

# LA VIA VERSO LA SEMPLIFICAZIONE

LA TECNOLOGIA SI PONE COME FACILITATORE IN TUTTE LE FASI DEL PROCESSO ASSICURATIVO DI NUOVA GENERAZIONE. LE COMPAGNIE SENTONO LA NECESSITÀ DI AUMENTARE LA PROPRIA VELOCITÀ D'AZIONE, MA ANCHE DI APPROFONDIRE LA CONOSCENZA DEL CLIENTE PRIVATO O CORPORATE

Nella fase di evoluzione del mercato assicurativo, velocità e precisione sono due caratteristiche che vanno di pari passo. Oggi si osserva la tendenza alla riduzione del *time-to-market*: grazie agli strumenti disponibili, le principali compagnie assicurative hanno già avviato laboratori attuariali sempre più spinti, con il risultato di passare dai sei mesi necessari nel 2000 a creare un nuovo prodotto, ai 15 giorni di oggi. Questa accelerazione permette di aggredire il mercato con maggiore presenza, e di fornire nuovi prodotti agli intermediari.

L'obiettivo delle compagnie è duplice: mantenere la propria posizione sui prodotti di tipo tradizionale, e cercare soluzioni innovative legate alla persona. Un cambiamento fondamentale, sulla scia anche di spinte esterne, per il quale diventa centrale poter profilare il cliente con informazioni qualificate.

## LA TECNOLOGIA ABBREVIA I PROCESSI

**Kirey Group** vuole essere parte attiva di questo processo evolutivo. “Dall’inizio della storia del gruppo – spiega **Gianluca Stratta**, insurance sales director di Kirey Group – la nostra attività è dedicata alla semplificazione dei processi. Abbiamo iniziato con la dematerializzazione per arrivare oggi alla digitalizzazione di tutte le attività amministrative di agenzia, con la possibilità di interagire sui processi di back end tramite device mobili e allineare così l’attività dell’agente al trend di mobilità generale. Ci siamo specializzati nel creare prodotti utili a semplificare il processo, e nello stesso tempo a trovare soluzioni che permettano di profilare al meglio il cliente”.

Un esempio recente è l’applicativo *Grific* che, sulla base di informazioni raccolte e selezionate, permette alla compagnia di assumere un rischio catastrofale verificando anticipatamente le caratteristiche del territorio dal punto di vista idrogeologico, e quindi accorciando notevolmente la fase di assessment e quella di erogazione del contratto.

## OPPORTUNITÀ PER IL SETTORE AUTO

“L’obiettivo per le compagnie – afferma Stratta – deve essere possedere il maggior numero di informazioni qualificate sul cliente. Esse cercano di implementare soluzioni intelligenti per ottenere una conoscenza globale, che va oltre il Crm. Oggi il 70% degli utenti è multichannel e questa propensione consente di raccogliere informazioni dalle attività web del cliente e da qui interpretare i suoi gusti e interessi”.

Le competenze in ambito IoT di Kirey hanno portato allo sviluppo della componente profilazione anche in ambito auto. *Smappi Car*, installato nella vettura e connesso tramite cellulare, raccoglie dati sulla condotta al volante che, una volta elaborati, permettono alla compagnia di quotare una tariffa sul reale stile di guida dell’assicurato. La tecnologia assume un ruolo anche nella gestione dei sinistri: Kirey sta approntando un sistema basato sulle reti neurali che permette di valutare i danni di piccola entità elaborando le informazioni raccolte con la constatazione amichevole. Un tema affascinante, che può incontrare l’interesse delle compagnie per la possibilità di contenere i costi.