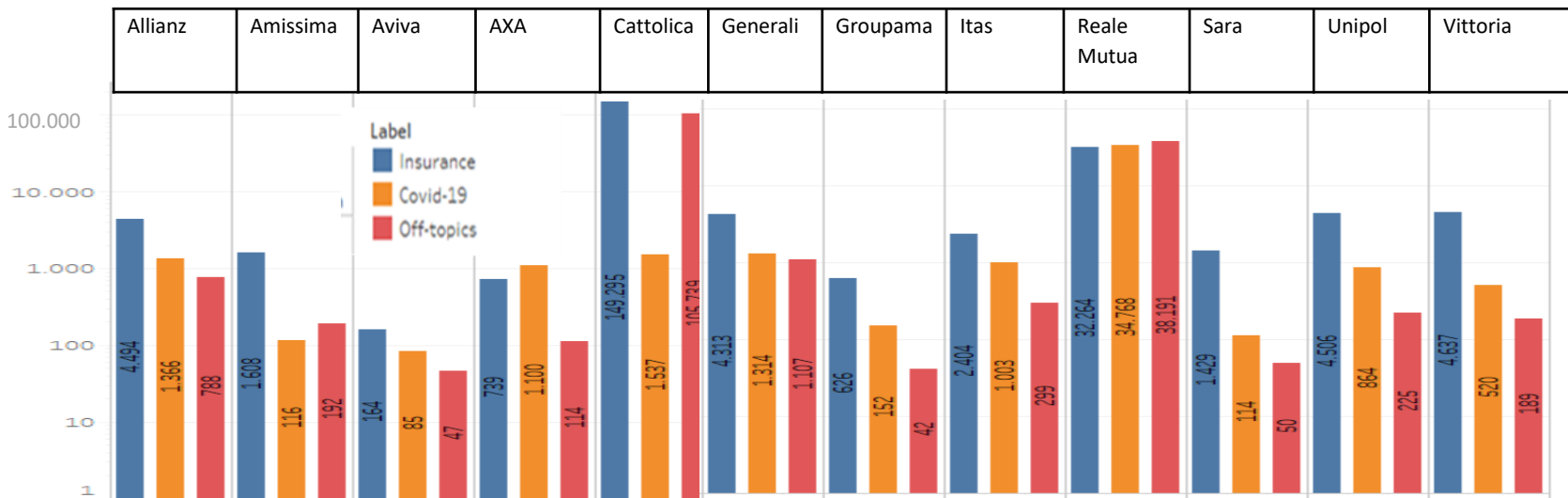
Label



I follower apprezzano...

che il contatto venga mantenuto mettendo in evidenza:

- operatività dell'agenzia, i servizi e le offerte commerciali
- variegate informazioni sulla pandemia
- post su assistenza, vicinanza, riflessioni e anche leggerezza



I follower...

Apprezzano i repost di temi che fanno sognare e valorizzano il Paese
L'Italia vista con la lente speciale di McCurry



“Negli ultimi due mesi l'animo degli italiani ha catturato la nostra attenzione e suscitato il nostro rispetto. Durante la sfida mondiale al Covid-19, gli italiani hanno mostrato altruismo e coraggio nell'affrontare una tragedia inimmaginabile.”

Il fotografo statunitense Steve McCurry, con un video pubblicato su Instagram e intitolato “Tribute to Italy”, ha reso omaggio al nostro Paese con una serie di scatti mozzafiato che ne colgono lo spirito, le tradizioni e la bellezza!

Premiano con reazioni positive le iniziative emotive:

Commerciali

L'operatività di agenzia mostrata con simpatia nonostante la crisi e l'invito a restare a casa



Tantissimi auguri di buon compleanno al nostro
 ...e grazie al ristorante
 di Crosara che ha
 consegnato direttamente a casa il suo
 "saporitissimo" regalo di compleanno 🍰🍰🍰

73 Commenti: 60 Condivisioni: 3

Mi piace Commenta Condividi

Più pertinenti ▼



Noi ci siamo!
 Sebbene in pochi, per turnazione, siamo operativi e a lavoro in sicurezza per gestire tutte le vostre esigenze in questa situazione di emergenza.
 Voi restate a casa, al resto pensiamo noi!
 #iorestoacasa #andratuttobene



Non commerciali

Post che si riferiscono a situazioni di normalità nell'ambito della situazione di emergenza

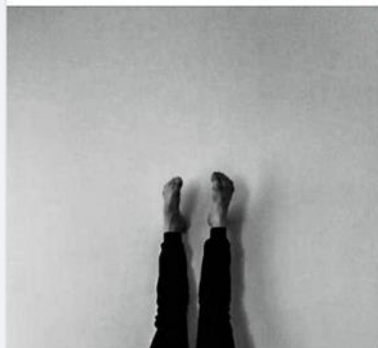
Condividono le iniziative...

.. che escono dal perimetro assicurativo e sostengono
ad esempio iniziative volte a sostenere realtà commerciali/professionali



#DIAMO VOCE AI NOSTRI CLIENTI 🗣️💪

professione massofisioterapista, titolare dello Studio
è nostra affezionata cliente e ci supporta con le
che durante i nostri meeting. La sua attività al
momento è chiusa causa coronavirus ma lei non si ferma mai.
Collegiamoci con lei questa sera e seguiamo il suo webinar!
[#inostriclienti](#) [#resilienza](#) [#immagnabenessere](#) #

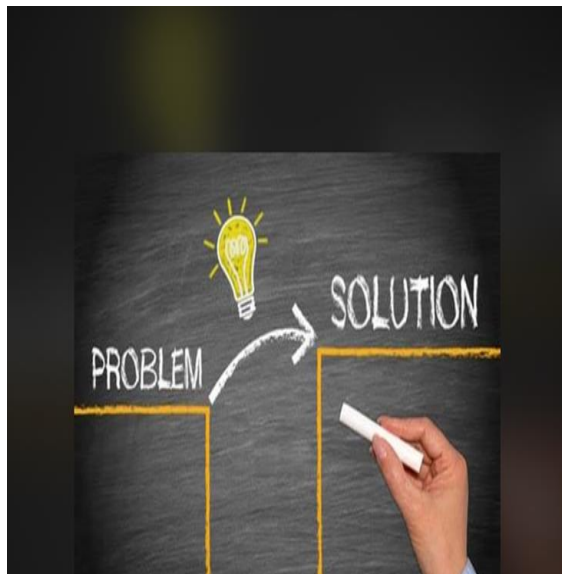


ZOOM WEBINAR
POSTURA E BENESSERE
Cause e Cure
Martedì 28 aprile
Dalle 18:30 alle 19:30



Massofisioterapista e tecnica
linfodrenaggio Vodder | Scia's

Interverranno



Emergenza Zona Rossa 🚑🚑🚑

Da Domani Arredamenti si organizza
per potervi ricevere da casa direttamente su
Skype 📞📞📞

Potrai scegliere la cucina davanti al tuo caffè
caldo sul divano ☺☺☺

Organizzeremo le nostre attività in modo da
seguirvi da casa vostra per offrirvi la migliore
consulenza il vostro arredamento da casa.

Gli uffici sono aperti e saremo reperibili tutti i
giorni. Oggi compreso!! 📍📍📍📍

Vi prego di condividere questo post per aiutarci
la nostra attività ... Altro...

CONCLUDENDO LO STORY TELLING...



**Università
Bocconi**

BAFFI CAREFIN
Centre for Applied Research
on International Markets, Banking,
Finance and Regulation

L'esperienza ha dimostrato che..

La relazione compiuta fatta di intensità ed experience positiva rimane un fattore di soddisfazione per il cliente e rappresenta un filo rosso di retention

I social sono uno dei tanti strumenti operativi che aiutano a costruire questo tipo di relazione. Vanno gestiti con adeguatezza, coerenza e pianificati come le altre attività

Determinante è la sensibilità che ogni intermediario sviluppa nei confronti del proprio territorio e dei propri follower/clienti

La sperimentazione di questi mesi deve fruttare indicazioni utili al business e alla gestione dei rapporti con le mandanti

L'esperienza ha insegnato che...

Gli esami non finiscono mai...ed alcuni sono più impegnativi...perché arrivano senza appello!

Non smettere di imparare... e aprire la mente ad una nuova esperienza di approccio al cliente e al business

“E” learning and management = Approccio e cultura del remoto



GRAZIE PER L'ATTENZIONE



Patrizia Contaldo
patrizia.contaldo@unibocconi.it



**Università
Bocconi**

BAFFI CAREFIN
Centre for Applied Research
on International Markets, Banking,
Finance and Regulation

Università Commerciale Luigi Bocconi

Via Sarfatti 25 | 20136 Milano – Italia | Tel +39 02 5836.5908