

# INNOVARE CON LO SMART ONBOARDING

NELL'ERA DELL'ASSICURAZIONE DIGITALE NON BASTA ESSERE "MOBILE" PER COSTRUIRE UNA RELAZIONE DI QUALITÀ CON IL CLIENTE: L'OBIETTIVO DI CRIF È RENDERE AGILE LA CUSTOMER JOURNEY

Nell'ambito dei lavori del *Digital insurance hub 2018* di **Cetif**, con la collaborazione di **Crif** e di un panel composto da primarie compagnie assicurative attive sul mercato italiano, sono stati approfonditi i *New insurance models* e i driver di sviluppo del settore nell'era digitale. I cambiamenti nelle abitudini ed esigenze della clientela, spinti dalla diffusione delle tecnologie web e dei device mobili, richiedono nuovi canali e modalità di interazione, e impongono alle compagnie assicurative di analizzare le innovazioni da apportare al proprio modello di servizio. Oggi in Italia l'arena competitiva è molto diversa rispetto a cinque anni fa, e si confrontano player tradizionali, operatori *digital native*, aziende insurtech e piattaforme di social network che guardano con interesse al mercato.

## INTERAZIONI MOBILE MA DI QUALITÀ

Aspetti sempre più imprescindibili per il comparto assicurativo, da sempre abituato ad analizzare le informazioni secondo molteplici dimensioni, riguardano l'automazione dei processi e l'integrazione dei dati. Digitale non vuol dire infatti solo *mobile* ma, soprattutto, la capacità di disegnare e implementare nuovi processi agili quali, ad esempio, quelli per la compliance alla normativa *know your customer* o alla direttiva Idd, e per la valutazione della clientela millennial e/o dei canali digitali, con metodologie e tecniche ad hoc che vanno al di là di quelle utilizzate fino a oggi.

Nell'era della digital insurance fattori chiave per competere con successo divengono l'utilizzo di tutto il patrimonio informativo disponibile sul mercato, da rileggere con metriche nuove rispetto al passato e più coerenti con gli attuali standard tecnologici e cognitivi, e l'adozione di software modulari e configurabili, che possano essere incorporati nell'ecosistema digitale, garantendo flessibilità minuto per minuto e rendendo più agile il *customer journey* anche in mobilità.

## I PLUS DELLA SOLUZIONE CRIF

- *Crif Information Core*: 40+ fonti informative
- *Streaming Analytics*: 400+ modelli statistici/machine learning
- *Antifrode/Antiriciclaggio*: molteplici tipi di documenti analizzati
- *Team Dedicati*: 10+ anni di esperienza nella gestione dei processi in outsourcing e nella prevenzione frodi
- *Big Data & Marketing Analytics*: 60+ data scientist
- *10+ Success Story* in Italia e nel resto del mondo.

## TECNOLOGIE E SERVIZI A SUPPORTO DELLA RELAZIONE CON IL CLIENTE

Da sempre Crif rivolge la massima attenzione ai trend dei mercati finanziari e assicurativi e investe costantemente in innovazione, qualità e sicurezza, supportando le compagnie nel migliorare le proprie performance di business, nel prevenire le frodi e ottimizzare i processi contenendo i costi. In particolare, per rispondere alle nuove esigenze del contesto digital, Crif ha sviluppato la soluzione *Omnichannel Smart Onboarding*, che mette a disposizione delle assicurazioni tutti gli ingredienti per gestire in maniera innovativa il customer journey della clientela. La piattaforma coniuga differenti componenti: il *Crif Information Core*, l'ampio ed esclusivo patrimonio informativo del gruppo, applicazioni software e di workflow, consulenza e servizi specializzati di *Business process outsourcing*. Grazie a questo mix unico e distintivo, la soluzione Crif accompagna con successo il cliente in tutte le fasi del *digital corridor* assicurativo: *engagement, onboarding, loyalty*.

Per maggiori informazioni: [marketing@crif.com](mailto:marketing@crif.com)

