



NUOVI STRUMENTI PER PUNTARE SULLE PMI

PER DIFFERENZIARE IL PORTAFOGLIO ASSICURATIVO, CRIF HA SVILUPPATO UNA APP A SUPPORTO DELLE DECISIONI E DELL'OPERATIVITÀ DEGLI AGENTI VERSO LE IMPRESE

Il mercato assicurativo danni italiano è storicamente sbilanciato a favore del ramo Rc auto, lasciando pertanto inespresso un potenziale significativo. L'evidente gap tra l'Italia e gli altri principali Paesi europei in termini di protezione assicurativa contro i danni è stato anche sottolineato con forza dal presidente **Ania** in occasione dell'ultima assemblea dell'associazione.

In questo contesto, le compagnie si trovano di fronte a quesiti sempre più impellenti: come stimolare la domanda del mercato? Quali strumenti mettere a disposizione degli agenti per tradurre questo potenziale in business? Da dove partire per focalizzare l'attenzione sui soggetti maggiormente interessati?

Cribis, società del gruppo **Crif** specializzata nelle business information, sta individuando alcune risposte insieme ai propri partner assicurativi sul mercato delle Pmi, dove nuove e vecchie esigenze di copertura assicurativa non si sono ancora tradotte in adeguata raccolta premi.

AFFINARE IL TARGET DI RIFERIMENTO

Il presupposto fondamentale per progetti in questo ambito è sicuramente la coerenza tra strategie commerciali, competitività dei prodotti, target attentamente individuati e adeguati strumenti a supporto degli agenti, possibilmente allineati alle policy assuntive della direzione.

Nello specifico, risultano di particolare interesse le analisi condotte sui portafogli attivi delle compagnie dalle quali far emergere "cosa ho fatto finora", da integrare con variabili esterne utili a definire il passaggio successivo, ossia "dove voglio andare?". Il mercato prospect Pmi è infatti molto ampio e per ottenere un tasso di *redemption* soddisfacente diventa fondamentale definire con massima accuratezza il target, in funzione dei prodotti su cui la compagnia intende puntare, nonché la *potenza di fuoco*, ovvero il numero massimo di contatti commerciali che i propri agenti sono in grado di gestire. Nascono così *deal* profilati per prodotto, dalle coperture incendio

alla D&O, dai viaggi professionali al ramo cauzioni, fino alla business interruption.

UNA APP PER LA PROATTIVITÀ COMMERCIALE

Il passaggio successivo è sul campo: mettere gli agenti nelle condizioni di poter eseguire la propria attività commerciale in maniera agevole. Proprio per supportare le compagnie in questo obiettivo, è stata sviluppata la *app Sales GO* di **Cribis.com**, che consente all'agente di accedere in mobilità ai principali servizi di ricerca e valutazione imprese, attraverso il proprio tablet o smartphone. In modalità *Agente*, l'app offre numerose funzionalità dedicate alla ricerca di potenziali clienti, con parametri basati su fatturato, e dipendenti, e con la possibilità di delimitare il raggio d'azione in chilometri di distanza da uno specifico luogo o dalla propria posizione. La visualizzazione su mappa consente inoltre facilmente di individuare i migliori prospect, differenziati graficamente dai già clienti o da imprese già visitate in precedenza.

Su interrogazione dell'agente, in tempo reale è possibile effettuare una prima valutazione *Ok-Ko*, disponibile su tutte le imprese italiane, che può essere espressa sia mediante algoritmi standard sia secondo regole decisionali personalizzate. Molto utile, inoltre, è l'ambiente del sistema riservato agli underwriter, con funzionalità gestionali per governare la valutazione al di fuori delle autonomie di agenzia così come per concentrare le attività di sottoscrizione su polizze che meritano maggiore attenzione, sia in termini di valore, sia di rischio.

La soluzione **Cribis** favorisce anche la condivisione delle attività tramite una chat, e offre la possibilità di interagire con database interni. L'esito delle valutazioni è inoltre integrabile nei sistemi della compagnia al fine di tenere traccia di azioni e risultati.



Per maggiori informazioni: contattaci@cribis.com