

IL VALORE DEL TEMPO NELLA COMPETITIVITÀ

LA VELOCITÀ CON CUI EVOLVONO LE MODERNE TECNOLOGIE, E CON ESSE LA POSSIBILITÀ DI MIGLIORARE LA CUSTOMER EXPERIENCE E IL SERVIZIO AL CLIENTE, METTE LE COMPAGNIE ALLA RICERCA DI SOLUZIONI AVANZATE PER LE QUALI TEMPO E FLESSIBILITÀ DIVENTANO CONDIZIONI NECESSARIE

Uno dei principali ostacoli che le imprese (non solo assicurative) incontrano nel loro cammino di adeguamento alle innovazioni tecnologiche, riguarda le modalità tradizionali di implementazione di tutto il processo di rinnovamento: dopo aver individuato le esigenze, infatti, i tempi di progettazione, realizzazione e inserimento nell'operatività di qualsiasi soluzione informatica rischiano di dare vita a un prodotto che è già obsoleto appena nato. Partendo da questa considerazione, **Gruppo Euris** ha progettato una piattaforma che fa del *time to market* uno dei principali punti di forza: "Prima di dar vita a **Lisa**, ci siamo posti il problema della differente velocità a cui evolve il mercato rispetto a quella con cui possono adeguarsi i sistemi IT attuali", spiega **Alessandro Vanzo**, managing director di Gruppo Euris. "La soluzione – afferma – è stata di adottare un approccio nuovo per il settore, che prende origine dalle esigenze tipiche del business e che pone il cuore del sistema nella gestione dei processi".

UN MODELLO DINAMICO

L'approccio basato sui processi ha trovato l'interesse del settore: "la novità è stata compresa nella sua originalità e nella potenzialità che incarna di risolvere alcune problematiche esistenti. In particolare, il principale interesse delle compagnie si è dimostrato per l'implementazione di tipologie di prodotto alle quali i sistemi attualmente in uso fanno fatica ad adattarsi. La flessibilità di Lisa viene incontro a queste esigenze, riducendo i costi e il tempo che sarebbero necessari ad aggiornare i sistemi attraverso i processi di messa a punto abituali".

DUE ESEMPI CONCRETI

La piattaforma multicanale Lisa si basa su componenti fortemente configurabili, che minimizzano l'impatto sui



sistemi già presenti in azienda: "abbiamo pensato a un sistema che agevoli l'integrazione con quelli esterni già esistenti, unificando ad esempio i dati provenienti da differenti origini, efficientando i processi e facilitando la loro messa a punto", sottolinea Vanzo.

Due casi in cui la dinamicità di Lisa può portare vantaggi al cliente sono nel potenziamento del canale diretto e nella gestione dati da IoT. Nel primo caso si potrà partire, ad esempio, dal processo di preventivazione utilizzato in agenzia, e da qui creare una versione adattata al canale diretto, ma già integrata con i sistemi in adozione. Con la diffusione dei dispositivi *wearable* e dell'IoT è utile per le compagnie raccogliere i dati prodotti per elaborarli internamente e poterli riutilizzare per successive azioni di mercato: il motore attuariale di Lisa permette di elaborare le informazioni raccolte dai *device* secondo le formule realizzate dalla compagnia.