

## DIGITALI MA AUTONOMI

---

UN EFFICACE IMPIEGO DELLA TECNOLOGIA NEI PROCESSI AGEVOLA E VELOCIZZA IL LAVORO DELL'AGENZIA, SPIEGA IL PRESIDENTE DELL'ASSOCIAZIONE AGENTI ALLIANZ, UMBERTO D'ANDREA, CHE SI DICE SODDISFATTO DELLE INIZIATIVE MESSE IN CAMPO DALLA COMPAGNIA A FAVORE DELLA RETE

Fino a pochi anni fa, quando si pronunciava la parola digitalizzazione in riferimento alle agenzie, il timore di molti intermediari era che il passo successivo fosse la disintermediazione. Oggi molte cose sono cambiate. In seno agli agenti c'è più consapevolezza dell'ineluttabilità dell'evoluzione digitale, e in molti casi il gioco di squadra con la mandante non è rimasto solo un pallido auspicio. È il caso di ciò che è accaduto in **Allianz Italia**, dove impresa e rete distributiva hanno intrapreso da tempo una forte accelerazione nella digitalizzazione, nel rispetto dell'autonomia degli agenti. A fare il punto sullo stato dell'arte della digitalizzazione delle agenzie nel mondo Allianz è **Umberto D'Andrea**, presidente dell'**Associazione Agenti Allianz**. "Su questo tema – spiega – la compagnia è all'avanguardia, avendo avviato la trasformazione digitale nel 2013". Oggi, infatti, la quasi totalità delle attività è digitale, con processi utilizzabili sia in agenzia, sia in remoto. Anche le reti secondarie possono utilizzare la piattaforma, con livelli diversificati in base alla profilazione assegnata dall'agente. Giudizio positivo anche per l'interazione tra le varie funzionalità. "Sinistri, assunzione, contabilità, archivio, interagiscono in maniera più che soddisfacente", afferma D'Andrea, aggiungendo che "anche

l'app, utilizzabile dal cliente per connettersi con l'agenzia, ha una serie di funzionalità molto efficaci e di facile lettura".

### IL SENTIMENT DELLA RETE

Il tema della digitalizzazione per gli agenti Allianz "è un argomento, nel bene e nel male, molto, molto sentito. Nel bene – osserva D'Andrea – in quanto è innegabile che un'efficace digitalizzazione agevola e velocizza il lavoro. Nel male, perché c'è sempre il timore di essere scavalcati. Insomma molti vedono la digitalizzazione come strumento per disintermediare". Il presidente dell'Aaa sottolinea che la compagnia "spinge molto sul livello di digitalizzazione, affermando ripetutamente che essa è posta al servizio degli agenti e non *a latere* o addirittura contro le agenzie. Dobbiamo riconoscere – ammette – che a oggi è così: non registriamo alcuna attività o iniziativa digitale fatta senza gli agenti". Potrebbe sembrare un percorso che è sempre stato in discesa, ma così non è. "Le più grandi difficoltà – rivela D'Andrea – le abbiamo registrate nei primi anni dell'avvento del digitale. Ci siamo trovati a dover operare con una piattaforma orientata più al controllo che allo sviluppo. Un collega disse che era uno strumento



**Umberto D'Andrea**, presidente dell'Associazione Agenti Allianz

#### QUELLA COMPETENZA CHE FA LA DIFFERENZA

La digitalizzazione è solo uno strumento di supporto gestionale o riesce a essere anche uno strumento di produzione di nuovo business? “Deve necessariamente svolgere entrambe le funzioni”, afferma Umberto D'Andrea, presidente dell'Associazione Agenti Allianz, che aggiunge: “va bene gestire numeri e contabilità, ma deve soprattutto velocizzare e amplificare la relazione tra agente e cliente. E sottolineo la relazione tra agente e cliente, perché un uso sapiente dello strumento digitale non può che essere al servizio di tale relazione. Sarà veloce e efficace, ma non potrà mai essere *competente*. Quella competenza – sottolinea il presidente dell'Aaa – che è patrimonio esclusivo dell'intermediario professionista. Sarebbe paradossale che con l'avvento della Idd, che pone al centro la consulenza, si pensasse di affidarla a uno strumento elettronico. Chi pensa di affrontare un mercato assicurativo così competitivo e difficile, con la sola arma del digitale – conclude D'Andrea – è miope e poco lungimirante, e pagherà per aver sognato un *mondo senza agenti*”.

che, piuttosto che indicarti cosa fare, ti diceva ripetutamente cosa non fare. Con pazienza, tenacia e anche competenza, l'Associazione Agenti Allianz ha lavorato e si è confrontata con la direzione, e a oggi – afferma – possiamo dire di aver migliorato tantissimo i processi, ottenendo un aumento considerevole delle autonomie delle agenzie”.

#### L'IMPORTANZA DELL'ACCORDO DATI

Tra le iniziative più importanti messe in campo in questo ambito dalla rappresentanza, il presidente della *tripla A* cita “oltre al continuo confronto con Allianz, per migliorare i processi” anche altri due aspetti importanti. Il primo riguarda lo scarico dati, ottenuto dalla compagnia, che consente che ogni agente possa quotidianamente prelevare i dati dal sistema e riversarli su un proprio gestionale. A tal proposito D'Andrea ci tiene a mettere l'accento sul fatto che l'associazione, tramite la cooperativa, ha creato un gestionale *ad hoc* per gli agenti, “fermo restando la facoltà di ognuno di dotarsi di altri presenti sul mercato”. L'altro importante aspetto riguarda l'*Accordo dati*. “In questo ambito – osserva D'Andrea – Allianz si impegna a non effettuare attività promo commerciali sui clienti delle agenzie, senza il consenso dell'agente. Quindi, al di là dell'efficientamento del sistema, ci siamo preoccupati di tutelare i nostri associati. Tutto ciò – sottolinea – esclude quasi totalmente il rischio, percepito, della disintermediazione. Quindi per sintetizzare, negoziamo come migliorare i processi digitali, senza trascurare le opportune protezioni e tutele per gli agenti”. **B.M.**