

GESTIONE SINISTRI, INNOVAZIONE PER LA CLIENTELA

di GIACOMO CORVI

TECNOLOGIA E NUOVI MODELLI DI BUSINESS PER INNALZARE LA QUALITÀ DEL SERVIZIO IN QUELLO CHE È DA SEMPRE IL BANCO DI PROVA DI COMPAGNIE E INTERMEDIARI. LE IMPRESE DEL MERCATO SONO AL LAVORO PER SVILUPPARE E MIGLIORARE ULTERIORMENTE LA FASE DI VALUTAZIONE, LIQUIDAZIONE E RISANAMENTO DEL DANNO

L'innovazione investe tutta la filiera assicurativa. E arriva dunque inevitabilmente a toccare anche un ambito cruciale per il settore come la gestione sinistri. Da sempre banco di prova per eccellenza di compagnie e intermediari, la fase di valutazione, liquidazione e risanamento del danno si arricchisce oggi di nuove tecnologie e di innovativi modelli di business che si propongono di snellire i flussi di lavoro, efficientare le procedure amministrative, migliorare il servizio alla clientela e, non da ultimo, ridurre i costi in capo alle imprese del settore. Poste queste basi, non stupisce che praticamente tutte le compagnie del mercato, come emerso nel corso di una tavola rotonda moderata da **Emanuele Costa**, partner and director di **The Boston Consulting Group**, siano al lavoro per portare l'innovazione anche nella gestione sinistri.

La necessità di un ennesimo cambio di passo nasce da una semplice evoluzione di mercato. "Dopo la pandemia di coronavirus il cliente è diventato più maturo ed esigente", ha commentato in apertura del confronto **Giuliano Basile**, chief claims officer di **Generali Italia**. "Oggi l'assicurato ha molta meno pazienza rispetto al passato, perché durante l'emergenza sanitaria ha avuto la possibilità di constatare che molte cose si possono fare da remoto e in maniera totalmente digitale – ha proseguito – e si aspetta adesso un servizio analogo anche per quanto riguarda la gestione sinistri". Ciò non significa tuttavia delegare l'intera procedura alla tecnologia. Anzi, secondo Basile, "il cliente vuole essere rassicurato da una persona in carne e ossa

al momento del sinistro: noi non vogliamo eliminare questo dialogo, ma ci proponiamo di sfruttare le nuove tecnologie per snellire le procedure amministrative e consentire così a chi si confronta con il cliente, molto spesso un intermediario, di concentrarsi su questa relazione".

PROCESSI SEMPLICI E VELOCI

Il tema del servizio alla clientela è tornato spesso nel corso della tavola rotonda. "Facciamo molte survey per rilevare il livello di soddisfazione presso la clientela e intervenire nelle aree di possibile miglioramento", ha detto **Massimo Toselli**, direttore sinistri di **Gruppo Assicurazioni**. Una di queste aree riguarda la digitalizzazione dei processi per lo snellimento delle





Da sinistra: **Massimiliano Caradonna**, senior vice president di Dekra Group; **Michele Grilli**, direttore sinistri Rc auto di Sara Assicurazioni; **Giuliano Basile**, chief claims officer di Generali Italia; **Emanuele Costa**, partner and director di Boston Consulting Group; **Massimo Toselli**, direttore sinistri di Groupama Assicurazioni; **Ferdinando Scoa**, chief claims officer di Assimoco; **Barbara Buralli**, direttore sinistri e contenzioso di Intesa Sanpaolo Assicura; **Cristiano Andreoli**, mass claims manager di Verti

procedure di business e la riduzione dei tempi di liquidazione del danno. A patto però, ancora una volta, che tutto ciò non si traduca in una delega in bianco alle nuove tecnologie. “Il cliente è in totale confusione al momento del sinistro e l’ultima cosa che vuole – ha osservato il manager – è parlare con un’app che non apre praticamente mai”. L’obiettivo della compagnia è quello di adottare un approccio *phygital* entro il 2025. Ciò significa, ha spiegato Toselli, “raccolgere la documentazione in maniera digitale, ma offrire allo stesso tempo al cliente che lo desidera anche un canale fisico per la gestione del sinistro”.

Stessa attenzione per il cliente anche in casa **Intesa Sanpaolo**, come illustrato da **Barbara Buralli**, direttore sinistri e contenzioso di **Intesa Sanpaolo Assicurati**. “Per noi il cliente è innanzitutto un cliente della banca e non vuole essere trattato come un numero”, ha commentato. “La digitalizzazione ci ha consentito di rivoluzionare il modello di gestione sinistri e di mantenere la vicinanza con il cliente in tutte le fasi del processo di valutazione e liquidazione del danno: puntando su semplicità, rapidità e ascolto – ha proseguito – abbiamo rivisto tutti i touchpoint e predisposto un sistema che consente all’assicurato di scegliere il canale che più preferisce per comunicare con la compagnia, nonché un servizio di tracking che garantisce aggiornamenti continui sull’andamento della pratica tramite app”.

UN APPROCCIO CLIENTE-CENTRICO

Tutto ciò può essere sintetizzato in un approccio che Buralli ha definito “cliente-centrico”. Un concetto che vale forse ancor di più per una compagnia diretta come **Verti**. Il mass claims manager, **Cristiano Andreoli**, ha evidenziato che l’obiettivo del mercato deve essere quello di “costruire modelli gestionali in linea con i bisogni del danneggiato”. Per una compagnia diretta, ha proseguito, “il liquidatore deve essere protagonista dell’intero viaggio del cliente: deve saper essere empatico, ma anche rigoroso e competente, in grado di sfruttare i nuovi strumenti tecnologici, a cominciare dall’intelligenza artificiale, per assolvere più rapidamente alle incombenze burocratiche e avere così la possibilità di concentrarsi sul rapporto con l’assicurato”. Secondo Andreoli, i tempi sono maturi per “una rivoluzione copernicana che possa consentire di avere processi e prodotti in grado di intercettare realmente i bisogni dei clienti: il futuro della liquidazione – ha aggiunto – sta nella connessione e nella reattività”.

L’attenzione al cliente passa però a volte attraverso il filtro di possibili partner, che nel caso di **Assimoco** sono le banche di credito cooperativo, come ha spiegato **Ferdinando Scoa**, chief claims officer della compagnia. “Hanno tutte caratteristiche diverse e noi – ha affermato – siamo chiamati a garantire loro gli strumenti ideali per offrire la miglior esperienza pos-

sibile al cliente”. Alla base di un simile rapporto, che poi si traduce in cura e attenzione per il cliente, ci deve essere una forte dose di trasparenza. “Non c’è niente di più brutto per una banca che non avere tutte le informazioni necessarie per il cliente al momento del sinistro. Soltanto così – ha osservato Scoa – è possibile instaurare un clima di fiducia reciproca che consenta a tutte le parti in causa di migliorare la qualità del servizio alla clientela”.

TECNOLOGIA PER NUOVI MODELLI DI SERVIZIO

L’innovazione nella gestione sinistri, come già accennato, passa inevitabilmente anche dal contributo delle nuove tecnologie. “La nostra società sta investendo moltissimo in tecnologia”, ha affermato **Massimiliano Caradonna**, senior vice president di **Dekra Group**. “A tutto ciò – ha proseguito – aggiungiamo poi una storia lunga cent’anni e una rete di oltre 100 periti dipendenti che ci consentono di disporre di una grande quantità di dati con cui possiamo sviluppare nuove soluzioni, a cominciare da strumenti di intelligenza artificiale”. Il risultato è un database di parametri ed elementi che, ha spiegato il manager, “possono essere forniti ai nostri partner per comprimere il processo di gestione sinistri, offrendo un dato certificato sul possibile valore del danno e limitando l’intervento del perito nei sinistri di basso valore”. In futuro le nuove tecnologie potranno poi aprire prospettive del tutto inedite. “L’innovazione non serve soltanto a ridurre i costi o a limitare il contenzioso: il vero obiettivo delle compagnie è lavorare in un’ottica di prevenzione per evitare del tutto che il sinistro accada”, ha detto Caradonna. “L’intelligenza artificiale – ha aggiunto – potrà contribuire a centrare questo obiettivo, fornendo per esempio un insieme di dati che possano spingere il cliente ad adottare comportamenti virtuosi: sarà complicato raggiungere uno



strumento veramente predittivo in questo ambito, però le sperimentazioni effettuate in un alcuni paesi, tanto per citare un caso, hanno evidenziato la capacità di questi sistemi di prevedere lo stile di guida del driver”. L’innovazione non si fa tuttavia soltanto con le nuove tecnologie. Anche innovativi modelli di business, come ha affermato **Michele Grilli**, direttore sinistri Rc auto di **Sara Assicurazioni**, “possono consentire di sviluppare servizi in grado di venire incontro alle esigenze del danneggiato: la liquidazione del danno non è più ormai l’unica opzione possibile”. Il ricorso a carrozzerie convenzionate, magari associato all’utilizzo di strumenti digitali per l’invio della denuncia di sinistro, può per esempio offrire una soluzione più in linea con le esigenze di particolari tipi di vettura e assicurato in caso di incidente stradale. “Per servizio – ha concluso – intendiamo qualsiasi elemento che possa rendere più semplice e facile la gestione del sinistro e aumentare il livello di soddisfazione dell’assicurato: poco importa alla fine se arriva da un nuovo modello di business o dall’ultimo ritrovato della tecnologia”.