

INNOVAZIONE TRA CONOSCENZA E SERVIZIO

Milano, 19 marzo 2015

Palazzo delle Stelline, Corso Magenta 61 - 9.00/17.00

Con la partecipazione di:

Manuela Anelli,

dottore in ricerca linguistica storica Iulm

Marco Baldan Bembo,

responsabile marketing UnipolSai

Andrea Battista,

amministratore delegato Eurovita

Gianluca Berghella,

presidente e Ceo di Armundia Group

Marco Brachini,

direttore marketing Sara Assicurazioni

Enrico Cavallari,

chief marketing officer AXA Italia

Vincenzo Cervino,

responsabile business development Groupama Assicurazioni

Matteo D'Argenio,

studio legale D'Argenio, Polizzi & Associati

Giovanni Drago,

responsabile Business Unit Grandi Clienti Nord-Ovest Gruppo Euris

Enrico Fermi,

business developer executive area Insurance DDWay Dedagroup ICT Network

Enrico Finzi,

presidente Astraricerche

Alida Galimberti,

chief marketing officer Zurich Italia

Claudia Ghinanti,

responsabile brand advertising e web management Generali Italia

Mauro Giacobbe,

amministratore delegato Facile.it

Barbara Panzeri,

direttore marketing Direct Line

Alessandro Piva,

responsabile ricerca Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence Politecnico di Milano

Andrea Polizzi,

studio legale D'Argenio, Polizzi & Associati

Marco Rossi,

head of sales & marketing di Das

Francesco Sgobio,

P&C Sales and Practice Leader di Towers Watson Italia

Gianluca Zanini,

innovation leader AXA Italia

Gianpietro Zannier,

responsabile direzione clienti Reale Mutua

La spinta a ricercare ambiti di mercato profittevoli, in un mondo caratterizzato da pressioni economiche e scenari incerti, contribuisce alla nascita di nuove strategie di gestione dell'impresa, commerciali e di marketing (così come nella liquidazione dei sinistri e nell'attività antifrode). L'obiettivo è valorizzare al massimo il patrimonio informativo, la conoscenza del proprio business e la capacità di individuare nuove modalità di azione e di offerta. La tecnologia diventa uno strumento indispensabile per far evolvere la qualità dell'informazione, la condivisione dei processi, la capacità distributiva. Dalla tecnologia, big data o scatola nera o Internet delle Cose, emergono prospettive che sempre più parlano di Customer experience, con prodotti e servizi diversi rispetto al passato.

Molti sono i fronti su cui agire, con politiche che puntino alla redditività, investimenti mirati e iniziative per trasformare l'oscuro linguaggio assicurativo in messaggi, forma e sostanza, in grado di avvicinare il cittadino all'assicurazione. Anche e soprattutto in tempi di crisi, quando l'attenzione è rivolta al prezzo ma anche alla propria sicurezza e alla qualità di servizi a valore aggiunto.

Il convegno si propone di analizzare:

1. L'evoluzione dei comportamenti del consumatore tra crisi economica e crescente utilizzo della tecnologia;
2. La profilazione dei clienti e le azioni per migliorare la Customer experience;
3. Le strategie delle compagnie e il ruolo dei big data a vantaggio della redditività: il loro supporto nella gestione d'impresa, nelle politiche commerciali e nella gestione dei sinistri;
4. Gli scenari dell'Internet of Things: quali opportunità per il settore assicurativo?
5. La capacità di sviluppare l'offerta assicurativa e la componente di servizio, tra scatola nera, necessità di nuovi prodotti e garanzie di qualità;
6. La contrattualistica: esempi concreti di semplificazione del linguaggio assicurativo;
7. L'evoluzione delle campagne pubblicitarie: dal messaggio alla relazione con il cliente;
8. Le testimonianze di innovazione nei canali distributivi: canale diretto, bancassicurazione e rete di agenti.

Chairman Maria Rosa Alaggio*Direttore di Insurance Review e Insurance Trade*

09.00 - 09.30 – Registrazione

09.30 - 10.00 – **Risposte per una società in evoluzione***Enrico Finzi, presidente Astraricerche*10.00 - 10.20 – **Come cambiano i comportamenti dei consumatori e con quali strumenti innovativi il mercato risponde***Francesco Sgobio, P&C Sales and Practice Leader di Towers Watson Italia*10.20 - 10.40 – **Big Data Analytics: scenario di riferimento e opportunità di innovazione e sviluppo per il business assicurativo***Alessandro Piva, responsabile ricerca Osservatorio Big Data Analytics & Business Intelligence, Politecnico di Milano*10.40 - 11.00 – **Multichannel delivered***Enrico Fermi, business developer executive area Insurance DDWay Dedagroup ICT Network*

11.00 - 11.30 – Coffee break

11.30 - 12.00 – **Semplificare il linguaggio assicurativo***avv. Andrea Polizzi, socio studio legale D'Argenio, Polizzi & Associati**avv. Matteo D'Argenio, socio studio legale D'Argenio, Polizzi & Associati**Manuela Anelli, dottore in ricerca in linguistica storica, Iulm*12.00 - 12.45 – **I messaggi nelle campagne pubblicitarie***Enrico Cavallari, chief marketing officer AXA Italia**Alida Galimberti, chief marketing officer Zurich Italia**Claudia Ghinfranti, responsabile brand advertising e web management Generali Italia**Barbara Panzeri, direttore marketing Direct Line*

12.45 - 13.00 – Q&A

13.00 - 14.00 – Pranzo

14.00 - 14.20 – **"Insurance Mobile Payment": la semplicità come miglior complice per la rete distributiva***Giovanni Drago, responsabile Business Unit Grandi clienti Nord-Ovest, Gruppo Euris*14.20 - 14.40 – **I comparatori tra esigenze di innovazione e concorrenza***Mauro Giacobbe, amministratore delegato Facile.it*14.40 - 15.00 – **Un nuovo marketplace digitale per il mercato italiano***Gianluca Berghella, presidente e Ceo di Armundia Group*15.00 - 15.20 – **Riformulare la distribuzione in banca***intervista ad Andrea Battista, amministratore delegato Eurovita*15.20 - 16.45 – **TAVOLA ROTONDA: Dalle informazioni alle strategie commerciali***Marco Baldan Bembo, responsabile marketing UnipolSai**Marco Brachini, direttore marketing Sara Assicurazioni**Vincenzo Cervino, responsabile business development Groupama Assicurazioni**Marco Rossi, head of sales & marketing Das**Gianluca Zanini, innovation leader AXA Italia**Gianpiero Zannier, responsabile direzione clienti Reale Mutua*

16.45 - 17.00 – Q&A