

IN DIALOGO CON IL CLIENTE

di GIACOMO CORVI

L'ASCOLTO DELLE ESIGENZE DI MERCATO, SECONDO ADRIANO DE MATTEIS, MANAGING DIRECTOR DI RGA, COSTITUISCE IL PRINCIPALE VANTAGGIO DELLE INSURTECH: SOLO COSÌ È POSSIBILE ELABORARE SOLUZIONI DAVVERO INNOVATIVE E SFRUTTARE PIENAMENTE TUTTE LE OPPORTUNITÀ OFFERTE DALLE NUOVE TECNOLOGIE

“Il principale vantaggio delle insurtech risiede nella capacità di essere costantemente a contatto con i propri clienti e di riceverne feedback velocemente”. Da questo presupposto, ha evidenziato **Adriano De Matteis**, managing director di **Rga** in Italia, emerge la possibilità di “stabilire un dialogo duraturo con il mercato ed elaborare soluzioni che siano davvero all'altezza delle aspettative della clientela”.

Il dialogo è insomma la chiave di tutto. “Le insurtech possono sfruttare le opportunità offerte dalle nuove tecnologie per stabilire un contatto a basso costo, e soprattutto dall'interazione veloce, con la propria clientela”, ha affermato. Gli operatori tradizionali, secondo de Matteis, sono invece rimasti indietro. “L'innovazione di prodotto negli ultimi anni è stata dettata principalmente, nel ramo vita, dalla normativa o dalle nuove esigenze di capitale: soluzioni innovative, motivate dai bisogni espressi dalla clientela, appaiono meno frequentemente”, ha osservato.



Adriano De Matteis, managing director di Rga in Italia

SERVIZI PER LA CLIENTELA

Uno degli esempi più significativi indicati da De Matteis è quello di **Getsurance**, insurtech tedesca che lavora a stretto contatto con Rga attraverso la compagnia **SquareLife**. “Hanno fatto dei test sui social network per capire di cosa avessero bisogno i propri clienti – ha spiegato – e solo allora, con la nostra collaborazione, hanno lanciato una soluzione che risponde alle esigenze di un segmento specifico di mercato”.

L'ascolto della clientela ha portato negli ultimi anni a una crescita considerevole delle società che offrono nuovi servizi a basso costo. **Skinvision**, tanto per citare un caso, si è aggiudicata, a pari merito con **PatchAI**, l'edizione del 2019 della *Big ideas competition*, un contest promosso da Rga per valorizzare soluzioni innovative per il mercato assicurativo. “Hanno sviluppato una tecnologia che, attraverso il semplice utilizzo di uno smartphone, consente di rilevare precocemente la presenza di tumori della pelle”, ha illustrato.

A SOSTEGNO DEL SETTORE

I vantaggi di una simile tecnologia per una compagnia assicurativa che offre soluzioni vita e salute, nonché chiaramente per il cliente finale, appaiono subito evidenti. E, per coglierli, serve un approccio collaborativo che consenta a operatori tradizionali e insurtech di lavorare insieme a beneficio della clientela. Rga, a tal proposito, ha lanciato **Rgax**, una società che si occupa proprio di scoprire nuove soluzioni che possano essere utili per il business del gruppo e per l'intero mercato assicurativo e che promuove il concorso *Big ideas* sopra citato.

A fine novembre si è inoltre tenuta a Milano l'ultima edizione del *Technovate lab*, appuntamento promosso da Rga e Rgax per mettere a confronto compagnie e insurtech. “Vogliamo essere un ponte fra queste due realtà – ha chiosato De Matteis – dando la possibilità alle società più innovative del mercato di presentare le proprie idee agli operatori del settore”.

