

ZURICH CONNECT SI CONNETTE AI CLIENTI

di FABRIZIO AURILIA

ANGELA COSSELLU, GIÀ DIRETTORE GENERALE DELLA COMPAGNIA DAL 2012, NE È DA POCO DIVENTATA LA CEO. A LEI È AFFIDATO IL COMPITO DI RAFFORZARE IL BUSINESS DIRETTO DEL GRUPPO, PASSANDO PER INNOVAZIONE, TECNOLOGIA E PARTNERSHIP DI VALORE

Rilanciare il ruolo della compagnia diretta **Zurich Connect** all'interno del gruppo guadagnando posizioni nel mercato delle imprese dirette, attraverso nuove opportunità di business. Sfruttare l'innovazione, avendo come obiettivo principale la *customer satisfaction* e adottando nuove iniziative di marketing anche grazie alle tecnologie digitali e alla normativa. Questi gli obiettivi di Zurich Connect, per cui è stata chiamata la nuova ceo, **Angela Cossellu**, già direttore generale della compagnia dal 2012. Sarà lei a dover applicare le nuove strategie del gruppo in Italia all'insegna di un piano di rafforzamento del business diretto che passa, appunto, da innovazione e tecnologica.

“La strategia del gruppo **Zurich** – racconta Cossellu, intervistata da *Insurance Review* – è sempre più focalizzata sull'innovazione, per migliorare in modo concreto l'esperienza dei propri clienti: questo sarà un aspetto centrale nei prossimi anni”.

La customer satisfaction rappresenta per la compagnia svizzera “un obiettivo fondamentale”, da ottenere anche attraverso partnership e acquisizioni: il gruppo ha messo a disposizione nuovi strumenti, come ad esempio *CoverMore*, *Halo* e *Bright Box*, che arricchiscono l'offerta telematica di nuovi servizi assicurativi digitali rivolti sia ai clienti sia ai produttori di automobili e ai loro concessionari.

MIGLIORARE L'ESPERIENZA

“Uno dei miei obiettivi – spiega Cossellu – sarà proprio quello di introdurre dei momenti di valutazione in ogni punto di contatto con il cliente. Grazie al sistema *T-nps* (*Transactional net promoter score*), un veloce questionario che sottoponiamo ai nostri clienti tutte le volte che interagiamo con loro, è possibile verificare la qualità percepita dei servizi erogati. Con *Close the loop*, invece, tutti i livelli aziendali, compreso il top management, possono richiamare personalmente i clienti, soprattutto quelli meno soddisfatti, per capire come migliorare il livello di servizio offerto dalla compagnia. Perfezionare la customer experience è un passo essen-



Angela Cossellu, ceo di Zurich Connect

ziale verso i nostri obiettivi di crescita, mantenendo un bilanciamento costante sulla profittabilità”.

Zurich Connect vuole offrire un'esperienza *full digital* per consentire al cliente di agire in totale autonomia durante le fasi di acquisto, gestione della polizza, anche in occasione di sinistri, grazie al servizio di ricerca geo-localizzata della carrozzeria convenzionata.

NUOVE MODALITÀ DI CONSUMO

La compagnia diretta si è posta in ascolto della società e dei cambiamenti dei modelli di consumo, cercando di intercettare le nuove tendenze che, per esempio nel mercato auto e moto, privilegiano l'utilizzo rispetto al possesso del veicolo. È il caso dell'ultima novità introdotta, *Moto Weekend*: una soluzione assicurativa *on demand* per motociclisti che, grazie all'utilizzo di *MotoP@ss*, permette di attivare la copertura solo in caso di bisogno, anche attraverso lo smartphone. “Il

supporto del gruppo – ribadisce Cossellu – ci permette inoltre di contare su nuovi asset come quelli messi a disposizione da *CoverMore*, leader mondiale nella vendita di coperture viaggio, che consente di offrire coperture assicurative per il noleggio di una vettura”.

Ma si diceva delle partnership: quella con *Driveway*, per esempio, si basa su soluzioni per smartphone e app che mirano a migliorare l’esperienza digitale e sviluppare l’*engagement* con il cliente. Mentre per i danni non auto, Zurich Connect propone *Smart Living*, che associa “prodotti innovativi con strumenti che aiutano i clienti in aree come la prevenzione e/o il monitoraggio dei propri beni”, precisa la numero uno della compagnia.

UNA DONNA AL TOP

Angela Cossellu è laureata al Politecnico di Milano in ingegneria elettronica, ed è tra le poche donne che occupano una posizione di vertice in campo assicurativo. Da oltre 10 anni lavora nel mondo delle assicurazioni. Nel 2009 è entrata in Zurich come chief operating officer per l’Italia. Cossellu è anche membro del comitato esecutivo del gruppo svizzero nel nostro Paese ed è inoltre sponsor dello *Zurich women innovation network* (Diversity&inclusion program).

Il country ceo, **Camillo Candia**, si è detto “sicuro che l’esperienza maturata da Angela nel settore assicurativo e la conoscenza della nostra società le consentiranno di svolgere un importante lavoro all’interno del gruppo. Il suo valore professionale, acquisito nel corso degli anni, sarà fondamentale per contribuire al raggiungimento d’importanti traguardi da parte di Zurich”.

I NATIVI DIGITALI E LE NORME

In tutto questo, il futuro delle compagnie dirette in Italia appare ancora come un’incognita. All’inizio temute come i soggetti che avrebbero dovuto rivoluzionare il mercato, la loro penetrazione non cresce ancora quanto ci si attendeva. Tuttavia, Cassellu è fiduciosa: “in generale – spiega – ci aspettiamo che il mercato delle compagnie dirette si espanda nel prossimo futuro, sia per effetto dello sviluppo della tecnologia, sia per la crescita delle fasce di popolazione native digitali”.

Le prospettive di sviluppo del canale diretto potranno avvantaggiarsi anche delle evoluzioni normative e delle novità introdotte in questi mesi dal regolatore. Come noto, la distribuzione assicurativa è al centro di profondi cambiamenti e l’**Ivass** sta introducendo numerose semplificazioni sulle condizioni contrattuali e sulla modalità di proporle, che Cossellu ritiene positive, “dal momento che migliorano la relazione con il cliente, rendendolo più consapevole e più informato e quindi più vicino all’acquisto verso la compagnia diretta”, sottolinea.

LE AGEVOLAZIONI PER I PARTNER

“Un ulteriore aiuto allo sviluppo del canale diretto – aggiunge la ceo di Zurich Connect – potrà arrivare anche dal rinnovato interesse per il progetto del preventivatore dell’**Ivass**, con l’obiettivo di renderlo uno strumento di aiuto concreto per i nostri clienti in fase di acquisto”.

Infine, insieme alle iniziative regolamentari, ci sono anche quelle delle singole imprese per semplificare ancora di più il lavoro dei partner negli accordi di distribuzione. “Zurich Connect – rivela Cossellu – ha messo a punto uno strumento dedicato allo sviluppo del business tramite accordi di *bancassurance*, fornendo alle banche di piccole e medie dimensioni un modello di business e un’interfaccia facile e immediata per la vendita delle polizze in modalità *plug and play*, con un impegno relativo e limitato da parte dei nostri partner”.