



Unique banking data e analytics

Per quanto riguarda il primo di questi tre elementi, i bancassicuratori, spiega il report, devono esplorare il potenziale della mole di dati bancari a loro disposizione e gli analytics, per sviluppare offerte più rilevanti e tempestive per i clienti. "Combinando informazioni su eventi accaduti (ad esempio il cambio di residenza o la nascita di un figlio), e le interazioni di dati (ad esempio le informazioni derivanti dalla navigazione on line o provenienti dal call center) con modelli di propensione, si possono spingere i risultati dal 20% al 40%", si legge nel report. Inoltre, le banche possono sfruttare informazioni contestuali, offrendo prodotti assicurativi rilevanti ai clienti. Queste offerte saranno più efficaci se eseguite attraverso "conversazioni su misura" durante queste interazioni.

Customer experience elevata

Relativamente al secondo elemento, McKinsey sostiene che i player del settore "hanno bisogno di processi completamente automatizzati ed end-to-end, che riducano sia le barriere alla vendita attraverso i canali digitali, sia le barriere presenti nella gestione della relazione". Inoltre, sottolinea il report, occorre aumentare la customer experience lungo tutto il processo di vendita.

Engagement omnicanale

Infine, gli operatori della bancassicurazione, per McKinsey, possono aumentare le vendite sfruttando tutti i canali in modo coordinato. Il primo passo per abilitare le vendite assicurative in modalità omnicanale sono ovviamente il sito web e la app mobile: secondo il report un buon sito può generare fino al 50% delle occasioni di nuovo business. Ma anche i call center continueranno ad avere un importante ruolo nel rafforzare l'offerta multicanale, in particolare per i prodotti rivolti alla clientela affluent, che si aspetta più interazioni personali e umane.

Costruire un sistema omnicanale, conclude il report, richiede la creazione di un team trasversale di professionalità bancarie e assicurative, abilitato a riunire tutte le funzioni coinvolte nello sforzo in modo agile.

Beniamino Musto

INTERMEDIARI

GaGi, via libera al nuovo mandato d'agenzia

Al congresso straordinario del gruppo, riunitosi a Bologna, hanno partecipato più di 900 agenti

La giunta esecutiva e il consiglio direttivo del **Gruppo agenti Generali Italia**, riunitosi in congresso straordinario a Bologna (il primo dopo 22 anni, esclusi quelli per le modifiche statutarie), hanno ricevuto il parere positivo degli oltre 900 agenti (792 presenti e 132 deleghe) riguardo al nuovo mandato di agenzia.

Il nuovo mandato di agenzia è stato il fulcro del dibattito, frutto di una trattativa complessa. La giunta esecutiva e lo stesso consiglio direttivo avevano deciso proprio nell'ultima riunione del 22 febbraio scorso di indire con un'urgenza un congresso straordinario per illustrare agli associati tutti gli elementi che sarebbero andati a comporre il nuovo mandato di **Generali Italia** e le relative valutazioni politiche.

Un comunicato del GaGi parla di "grande successo" per la giunta e per i rappresentanti del consiglio direttivo, dal momento che "gli agenti presenti per acclamazione e con un'ovazione hanno ringraziato e apprezzato il lavoro da loro svolto e hanno conferito agli stessi il mandato a sottoscrivere l'accordo quadro con la compagnia e a predisporre i tavoli di lavoro per gli accordi attuativi connessi", fermo restando che l'adesione al nuovo mandato "sarà una libera scelta di ogni singola impresa d'agenzia, in base a tre modelli che rispecchieranno la storicità degli ex brand".

Al congresso straordinario hanno partecipato anche i manager di Generali Italia, che hanno confermato e illustrato i particolari dell'intesa, e hanno risposto alle tante domande degli agenti: **Stefano Gentili**, chief marketing e distribution officer, **Cristina Rustignoli**, general counsel, **Luigi Rizzuti**, responsabile gestione e controllo reti, **Gabriele Tedesco**, nuovo responsabile vendite e **Silvia Spolaor**, responsabile network operations.

"Abbiamo pensato a tutelare gli agenti di oggi – ha commentato il presidente del GaGi, **Vincenzo Cirasola** – ma anche a quelli del futuro. Continueremo nel percorso intrapreso, difendendo e tutelando i nostri associati e portando avanti i nostri valori".



B.M.

Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it